

# Media jako instrument wpływu informacyjnego i manipulacji społeczeństwem



Hanna Batorowska, Rafał Klepka, Olga Wasiuta

# **Media jako instrument wpływu informacyjnego i manipulacji społeczeństwem**

© Copyright by Authors  
Kraków 2019

ISBN 978-83-66269-01-9

Recenzja:

prof. dr hab. Jerzy Kunikowski  
prof. dr hab. inż. Piotr Sienkiewicz

Redakcja: Joanna Kłos  
Korekta: Maciej Kielbas  
Projekt okładki: Justyna Rokitowska  
Skład: LIBRON

Grafika wykorzystana na okładce:

<https://pixabay.com/pl/strony-marionetka-ba%C5%82wan-polityczny-784077/>

Publikacja sfinansowana przez Uniwersytet Pedagogiczny  
im. Komisji Edukacji Narodowej



Wydawnictwo LIBRON – Filip Lohner  
al. Daszyńskiego 21/13  
31-537 Kraków  
tel. 12 628 05 12  
e-mail: office@libron.pl  
www.libron.pl

# SPIS TREŚCI

---

WSTĘP	7
<b>ROZDZIAŁ I</b>	
<b>Manipulacja w środowisku nadmiaru informacji</b>	<b>15</b>
1.1. Konsekwencje potopu informacyjnego dla rozwoju współczesnej kultury	15
1.2. Technologiczne środowisko współczesnej manipulacji	35
1.3. Od nieświadomego zniekształcania informacji do celowego jej deformowania	50
1.4. Od dezinformacji do manipulacji świadomością adresatów wpływu	68
<b>ROZDZIAŁ II</b>	
<b>Kompetencje informacyjne manipulatorów i manipulowanych</b>	<b>81</b>
2.1. Wykluczenie cyfrowe i społeczne konsumptariatu	81
2.2. Znaczenie kompetencji informacyjno-medialnych dla wolności osobistej i politycznej	91
2.3. Potrzeba analizowania informacji w przestrzeni manipulowanej	106
2.4. Wpływ edukacji informacyjno-medialnej na poczucie bezpieczeństwa jednostki w globalnym społeczeństwie ryzyka	116
<b>ROZDZIAŁ III</b>	
<b>Mass media instrumentem wpływania informacyjnego na społeczeństwo</b>	<b>127</b>
3.1. Media narzędziem wprowadzenia agresji informacyjnej	127
3.2. Teoretyczne podstawy propagandy, dezinformacji i walki informacyjnej	144
3.3. Globalna sieć internetowa w wojnach informacyjnych	174
3.4. Sieci społecznościowe narzędziem prowadzenia wojen informacyjnych	181
<b>ROZDZIAŁ IV</b>	
<b>Manipulowanie informacją w mediach warunkiem wojny hybrydowej</b>	<b>205</b>
4.1. Rola informacji z mass mediów w wojnach hybrydowych	205
4.2. Kampania informacyjna w konflikcie rosyjsko-ukraińskim	232
4.3. System symboliczny rosyjskich działań propagandowych	247
4.4. Rosyjska massmedialna manipulacja informacją w wojnie hybrydowej przeciwko Ukrainie	261

<b>ROZDZIAŁ V</b>	
<b>Medialne obrazy polityki w społeczeństwie demokratycznym</b>	<b>281</b>
5.1. Źródła informacji o polityce a wiedza i postawy polityczne	281
5.2. Mediatyzacja polityki i jej konsekwencje	298
5.3. Stronniczość polityczna mediów a manipulacja medialna	306
5.4. Wybrane efekty oddziaływania mediów na odbiorców	313
<b>ROZDZIAŁ VI</b>	
<b>Manipulowanie informacją jako narzędzie polityki</b>	<b>327</b>
6.1. News medialny i sposób jego kreowania w polskich programach informacyjnych	327
6.2. Publiczne media narzędziem rządzącej partii	347
6.3. Tygodniki opinii jako stronniczy gracze na scenie politycznej	367
6.4. Medialne narracje polityczne a manipulowanie informacją	378
<b>ZAKOŃCZENIE</b>	<b>391</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>395</b>
<b>INDEKS OSOBOWY</b>	<b>437</b>

*Wszystkie media istnieją po to, aby skłaniać nas do  
sztucznego postrzegania świata  
i narzucać nam arbitralne wartości.*

Herbert Marshall McLuhan

## WSTĘP

---

Pojęcia dominującej ideologii, polityki informacyjnej, wojny informacyjnej, dezinformacji, manipulacji wpisały się na stałe w naszą przestrzeń społeczną. Używano ich w różnych okresach historii, w rozmaitych kontekstach i ze zróżnicowaną częstotliwością. W największym stopniu natomiast rozpowszechniły się w XX wieku, w okresie bipolarnego podziału świata i zimnej wojny. W czasach zaawansowanych technologii i szybkiego przekazu informacji mass media stały się niezwykle skutecznym środkiem dezinformacji i manipulowania opinią publiczną. Często władza oraz instytucje państwowe za pośrednictwem mediów, które kontrolują, podają lub ukrywają wyselekcjonowane informacje tak, by odnieść określone korzyści.

Media są jedną z instytucji społecznych, które do pewnego stopnia działają na zamówienie społeczeństwa i konkretnych grup społecznych, mając przy tym określony wpływ na całość populacji. Można rozpatrywać dwa aspekty tego wpływu. Po pierwsze, media znacznie ułatwiają osobom w każdym wieku przyswajanie szerokiego zakresu norm społecznych oraz kreują świat ich wartości i orientacji w polityce, ekonomii, zdrowiu, prawie itd. Po drugie, media są systemem nieformalnej edukacji wszystkich grup ludności. Jednocześnie ich użytkownicy mogą otrzymywać stosunkowo wszechstronną, choć zarazem sprzeczną i nieusystematyzowaną wiedzę o różnych kwestiach życia społecznego i politycznego.

Środki masowego przekazu stały się głównym narzędziem rozpowszechniania informacji wpływających na świadomość społeczną. Media kontrolują kulturę, nadają określoną rangę i znaczenie poszczególnym aspektom wydarzeń kulturalnych, wartościują pozytywnie jedne idee, deprecjonując inne. To, czego nie upowszechnia masowa komunikacja, nie oddziałuje na rozwój społeczeństwa. Podobnie informacja – jeśli nie zostanie zamieszczona w sieci, traktowana jest przez ogół jak nieistniejąca.

Media wykorzystują informację, a kontrola nad informacją pozwala manipulować świadomością społeczną, tworzyć rzeczywistość i decydować, które problemy są w danej chwili uważane za najistotniejsze. Sztucznie wytwarza się zjawisko media-świadomości (kreacje umysłu powstałe w oparciu o fałszywe wartości, manipulacyjne interpretacje, podwójne standardy), gdy rzeczywistość prezentowana w mediach znacząco różni się od prawdziwego, realnego świata. Media mają więc dużą siłę kształtowania świadomości opinii publicznej.

Podjęta przez Piotra Sienkiewicza refleksja nad mediami kształtującymi społeczne wzburzenie<sup>1</sup> pozostaje w zgodzie z przemyśleniami autorów niniejszej książki, którzy zaobserwowali zjawisko wpływu informacyjnego i manipulowania społeczeństwem przez media. Eksplorowany przez tego badacza obszar preferencji społeczeństwa co do tego, jak komunikować zagrożenia, ukazuje podatność zbiorowości na taką treść i formę komunikatów o zagrożeniach, jaką generują media – a zatem i podatność na same zagrożenia. Podatność tę określa on jako wzajemną zależność odporności społeczeństwa, która pozwala mu panować nad ryzykiem, oraz jego wrażliwości, która ukazuje ekspozycję na ryzyko<sup>2</sup>. Stąd tak mocny akcent położono w książce na aspekt edukowania społeczeństwa w celu uwrażliwienia go na wywieranie wpływu przez media i działania manipulatorskie.

---

<sup>1</sup> P. Sienkiewicz, *Media kształtujące społeczne wzburzenie*, [w:] *Media a opinie i postawy społeczne*, red. Z. Pucek, J. Bierówka, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2011.

<sup>2</sup> Idem, *Zagrożenia demokracji w społeczeństwie informacyjnym*, [w:] *Transformacje demokracji: doświadczenia, trendy, turbulencje, perspektywy*, red. L.W. Zacher, Difin, Warszawa 2011.



Możliwość szybkiego rozpowszechnienia informacji wśród szerokiego grona odbiorców sprawia, że nowoczesne media przekształcają tradycyjne systemy wartości. Można to ująć tak: ten, kto kontroluje mass media, panuje nad opinią publiczną, a to oznacza, że dysponuje władzą. Angażując obywateli w aktywne uczestnictwo w odbiorze mediów, kontrolujący narzucają im określone wartości, np. przez nadawanie znaczeń, i w ten sposób integrują lub dezintegrują społeczeństwa, wpływając na ich aksjologiczny status.

Informacja bardziej niż kiedykolwiek stała się narzędziem władzy. Kiedy stało się jasne, że ludzka psychika bywa podatna na sugestie, informacja w formie propagandy i agitacji okazała się głównym instrumentem zarządzania ludźmi. Stopniowo zastąpiła ona brutalną siłę, przemoc, którą przez dłuższy czas uznawano za jedyny instrument panowania. Prezydent USA Richard Nixon, występując w swoim czasie w Radzie Bezpieczeństwa Narodowego i podejmując zagadnienia wydatków budżetowych, powiedział, że w jego przekonaniu dolar zainwestowany w informację i propagandę jest bardziej wartościowy niż dziesięć dolarów wydanych na stworzenie nowych systemów broni. Jest bowiem mało prawdopodobne, że te zostaną użyte w praktyce, natomiast zasięg oddziaływania informacji jest nieograniczony zarówno w czasie, jak i w przestrzeni.

Wzrost aktywności informacyjnej społeczeństwa i konsumpcji wprowadziły nową definicję technologii informacyjnej jako sposobu zarządzania świadomością społeczną. Jej narzędzia obejmują technologie wyborcze, technologie reklamowe, programowanie neurolingwistyczne, polityczne i inne obecne w sferze społecznej. Technologia informacyjna przestała być postrzegana wyłącznie jako zespół środków, które służą wszechstronemu posługiwaniu się informacją, obejmując komputery, informatykę i komunikację, czy technik stosowanych do przetwarzania i przesyłania informacji, obejmujących informatykę, telekomunikację i mikroelektronikę.

Reklama i informacja polityczna docierają do konsumenta pozornie bezpłatnie, a za jej produkcję i dostarczanie płać producenci zainteresowani kształtowaniem popytu na niektóre produkty i pomysły. Konsumenci i odbiorcy ponoszą potem te koszty, gdy kupują reklamowane towary lub promują i rozpowszechniają reklamowane idee.

Jednymi z najczęstszych metod manipulacji, które spotyka się w mediach, są zniekształcanie informacji i dezinformacja. Przekształcanie oryginalnej wiadomości w bardziej ogólną lub bardziej szczegółową, wyrywanie słów z kontekstu, aby wypowiedzi przypisać inną funkcję, fałszowanie komunikatu, aby powstała treść sprzeczna z oryginałem, to najczęstsze sposoby wprowadzania w błąd odbiorców. Można dodać do nich decydowanie o kolejności przekazywanych informacji, czyli tasowanie faktów, manipulacyjną semantykę, uproszczenia czy stereotypy. Prawie zawsze zniekształcona informacja jest podawana z użyciem określonych metod. Możemy wskazać takie techniki jak twierdzenie bezalternatywne, powtórzenie, fragmentacja, sensacja czy wykorzystanie braku alternatywnych źródeł informacji (lub braku alternatywnej informacji).

W powszechnym odbiorze manipulacja jawi się jako działanie niekorzystne i niepożądane, którego można uniknąć. Uważa się, że jednostka jest w stanie przedsięwziąć określone kroki mogące uchronić ją od działań manipulatorskich i pozwolić jej na uniknięcie ich konsekwencji. Wskazany model myślenia tylko do pewnego stopnia odpowiada rzeczywistości. Niestety we współczesnym świecie, w którym media są wszechobecne i odgrywają coraz większą rolę, uniknięcie manipulacji wydaje się niemożliwe lub przynajmniej niezwykle trudne.

W obliczu zarysowanej sytuacji nieodzownie potrzebujemy wiedzy na temat mechanizmów manipulacji, aby móc się przed nią bronić. Wiedza ta powinna odnosić się do manipulacji medialnej widzianej z wielu różnych perspektyw i umożliwić jej zdiagnozowanie oraz analizę. Powinna też ostrzegać nas przed konsekwencjami bezkrytycznego korzystania z mass mediów. Zamysłem autorów niniejszej publikacji jest przekazanie czytelnikom takiej właśnie wieloaspektowej charakterystyki informacyjnego wpływu mediów na współczesną rzeczywistość społeczną oraz nakreślenie możliwe szerokich kontekstów medialnych oddziaływań o manipulacyjnym charakterze.

Celem pracy jest zarówno analiza teoretycznych aspektów manipulowania informacją w mediach, jak i ocena konkretnych przypadków oraz przyczyn i skutków działań manipulacyjnych. Refleksje teoretyczne uwzględniają dynamikę zmian współczesnych społeczeństw i samych mediów. Należy bowiem pamiętać, że żyjemy w otoczeniu, które nazwać można turbulentnym.

Zakres i tempo zmian otaczającego nas świata są o wiele większe niż w poprzednich dekadach. Zmianom tym ulegają społeczeństwa i środowisko medialne. Każdego dnia spotykamy się z nowymi zjawiskami, a to, co było dotąd naszym udziałem, przybiera nowe, nieznanne i nietypowe formy. Tę zmienność otoczenia oraz rozwój mediów uczyniliśmy centralnym punktem naszych teoretycznych rozważań.

Niezwykle ważną częścią książki pozostają analizy konkretnych obszarów, w których medialne manipulacje mają szczególny wpływ na współczesne społeczeństwa. Trzeba mieć na uwadze, że manipulacja nie tylko stanowi wyraz wyrafinowanej gry zewnętrznych sił, aktorów medialnej sceny, właścicieli czy nadawców, ale także jest immanentną cechą funkcjonowania mediów jako takich. Często to oczekiwania odbiorców wobec mediów są nieadekwatne do tego, jaką rolę mogą, chcą i realnie odgrywają media. Niejednokrotnie odbiorcy spodziewają się, że będą one lustrem otaczającego świata, pełniąc wyłącznie służebną rolę wobec społeczeństwa. Te oczekiwania nie są spełniane. Dlatego w książce zwracamy uwagę, że do odbioru mediów niezbędne jest właściwe przygotowanie. Odpowiednia wiedza o naturze mediów pozwala, przynajmniej do pewnego stopnia, uodpornić się na medialne oddziaływania.

W pracy analizujemy wiele przykładów oddziaływań mediów, które zniekształcają obraz świata. Dowodzimy, że takie działania są podejmowane w konsekwencji zmasowanych, ściśle zaplanowanych oddziaływań o charakterze propagandowym, które mają wywołać w codziennym życiu zmiany postaw, celów, wartości i działań ludzi. Jednak medialne manipulacje mają miejsce także w bardziej wyrafinowanym środowisku. Kampanie wyborcze w demokratycznych państwach, a także prezentowanie wiadomości o świecie w zachodnich społeczeństwach to także obszar, w którym rozgrywają się zaplanowane działania manipulacyjne.

Myśląc o manipulacji, trzeba mieć świadomość tego, jak szeroki zakres różnych zjawisk, odczuć, działań i ich konsekwencji w potocznym rozumieniu jesteśmy w stanie tym słowem oznaczyć. Manipulacją określamy celowe działania mediów podejmowane w ramach współczesnych wojen informacyjnych i hybrydowych, ukierunkowujące odczucia i emocje zbiorowości wobec innych społeczności czy narodowości. Informacja medialna uznawana jest obecnie za równie niebezpieczną broń jak konwencjonalne

środki bojowe. Wpływ informacyjny mediów na społeczeństwo polega na tym, że te przedstawiają tylko fragment rzeczywistości, wydarzenia czy zagadnienia, co w naszej ocenie ma manipulacyjną naturę. Przez manipulację rozumiemy także stronniczość, czyli prezentowanie jedynie wybranych racji zbieżnych z celami, dążeniami i poglądami manipulującego. Łączymy ją też ze zjawiskiem radykalnej hipertrofii informacji.

Prezentowana czytelnikowi praca składa się z trzech części. Dwa pierwsze rozdziały przedstawiają, jak zmienia się świat informacji, jak nowoczesne społeczeństwa przyjmują te zmiany i jak sobie z nimi radzą. W pierwszym rozdziale szczegółowo zaprezentowana została szeroka siatka pojęciowa terminów, które skłonni jesteśmy utożsamiać z manipulacją. W odróżnieniu od potocznego oglądu manipulacji, w pracy podjęto starania o uporządkowanie określeń i zjawisk, które w różnym zakresie, stopniu i na różnym poziomie analizy sprzyjają manipulowaniu rzeczywistością. W drugim rozdziale skoncentrowano się na opisie znaczenia kompetencji informacyjnych. W tej części pracy ujęto głównie rozważania o tym, jaką rolę odgrywają wiedza, wykształcenie oraz kompetencje zarówno w możliwości dezinformacji, jak i identyfikacji oraz rozumienia tego, czy, kiedy i dlaczego jesteśmy manipulowani. Istnieje konieczność dostrzegania i rozróżniania metod realizacji przez decydentów społecznych funkcji informacji, do których Józef Oleński zalicza odwzorowywanie rzeczywistości, tworzenie zasobów wiedzy, podejmowanie decyzji, sterowanie i konsumpcję<sup>3</sup>. Preferowanie określonej funkcji informacji i przypisanie jej istotnego lub marginalnego miejsca w hierarchii wpływa na stopień wywiązywania się państwa z odpowiedzialności za tworzenie społecznego ładu informacyjnego, a zarazem na kształtowanie świadomości informacyjno-medialnej społeczeństwa.

Druga część pracy, na którą składają się trzeci i czwarty rozdział, stawia sobie za cel osadzoną w rozważaniach teoretycznych, ale jednak głęboko empiryczną analizę oddziaływań o manipulacyjnym charakterze. Zaprezentowano konkretne, bogato udokumentowane wyniki badań na temat sposobu, w jaki media mogą wpływać na społeczeństwa, oraz ich roli we

---

<sup>3</sup> J. Oleński, *Infrastruktura informacyjna państwa w globalnej gospodarce*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2006.

współczesnej wojnie hybrydowej, w której stanowią one jedną z ważnych, być może nawet najważniejszych przestrzeni walki toczonej nie o terytorium czy zasoby, ale w pierwszej kolejności o świadomość, wiedzę, postawy i emocje. Materiał empiryczny dotyczy dwóch, bodaj najbardziej frapujących, obszarów na świecie, które prowadzą silną manipulatorską działalność medialną: Federacji Rosyjskiej i ISIS. Oba te podmioty przy użyciu niezwykle zróżnicowanego arsenału metod oddziałują informacyjnie na całe narody, grupy etniczne i społeczności. Druga część pracy opisuje i wyjaśnia zachodzące tam procesy, stosowane metody i ich wzajemne powiązania, a także stanowi analizę konsekwencji tych działań. Pozwala to zrozumieć, dlaczego prowadzone tu rozważania są tak ważne, a także daje szansę na dokonanie prognozy kierunków rozwoju zasobu medialnych działań manipulacyjnych.

Trzecia część pracy dotyczy w dużej mierze polskiej rzeczywistości społeczno-politycznej i mediów. W rozdziale piątym nakreślono funkcje mediów w nowoczesnym społeczeństwie informacyjnym w kontekście politycznych wyborów jego członków. W demokratycznych państwach zarzut manipulacji postawami odbiorców wymierzony jest w konkretną stację telewizyjną, gazetę czy dziennikarza i wydaje się oskarżeniem bardzo poważnym. Okazuje się jednak, że media, coraz bardziej znaczące także w państwach demokratycznych, za sprawą stronniczości oraz całej gamy środków nie tylko relacjonują rzeczywistość polityczną, ale także ją kreują lub co najmniej współkreują. Szósty, ostatni rozdział pracy stanowi empiryczną analizę wybranych polskich mediów, przeprowadzoną w oparciu o przebadanie zawartości wybranych programów telewizyjnych i czasopism. Analiza ta prowadzi do wniosku o znaczącej skali manipulatorskich działań medialnych. Chodzi tu szczególnie o media publiczne, a także tygodniki społeczno-polityczne, które w świetle wyników przytoczonych badań są graczem na rynku politycznym, nie zaś jedynie forum dyskusji między przedstawicielami stron politycznych.

Rozważania oparte zostały o wszechstronną literaturę przedmiotu. Autorzy wykorzystali publikacje i materiały empiryczne napisane w języku polskim, francuskim, angielskim, niemieckim, rosyjskim i ukraińskim. Warto dodać, że znaczna część materiałów obcojęzycznych, szczególnie

angielskich, rosyjskich i ukraińskich, nie była dotąd w tłumaczeniu na język polski prezentowana polskiemu czytelnikowi. Dwa pierwsze rozdziały książki opracowała Hanna Bartnowska, rozdziały trzeci i czwarty Olga Wasiuta, natomiast rozdziały piąty i szósty opracował Rafał Klepka. Autorzy liczą na życzliwe przyjęcie niniejszej pracy, uwagi krytyczne oraz dyskusje na temat zaprezentowanych w niej rozważań.

# ROZDZIAŁ I

## MANIPULACJA W ŚRODOWISKU NADMIARU INFORMACJI

---

### 1.1. Konsekwencje potopu informacyjnego dla rozwoju współczesnej kultury

Nadmiar informacji utrudnia w naszych czasach sprawne funkcjonowanie każdej osobie, organizacji i społeczności. Staje się on codziennością, generując wiele zagrożeń, na które większość z nas nie jest przygotowana. Niektórzy go ignorują, bagatelizują a nawet nie dostrzegają, dla innych stanowi on tylko kłopotliwą przeszkodę w wyborze optymalnego rozwiązania, ale są i tacy, którzy z racji wykonywanej profesji muszą zmierzyć się z tym problemem. Wykorzystując dostępne środki i techniki selekcji informacji, starają się dotrzeć do relewantnych treści spełniających ściśle określone kryteria. Umiejętność ta opanowana jest przez poszczególnych członków społeczeństwa w różnym stopniu, także z powodu zróżnicowanego poziomu kompetencji informacyjnych i niewykształconej w pełni świadomości informacyjnej. Jej niedostatki utrudniają dostrzeganie granic pomiędzy zagrożeniami, szansami i wyzwaniem, jakie niesie ze sobą cywilizacja informacyjna.

Cechą charakterystyczną tej cywilizacji jest właśnie wspomniany nadmiar informacji. Prowadzi on do przeciążenia informacyjnego, określanego jako psychiczny dyskomfort, który wywołuje konfrontowanie się podmiotu ze zbyt wielką ilością danych. Zjawisko to łączy się z takimi pojęciami, jak: przeładowanie informacyjne, zmęczenie informacyjne, paraliż informacyjny, panika

informacyjna, infoparaliż, informacyjne AIDS, a także stres poznawczy, stres informacyjny, niepokój informacyjny. Wynika ono z ograniczonych przez biologię możliwości przetwarzania informacji, które dostarczane są człowiekowi coraz szybciej i coraz liczniej za pośrednictwem coraz doskonalszych i wydajniejszych technologii informacyjnych.

Maria Ledzińska zwraca uwagę na zasadność wprowadzenia w środowisku globalnych przemian terminu „stres informacyjny”, rozumianego jako nowa postać stresu, typowa dla przedstawicieli społeczeństwa informacyjnego<sup>1</sup>. Powstaje on u jednostki wskutek nierównowagi między napływającymi informacjami a możliwościami ich przetworzenia, obciąża jej uwagę i pamięć, doprowadzając do utraty kontroli poznawczej i metapoznawczej, towarzyszy jej też na wszystkich etapach przetwarzania danych<sup>2</sup>. Przyczyną stresu jest uczucie bezsilności wobec zmiany danej sytuacji lub niemożności przejęcia kontroli nad nią – np. cyfrowi imigranci, osoby urodzone w środowisku analogowym, pozostają bezsilni wobec konieczności adaptacji do nowych warunków technologicznych, co wynika z braku wiedzy technicznej, kompetencji informacyjnych, lęku przed komputerem, niezajomości języków obcych, nieakceptowania wirtualności życia i wielozadaniowości, preferowania analitycznego przetwarzania informacji oraz liniowego postrzegania rzeczywistości itd.

Neil Postman dostrzega przyczynę przeciążenia informacyjnego nie tylko w ograniczeniach poznawczych umysłu, ale i w nieskuteczności filtrów informacyjnych, do których zalicza takie instytucje i struktury społeczne, jak rodzina, Kościół, systemy prawne oraz polityczne<sup>3</sup>. Wiesław Babik powodów przeciążenia dopatruje się w gwałtownym wzroście liczby produkowanych informacji, łatwości ich powielania i przekazywania w internecie, wzroście pojemności istniejących kanałów przekazu, wzroście znaczenia informacji

---

<sup>1</sup> M. Ledzińska, *Człowiek współczesny w obliczu stresu informacyjnego*, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warszawa 2009, s. 83.

<sup>2</sup> W. Babik, *O natłoku informacji i związanym z nim przeciążeniu informacyjnym*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2010, s. 21–27.

<sup>3</sup> N. Postman, *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, tłum. A. Tanalska-Dulęba, Muza, Warszawa 2004, s. 92.



historycznych, sprzeczności i niedokładności dostępnych informacji, niskiej świadomości informacyjnej nadawców i odbiorców informacji, braku efektywnych metod porównywania i przetwarzania różnych rodzajów informacji, fragmentaryzacji informacji<sup>4</sup>.

Skutkami przeciążenia informacyjnego są:

- niemożność podjęcia decyzji (mając do wyboru zbyt wiele wariantów rozwiązania danego problemu, jesteśmy skłonni do rezygnacji z podjęcia decyzji lub dokonujemy wyboru niekorzystnej opcji);
- żal za wyborami, z których rezygnujemy na korzyść innych (im więcej kryteriów analizujemy przed podjęciem decyzji, tym bardziej jesteśmy niezadowoleni z dokonanego wyboru);
- preferowanie informacji najbardziej aktualnych, a nie tych o dużej wartości i jakości (aktualność niesłusznie utożsamiamy z jakością);
- rezygnacja z intuicji w procesach decyzyjnych (podświadomość działa najlepiej, gdy może ignorować część informacji – kreatywne pomysły i decyzje nie są wynikiem świadomej analizy, a nadmiar informacji nie pozwala dotrzeć mózgowi do tych, które są nam najbardziej potrzebne w danej chwili);
- przekonanie o powierzchowności poznania;
- obniżenie motywacji użytkowników mediów (depresja informacyjna), zamykanie kanałów informacyjnych i rezygnacja z określonych źródeł informacji<sup>5</sup>.

Przeciążenie informacyjne czasami mylone jest z potopem informacyjnym, określanym też jako eksplozja informacji, tsunami danych, wybuch informacji, zalew informacji, bomba I – czyli informacyjna, nadprodukcja informacji, szum informacyjny, mgła informacyjna, nadmiarowość informacji. Pojęcie to pojawiło się w literaturze naukowej na przełomie lat 50. i 60. XX wieku. Pierre Lévy, powołując się na użyty przez Roya Ascotta termin „drugi

---

<sup>4</sup> W. Babik, *Ekologia informacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2014, s. 90–91.

<sup>5</sup> M. Ledzińska, *Znaczenie wybiórczości umysłu w dobie informacyjnego zalewu*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków 2004, s. 126–129.

potop”, nazwał nim chaotyczny zalew informacji, strumień danych, wybuchowy charakter rozwoju telekomunikacji, kakofonię i ogłuszający jazgot mediów, wojnę obrazów, propagandy i kontrpropagandy, zamęt w umysłach<sup>6</sup>. W odróżnieniu od biblijnego potopu opisanego w Księdze Rodzaju, który pochłonął ludzkość dotkniętą zepsuciem moralnym, ten potop się nie zakończył, trwa i ewoluuje, a jego kolejne fazy jakościowe generują coraz to nowe i poważniejsze w skutkach zagrożenia, głównie etyczne.

Pierwszą falę potopu informacyjnego łączono z gwałtownym przyrostem liczby różnego rodzaju informacji wytwarzanych przez świat nauki. Rozwój techniki spowodował udoskonalenie narzędzi badawczych, stare dyscypliny nauki podzieliły się na nowe, coraz więcej uczonych zaczęło pracować zespołowo, przez co wzrosła liczba publikacji i informacje zaczęły się dublować. Osłabła wobec tego gwarancja niezawodności informacji źródeł wtórnych, trudniejsze stało się bowiem dotarcie do wszystkich źródeł pierwotnych, metod ich wykorzystania itd. Proces wzrostu liczby informacji Józef Thierry przedstawił w formie spirali rozwoju (krzywej sinusoidalnej), którą zilustrował szybkość przyrostu informacji pochodnych uwarunkowaną tempem wzrostu ilości informacji pierwotnych zawartych we wszelkiego rodzaju dokumentach ukazujących się na całym świecie, przy uwzględnieniu relacji pomiędzy czasem od zakończenia badań naukowych do zastosowania w praktyce wyników tych badań<sup>7</sup>.

Pilnym zadaniem postawionym w tamtych czasach – latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku – przed nauką i techniką było powstrzymanie dalszego zalewu informacji, poprawa jej jakości oraz ograniczenie liczby publikacji. Odpowiedzią na te problemy było m.in. utworzenie przez Eugene’a Garfielda Institute of Science Information (ISI) w Filadelfii, w którym prowadzono i wykorzystywano badania nad teorią informacji do stworzenia narzędzi umożliwiających w skali międzynarodowej rejestrowanie publikacji naukowych. Sformułowane w tamtym okresie prawa informacji naukowej (np. prawo rozproszenia publikacji w czasopismach

---

<sup>6</sup> P. Lévy, *Drugi potop*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002, s. 373–390.

<sup>7</sup> J. Thierry, *Technologia i organizacja informacji naukowej*, WSiP, Warszawa 1980, s. 45–46.

naukowych Samuela C. Bradforda i Briana C. Vickery'ego, prawo częstości występowania słów kluczowych George'a Kingsleya Zipfa, prawo wartości informacyjnej słów Hansa Petera Luhna, prawo zależności między liczbą autorów a liczbą ich prac Alfreda J. Lotki, prawo dezaktualizacji informacji – starzenia się informacji Roberta E. Burtona i R.W. Keblera)<sup>8</sup> przyczyniły się do zaprojektowania pierwszych światowych bibliograficznych baz danych na taśmach magnetycznych, będących wersją elektroniczną czasopism abstraktowych (bieżących bibliografii analitycznych, przeglądów dokumentacyjnych), takich jak Chemical Abstracts, Referativnyj Zhurnal, Science Abstract (INSPEC), MEDLARS, MEDLEIN, INIS.

Szczególnie ważna dla opanowania zalewu informacji naukowych okazała się baza Science Citation Index (SCI), mająca nie tylko ułatwić wyszukiwanie relewantnych publikacji wydawanych na świecie, ale i pomóc ocenić wartość naukową rejestrowanych w SCI publikacji na podstawie liczby ich cytowań, rangi naukowej autorów, wartości czasopism naukowych, wydawców itp., stając się doskonałym narzędziem oceny parametrycznej aktywności naukowej środowiska badaczy.

Opanowaniu zalewu informacji służyła także idea Johna Desmonda Bernala, aby utworzyć scentralizowane ośrodki reprintów, przechowujące cały dorobek piśmienniczy światowej społeczności naukowców i dostarczające wydruki pełnych tekstów artykułów tylko na życzenie konkretnego użytkownika<sup>9</sup>. Propozycję tę opisywano w literaturze fachowej jako plan Bernala. Zakładano, że artykuły będące podstawową formą informacji o wynikach badań należy zastąpić ich abstraktami publikowanymi w przeglądach dokumentacyjnych. I to nie tylko ze względu na zbyt długi cykl wydawniczy artykułu, ale również z uwagi na ograniczenie nadprodukcji informacji naukowych. Rozwój świadomości autorów na temat celowości zredukowania objętości wydawanych tekstów do formy abstraktów i opisywania ich treści w zestawie słów kluczowych wymagał wsparcia, m.in. w postaci specjalistycznych pism, jak np. Kodeks dobrych obyczajów w publikacjach naukowych.

---

<sup>8</sup> W. Przelaskowski, *Problemy informacji naukowej*, Ośrodek Informacji Naukowej, PAN, Warszawa 1979, s. 62–128.

<sup>9</sup> J.D. Bernal, *The Social Function of Science*, The M.I.T. Press, Cambridge–London 1967.

Ten wydany przez UNESCO dokument wyjaśniał naukowcom i wydawcom mechanizm reprezentacji ich wytworów w zautomatyzowanych systemach informacyjnych i wymogi w obszarze metadanych, które publikacje muszą spełniać, aby być widoczne w tych systemach<sup>10</sup>.

Konkludując, w okresie pierwszej fali potopu informacyjnego problemy z nadmiarem informacji dotyczyły głównie nadprodukcji dokumentów technicznych i naukowych. Związane były one z lawinowym rozwojem nauki i techniki, specjalizacją i integracją nauki, dublowaniem się informacji, wielo-tematycznością treści przekazywanych informacji, wzrostem liczby języków używanych w publikacjach naukowych, wydłużaniem się cyklu informacyjnego itd.<sup>11</sup> Szum informacyjny, jaki towarzyszył nadmiarowi komunikatów, powstawał głównie w wyniku rywalizacji i pośpiechu, co według Adama Górskiego prowadziło do podawania opinii publicznej wiadomości „do końca niezbadanych, teoretycznie niedopracowanych, a w konsekwencji praktycznie nieprzetestowanych”<sup>12</sup>. W tej pierwszej fali zalewu informacyjnego konieczność poddawania informacji zorganizowanym formom selekcji ujawniła także potrzebę etycznej oceny informacji naukowych, a nie dopiero skutków jej zastosowania. Ponieważ o wykorzystaniu zdobyczy decydują głównie ośrodki władzy, „generowanie i gromadzenie wiedzy musi być dyktowane przez system obiektywnych norm etycznych oraz nadrzędnych wartości”<sup>13</sup>. Problem ten dostrzegła już w XIX wieku Anne Louise Germaine de Staël-Holstein (Madame de Staël), stwierdzając: „postęp naukowy czyni postęp moralny koniecznością, gdyż – jeśli wzrasta potęga człowieka, muszą być również wzmocnione hamulce, które powstrzymają go przed jej nadużywaniem”<sup>14</sup>. A nadużycie, zamysł i zastosowanie złych zamiarów muszą zostać wpisane

---

<sup>10</sup> H. Batorowska, B. Czubała, *Wybrane zagadnienia nauki o informacji i technologii informacyjnej*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Kraków 2000, s. 20.

<sup>11</sup> Ibidem, s. 18.

<sup>12</sup> A. Górski, *Polityka i informacja*, [w:] *Dylematy cywilizacji informatycznej*, red. A. Szewczyk, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004, s. 212.

<sup>13</sup> Ibidem, s. 213.

<sup>14</sup> H. Dauber, *Obszary uczenia się w przyszłości. Perspektywy pedagogiki humanistycznej*, tłum. J. Marnik, M. Wawrzak-Chodaczek, Impuls, Kraków 1997, s. 83.

w ocenę ryzyka rozwoju technologicznego i naukowego, aby społeczeństwo światowego ryzyka nie utraciło możliwości kontrolowania poddecyzyjnych skutków ubocznych i zagrożeń wynikających z triumfu wiedzy<sup>15</sup>.

W kolejnych przyptywach potopu informacyjnego problem odpowiedzialności naukowców za produkcję informacji naukowych wykorzystywanych nie zawsze dla dobra ludzkości przysłoniła dyskusja, która rozwinęła się wokół problemów etycznych generowanych przez cywilizację cyfrową, wynikających z braku zrównoważonego rozwoju człowieka w sferze kultury i techniki.

Druga fala potopu informacyjnego dosięgła ludzkość wraz z upowszechnieniem się internetu i nieograniczoną możliwością umieszczania w nim wszelkich treści o różnej wartości, jakości i w różnym celu (informacyjnym, polemicznym, złośliwym, szkodliwym, przestępczym itd.), zarówno przez profesjonalistów, jak i osoby mierne, osoby znane lub nieujawniające swojej tożsamości. Przemieszanie w sieci informacji cennych z bezużytecznymi, prawdziwych z fałszywymi, ważnych z marginalnymi spowodowało zaśmieszenie środowiska informacyjnego człowieka, trudności w znalezieniu informacji wartościowych i odróżnianiu ich od zniekształconych, tendencyjnie napisanych, wrogich, destrukcyjnych, deformujących obraz rzeczywistości. Internet zamiast źródłem informacji stawał się stopniowo wielkim wysypiskiem opinii, miejscem poniżania i obrażania ludzi<sup>16</sup>. Zbudowane na internecie społeczeństwo informacyjne Marian Golka nazywa współczesną wersją dawnych jarmarków odpustowych oferujących „tandetę informacyjną” – błahe, pozornie ważne, niepotrzebne, szkodliwe i niebezpieczne treści<sup>17</sup>. Grzęźniemy w nadmiarze informacji, nie potrafiając odróżnić tych, które są nam potrzebne, nie umiając ich filtrować i oceniać. Rezygnujemy przy tym

---

<sup>15</sup> U. Beck, *Spółczesność światowego ryzyka. W poszukiwaniu utraconego bezpieczeństwa*, tłum. B. Baran, Scholar, Warszawa 2012, s. 31.

<sup>16</sup> R. Tadeusiewicz, *Nowe zadania w obszarze nauczania technik informacyjnych: wychowanie dla kultury w cyberprzestrzeni*, [w:] *Informatyczne przygotowanie nauczycieli. Internet w procesie kształcenia*, red. B. Kędzierska, J. Migdalek, Rabid, Kraków 2004, s. 40.

<sup>17</sup> M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, PWN, Warszawa 2008, s. 161.

z myślenia, ulegając „złudzeniu, że procesy myślowe w mózgu mogą przebiegać bez zasobów informacyjnych znajdujących się w pamięci jednostki”<sup>18</sup>, i przyczyniając się tym samym do eskalacji „katastrofy sensu”. Katastrofy tej, spowodowanej w dużej mierze nadmiarem informacji i brakiem sensu czy to komunikatów, czy to sposobu ich przekazywania, odbiorcy coraz częściej nie dostrzegają i komunikują się po to, aby nic nie przekazać. Ten nowy sposób (dez)informowania dominuje nie tylko w rozmowach towarzyskich, ale i w oficjalnym dyskursie medialnym. Społeczeństwo informacyjne zamiast społeczeństwem poinformowanym staje się zatem społeczeństwem nasyconym trywialnymi treściami, przekształca się w społeczeństwo nie-doinformowane.

Stąd pojawiły się w literaturze przedmiotu takie określenia, jak: smog i mgła informacyjna, zatrucie informacyjne, infotoksykacja, erozja jakościowa informacji, chaos informacyjny. Tomasz Goban-Klas odnosi się do szeregu analogii wodnych w sferze komunikowania i informacji, przywołując metafory hydrauliczne, żeglarskie i morskie nawiązujące do procesu informacyjnego, np. przepływ, fala, filtr, śluz, serfowanie, nawigowanie, ocean, zalew, morze<sup>19</sup>. Współczesna infosfera przypomina taki bezmiar wód, ocean zgiełku danych, po którym musimy nauczyć się żeglować, aby nie utonąć lub nie zatruć się informacjami o wątpliwej jakości. Zbyt często jednak dryfujemy bez świadomości, w jakim kierunku płyniemy i co spotkamy po drodze.

Mgła informacyjna, w której błędą użytkownicy informacji, sprawia, że tracą oni możliwość sprawdzenia wiarygodności informacji i jej oceny, natrafiając tylko przypadkowo na wartościowe dane, bez przekonania, czy mogą one stanowić podstawę decyzji i działań. Nie dostrzegają bowiem innych,

---

<sup>18</sup> Ibidem, s. 158. Ponadto metody konektywistyczne utwierdzają w przekonaniu, że wystarczy umieć poruszać się po węzłach informacji, aby pozyskać dane, spożytkować je i natychmiast zapomnieć. Zob. H. Batorowska, *Konektywizm w kontekście kształcenia kompetencji informacyjnych*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia” 2012, nr 10, s. 20–38.

<sup>19</sup> T. Goban-Klas, *Rwący nurt informacji*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Akademia Pedagogiczna, Kraków 2008, s. 50–54.

równie ważnych informacji<sup>20</sup>. Ryszard Tadeusiewicz obrazowo przedstawił mgłę jako:

(...) kropelki wody – substancji niezbędnej do życia i w typowych warunkach przyjaznej ludziom. Źródłem zła w mgle nie jest więc jej skład lub jej zawartość – ale fakt niesłychanego rozdrobnienia kropelek wody (informacji, danych) oraz fakt ich wszechobecności. Ta sama ilość wody zebranej razem, w jednym miejscu, uporządkowanej – nie stanowi żadnego problemu. Rozpylona w postaci mgły – poraża i dusi. Dokładnie to samo dzieje się z informacją we współczesnych systemach teleinformatycznych<sup>21</sup>.

Mgła sama w sobie nie jest aż tak szkodliwa jak smog informacyjny (czyli dostępność nadmiaru wrażliwej jakości źródeł informacji), który niszczy nasze umiejętności wartościowania informacji i potrzebę ich wybiórczości, zatruwa i infekuje informacje, zakłóca ich prawidłowy przekaz i odbiór. Smog to:

(...) duszący nadmiar informacji, paraliżujący rozwój i wykorzystanie technik informatycznych, jest produktem ubocznym upowszechnienia i rozproszenia procesów wytwarzania, gromadzenia, przetwarzania i przesyłania informacji<sup>22</sup>.

Powoduje on, że wchodzimy w trzecią fazę potopu informacyjnego, w której człowiek uzależniony od sieci i technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz potrzeby ciągłego nadmiernego, nieuzasadnionego korzystania ze

---

<sup>20</sup> R. Tadeusiewicz, *Smog informacyjny*, „Prace Komisji Zagrożeń Cywilizacyjnych”, 1999, t. 2, s. 97–107.

<sup>21</sup> Idem, *W dymie i we mgle*, s. 9, <http://www.solidarnosc.org.pl/ksn/strona-archiwalna/Docs/rystad.pdf> (dostęp 21.03.2018); zob. też M. Szynekiewicz, *Metafora smogu informacyjnego a procesy informacyjne*, „Studia Metodologiczne” 2014, nr 32, s. 65–77, Metafora smogu informacyjnego sformułowana została pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX wieku, a w 2004 roku angielskie pojęcie *data smog* trafiło do słownika oksfordzkiego.

<sup>22</sup> Ibidem.

źródeł (konsumpcjonizmu informacyjnego) staje się bardzo podatny na ataki informacyjne. Smog jest toksyczny i sprawia, że nasz ogląd rzeczywistości (wydarzeń) może zostać zainfekowany, zniekształcony i zmanipulowany, szczególnie w obszarze hierarchii wartości.

Smog informacyjny powstaje także w wyniku namnażania się informacji (multiplikacji), a więc celowego i najczęściej złośliwego, wrogiego powielania i rozsyłania szkodliwych informacji wszelkimi dostępnymi kanałami, wśród których najskuteczniejszymi okazują się media społecznościowe. Namnażanie informacji może mieć różne cele, np. polityczne, społeczne, ekonomiczne, personalne. Chaos informacyjny, jaki wywołuje, sprawia, że odbiorca traci nie tylko orientację, ale i wrażliwość na wiadomości dla niego istotne. Środowisko trzeciego etapu potopu informacyjnego, w którym wykorzystuje się produkcję nadmiaru danych i manipuluje się informacją w celu wywarcia wpływu na zachowania i postawy jednostki lub całych zbiorowości, zmianę ich świadomości i profilowanie umysłów zgodnie z ukrytymi celami dysponentów informacji, przeradza się w środowisko walki informacyjnej. W walce tej dezinformacja i narzucanie emocjonalnego postrzegania rzeczywistości służy realizacji zamierzeń agresora. Brak kontroli nad manipulacją związany jest najczęściej z brakiem wiedzy podmiotu na temat tego zjawiska i świadomością bycia manipulowanym<sup>23</sup>. Jak jednak czytamy w przedmowie wydawcy do książki Pawła Znyka o współczesnych obliczach propagandy:

(...) rozumienie, na czym polega manipulacja i jakimi sposobami bywa realizowana, jest bardzo potrzebne dla skutecznej przed nią obrony. Są dziś jednak potężne siły zainteresowane tym, żeby mechanizmów robienia wody z mózgu nie rozszyfrowywać i się przed manipulacją nie bronić, a więc żeby była ona jak najbardziej skuteczna<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Wojna hybrydowa Rosji przeciwko Ukrainie*, Arcana, Kraków 2017, s. 162–163; eidem, *Medialna manipulacja informacją w wojnie hybrydowej Rosji przeciwko Ukrainie*, [w:] *Medialne obrazy świata. wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, red. R. Klepka, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2018.

<sup>24</sup> P. Znyk, *Propaganda – współczesne oblicza. Technologia zabójstwa medialnego*, Bracia Zybert APR „Gryf” s.c., Łódź 2011, s. 9.



Walka informacyjna toczy się zatem także pomiędzy siłami, które dążą do zdemaskowania procederu manipulacji, a siłami, które za wszelką cenę chcą jej kunszt zachować tylko dla siebie, wypierając ten proceder ze świadomości obywateli<sup>25</sup>.

Powstawaniu mgły, smogu, chaosu, zalewu informacyjnego sprzyja przyspieszenie w sferze rozwoju technologicznego, powodujące, że informacje napływają do nas szybciej, niż jesteśmy w stanie je przetworzyć. Do walki z natłokiem informacji spowodowanym przyspieszeniem trzeba przygotować społeczeństwo, wyposażając je w kompetencje informacyjne i uzmysławiając ich przydatność w środowisku przesylenia informacyjnego<sup>26</sup>. Świadomość tę kształci się w szkołach, ale wspierają ją także różne działania poza oświatą.

Walką z nadmiarem informacji zajmuje się m.in. grupa badaczy, praktyków i technologów ze środowisk akademickich i korporacji oraz dostawców rozwiązań i firm konsultingowych skupiona w IORG (Information Overload Research Group) – organizacji non profit z Oregonu, która została utworzona w czerwcu 2008 roku. Zainicjowana przez nich działalność koncentruje się na konsekwencjach przeciążenia informacyjnego, jakie ponosi społeczeństwo głównie w obszarze polityki, nauki i ekonomii<sup>27</sup>. Komitet IORG ds. Badań nad Przeładowaniem Informacji wykorzystuje media społecznościowe jako narzędzie wymiany informacji, promuje współpracę między przemysłem a środowiskiem akademickim i rozwija naukę o walce z nadmiarem informacji, której przedmiotem jest przeciążenie występujące zarówno w domenie cyfrowej, jak i w tradycyjnej – analogowej. Badania na ten temat prowadzone są m.in. przez Grażynę Wieczorkowską-Wierzbińską, Barbarę Czarniawską, Orvara Löfgrena, Sabinę Siebert. Jak zauważa Wieczorkowska-Wierzbińska,

---

<sup>25</sup> Przykładem może być marginalizacja edukacji informacyjno-medialnej w polskiej oświacie i ograniczanie jej głównie do sfery narzędziowej. Zob. H. Batorowska, *Kultura informacyjna w perspektywie zmian w edukacji*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2009.

<sup>26</sup> H. Batorowska, *Information literacy powinnością społeczeństwa informacyjnego*, „Bibliotheca Nostra” 2012, nr 2, s. 12–30; H. Batorowska, *Przetwarzanie informacji w środowisku jej nadmiarowości i przyspieszenia technologicznego w świetle badań własnych*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2017, nr 1, s. 177–191.

<sup>27</sup> *Information Overload Research Group*, <http://iorgforum.org/> (dostęp 4.04.2018).

autorka książki na temat psychologicznych ograniczeń podmiotu w przetwarzaniu informacji: „stałą cechą nowej świadomości jest nieuwaga. (...) Dotarciu do wiedzy nie towarzyszy wewnętrzny wysiłek jej zrozumienia, przemyślenia, krytycznego zglębienia”<sup>28</sup>. Czarniawska natomiast w inspirującej książce *Cyberfactories*<sup>29</sup> podejmuje tematykę nadprodukcji wiadomości przez agencje informacyjne, ukazuje, w jaki sposób organizacje te decydują, które wiadomości są ważne, oraz rozpatruje dwa bardzo aktualne problemy: cyberprzestępczość i cyborgizację. Istota tego pierwszego tkwi w sferze relacji między technologią i maszyną a człowiekiem – technika odgrywa coraz większą rolę w produkcji wiadomości; drugiego zaś w tym, że ludzie, coraz częściej całkowicie polegając na maszynach, rezygnują z własnej refleksji i uzależniają się od technologii. Czarniawska ujawnia zagrożenia generowane przez rozwój technologiczny, ukazując wynikające z nich konsekwencje i komplikacje. Prowadzący z nią badania Löfgren dokonuje kulturowej analizy życia codziennego w obszarze konsumpcji i mediów. W Polsce problemami nadmiaru informacji w kontekście ekologii informacji, informatologii, psychologii, kultury, etyki, pedagogiki, technologii kształcenia zajmują się Wiesław Babik, Katarzyna Materska, Maria Ledzińska, Janusz Morbitzer, Tomasz Goban-Klas, Ryszard Tadeusiewicz, Zbyszko Melosik, Włodzimierz Gogołek, Mariusz Jędrzejko, Danuta Morańska i inni. W niniejszym tekście znajdują się liczne odwołania do ich refleksji.

Walka z nadmiarem informacji, a szczególnie z namnażaniem się informacji i stresem informacyjnym, wymaga obecnie kształtowania w społeczeństwie kultury bezpieczeństwa informacyjnego i uodporniania go na ataki informacyjne<sup>30</sup>. Aby nie stać się ofiarą zatrucia informacyjnego, smogu informacyjnego i niewolnictwa informacyjnego, nie wystarczą kompetencje

---

<sup>28</sup> G. Wieczorkowska, J. Wierziński, B. Michałowicz, *Odmitologizowanie przyjmowanych bezrefleksyjnie założeń edukacyjnych*, „Nauka” 2013, nr 2, s. 20; G. Wieczorkowska-Wierzińska, *Psychologiczne ograniczenia*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2011.

<sup>29</sup> B. Czarniawska, *Cyberfactories. How News Agencies Produce News*, Edward Elgar, Cheltenham–Northampton 2012.

<sup>30</sup> H. Batorowska, *Kultura bezpieczeństwa informacyjnego*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2018, nr 1, s. 92–100.

informacyjne podmiotu. Musi je wspierać wychowanie do informacji i etycznego, mądrego, odpowiedzialnego korzystania z infosfery. Jednym z narzędzi ułatwiających walkę ze smogiem jest system indywidualnego zarządzania informacją (PIM – Personal Information Management)<sup>31</sup>. Odbiorca treści, nie będąc przygotowanym do radzenia sobie z nadmiarowością danych, informacji i komunikatów, nie potrafiąc oceniać ich wiarygodności i jakości, nie wiedząc, z jakich źródeł informacji korzystać i jak je selekcjonować, nie radząc sobie z ich przetwarzaniem, popada w stan permanentnego stresu informacyjnego. Sytuacja ta ułatwia dysponentom informacji sterowanie ich adresatami.

Podsumowując, nadmiar informacji, przyspieszenie w sferze technologii informacyjno-komunikacyjnych, niewystarczające kompetencje informacyjno-medialne i językowe oraz brak uwrażliwienia na znaczenie bezpieczeństwa sprawia, że informacja staje się bodźcem, za pomocą którego łatwo steruje się społeczeństwem. Tym bardziej że wartościowe informacje pochłonięte zostają przez szum informacyjny, będący coraz częściej stosowaną w mediach metodą przekazu. Informację w środowisku przeciążenia informacyjnego można wobec tego rozpatrywać w kategoriach manipulowania człowiekiem, jego świadomością, zachowaniami i postawami.

Trzecia fala potopu informacyjnego jest więc związana z uzależnieniem człowieka od sieci i technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz ciągłego dostępu do informacji i pogoni za informacją. Stan ten osłabia jego refleksyjność, sprawia, że staje się on bardzo podatny na ataki informacyjne. Potęguje go często bezmyślność w reagowaniu na określone bodźce, która przyczynia się do automatyzacji zachowań. Podatność tę wzmagają problem oceny przez odbiorców wiarygodności informacji. Jarosław Boruszewski, powołując się na artykuł Holmesa Millera, pisze: „wiarygodność informacji jest atrybutem relatywnym zarówno w stosunku do nadawcy, jak i odbiorcy, gdyż jest pochodną czynników, które zależą zarówno od nadawcy, jak i odbiorcy”; oraz: „wiarygodność informacji nie jest czynnikiem warunkującym jakość informacji,

---

<sup>31</sup> Eadem, *Indywidualne zarządzanie informacją zabezpieczeniem przed manipulacją w środowisku płynnej inwigilacji*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2018, nr 1, s. 135–143.

lecz jej rezultatem”<sup>32</sup>. Dlatego jakość informacji może być nisko oceniona przez odbiorcę nawet w sytuacji, gdy jej wiarygodność jest wysoka. Jak dodaje Babik, wiarygodność jest atrybutem informacji względnym także wobec jej źródła, czyli nadawcy. Wiarygodność ocenia się na podstawie posiadanych wiadomości o autorze komunikatu i środowisku, w którym funkcjonuje, np.:

- afiliowanej przez niego instytucji,
- stanowisku,
- wiedzy,
- kompetencjach,
- intencjach,
- zainteresowaniach,
- koligacjach,
- wyrażanych opiniach,
- życiu prywatnym.

Co zaś najważniejsze – ocena wiarygodności jest subiektywna i zależy przede wszystkim od krytycyzmu i kompetencji odbiorcy informacji<sup>33</sup>, a to rzutuje na możliwość sterowania podmiotem, np. przez media kształtujące opinię publiczną. Oznacza także, że jeżeli nawet nabywca informacji będzie dysponował wiarygodnymi i rzetelnymi danymi, to nie posiadając odpowiednich predyspozycji intelektualnych, może on w wyniku manipulacji i dezinformacji odrzucić je jako bezwartościowe lub w swojej opinii fałszywe.

Stąd apel pedagogów o konieczność takiego wychowania młodzieży, w którym kształtowane będą postawy zmierzające do zwiększenia wpływu człowieka na sposób korzystania z technologii i mediów. Musi on w pierwszej kolejności wiedzieć, że samozadowolenie z posiadanych umiejętności posługiwania się technologiami informacyjno-komunikacyjnymi (TIK) nie znajduje odbicia w rzeczywistości, np. w dokonywaniu świadomych wyborów<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> J. Boruszewski, *Jakość i wiarygodność informacji w infobrokerstwie*, „Lingua ac Communitas” 2012, t. 22, s. 241–250; H. Miller, *The Multiple Dimensions of Information Quality*, „Information Systems Management” 1996, nr 13, s. 79–82.

<sup>33</sup> W. Babik, *O wiarygodności informacji*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, E. Musiał, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2014, s. 13.

<sup>34</sup> B. Kamińska-Czubała, *Kultura informacyjna użytkownika informacji – problemy i metody badań*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym – teoria*

Badania na temat zachowań informacyjnych pokolenia cyfrowych tubylców potwierdzają spostrzeżenie Zygmunta Baumana o tendencji zastępowania człowieka, który świadomie potrafi wybrać relewantne produkty, przez „człowieka wybierającego”<sup>35</sup>, sterowanego przez rynek konsumencki, u którego czynność wybierania wiąże się z imperatywem obsesyjnego zaspokajania potrzeby nowości. „Człowiek wybierający” ulega sugestii mediów potęgujących w nim potrzebę wyboru sugerowanych produktów, usług czy idei.

Przeciwdziałanie takim procederom wymaga od atakowanych podjęcia trudu zauważenia, że jest się obiektem manipulacji, i chęci niepoddawania się wpływowi innych, a więc aktywności. A to wymaga wysiłku, pracy oraz wsparcia podmiotów świadomych konsekwencji skrytych działań agresorów. Niestety, w nowej kulturze hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia, praca wymagająca trudu i kompetencji traci sens<sup>36</sup>. Dlatego bezrefleksyjne korzystanie z ułatwień, jakie oferują współczesne TIK, prowadzi do uzależnienia od wyborów dokonywanych przy ich użyciu i do niedostrzegania, że jest się manipulowanym.

Część badaczy uznaje, że kultura książki, druku oraz czytania może być wykorzystywana w profilaktyce zagrożeń ze strony TIK i stać się warunkiem zachowania autonomiczności w środowisku szerokopasmowej komunikacji<sup>37</sup>. Książka może stanowić oręż w walce z manipulacją i wpływem mass mediów oraz TIK na psychikę człowieka, broniąc go przed wchłonięciem przez zewnętrzne modele psychiczne. Człowiek o umyśle zaprogramowanym zgodnie ze schematami porządkującymi informacje przez media interaktywne dociera tylko do tego, na co pozwalają mu te schematy. Książka dzięki linearnemu układowi treści, samoistości, zwartości, uporządkowaniu, głębi

---

*i praktyka*, t. 2, red. H. Batorowska, Z. Kwiasowski, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2016, s. 55–73; H. Batorowska, *Perceived Self-efficacy vs. Actual Level of Training in Personal Information and Knowledge Management. A Research Report*, „Bibliotheca Nostra” 2016, nr 2, s. 61–89.

<sup>35</sup> Z. Bauman, *Płynne życie*, tłum. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2005, s. 55.

<sup>36</sup> J. Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, tłum. E. Kania, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003, s. 197–198.

<sup>37</sup> H. Batorowska, *Książka w kulturze szerokopasmowej*, „Teoria i Praktyka Informacji Naukowej” 2012, nr 2, s. 10–15.

tekstu i zdefiniowanemu znaczeniu zmusza do wysiłku intelektualnego, do tworzenia własnych schematów myślowych, niezależnych od wpływu mediów i sposobów porządkowania wiedzy przez systemy informatyczne<sup>38</sup>. Przeciwstawia się formą fałszowaniu rzeczywistości, postrzeganiu jej w obrazach wyrwanych z kontekstu i niepełnych, dając tym samym odpór manipulacji ze strony hipertekstowego i interaktywnego czytelnika<sup>39</sup>. Książka to nośnik idei i znaczeń, które rozwijają racjonalny dyskurs oraz nastawione są na spójny, logicznie uporządkowany opis świata<sup>40</sup>. Ponadto tekst drukowany w dobie dystrybucji elektronicznej wspiera autorytet informacji<sup>41</sup>. Dlatego przeznaczeniem książki jest coraz większa odpowiedzialność za wiarygodność informacji, których wartość zdegradowała się w potopie danych elektronicznych. Książka pozwala zarazem podmiotowi zachować osobistą kontrolę nad językiem, sprawiając, że podczas lektury umysł podejmuje wszystkie decyzje dotyczące precyzowania znaczeń i buduje własną tożsamość<sup>42</sup>. Derrick de Kerckhove słusznie stwierdza, że współcześnie książkę należy postrzegać w kategorii technologii przetrwania podmiotu w cywilizacji medialnej, spawalnia ona bowiem technologiczne tempo przekazywania informacji. Daje też czas na osobistą refleksję, która umożliwi osiągnięcie zrównoważonego rozwoju w sferze kultury i techniki.

Jak podkreśla Morbitzer, „nie wszystko, co jest technicznie realizowane, może być akceptowane z etycznego i moralnego punktu widzenia”<sup>43</sup>, a zachowanie autonomii człowieka w technokratycznym świecie ściśle uzależnione

---

<sup>38</sup> D. de Kerckhove, *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego*, tłum. A. Hildebrandt, R. Glegoła, Mikom, Warszawa 2001, s. 138–140; idem, *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości*, tłum. W. Sikorski, P. Nowakowski, Mikom, Warszawa 2001, s. 45.

<sup>39</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 250.

<sup>40</sup> N. Postman, *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, tłum. L. Niedzielski, Muza, Warszawa 2002.

<sup>41</sup> D. de Kerckhove, *Inteligencja otwarta*, op. cit., s. 128.

<sup>42</sup> U. Eco, *Nowe środki masowego przekazu a przyszłość książki*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej*, red. Maria Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2005, s. 537.

<sup>43</sup> J. Morbitzer, *Człowiek w świecie technologii informacyjnych*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Akademia Pedagogiczna, Kraków 2007, s. 151.

jest od jego dążenia do osiągnięcia stanu równowagi i harmonii między sferą rozumu i emocji. Józef Bańka, twórca filozofii prostomyślności i człowieka prostomyślnego, badacz eutyfroniki – nauki zajmującej się problematyką psychologicznych skutków cywilizacji i uzależnień technicznych – zwraca uwagę, że chociaż technologie informacyjne ułatwiają człowiekowi życie, to równocześnie odbierają mu te wartości, które siłą czerpią z wysiłku pokonywania przeszkód<sup>44</sup>. W środowisku nadmiaru informacji posiłkujemy się technologiami ułatwiającymi zapanowanie nad zalewem danych, ale i ulegamy pokusie rezygnacji z samodzielności wysiłku intelektualnego i samodzielnej pracy koncepcyjnej oraz pokusie powierzania technologiom zadań, które wymagają wykazania się mądrością<sup>45</sup>. Promowanie przez cywilizację technologiczną „filozofii łatwości” stoi w sprzeczności z takimi wartościami humanistycznymi, jak praca, wysiłek, fachowość, poszanowanie, prawda, wiarygodność, wnikliwość, odpowiedzialność, rozważa, niezależność<sup>46</sup>. Można zatem przytoczyć wciąż aktualne słowa Bańki:

(...) kryzys cywilizacji nie jest kryzysem cywilizacji technicznej, lecz kryzysem moralności ludzkiej, niezdolnej do stworzenia warunków harmonijnego rozwoju kultury materialnej i duchowej społeczeństwa, niezdolnej do podporządkowania zdobyczy technicznych potrzebom rozwoju osobowości ludzkiej<sup>47</sup>.

Myśl tę podejmuje wielu naukowców reprezentujących szeroki wachlarz dyscyplin, od filozofii, pedagogiki, socjologii, filologii, przez nauki o mediach,

---

<sup>44</sup> J. Bańka, *Świat poręczenia moralnego. Medytacje o etyce prostomyślności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 1988; H. Batorowska, *Od alfabetyzacji informacyjnej do kultury informacyjnej. Rozważania o dojrzałości informacyjnej*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2013, s. 42.

<sup>45</sup> W. Gogołek, *Dominacja komunikacyjna maszyn?*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2009, s. 55–56; N. Carr, *Płytki umysł. Jak internet wpływa na nasz mózg*, tłum. K. Rojek, Helion, Gliwice 2013, s. 272.

<sup>46</sup> H. Batorowska, *Od alfabetyzacji informacyjnej do kultury informacyjnej*, op. cit., s. 106–107.

<sup>47</sup> J. Bańka, *Filozofia techniki. Człowiek wobec odkrycia naukowego i technicznego*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 1980, s. 200.

informacji, zarządzaniu, technologii informatyczno-komunikacyjnych, po nauki o polityce i bezpieczeństwie. Górski, przedstawiając współczesne problemy polityki informacyjnej, zauważa, że w szumie informacyjnym generowanym przez przyspieszenie w obszarze technologii normy moralne są określane jako synonim zacofania, braku tolerancji i postępu oraz jako przeszkoda do tworzenia pluralizmu i poszanowania praw współczesnego człowieka. Dlatego stawia pytania: „czy informować znaczy terroryzować, czy informacja to propaganda, czy wolność znaczy pułapka, czy naukę należy łączyć z jakością i prawdą, czy raczej z popularnością i sensacją”<sup>48</sup>. Czy okłamując społeczeństwo, ukrywając skutki uboczne dokonywanych przez decydentów ryzykownych wyborów, przy zachowaniu przez nich świadomości niemożności uzyskania wiedzy w danym obszarze, elity rządzące lub środowisko naukowców nie manipulują opinią publiczną? Nie tylko pozbawiają oni społeczeństwo wolności, tożsamości, możliwości samostanowienia, ale i narażają je na fizyczną zagładę<sup>49</sup>.

To nie całe spektrum problemów związanych z nadmiarem informacji. Ludzkość musi przygotować się na czwartą falę potopu informacyjnego, w którą teraz wkraczamy. Polegać ona będzie na zmianie skali nadmiarowości informacji i zmianie jej wartości; na powtórnym jej użyciu, a nie jak dotąd pierwotnym wykorzystaniu<sup>50</sup>. Określamy ją „epoką *big data*”. Zrezygnujemy w niej z poszukiwania przyczynowości między danymi i opierać się będziemy na korelacjach zaistniałych pomiędzy analizowanymi informacjami. W czwartej fazie potopu informacja stanie się zasobem i narzędziem zmiany przewidywanej przyszłości. Analizowane będzie to, co jest nieprzewidywalne, aby uczynić je przewidywalnym. Jeżeli jednak prognozowanie na podstawie analizy *big data* okazałoby się bezbłędne, zaprzeczyłoby to wolnej woli człowieka, pozbawiłoby go zdolności do podejmowania świadomych wyborów i uwolniło od wszelkiej odpowiedzialności. Victor

---

<sup>48</sup> A. Górski, *Polityka i informacja*, op. cit., s. 215.

<sup>49</sup> U. Beck, *Spółeczeństwo światowego ryzyka*, op. cit., s. 13, 174.

<sup>50</sup> V. Mayer-Szöneberger, K. Cukier, *Big data. Rewolucja, która zmieni nasze myślenie, pracę i życie. Efektywna analiza danych*, tłum. M. Głatki, MT Biznes, Warszawa 2017, s. 201.



Mayer-Schönberger oraz Kenneth Cukier ostrzegają, że dyktatura danych ograniczy prywatność i zagrazi wolności, a danetyzacja życia wpłynie na sposób myślenia o przyszłości. Aby nie stać się ofiarą czwartej fali potopu, niezbędne będzie zachowanie w epoce *big data* przestrzeni dla człowieczeństwa (intuicji, zdrowego rozsądku, szczęśliwego trafu, kreatywności, ambicji intelektualnych, odwagi podejmowania ryzyka), a także etycznego postępowania i zachowania wartości moralnych, dzięki którym ludzkość przetrwała do dnia dzisiejszego.

Krystyna Leśniak-Moczuk, dokonując refleksji nad książką Mayera-Schönbergera i Cukiera, stawia następujące pytania:

- jak *big data* wpłynie na naszą prywatność i poczucie wolności?
- czy internet, skoro zagraża prywatności, to naraża nas jeszcze bardziej i czy zagrożenie to nie upowszechni się?
- czy nasze dane może wykorzystać wymiar sprawiedliwości i czy większą wagę będą mieć korzyści z profilaktyki przestępczości, czy negowanie idei wolnej woli i podważanie godności ludzkiej?
- czy potrafimy tak kontrolować *big data*, by poddawać się kontroli?<sup>51</sup>

Zestawienie potencjalnych zagrożeń wynikających ze stosowania rozwiązań bazujących na koncepcji *big data* przedstawiła Katarzyna Jasińska w oparciu o przegląd literatury naukowej, raportów, publikacji branżowych, komunikatów medialnych. Zalicza ona do nich:

- nieuprawnione wykorzystywanie informacji, związane ze zbieraniem i przetwarzaniem na masową skalę danych o osobach indywidualnych;
- nadmierną komercjalizację, która polega na intensyfikacji przekazu marketingowego w wszystkich dostępnych kanałach informacyjnych;
- cyberzagrożenia infrastruktury krytycznej, obecnie utożsamiane głównie z atakami hakerów;
- kreowanie fikcji, które sprowadza się do sterowania przekazem medialnym przez wszechobecne algorytmy decydujące, jakie informacje wyświetlić w sieci określonego użytkownikowi, i do przekazywania

---

<sup>51</sup> K. Leśniak-Moczuk, *Społeczeństwo równości czy zniewolone danetyzacją?*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy” 2017, nr 4, s. 243.

nieprawdziwych, szokujących informacji, w celu wygenerowania fałszywego ruchu w sieci;

- dyktaturę danych, która pozwala korzystać z potencjału ukrytego w olbrzymich bazach danych do celów ugruntowania pozycji monopolowej lub władzy;
- naruszanie zasady sprawiedliwości i wolnej woli polegające na możliwości stosowania zasady karania za określone skłonności;
- przekazywanie danych przez nieświadomych użytkowników, co jest konsekwencją małej wiedzy na temat wartości przekazywanych danych;
- naruszenie neutralności sieci, czyli równego traktowania każdego użytkownika;
- naruszenie neutralności technologicznej polegające na możliwości wykupienia priorytetowego trybu udostępnienia infrastruktury; informacyjny *blackout*, który stanowi przeciążenie urządzeń i łączny nadmierną ilością danych i grozi zaburzeniem systemu, jeżeli infrastruktura danego państwa nie będzie w stanie obsłużyć krytycznego przepływu informacji;
- pauperyzację intelektualną, która polega na osłabieniu potencjału intelektualnego ludzi i w konsekwencji zastąpienia pewnych czynności przez technologię, co prowadzi do zaniku zdolności analitycznych, skłonności do podejmowania ryzyka i zdominowania jednostki przez dyktat danych<sup>52</sup>.

W czwartej fali potopu informacyjnego, przybierającej siłę i rozmiar tsunami, będzie się toczyć walka o zapewnienie bezpieczeństwa światowego, stąd konieczność rozszerzenia pojęcia infrastruktury krytycznej o obszar kluczowych dla poszczególnych państw baz danych oraz wdrożenie regulacji z obszaru cyberbezpieczeństwa informacji. Jasińska uznaje za nieodzowne wprowadzenie w każdym kraju nadzoru technicznego nad obszarem systemów umożliwiających masowe zbieranie, przetwarzanie

---

<sup>52</sup> K. Jasińska, *Big data – wielkie perspektywy i wielkie problemy*, [w:] *Megatrendy i ich wpływ na rozwój sektorów infrastrukturalnych*, red. J. Gajewski, W. Paprocki, J. Pieriegud, Gdańska Akademia Bankowa, Gdańsk 2015, s. 73–78.

i przechowywanie danych oraz zagwarantowanie niezawisłości instytucji, które dokonywałyby audytu instalacji *big data*, stojąc tym samym na straży wartości społecznych, a nie zysku przedsiębiorstw komercyjnych<sup>53</sup>. Tomasz Protasowicki i Jerzy Stanik dodają, że używania współczesnych metod *big data* i wspierających je narzędzi informatycznych nie można traktować wyłącznie w sferze zagrożenia, ale i szans na kompleksowe wspomaganie procesów decyzyjnych wiążących się z identyfikacją i oceną pojawiających się zagrożeń dla bezpieczeństwa narodowego, w tym wynikających z wdrożeń *big data*<sup>54</sup>. Monitorowanie zagrożeń generowanych przez tę nową technologię jest obowiązkiem wszystkich państw i ważnym elementem ich polityki informacyjnej.

## 1.2. Technologiczne środowisko współczesnej manipulacji

Cywilizacja technologiczna nierozzerwalnie kojarzy się z postawieniem na piedestale technologii informatycznych i informacyjnych. Jej rozwój, w tym szczególnie technik informatycznych, elektroniki, biologii molekularnej, genetyki i nanotechnologii, sprawia, że żyjemy w czasach rozszerzonych możliwości. Podziw dla techniki, kult, jakim obdarzyli ją technokraci, przerodził się w kulturę technokratyczną zagrażającą podmiotowości jednostki. Przyspieszenie postępu techniki i technologii, charakterystyczne dla społeczeństwa informacyjnego, spowodowało rozwarstwienie społeczne – nie na ubogich i bogatych, lecz na kompetentnych, kreatywnych, sprawnych technologicznie, posiadających formalne i specjalistyczne wykształcenie w zakresie nauk komputerowych i na całą resztę. Autorzy książki na temat bezpieczeństwa w tym społeczeństwie wyróżniają elitarną klasę informatycznej arystokracji, średnią klasę informatycznego społeczeństwa – charakteryzującą się ogólnym wykształceniem informatycznym, ludzi świadomych zagrożeń generowanych przez środowisko, w którym funkcjonują, ale niepotrafiących się

---

<sup>53</sup> Ibidem, s. 79.

<sup>54</sup> T. Protasowicki, J. Stanik, *Big data w analizie zagrożeń bezpieczeństwa narodowego*, „Ekonomiczne Problemy Usług” 2016, nr 123, s. 275–286.

bronieć własnymi siłami<sup>55</sup>. Trzecią warstwę – niższą w hierarchii – stanowi „informatyczny plebs”, czyli dyletanci nieświadomi jakichkolwiek zagrożeń. Istnieje niestety również czwarta warstwa, tzw. informatycznych aborygenów, osób cyfrowo wykluczonych. Podziały takie zaobserwowano już we wstępnej fazie rozwoju społeczeństwa informacyjnego, gdy ludzkość podzielono na cyfrowych imigrantów, spośród których wywodzi się największa rzesza wykluczonych cyfrowo i społecznie, oraz cyfrowych tubylców. Alexander Bard i Jan Söderqvist zarysowują podział na uprzywilejowany digitariat (netokrację), na czele którego stoją kuratorzy sieci, i nienadążający za rozwojem technologicznym proletariatu sieciowy, reprezentowany przez konsumpariuszy<sup>56</sup>. Jeremy Rifkin dostrzega generację proteuszy funkcjonujących w światach elektronicznego handlu i cyberprzestrzeni, przystosowujących się do symulowanej rzeczywistości, zorientowanych na etos zabawy, a nie pracy, dla których dostęp do sieci i funkcjonowanie w jej ważnych węzłach oraz tworzenie nowych relacji jest sposobem na życie. Poza granicami tego świata egzystuje pokaźna grupa proletariuszy sieciowych, niemających dostępu do TIK, co świadczy o podziale cyfrowym ludzkości<sup>57</sup>.

Neurochirurdzy i psycholodzy wskazują jeszcze inny podział ludzi ze względu na sposób pracy mózgu, wynikający z różnic w systemie neuronalnym. Wyodrębniają płytkie umysły wielozadaniowców wychowanych w świecie technologii cyfrowych i realizujących się w przestrzeniach wirtualnych oraz mózgi analogowe wychowane na książce, postrzegające rzeczywistość liniowo i analitycznie<sup>58</sup>. Przepaść pomiędzy tymi dwoma typami omawiana jest w perspektywie rewolucji w ewolucji człowieka oraz walki

---

<sup>55</sup> I. Oleksiewicz, K. Michalski, E. Sienkiewicz, *Bezpieczeństwo w społeczeństwie informacyjnym. Zagadnienia w wymiarze online i offline*, Rambler Press, Warszawa 2017, s. 17.

<sup>56</sup> A. Bard, J. Söderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, tłum. P. Cypryjański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 199.

<sup>57</sup> J. Rifkin, *Wiek dostępu*, op. cit., Wrocław 2003, s. 15.

<sup>58</sup> M. Spitzer, *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci*, tłum. A. Lipiński, Dobra Literatura, Słupsk 2013; N. Carr, *Płytki umysł*, op. cit.; G. Small, G. Vorgan, *iMózg. Jak przetrwać technologiczną przemianę współczesnej umysłowości*, tłum. S. Borg, Vesper, Poznań 2011.

o uprzywilejowane miejsce w mobilnym i hybrydowym środowisku informacyjnym. Obszerne zestawienie szans i zagrożeń (stu za i stu przeciw) wynikających z wpływu nowych mediów na młodego człowieka przedstawił Mariusz Jędrzejko w książce o cyfrowych tubylcach. Wskazuje on na rolę mózgu pełniącego funkcję centralnej jednostki zarządczej, który działając w nowym środowisku technologicznym, radykalnie zmienia sposób reagowania człowieka<sup>59</sup>.

Przyspieszenie w sferze technologicznej nie zawsze jest zjawiskiem pozytywnym. Przyczynia się wprawdzie do doskonalenia narzędzi, szczególnie w kierunku ich wielofunkcyjności, ułatwia obsługę, oszczędza energię i czas, zmniejsza koszty korzystania z zasobów informacyjnych, stwarza nowe możliwości, zwalnia człowieka od ponoszenia nadmiernego trudu, ale jak już nadmieniono, wyręcza go w wielu sytuacjach także od myślenia (np. inteligentne wyszukiwarki) oraz zachęca do rezygnacji z cenionych wcześniej umiejętności (np. syntezy, analizowania, abstrahowania). Radykalne przyspieszenie w obszarze technologii informacyjnych pozwala korzystać z coraz wydajniejszych, szybszych, tańszych, powszechnie dostępnych i spersonalizowanych urządzeń, programów i systemów przetwarzania informacji i ich dystrybucji. Sprawia, że podmiot otrzymuje za pośrednictwem nowych mediów ogrom danych, który przerasta jego możliwości percepcji, ale wrodzony instykt reakcji na każdy nowy impuls z otoczenia i na każdą nową informację nie pozwala ich ignorować. Aby poradzić sobie z tym problemem, uruchamia on proces kontroli swoich możliwości poznawczych<sup>60</sup>. Mechanizmy hamujące mają osłabiać przetwarzanie informacji niezwiązanych z postawionym sobie zadaniem i tych danych, które nie są ważne dla podmiotu w danej chwili.

Przeświadczenie o kontroli poznawczej daje podmiotowi poczucie bezpieczeństwa. Ale o skuteczności kontroli, jak pisze Maria Ledzińska, decyduje

---

<sup>59</sup> M. Jędrzejko, D. Morańska, *Pułapki współczesności, cz. 1: Cyfrowi tubylcy. Socjopedagogiczne aspekty nowych technologii cyfrowych*, Wyższa Szkoła Biznesu, Aspra-JR, Dąbrowa Górnicza–Warszawa 2013, s. 190–208.

<sup>60</sup> M. Ledzińska, *O możliwych sposobach radzenia sobie z nadmiarem danych: znaczenie kontroli poznawczej*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Akademia Pedagogiczna, Kraków 2007, s. 128–129.

poziom dostępności zasobów poznawczych, które w środowisku potopu informacyjnego i wysokiego tempa rozwoju technologii informacyjno-komunikacyjnych ulegają zmniejszeniu, np. w wyniku:

- presji czasu,
- zbyt dużej liczby podejmowanych zadań,
- ilości odbieranych informacji,
- nadmiernych wymagań przełożonych,
- wielozadaniowości,
- pośpiechu.

Badania prowadzone przez Gary'ego Smalla, Gigiego Vorgana, Nicholasa Carra, Manfreda Spitzera oraz Angelikę Dimokę wskazały, że zasady poznawcze u osób uzależnionych od mediów elektronicznych, żyjących równolegle w świecie wirtualnym i realnym oraz korzystających systematycznie z wielu mediów cyfrowych naraz ulegają znacznym przeobrażeniom. Głębszej refleksji wymagają trudności, jakie mają oni z ignorowaniem bodźców odwracających uwagę od realizowanego zadania, z koncentracją na konkretnym zadaniu, z głębokim przetwarzaniem informacji, zastępowanym przez ich powierzchowne przeglądanie, łatwe uogólnianie, i z przeistaczaniem się w bezmyślnych konsumentów danych<sup>61</sup>. Small już dziesięć lat temu przestrzegał, że media cyfrowe nie tylko przekształcają sposób komunikowania się ludzi, ale także głęboko i gwałtownie zmieniają ich mózgi<sup>62</sup>.

Konsekwencje ewolucji neuronowego oprzyrządowania człowieka mają wymierne przełożenie na jego bezpieczeństwo w sferze społecznej, politycznej i gospodarczej. Większość osób nie zdaje sobie sprawy z tego, jak technologia cyfrowa zmienia zachowania, sposób myślenia i system aksjologiczny oraz jak dysponenti manipulacji, wykorzystując reakcje człowieka poddawane go ciągłemu oddziaływaniu technologii informacyjno-medialnych, mogą kształtować uległych konsumentów i samonadzorujących się pracowników oraz uruchamiać w społeczeństwie mechanizmy automanipulacji.

Kontrola poznawcza człowieka, na którą składa się rozumienie zjawisk i przewidywanie ich możliwych następstw, jest celem ataku dysponentów

---

<sup>61</sup> M. Spitzer, *Cyfrowa demencja*, op. cit., s. 203–204; N. Carr, *Płytki umysł*, op. cit., s. 151.

<sup>62</sup> G. Small, G. Vorgan, *iMózg*, op. cit., s. 46.

informacji, którzy przez jej nadprodukcję skutecznie zwiększają poziom stresu informacyjnego. Człowiek permanentnie funkcjonujący w takim stanie łatwiej ulega działaniom dezinformacyjnym i staje się obiektem manipulacji. Nastawienie na szybkość i związane z nią fetyszyzowanie nowości, aktualności, natychmiastowości stanowi duże zagrożenie dla podmiotu:

- w sferze intelektualnej (brak czasu na namysł nad pozyskiwaną informacją, powierzchowność sądów i opinii),
- w sferze zdrowotnej (stres informacyjny, choroby informacyjne),
- w sferze społecznej (manipulacja informacją, inwigilacja).

Celowe zasypywanie człowieka nadmiarowymi informacjami, kreowanie w jego otoczeniu szumu informacyjnego, infekowanie środowiska mgłą i smogiem informacyjnym, propagowanie przez media stylu życia opartego na emocjonalności, nowości, wielozadaniowości, fragmentaryzacji, nieuważności, pośpiechu, płytkości, konsumpcji stwarza doskonały grunt do działań dezinformacyjnych i manipulacyjnych uzależniających podmioty od woli i celów stawianych sobie przez dysponentów informacji (agresorów). W zalewie informacji Krystyna Czuba upatruje przyczyn utraty zdolności racjonalnego myślenia i rozbudzenia się „logiki pasji”, co obniża możliwość rozeznania motywu przekazu oraz oceny dobra i zła<sup>63</sup>. Nadmiarowość danych unifikuje psychikę jednostki, zonglując kierowanymi do niej wiadomościami tak, aby pozbawić ją krytycznego oglądu relacjonowanego wydarzenia.

Społeczeństwo traci możliwość decydowania o sobie, stając się ofiarą, częściowo także z własnej woli, nie dostrzegając w nadmiarze informacji zagrożenia i nie ćwicząc zdolności wyróżniania i wybierania treści oraz nie szkoląc przydatnych strategii wyboru. Wybiórczość umysłu nie ogranicza się tylko do niesprawności w odrzucaniu, selekcjonowaniu i dystansowaniu się. Chodzi tu także o brak umiejętności analizowania treści, strukturyzowania jej, wydobywania sensu i odczytywania znaczeń, łączenia jej z własnym doświadczeniem, decydowania, działania i oceniania<sup>64</sup>. Na uwagę w czasach nadmiarowości nie ma zapotrzebowania, do czego przyczyniają się:

---

<sup>63</sup> K. Czuba, *Media i władza*, Soli Deo, Warszawa 1996.

<sup>64</sup> M. Ledzińska, *Znaczenie wybiórczości umysłu w dobie informacyjnego zalewu*, op. cit., s. 127–128.

- skanowanie tekstu wzrokiem;
- monitorowanie ulubionych miejsc w sieci, polegające na ciągłym, wielokierunkowym rutynowym poddawaniu pobieżnemu oglądowi wybranego obszaru infosfery;
- przeglądanie nagłówków i etykiet, zapewniające wyrywkowe zapoznanie się z wybranymi fragmentami tekstu lub obrazu;
- lektura *headlines*, czyli aktualnych informacji podawanych na paskach umieszczanych na dole ekranów telewizorów, na monitorach w środkach komunikacji miejskiej, w instytucjach publicznych;
- sprawdzanie w celu upewnienia się, czy dany obiekt, którym użytkownik jest zainteresowany, ma spodziewane cechy w znanym sobie i uznanym za wiarygodne źródle.

Zupełnie wystarcza to większości społeczeństwa do uczestnictwa w życiu społecznym. Media elektroniczne i podtrzymywanie kontaktów służą zachowaniu statusu „niewykluczonego”. Rzadko stosuje się strategie informacyjne wymagające ze strony podmiotu zaangażowania oraz wiedzy, takie jak wyszukiwanie informacji, jej poszukiwanie i opracowanie. Dzieje się tak, ponieważ większość pozyskanych informacji konsumowana jest natychmiast, rzadko gromadzona i bardzo rzadko opracowywana. Barbara Kamińska-Czubała, analizując zachowania informacyjne pokolenia Y, które spędza swą młodość w sieci, stwierdza, że zaburzenia procesu decyzyjnego w środowisku nadmiaru informacji wśród tej grupy wiążą się z nieumiejętnością stosowania prostych heurystyk umożliwiających przetwarzanie pozyskanych informacji w różnych sytuacjach problemowych<sup>65</sup>. Cytując Zygmunta Baumaną:

społeczeństwo informacyjne oferuje nam kaskady wyrwanych z kontekstu znaków połączonych wzajemnie w mniej lub bardziej przypadkowy sposób. (...) Coraz trudniejsze staje się tworzenie narracji, porządków i sekwencji rozwojowych. Istnieje zagrożenie, że fragmenty staną się

---

<sup>65</sup> B. Kamińska-Czubała, *Zachowania informacyjne w życiu codziennym. Informacyjny świat pokolenia Y*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2013, s. 10–11.



hegemoniczne. A to wpływa na nasz stosunek do wiedzy, pracy i stylu życia w szerokim znaczeniu<sup>66</sup>.

Żyjemy w czasach, w których kształtuje się człowieka nadmiaru informacji, przyzwyczajając go do tego zjawiska, sprawiając, że uznaje on przesyłaną informację za dobrodziejstwo cywilizacji cyfrowej, które pozwala na zaspokojenie różnorodnych potrzeb i możliwość niekończącego się pobierania z obfitej oferty. Starannie pracują nad tym dysponenci informacji, wpajając konsumentom, że mają wolność dostępu do internetowego rajów informacji, a nadprodukcja mediów jest dobrem wspólnym. Możliwość serfowania po nieskończonych zasobach jest niejednokrotnie traktowana jako lek na monotonię codzienności. Zawieszenie w wirtualnym świecie rozrywki działa jak narkotyki, daje złudne odczucie wyzwolenia, zwalnia od odpowiedzialności, uwalnia od presji otoczenia i napięć, stanowi ucieczkę od problemów dnia powszedniego. Oczekujemy, że wszystkie nasze aktywności będą jak zabawa – łatwe, miłe i przyjemne<sup>67</sup>. Bawiąc się, niejednokrotnie tracimy poczucie czasu i sensu ważnych decyzji. Jak słusznie zauważa Kamińska-Czubała, systematyczne serfowanie po stronach, które uznajemy za ważne, jest czasochłonne i zbyt często przeradza się w rodzaj sportu lub natręctwa<sup>68</sup>. Uzależnienie takie ma konsekwencje nie tylko dla bezpieczeństwa zdrowotnego jednostki, ale i znacznie szersze, związane z:

- wyalienowaniem się podmiotu z życia społecznego i rodzinnego;
- dobrowolną rezygnacją z wielu aktywności (np. kulturalnej, sportowej, rekreacyjnej, towarzyskiej);
- medialnym zniewoleniem.

Mariusz Jędrzejko i Marzena Netczuk-Gwioździkiewicz udowadniają, że zaburzenia i uzależnienia oraz sytuacje ryzyka we współczesnych czasach „wielkiego przyspieszenia, nieustannej zmiany, ciągłego ruchu, presji części mediów i ogromnych wpływów rynku konsumpcji, zwłaszcza wszechobecnej

---

<sup>66</sup> Z. Bauman, *O edukacji. Rozmowy z Riccardo Mazzeo*, tłum. P. Poniatowska, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2012, s. 43–44.

<sup>67</sup> N. Postman, *Zabawić się na śmierć*, op. cit., Warszawa 2002.

<sup>68</sup> B. Kamińska-Czubała, *Zachowania informacyjne w życiu codziennym*, op. cit., s. 255.

reklamy” są procesami planowanymi. Stanowią część rynku, na którym młody klient jest nieustannie szokowany i celowo ekscytowany legalnymi i nielegalnymi ofertami wprawiającymi go w stan permanentnego pobudzenia<sup>69</sup>. Można zatem zalew informacyjny wzmacniany celowym namnażaniem informacji uznać za bardzo skuteczną formę dezinformowania, ułatwiającą manipulowanie bezrefleksyjnymi konsumentami.

Nie wiemy, jak brzemienne w skutki będą konsekwencje życia w cywilizacji nowych mediów i informacyjnego potopu. Nie wiemy też, w jakim stopniu skłonność człowieka do działań ryzykownych zostanie przez nie wyzwolona i czy przekroczy ona próg dzielący ją od cywilizacyjnej zagłady. W naukowej refleksji pojawiają się metaforyczne odniesienia do różnych scenariuszy rozwoju ludzkości wciągniętej w wir nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Ważkie aspekty niedocenienia konsekwencji wpływu informacji na życie człowieka wyrażane są w obawach artykułowanych w metaforach zaczerpniętych z literatury, takich jak bomba megabitowa, informacja jako bomba, jako odpadki, jako pożeranie, jako erupcja (chmury erupcji informacji), jako powódź, jako drugi potop itd. Ich znaczenie wyjaśnia Marek Hetmański, dostrzegając w nich przestrozę przed zagrożeniami, które ludzkość jeszcze nie do końca sobie uświadamia<sup>70</sup>. Zagrożenia te:

- związane są z niepohamowanym wchłanianiem informacji, z pożeraniem ich przez media i przypisywaniem nowym mediom negatywnej roli<sup>71</sup>;
- obrazują siłę bomby zdolnej z pomocą interaktywnej i sprzęgniętej informacji zburzyć pokój między narodami – informacja staje się bronią masowego rażenia, której skutki działania są rozległe w wymiarze społecznym i mają skalę międzynarodową<sup>72</sup>;

---

<sup>69</sup> M. Jędrzejko, M. Netczuk-Gwioździkiewicz, *Uzależnienia i zaburzenia. Młodzi ludzie w przestrzeni wielowymiarowego ryzyka*, [w:] *Pułapki współczesności. Człowiek wobec uzależnień. Wybrane problemy*, red. eidem, Aspra-JR, Warszawa 2013, s. 51, 53.

<sup>70</sup> M. Hetmański, *Świat informacji*, Difin, Warszawa 2015, s. 60–72.

<sup>71</sup> J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Sic!, Warszawa 2005.

<sup>72</sup> P. Virilio, *Bomba informacyjna*, tłum. S. Królak, Sic!, Warszawa 2006.

- dotyczą nadmiarowości danych zaśmiecających i zatykających infosferę odpadkami, zanieczyszczającymi środowisko głupstwami, kłamstwami i przekazami perswazyjnymi, co świadczy o wtórności, bylejakości i szkodliwości wytworów masowej kultury<sup>73</sup>;
- ukazują komunikację spowitą chmurami erupcji informacji i trudności w opanowaniu konsekwencji nadmiarowości informacji dla rozwoju ludzkości, szczególnie w sferze dysproporcji pomiędzy nieograniczonym dostępem do niej a jej racjonalnym używaniem i rozumieniem<sup>74</sup>.

Tym szkodliwym skutkiem postępu cywilizacji informacyjnej można zapobiegać, kształtując kulturę informacyjną jednostek i zbiorowości. W tym kontekście użyto metafor takich jak skarbiec społeczeństwa informacyjnego i hamulec bezpieczeństwa<sup>75</sup>.

Metafora kultury informacyjnej jako skarbcza społeczeństwa informacyjnego uwypukla jej aspekt społeczny i odnosi się do postrzegania jej przez przedstawicieli różnych grup społecznych, a także obrazuje wpływ, jaki wywiera ona na kształtowanie świadomości informacyjnej, system wartości, postaw i zachowań uczestników tej kultury. Ogniskuje ona uwagę na postrzeganiu kultury informacyjnej w aspekcie społeczeństwa informacyjnego, społeczeństwa wiedzy, kultury dostępu, kultury cywilizacji medialnej, kultury uczenia się, dojrzałości informacyjnej społeczeństwa itp. Wskazuje na potrzebę kształcenia własnej świadomości informacyjnej i budowanie na tej bazie koncepcji pełnego uczestnictwa w kulturze zdominowanej przez nowoczesne technologie informacyjne i komunikacyjne. Dąży się wprowadzić do tego, by za pomocą odpowiedniego oprogramowania uwolnić jednostkę od konieczności opanowania umiejętności informacyjnych, zapewniając jej możliwość skanowania ogromnej ilości danych i automatycznego wyboru spersonalizowanych informacji<sup>76</sup>, jeżeli jednak podmiot nie będzie w stanie

---

<sup>73</sup> S. Lem, *Bomba megabitowa*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1999.

<sup>74</sup> W. Ong, *Informacja a/lub komunikacja – interakcje*, [w:] idem, *Osoba, świadomość, komunikacja. Antologia*, tłum. J. Japola, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009, s. 286.

<sup>75</sup> H. Batorowska, *Kultura informacyjna w perspektywie zmian w edukacji*, op. cit., s. 276–284.

<sup>76</sup> D. de Kerckhove, *Inteligencja otwarta*, op. cit., s. 133.

samodzielnie przeprowadzić procesów myślowych, stanie się uzależniony od oprogramowania i będzie przez nie sterowany. Jak przestrzega de Kerckhove, programista narzuci jednostce schematy kategoryzacyjne, a zastosowany program utwierdzi ją w przekonaniu o dobrym wyborze. Wysiłek intelektualny może okazać się marnotrawstwem czasu, skoro system komputerowy wybrał optymalne rozwiązanie. De Kerckhove obnaża istotę wszystkich skomputeryzowanych mediów, w których struktury myślowe funkcjonują pod przykrywką programów i nie można ich zobaczyć. Odwołując się do stanowiska Marka Surmana, ostrzega przed elektronizacją i ucyfrowieniem umysłów zdominowanych przez sieć:

Jeśli dostęp do nowych systemów nie będzie wiązał się z demistyfikacją technologii oraz rozwojem umiejętności pisania i czytania, powstanie system wznoszący bariery społeczne i izolujący od siebie duże grupy kulturowe<sup>77</sup>.

Brak świadomości istnienia płynącego stąd zagrożenia jest przejawem analfabetyzmu informacyjnego. Przeciwdziałanie mu przybiera formę walki z procesem wykluczania grup nieuprzywilejowanych ze społeczności posługującej się informacją, umożliwia im przetrwanie i funkcjonowanie we współczesnym świecie oraz gwarantuje równe szanse rozwoju i dostępu do edukacji.

Rozumienie kultury informacyjnej jako skarbcza społeczeństwa informacyjnego osadza się na istocie pojęcia skarbcza, czyli miejsca gromadzenia i przechowywania cennych dla społeczeństwa wartości i zasobów, np. intelektualnych, etycznych. Jest to miejsce dobrze ukryte i zabezpieczone przed osobami nieuprawnionymi. Dotrzeć do skarbcza, w którym zdeponowano cenne dla społeczeństwa wartości, mogą tylko wybrane grupy. Chroniony jest on nie tylko przez uzbrojone jednostki, ale też przepisy, ustawy, stereotypy, tradycje, zwyczaje. Skarbiec kojarzy się także z pojęciem skarbnicy, czyli miejsca, z którego można czerpać, np. wiedzę, a więc punktu dostępu do źródeł naukowych, bibliotecznych, kulturalnych, technologicznych<sup>78</sup>.

---

<sup>77</sup> Ibidem, s. 138.

<sup>78</sup> P. Müldner-Nieckowski, *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*, Świat Książki, Warszawa 2003, s. 705.

Powinien zostać pozbawiony komponentu niedostępności. Pełny skarbiec ma zapewniać społeczeństwu bezpieczeństwo, niezależność, dostęp do informacji, rozwój, przyszłość. Istnieje on zatem po to, aby z jego zasobów mądrze korzystać. Niestety najczęściej postrzegany jest jako magazyn cennych rzeczy lub wartości, których na co dzień się nie używa. Społeczeństwo do nich nie dociera, ponieważ nie przekazuje się informacji o ich istocie, potrzebie posiadania, nie wprowadza się ich także w życie. Wyciąga się je z lamusa zazwyczaj dopiero w sytuacjach ewidentnego zagrożenia lub wyższej konieczności. Klejnotami tymi są niewątpliwie etyka, moralność, krytycyzm, wybiórczość, tolerancja, obiektywizm, prawda, mądrość, poszanowanie własności i godności, odpowiedzialność, umiejętność analizy, syntezy itd. To one pozwalają wypracować narzędzia zabezpieczające przed skutkami manipulowania informacją, wchłonięciem przez kulturę dostępu czy zepchnięciem ogółu do klasy proletariatu sieciowego. Nie można dopuścić do tego, by kultura dostępu wyparła kulturę informacyjną, aby refleksję, analizę, pilność, stałość, rzeczywistość, linearność, obiektywizm oraz umiejętność pisania i czytania w całości zastąpiły przetwarzanie danych, emocje, spontaniczność, kreatywność, tymczasowość, powierzchowność, mobilność, fikcja, hipertekst, subiektywizm, obraz, brak ograniczeń (tzw. wolność od)<sup>79</sup>. Z tego też powodu kulturę informacyjną możemy wizualizować jako skarbiec. Z jego zawartości należy czerpać tak, aby współczesne i kolejne pokolenia wiedziały, do czego służą strzeżone w nim dobra. W przeciwnym razie mogą one okazać się bezużyteczne. Władza kojarzy się w cywilizacji mediów głównie z dostępem do produkcji dóbr kultury. Należy zatem podjąć działania motywujące młode pokolenie, aby zechciało coś z tego skarbcza wydobyć. Konieczne jest powszechne udostępnienie jego zawartości, co wymaga rezygnacji z pozornych lub jednostronnych działań. Wykorzystywanie kultury informacyjnej jako sloganu w różnych hasłach i dokumentach traktujących o budowie społeczeństwa informacyjnego lub jego wyznacznikach nie jest równoznaczne z jej faktycznym kształtowaniem. Zagadnienie to ma szerszy wymiar, odnosi się bowiem do polityki informacyjnej rządu, w której głównymi partnerami

---

<sup>79</sup> J. Rifkin, *Wiek dostępu*, op. cit., s. 197–198.

strategicznymi budowy społeczeństwa informacyjnego są media i organizacje pozarządowe, niestety najczęściej z pominięciem np. sieci placówek oświatowych i bibliotek<sup>80</sup>. Podsumowując, kulturę informacyjną możemy traktować jako skarbiec społeczeństwa informacyjnego, jako spichlerz przechowujący cenne rzeczy na najgorsze czasy, jako zabezpieczenie przed klęską, katastrofą, jednak czasy te już nadeszły. Odwlekanie otwarcia zasobu i rozdania skarbów może tylko pogorszyć jakość życia, głównie wykluczonej części społeczeństwa informacyjnego.

Inną grupę metafor stanowią te dotyczące funkcjonowania członków kultury, jej roli oraz zadań, np. w zakresie alfabetyzacji informacyjnej czy wychowania zgodnego z etyką korzystania z informacji. Przykładem może być metafora hamulca bezpieczeństwa, ujmująca takie cechy i wartości kultury informacyjnej, jak autocenzura, wychowanie do wolności, etyka, moralność, odpowiedzialność, poszanowanie własności, tolerancja itp.

Żyjąc w globalnym i multikulturowym społeczeństwie, potrafimy dostrzegać i dostrzegamy problemy przez nie generowane, ale przyzwyczajamy się do nowej rzeczywistości i coraz częściej akceptujemy zachowania, które niedawno uznawaliśmy za niemoralne. Jak podkreślałam w artykule o utracie zdolności interdyscyplinarnej refleksji, optujemy za nową etyką, przystającą do kultury „rzeczywistej wirtualności”, akceptujemy zmianę hierarchii wartości, jesteśmy coraz mniej wrażliwi na wydarzenia, o których media donoszą w czasie rzeczywistym, czujemy się nieograniczeni przestrzenią czy czasem i formalnymi strukturami, czujemy się „wolni od” powinności względem innych<sup>81</sup>. Jesteśmy zasypywani w internecie nadmiarem danych i atakowani coraz silniejszymi bodźcami oraz zmuszani do ciągłych wyborów wymagających przetwarzania jeszcze większej liczby informacji. To powoduje, że stajemy się obojętni na informacje, które nie mają wprost dla

---

<sup>80</sup> B. Bednarek-Michalska, *Budować społeczeństwo informacyjne bez bibliotekarzy?*, „Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy” 2001, nr 2 (20).

<sup>81</sup> H. Batorowska, *Zanik umiejętności dostrzegania problemu w ujęciu całościowym i w interdyscyplinarnej refleksji*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym – teoria i praktyka*, t. 1, red. eadem, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2015, s. 171.

nas strategicznego znaczenia. Współczesny świat może nam się nie podobać, możemy go nie akceptować, ale z całą pewnością przestaje nas szokować. Nasza tolerancja i skłonność do relatywizmu zaczyna przekraczać granice bezpieczeństwa zarówno w wymiarze jednostkowym, jak i grupowym. Wszelkie złe scenariusze dla przyszłości ludzkości mogą być zrealizowane tylko dlatego, że człowiek może je zrealizować.

Przeciwdziałanie im wymaga wiedzy, mądrości, wysiłku i zaangażowania. Wymaga zatem odpowiednich kompetencji, które niektórzy określają kluczowymi kompetencjami przyszłości, tj. umiejętności pozwalających na przetrwanie *homo sapiens sapiens*. W grupie tej centralne miejsce zajmują kompetencje informacyjne i medialne, komunikacyjne, technologiczne, międzykulturowe i etyczne. Kompetencje, które umożliwią człowiekowi zachowanie człowieczeństwa, Howard Gardner łączy z rozwijaniem:

- umysłu dyscyplinarnego,
- umysłu syntezującego,
- umysłu kreatywnego,
- umysłu respektującego
- i umysłu etycznego<sup>82</sup>.

Umysł dyscyplinarny zobowiązuje człowieka do ciągłego doskonalenia wiedzy w wybranej dziedzinie wiedzy, w swoim zawodzie, do zdobywania wiedzy dyscyplinarnej i interdyscyplinarnej, a także do przyswajania sposobów myślenia związanych z głównymi dyscyplinami naukowymi. Umysł syntezujący charakteryzuje osobę, która dostrzega ważne informacje w sytuacji nadmiarowości informacji, która potrafi je sortować tak, żeby inni dostrzegli w tym sens, potrafi pozyskiwać umiejętności oraz włączać je do zasobu swoich kwalifikacji zawodowych i to samo czyni z nową pozyskaną wiedzą. Aby dysponować umysłem kreatywnym, jednostka musi umieć formułować nowe wizje i dążyć do ich realizacji, mieć odwagę wykraczać poza aktualny zasób wiedzy i poza istniejące syntezy, żeby proponować nowe rozwiązania. Wiedza, umiejętności i kreatywność w działaniu i myśleniu niewiele jednak znaczą dla rozwoju człowieczeństwa, jeżeli nie będzie w nim pielęgnowany

---

<sup>82</sup> H. Gardner, *Pięć umysłów przyszłości*, tłum. D. Bakalarz, Laurum, Warszawa 2009, s. 151–154.

umysł respektujący, charakteryzujący się umiejętnością okazywania szacunku drugiemu człowiekowi, wymagający efektywnej współpracy z kolegami, przełożonymi i podwładnymi niezależnie od ich poglądów i pochodzenia, poszukujący porozumienia i potrafiący przebaczać. Nieodzowny dla prawidłowego rozwoju człowieka jest umysł etyczny. Potrafi go wykształcić osoba, która dąży do dobrego wykonywania pracy i rzetelnego spełniania obowiązków obywatelskich, posiadająca znajomość najważniejszych wartości i umiejąca dochować im wierności, wcielająca się w rolę autorytetu i zdolna do obrony reprezentowanego stanowiska nawet kosztem własnego dobra.

Według Howarda Gardnera deficyt jednego z tych pięciu umysłów stanowi zagrożenie dla istnienia człowieka, a w pierwszej kolejności dla jego podmiotowości i autonomii. Osoby niewyedukowane w zakresie używania pięciu umysłów nie odróżniają prawdy od fałszu, dobra od zła, nie przejawiają postaw prospołecznych, nie zostaną osobami mądrymi. W świecie, w którym hierarchia wartości została zachwiana, często imitacje zachowań, postaw, działań, reprezentowanych na zewnątrz cech są błędnie odczytywane i pogłębiają wykluczenie społeczne, intelektualne, komunikacyjne coraz większych grup ludzi<sup>83</sup>.

Przedstawione wyżej zjawisko przeładowania informacyjnego coraz częściej wiąże się z procederem celowego namnażania informacji, mającym zniekształcić obraz rzeczywistości i ukryć prawdę przed opinią publiczną. Odpowiadający za ten proceder agresor realizuje go w tempie przypominającym namnażanie wirusów, równie niebezpieczne dla zaatakowanego organizmu. Szybki wzrost informacji infekuje podmioty podatne, powoduje utratę uwagi, namysłu i refleksji. Powierzchność odbioru komunikatów, uproszczenia i uogólnianie sprawiają, że człowiek staje się łatwowierny, a pośpiech usprawiedliwia go z rezygnacją sprawdzania wiarygodności komunikatów i oceny źródeł je emitujących. Babik zauważa, że nie jest istotne, z jakim rodzajem wiarygodności podmiot ma do czynienia, najczęściej wystarczy mu,

---

<sup>83</sup> H. Batorowska, *Między dorosłością a dojrzałością informacyjną*, [w:] *Współczesne oblicza komunikacji i informacji. Problemy, badania, hipotezy*, red. E. Głowacka, M. Kowalska, P. Krysiński, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2014, s. 344.



że „w ogóle ktoś lub coś nam tę informację potwierdza”<sup>84</sup>. Oznacza to, że jeżeli znajdziemy w dowolnym źródle potwierdzenie wcześniej pozyskanej informacji, automatycznie uznajemy ją za bardziej wiarygodną, pomijając ocenę tych źródeł. Potwierdza się zasada, że gdy większość ludzi uznaje jakąś tezę za prawdziwą, nie ma potrzeby negocjowania jej prawdziwości. Wynika ona z wpisanej w naturę ludzką tendencji do uznawania tego, co jest powszechnie akceptowane i na co panuje społeczne przyzwolenie. Skłonność ta wykorzystywana jest przez socjotechników, chcących podporządkować sobie wolę innych<sup>85</sup>. Spełnianie prośb, jeżeli wydają się one zgodne z zachowaniem innych, aprobowanie informacji, która jest powtarzana i za którą opowiada się wielu anonimowych internautów, poleganie na mądrości tłumu traktowane są jako akceptacja i potwierdzenie, że dane zachowanie, opinia lub informacja są ogólnie sankcjonowane.

Potrzeba sprawdzania wiarygodności informacji ma ścisły związek z potrzebą podmiotu, by opuścić niewidzialny krąg, w którym zamyka się on, wykorzystując stale te same źródła informacji. Internauci, cyfrowi tubylcy, dobrze czują się w ograniczonym polu lubianych i często odwiedzanych miejsc w sieci, uznawanych za godne uwagi przez grupy, do których należą. Jak podkreśla Kamińska-Czubała, grupy takie, wysyłając linki do stron, które każdy ich członek musi znać, i wywierając presję ciągłego monitorowania sugerowanych źródeł informacji, sprawiają, że niejednokrotnie członkowie tych grup ulegają stereotypom i manipulacji<sup>86</sup>. Jeżeli podmiot podejmie wysiłek poznania własnych schematów wyboru, może odkryć, że motywy, które nim kierują, są sterowane z zewnątrz. Wynika z tego, że użytkownik informacji nie może być tylko odbiorcą komunikatów, ale musi też stać się osobą zarządzającą informacjami używanymi do podejmowania decyzji w życiu codziennym i w sferze zawodowej. Oczekuje w tej kwestii wsparcia ze strony systemu edukacji, który wciąż przystosowany jest bardziej do środowiska pracy z niedoborem, a nie z nadmiarem informacji.

---

<sup>84</sup> W. Babik, *O wiarygodności informacji*, op. cit., s. 17.

<sup>85</sup> K.D. Mitnick, W.L. Simon, *Sztuka podstęp. Łamałem ludzi, nie hasła*, tłum. J. Dobrzański, Helion, Gliwice 2016, s. 279.

<sup>86</sup> B. Kamińska-Czubała, *Zachowania informacyjne w życiu codziennym*, op. cit., s. 261.

### 1.3. Od nieświadomego zniekształcania informacji do celowego jej deformowania

Nie zawsze szum informacyjny powstaje w wyniku celowych działań dysponenta informacji. Może on być wynikiem nieświadomego zniekształcania informacji, np. pomyłki, błędu, wypowiedzi wieloznacznej, nieuporządkowania informacji, pseudoinformacji (czyli komunikatu rozwlekłego, ogólnikowego, niejasnego). Zniekształcenia te wynikają najczęściej z bałaganiarstwa, dezaktualizacji i przeładowania komunikatu danymi oraz z braku umiejętności radzenia sobie z zespołem konfliktów informacyjnych, do których zalicza się:

- błędy,
- wieloznaczność,
- niejasność,
- niekompletność,
- brak informacji,
- usunięcie informacji ze zbioru, bez wiedzy ich autora,
- niespójność informacji z innymi informacjami,
- udostępnianie błędnych informacji,
- niepoprawne reprezentowanie, interpretowanie i wykorzystanie informacji,
- nieprawidłowe zarządzanie informacją,
- szukanie informacji w niewłaściwym miejscu,
- stosowanie błędnych strategii jej pozyskiwania<sup>87</sup>.

Można stosunkowo łatwo zidentyfikować te konflikty, a następnie usunąć, sprostować, naprawić i wskazać źródła zniekształceń. Można również im zapobiegać, wykorzystując m.in. „przekształcanie struktur, socjotechnikę, szkolenie personelu, swobodę krążenia informacji oraz zrozumiały język”<sup>88</sup>.

---

<sup>87</sup> M. Próchnicka, *Information literacy. Nowa sztuka wyzwolona XXI wieku*, [w:] *Książka, biblioteka, informacja. Między podziałami a wspólnotą*, red. J. Dziemiałowska. Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2007, s. 441.

<sup>88</sup> M. Marcinkowska, *Kształtowanie wartości firmy*, PWN, Warszawa 2000, cyt. za: K. Materska, *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*, Warszawa, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, s. 239.

Inaczej jest ze zniekształceniami świadomymi, do których Katarzyna Materska zalicza manipulację i dezinformację oparte na informacjach zmyślonych, zatajonych, przekreślonych, przeinaczonych, pozorowanych<sup>89</sup>.

Nieświadome zniekształcenia informacji, chociaż nie są zaplanowane i celowo rozpowszechniane, stają się przyczyną niezrozumienia treści i jej błędnego wykorzystania. Mogą one pochodzić zarówno od nadawców i twórców informacji, jak i ich odbiorców.

Ci pierwsi zniekształcają informacje najczęściej w wyniku błędów, pomyłek, powielania niedokładnych danych, wieloznaczności formułowania sądów czy relacjonowania zdarzeń i prezentowania obiektów, nieustrukturyzowania informacji (co wywołuje w umyśle odbiorcy chaos i mylne, niezgodne z intencją autora skojarzenia), tworzenia pseudoinformacji charakteryzującej się redundancją, w tym informacji rozwlekłych, ogólnikowych, niejasnych, nieuporządkowanych<sup>90</sup>. Pseudoinformacje opisują ten sam obiekt i wskazują ten sam fakt, chociaż zawarte są w różnych źródłach czy komunikatach. Przyczyniają się do zwiększenia nadmiarowości komunikatów, a równocześnie służą odbiorcy za potwierdzenie określonej informacji i pozwalają mu zyskać pewność co do jej prawdziwości. Ich cecha redundancyjna zapobiega stracie informacji na wypadek, gdyby nadawca nie zapewnił wszystkich cech relewantnych sygnału (nośnika informacji) lub adresat komunikatu nie odebrał go np. wskutek uszkodzenia części sygnału w procesie przekazu<sup>91</sup>. Pseudoinformacje, nazywane informacjami pozornymi, charakteryzują się nadmiarowością danych niekoniecznych do zrozumienia głównego wywo-  
du autora, wynikają często z uogólnień, prowadzą do rozwlekłych rozważań, w których autor niepotrzebnie mnoży przykłady, by udokumentować tę samą tezę, i zaciemnia główny wątek oraz czyni wypowiedź niejasną<sup>92</sup>.

---

<sup>89</sup> K. Materska, *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*, op. cit., s. 230.

<sup>90</sup> Ibidem.

<sup>91</sup> *Słownik encyklopedyczny informacji, języków i systemów informacyjno-wyszukiwawczych*, red. B. Bojar, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2002, s. 221.

<sup>92</sup> B. Stefanowicz, *Informacja*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa 2004, s. 25; zob. też idem, *Informacja, wiedza, mądrość*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2013; M. Hetmański, *Świat informacji*, op. cit., s. 61.

Podsumowując, pseudoinformacje przyczyniają się do wzrostu redundancji komunikatów – sprawiają, że zawiera on więcej elementów, niż jest to niezbędne do odzworowania w nim danej informacji.

Prób fałszowania informacji można dokonywać także za pomocą parainformacji. Są one informacjami domniemanymi, zawartymi w aluzjach, niedopowiedzeniach, metaforach, aforyzmach, asocjacjach. Prawidłowe ich odczytanie zależy od tego, czy obie strony procesu komunikowania dysponują podobną wiedzą i doświadczeniem. Parainformacje mają charakter subiektywny i utrwalone są w skojarzeniach przechowywanych w pamięci podmiotu oraz od tej pamięci uzależnione. Dlatego mówi się o skojarzeniach trafnych i nietrafnych, niedomyślnych lub opacznych. Trzy ostatnie powodują błędne odczytanie przekazu, a z nim nietrafne oceny i chybione decyzje. Są one związane z:

- dopatrywaniem się aluzji tam, gdzie jej nie było, lub niezrozumieniem aluzji;
- przypisywaniem innym intencji i zamiarów, których te osoby nie miały, lub niedomyśleniem się, o co chodzi;
- urojeniami w sprawie nieistniejących uczuć lub nieumiejętnością ich odczytania;
- domyśleniem się czegoś innego, niż miał to na myśli nadawca informacji;
- z pomniejszaniem lub wyolbrzymianiem sensu wypowiedzi drugiej osoby;
- z dostrzeganiem wrogości tam, gdzie jej nie było;
- z przeinaczaniem znaczeń czyjegoś zachowania itd.<sup>93</sup>

W manipulacji medialnej często stosuje się świadome zniekształcanie informacji, wykorzystując zarówno parainformacje, jak i pseudoinformacje, których efektem jest:

- „przeniesienie wniosków, reakcji emocjonalnych z innej sytuacji na daną informację,
- podawanie jakichś danych, dodatkowych wiadomości, mających nadać omawianemu faktowi odpowiednie zabarwienie,

---

<sup>93</sup> K. Materska, *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*, op. cit., s. 238.

- deformowanie faktów przez ich tendencyjne upraszczanie,
- zmiana proporcji elementów składowych opisywanej sytuacji,
- wieloznacznie przekazywane wiadomości,
- nasilenie patosu w tonie relacji,
- tendencyjny dobór elementów wypowiedzi,
- stosowanie pochlebstw wobec adresata,
- uwzględnianie w treści informacji jego upodobań i pragnień, nawet kosztem naginania faktów<sup>94</sup>.

Przeładowanie informacjami zniekształconymi tworzy atmosferę niepewności informacyjnej. Nieumiejętność lub niemożność oceny napływających komunikatów czy ich błędna interpretacja powodują, że informacja prawdziwa ginie w nadmiarze pozostałych, wnika w szum informacyjny; informacja nie-relevantna sprawia zaś wrażenie wartościowej, potęgując u odbiorcy dyskomfort informacyjny i skutkując dezinformacją. Jeżeli parainformacje wprowadzają w błąd odbiorcę komunikatu i wynikają z jego niewiedzy w poruszonym temacie lub z braku doświadczenia w materii wyводу – można je sprostować, wyjaśnić, wytłumaczyć, gdy druga strona procesu komunikowania jest otwarta na dialog i zechce przyjąć wyjaśnienia, jakie błędy popełniła, odczytując treść komunikatu. Brak takiego sprostowania od nadawcy i odrzucenie przyjęcia wyjaśnienia przez odbiorcę zmienia parainformację w narzędzie celowej dezinformacji służącej realizacji ukrytych zamiarów agresora.

Zniekształcenia informacji wynikają często z barier informacyjnych, na jakie natrafia informacja w drodze od nadawcy lub autora do odbiorców zarówno biernych, jak i aktywnych – nazywanych użytkownikami informacji. Powodują one utrudnienie, opóźnienie, a nawet uniemożliwienie dostępu do informacji (określa się je także jako bariery w dostępie do informacji, bariery w przepływie wiedzy czy bariery w komunikacji). Przeszkody zakłócające proces przepływu informacji mogą oddziaływać na użytkownika niezależnie od jego świadomości (bariery obiektywne) lub przez tę świadomość (bariery subiektywne)<sup>95</sup>. Mogą wynikać:

---

<sup>94</sup> A. Wróbel, *Wychowanie a manipulacja*, Impuls, Kraków 2006, s. 63.

<sup>95</sup> M. Świigoń, *Bariery informacyjne*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2006.

- z utrudnionego dostępu do źródeł informacji;
- z niewiedzy użytkownika o istnieniu tych źródeł, bierności użytkowników w ich wykorzystaniu;
- z niemożności przyswojenia treści komunikatów, spowodowanej ograniczonymi horyzontami myślenia, brakiem umiejętności interpretowania informacji przedstawionej w specyficznej formie, ograniczonym wykorzystaniem informacji biorącym się z niezajomości pewnych zagadnień czy braku erudycji.

Najbardziej znaną typologię barier informacyjnych przedstawił Tom D. Wilson. Wyróżnił on cztery grupy barier:

- związane z użytkownikiem informacji;
- interpersonalne;
- środowiskowe;
- związane ze źródłami informacji (dokumentalnymi, osobowymi, instytucjonalnymi).

Wśród nich niektóre szczególnie silnie oddziałują na jakość informacji, deformując ją, np.:

- bariera braku wiedzy powoduje, że odbiorca nie rozumie sensu komunikatu, ma problemy z percepcją treści;
- bariera terminologiczna wpływa na nieprecyzyjne definiowanie zakresu pojęć, dopuszcza mylne zrozumienie komunikatu;
- bariera języków obcych oznacza błędny przekład lub odrzucenie informacji o znaczeniu strategicznym dla podmiotu, jeżeli zostały one sformułowane w nieznanym mu językach;
- bariera pasywnej postawy nie mobilizuje do łatania luki informacyjnej, pozyskiwania nowych źródeł informacji, sprawdzania ich wiarygodności;
- bariera braku systematyczności sprawia, że informacja jest niekompletna, fragmentaryczna, wyrwana z kontekstu;
- bariera w postaci braku czasu na poszukiwanie informacji powoduje powierzchowne zapoznanie się z treścią i podejmowanie decyzji niepopartej wnikliwą analizą.

Nie tylko stosowanie wyrafinowanych technik manipulacji powoduje zafałszowanie obrazu rzeczywistości. Jeżeli są one wspierane stawianymi

przed odbiorcami komunikatów barierami informacyjnymi, mogą potęgować przeszkody w dotarciu do prawdy, do relewantnych informacji stojących przed zdecydowaną większością społeczeństwa. Szczególnie dotyczy to barier środowiskowych generujących utrudnienia administracyjne, prawne, ekonomiczne, finansowe, geograficzne, polityczne, ideologiczne czy kulturowe<sup>96</sup>.

Odnosić się one mogą przykładowo do:

- ochrony praw własności intelektualnej i przemysłowej;
- ochrony przed naśladownictwem i konkurencją;
- niedoboru środków finansowych;
- wartości czasu, jaki należy poświęcić na wyszukanie informacji;
- wysokich kosztów publikacji i dostępu do informacji oraz korzystania z niej;
- dystansu lub izolacji geograficznej;
- izolacji od dużych ośrodków naukowych, odległości do miejsc udostępniania informacji;
- obrony państwowych interesów, cenzurowania informacji, utajniania wyników badań, czynników ideologicznych,
- kosztów dostawcy informacji,
- dostępu do materiałów sprzecznych z religią itd.<sup>97</sup>

Bariery powodujące zniekształcenia informacji w źródłach dokumentacyjnych powstałe w sposób nieświadomy (niecelowy) wynikają według D.E. Haaga głównie z utrudnień w publikowaniu informacji, organizacji i przetwarzaniu informacji oraz korzystaniu z informacji opublikowanej<sup>98</sup>. Natomiast w typologii barier w komunikacji opracowanej przez Wacława

---

<sup>96</sup> Klepka podkreśla znaczenie bariery decyzji selekcji treści, która wynika także z subiektywnego charakteru wyboru komunikatów dopuszczonych do druku, na przykład przez wydawców, którzy kierowali się brakiem miejsca w piśmie, wcześniejszym prezentowaniem podobnych tematów, nieznanymi źródłami informacji itp. Zob. R. Klepka, *Obrazy polityki w mediach: podstawowe uwarunkowania*, [w:] *Medialne obrazy świata. Wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, red. R. Klepka, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2018, s. 11–12.

<sup>97</sup> M. Świgoń, *Bariery informacyjne*, op. cit., s. 460–462.

<sup>98</sup> D.E. Haag, *Information Barriers*, Human Science Research Council, Pretoria 1989.

Przelaskowskiego utrudnienia odnoszą się do możliwości poprawnego rozumienia komunikatów wynikającego z:

- braku rozeznania;
- braku łączności;
- bariery językowej;
- bariery konceptualnej (wewnątrzjęzykowej);
- bariery semiotycznej (między językiem a myślą);
- braku erudycji;
- bariery efektu pierwszeństwa lub efektu ostatniego wynikających z przypisywania centralnego znaczenia informacjom (publikacjom) najaktualniejszym lub najstarszym;
- bariery subiektywnej oceny hipotez;
- bariery zminimalizowania przez autora komunikatu dystansu między postawioną przez niego hipotezą a stanem adekwatnym;
- bariery poszukiwania reguły i prawidłowości;
- bariery wynikającej ze sprzeczności pomiędzy teoretycznym poziomem poznania, a uświadomieniem go sobie w kategoriach filozoficznych;
- bariery informacyjnej między nauką a techniką;
- bariery informacji niepełnej<sup>99</sup>.

Wymienione powyżej zakłócenia w komunikacji naukowej powodują szum w kanałach łączności, szum semantyczny (niezrozumienie lub błędne zrozumienie) i szum pragmatyczny (błędy w odbiorze i ocenie). Przelaskowski uzmysławia autorom tekstów naukowych wagę sprawdzania, czy ktoś wcześniej nie podjął ich tematu, w celu ograniczenia produkcji tekstów. Wymaga to dostępu do informacji objętych różnymi klauzulami. Musi być wsparte znajomością języków obcych i teaurusu pojęć, posiadaniem wiedzy wystarczającej do opanowania sytuacji, nieprzecenianiem informacji otrzymanej w pierwszej fazie rozwiązywania problemu lub nieprzypisywaniem najwyższej wagi informacjom pozyskanym jako ostatnie, najnowsze i najbardziej aktualne, opisujące dopiero zaistniałe fakty lub zdarzenia. Zakłócenia w komunikacji naukowej mogą wynikać także z powodu:

---

<sup>99</sup> W. Przelaskowski, *Problemy informacji naukowej*, op. cit., s. 147–152.



- niedoceniań lub przeceniań informacji wynikającej z przypisywania hipotezom wartości zgodnych z pożądanymi przez badacza wynikami, potwierdzających postawioną przez siebie hipotezę;
- dostępu do informacji niepełnej, opartej na domysłach, na niepełnej obserwacji oraz niesprawdzonych hipotezach i danych;
- przedkładania osiągnięcia sukcesu naukowego przez badacza nad rzetelność badawczą.

Inną grupę zniekształceń informacji stanowią zniekształcenia celowe, z którymi mamy do czynienia przy zaplanowanych działaniach, najczęściej mających charakter przestępstwa gospodarczego, finansowego, ekonomicznego, administracyjnego, takich jak sfalszowanie dokumentów, sporządzenie dodatkowych kopii dokumentów, które różnią się od oryginału, fabrykowanie dokumentów nieistniejących, usuwanie niektórych fragmentów tekstu czy jakiegokolwiek inne ingerencje w tekst podstawowy. Kodeks karny o przestępstwach przeciwko wiarygodności dokumentów i fałszowaniu ich stanowi, że kto w celu użycia za autentyczny podrabia lub przerabia dokument lub takiego dokumentu jako autentycznego używa, lub kto wypełnia blankiet opatrzony cudzym podpisem niezgodnie z wolą podpisanego i na jego szkodę albo takiego dokumentu używa podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności od trzech miesięcy do lat pięciu<sup>100</sup>. Tak więc celowe zniekształcanie informacji niesie konsekwencje nie tylko dla osoby poszkodowanej, ale i sprawcy tego działania.

Zniekształcenia informacji są szczególnie groźne, gdy dotyczą informacji niejawnych, danych osobowych i zasobów o znaczeniu strategicznym. Dlatego te podlegają ochronie, odnoszą się do nich systemy zarządzania bezpieczeństwem informacji, tworzone są polityki bezpieczeństwa informacji zabezpieczające przed nieuprawnionym dostępem do nich, zniszczeniem, uszkodzeniem samej informacji oraz infrastruktury informacyjnej pozwalającej na jej przechowywanie, gromadzenie, wyszukiwanie, przetwarzanie, udostępnianie itp. Te obszary potencjalnych zagrożeń dla informacji stanowią pole działań agresorów przygotowujących atak mający wywołać

---

<sup>100</sup> Art. 270 par. 1–3 ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. – Kodeks karny, Dz.U. z 1997 r. Nr 88, poz. 553.

szkody nie tylko indywidualne czy osobowe, ale i szkody na większą skalę, np. doznane przez organizację, zbiorowość, państwo. Stosuje się wówczas zaplanowane operacje informacyjne skoncentrowane na oddziaływaniu na zdolności informacyjne przeciwnika, w tym na zakłócanie procesu informacyjnego<sup>101</sup>.

Informacja ulega wówczas zniekształcaniu w wyniku zakłócania informacyjnego realizowanego w sposób zorganizowany w walce informacyjnej. Obiektem takich działań jest głównie sfera bezpieczeństwa narodowego, polityki, obronności. Józef Janczak, nawiązując do walki zbrojnej XXI wieku, definiuje zakłócanie informacyjne jako „zespół skoordynowanych przedsięwzięć i działań, które dostosowane są do zakłócania procesów dowodzenia wojskami i kierowania środkami walki przeciwnika”, czyli mają prowadzić do obniżenia efektywności funkcjonowania systemów dowodzenia oraz kierowania uzbrojeniem przeciwnika oraz ich zasobów i procesów informacyjno-sterujących<sup>102</sup>. Zakłócanie informacyjne pełni w walce funkcję pozorowania, czyli wprowadzania w błąd przeciwnika przez udostępnianie mu takich informacji, które po przetworzeniu stworzą obraz sytuacji nierealnej, chociaż zachowującej pozory działań rzeczywistych.

Kolejną ważną funkcją zakłócania informacyjnego jest według Janczaka dezorganizacja pracy systemów dowodzenia wojskami i kierowanie uzbrojeniem przeciwnika oraz dążenie do fizycznej destrukcji nośników danych. Istotą zakłócania informacyjnego jest więc maksymalne ograniczenie napływu informacji prawdziwych, deformowanie ich, wytwarzanie informacji nieprawdziwych i powodowanie przez to zniekształcenia obrazu pola walki prowadzącego do podejmowania błędnych decyzji przez dowództwo. Zakłócanie celowe może być realizowane na każdym etapie procesu informacyjnego, stosownie do potrzeb i możliwości technicznych zakłócania oraz obszaru jego oddziaływania. Wyróżnia się przy tym:

---

<sup>101</sup> Z. Modrzejewski, *Operacje informacyjne*, Akademia Obrony Narodowej, Warszawa 2015, s. 42–43.

<sup>102</sup> J. Janczak, *Zakłócania informacyjne*, Akademia Obrony Narodowej, Warszawa 2001, s. 12.

- zakłócanie dezinformujące;
- zakłócanie zagłuszające;
- zagłuszanie niszczące (kinetyczne, elektromagnetyczne)<sup>103</sup>.

Zakłócenie dezinformujące polega na wprowadzaniu w błąd strony przeciwniej przez podawanie mylących informacji, np. meldunków, rozkazów, sygnałów dowodzenia. Może mieć charakter osobowy (rozpowszechnianie spreparowanych wiadomości w celu oddziaływania na morale przeciwnika i jego intencje, skutkujące podejmowaniem przez niego niekorzystnych działań)<sup>104</sup> lub techniczny (dezorganizacja pracy i funkcjonowania narzędzi oraz systemów opartych na TIK, wykorzystywanych przez przeciwnika na potrzeby rozpoznania, dowodzenia wojskami i kierowania uzbrojeniem).

Zakłócanie zagłuszające wiąże się głównie z dezorganizacją procesów informacyjnych przeciwnika w przestrzeni cyfrowej. Stanowi bardzo skuteczny sposób uniemożliwiania prawidłowej pracy i działania systemów informatycznych stosowanych w rozpoznawaniu, dowodzeniu wojskami i kierowaniu uzbrojeniem przeciwnika.

Zakłócanie niszczące może być natomiast realizowane przy użyciu klasycznych środków ogniowych lub polegać na neutralizacji elektronicznej powodującej fizyczne uszkodzenie bądź zniszczenie infrastruktury teleinformatycznej przeciwnika (urządzeń komunikacyjnych, systemów i sieci komputerowych, oprogramowania itd.)<sup>105</sup>. Andrzej Żebrowski do środków ogniowych wykorzystywanych do niszczenia informacji i systemów informacyjnych zalicza amunicję precyzyjną z zaawansowanymi platformami przenoszenia, balistyczne pociski raketowe, rakiety samosterujące, bezpilotowe aparaty latające, drony, statki powietrzne<sup>106</sup>. Charakteryzując takie narzędzia walki informacyjnej jak broń elektromagnetyczna i kinetyczna, wskazuje ich przydatność w ofensywnej i defensywnej walce informacyjnej. Komentuje

---

<sup>103</sup> Ibidem, s. 24.

<sup>104</sup> L. Lendler, *Dezinformacja jako element walki informacyjnej*, Akademia Obrony Narodowej, Warszawa 1994.

<sup>105</sup> K. Liderman, *Bezpieczeństwo informacyjne*, PWN, Warszawa 2012, s. 44–48.

<sup>106</sup> A. Żebrowski, *Walka informacyjna w asymetrycznym środowisku bezpieczeństwa międzynarodowego*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2016, s. 469.

także technologie i techniki przyszłości, jak nanotechnologie w działaniach militarnych, dzieląc się obawą, że obrona przed niektórymi informacyjnymi oddziaływaniami będzie niemożliwa. Jest to tym bardziej niepokojące, że przyszłe konflikty toczyć się będą głównie w obszarze walki informacyjnej.

Zakłócanie informacyjne zawsze towarzyszyło wszystkim konfliktom zbrojnym; z wszelkich jego dostępnych metod korzystały obie walczące strony. W czasach przyspieszonego rozwoju technologicznego wciąż powstają nowe narzędzia prowadzenia walki informacyjnej, o wiele groźniejsze niż broń masowego rażenia. W ich wykazie umieszczono broń ultradźwiękową, mikrofalową, laserową, wiązkową cząstek elementarnych, plazmową, próżniową, psychofizyczną, radiologiczną, biologiczną, geofizyczną, meteorologiczną, wykorzystującą technikę antysatelitarną, środki antimateriałowe, broń o zmniejszonej śmiertelności używaną do unieszkodliwienia sprzętu lub obezwładnienia człowieka<sup>107</sup>. Marc Goodman do nowoczesnej broni informacyjnej XXI wieku zalicza roboty posługujące się algorytmami sztucznej inteligencji. Przestrzega, że „każdy algorytm jest przepełniony uprzedzeniami i błędami myślowymi piszących go ludzi” i że nikt nie wie, kto kontroluje algorytmy i pilnuje, w jaki sposób rządzą naszym życiem<sup>108</sup>. Dorothy E. Denning prawie 20 lat temu uświadamiała czytelnikom w inspirującej książce o bezpieczeństwie informacyjnym ogrom niebezpieczeństw wojny informacyjnej<sup>109</sup>. Wynikają one z działań skierowanych przeciw środkom informacji lub z ich zastosowania do przejścia aktywów przeciwnika. W wojnie tej jedna lub obie strony konfliktu wykorzystują włamania do komputerów i sieci, uprawiają sabotaż, szpiegostwo, posiłkują się wywiadem, podsłuchem, oszustwami telekomunikacyjnymi, stosują manipulację percepcją, inwigilację i prowadzą wojnę elektroniczną. Denning uzmysławiała pilną potrzebę monitorowania słabych miejsc w krytycznych infrastrukturach informacji przez jednostki, organizacje, państwa, którym przyjdzie walczyć o przetrwanie w ryzykow-

---

<sup>107</sup> Ibidem, s. 478–479.

<sup>108</sup> M. Goodman, *Zbrodnie przyszłości. Jak cyberprzestępcy, korporacje i państwa mogą użyć technologii przeciwko tobie*, Mikom, Gliwice 2016, s. 357–358.

<sup>109</sup> D.E. Denning, *Wojna informacyjna i bezpieczeństwo informacji*, tłum. J. Bloch, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2002, s. 486.

nym świecie zdominowanym przez technologie informacyjne i zagrażającym środowisku człowieka przeciążeniem informacjami.

Zakłócanie informacyjne ma więc wiele wymiarów: od zmiany sensu wiadomości, dezinformowania i pozorowania obrazu rzeczywistości, mistyfikacji, zmyśleń, oszczerstw do manipulacji postawami i zachowaniami podmiotu, oddziaływania na jego emocje, wzmocnienia głodu informacyjnego skutkującego potrzebą kompensacji deficytu informacji ze źródeł pochodzących od agresora.

Zniekształcenia celowo wprowadzane do informacji pierwotnej mają miejsce także w życiu prywatnym. Nie wywołują one bezpośredniego zagrożenia bezpieczeństwa kraju, ale w sferze osobistej mogą spowodować wiele złego. Stosowane są przez ludzi, aby kogoś oszukać, ukryć niewygodne informacje, celowo niedoinformować, wprowadzić w błąd, zwiększyć szanse na sukces w jakimś obszarze, wyeliminować konkurentów, zachować dobrą opinię, usprawiedliwić własne zachowanie, zmotywować kogoś do działania, oszczędzić innym przykrości lub cierpienia, działać na korzyść innych itp. Biskup Adam Lepa zalicza takie zachowania do tzw. małej manipulacji, obecnej w codziennych relacjach międzyludzkich<sup>110</sup>. Przestrzega przed takimi narzędziami wpływu na innych jak sympatia, przyjaźń i miłość, wykorzystywane w technice ingracji. Ingracjator zabiega o zdobycie pełnej akceptacji i uznania osoby poddawanej manipulacji zachowaniami kokieteryjnymi, nadszkiepcowaniem ofierze, komplementowaniem i przymilaniem się jej. Tak zwiększa własną atrakcyjność i budzi w osobie manipulowanej pozytywne podejście, aby skrycie osiągnąć zaplanowany cel. Najczęściej podporządkowuje sobie osoby naiwne, o negatywnym obrazie siebie i z niskim poczuciem własnej wartości. Mała dezinformacja to często działania doraźne, nieprofesjonalne oraz spontaniczne, okłamywanie i oszukiwanie drugiej osoby.

Powszechnie uznaje się, że zniekształcanie informacji w komunikacji interpersonalnej służy przekazywaniu przez nadawcę informacji o rzeczywistości, które niezgodne są z jego przekonaniem, ale powinny być odebrane

---

<sup>110</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, Tygodnik Katolicki „Niedziela”, Częstochowa 1995, s. 77.

przez adresata jako prawdziwe, przy czym adresat nie powinien być świadomy zastosowanych działań. Nie zawsze jednak manipulacja odnosi się do działań skrytych nadawcy lub takich, których adresaci sobie nie uświadamiają. Mirosław Karwat pisze także o oddziaływaniu ostentacyjnym, polegającym na:

- widocznym, demonstracyjnym i wyzywającym zachowaniu manipulatorów;
- podstępnym wymuszeniu w wyniku zachowania kształtującego sytuację osoby zaatakowanej.

Oddziaływania te wymierzone są we wrażliwość takiej osoby, mają ją zaszokować, podważyć jej pewność siebie, wykorzystać jej skrupowanie, zakłopotanie, konsternację, zażenowanie; służą zdeprimowaniu jej i bazują na jej zagubieniu w niezręcznej sytuacji. Typowym sposobem narzucania swojej woli lub osiągnięcia zamiaru jest łamanie konwenansów, obowiązujących zasad społecznych, norm etycznych, bezczelność, tupet, natręctwo, na które adresat najczęściej nie jest przygotowany<sup>111</sup>. W życiu prywatnym Marian Golka przejawy manipulacji dostrzega w „rywalizacji, gratyfikacji, szantażu, uzależnieniu od siebie, wykorzystywaniu cudzych słabości, sterowaniu uczuciami, pouczeniach, uwodzeniu, opresyjnej enkulturacji, toksycznych związkach”<sup>112</sup>.

Wśród manipulacji ze sfery komunikacji interpersonalnej dominuje kłamstwo, za które uważa się powstrzymywanie od udzielania prawdziwej informacji, jej fałszowanie oraz manipulowanie informacją. Badania prowadzone nad tym fenomenem przez Bellę DePaulo i jej współpracowników, opublikowane w 1996 roku, oparte były na analizie interakcji, w których dochodziło do kłamstwa. Pozwoliły one na stwierdzenie, że kłamstwo (o niewielkiej stawce) występuje powszechnie i każda osoba codziennie fabrykuje od jednego do dwóch kłamstw, najczęściej dotyczących uczuć, działań, planów, miejsc pobytu, osiągnięć i wiedzy<sup>113</sup>. Nadawca bardzo często posłu-

---

<sup>111</sup> M. Karwat, *Rewizja obiegowych pojęć manipulacji*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. D. Doliński, M. Gamian-Wilk, PWN, Warszawa 2014, s. 51.

<sup>112</sup> M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, op. cit., s. 114.

<sup>113</sup> K. Cantarero, *Kłamstwo a manipulacja*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, op. cit., s. 74.

guje się kłamstwem, by zapewnić sobie zyski i osiągnąć cele, takie jak chęć uniknięcia konfliktu, przyniesienie korzyści grupie, z którą się identyfikuje, czy podjęcie działania altruistycznego, głównie w celu ochrony rozmówcy przed prawdą<sup>114</sup>. Mówi się o kłamstwach w imię wyższych wartości, ale ta tematyka wykracza poza obszar zainteresowania autorów niniejszej publikacji.

Wzrasta także liczba osób poddających się automanipulacji, u których obserwuje się rezygnację z własnej tożsamości i ubiegania się o dojrzałą osobowość. Wynika to najczęściej z „pełnej akceptacji doznawanego (...) manipulowania ze strony innych ludzi”<sup>115</sup>. Ale nie tylko. Manipulowanie samym sobą, jak zauważa Karwat, ma miejsce, gdy chcemy zachować dobrą samoocenę, dobre samopoczucie, sztucznie czy pozornie zwiększamy własną sprawność albo atrakcyjność. Jest to charakterystyczne dla ludzi, którzy znaleźli się w sytuacji pokusy, zakłopotania, zawstydzienia własnymi błędami lub grzeszkami, samooszukiwania, „nadrabiania miną”<sup>116</sup>. Powołując się na Marka Kosewskiego, Karwat stwierdza, że dobra manipulacja wymaga od manipulatora utożsamiania się z pełnioną rolą, dlatego „najbardziej sugestywni są tacy mówcy, którzy poza sterowaniem nastrojami i uwagą publiczności zdolni są także do kontrolowanego samopobudzenia, wzbudzania w sobie zaraźliwych dla innych, bynajmniej nie udawanych namiętności, do zachowań dających ujście swojemu temperamentowi”<sup>117</sup>. Automanipulacja ma też ścisły związek ze słabą kondycją psychiczną podmiotu, jego gotowością do uległości i bycia sterowanym przez innych. Wynika też z potrzeby tłumy, by posiadać niepodważalny autorytet, wyznaczający drogę w świecie płynnej nowoczesności i rozwiniętych technologii informacyjnych, oraz z postawy

---

<sup>114</sup> W. Chudy, *Kłamstwo jako metoda. Esej o społeczeństwie i kłamstwie 2*, Terminus 44, Oficyna Naukowa, Warszawa 2007; P. Wierzbicki, *Struktura kłamstwa*, Aneks, Londyn 1987.

<sup>115</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, op. cit., s. 44.

<sup>116</sup> M. Karwat, *Rewizja obiegowych pojęć manipulacji*, op. cit., s. 42–43. Marek Skąła prezentuje 35 technik wpływu na samego siebie pozwalających na ustawienie samego Ja w korzystnej sytuacji wobec siebie. Zob. M. Skąła, *Manipulacja odczarowana. 777 skutecznych technik wpływu*, Helion, Gliwice 2015, s. 167–185.

<sup>117</sup> M. Kosewski, *Ludzie w sytuacji pokusy i upokorzenia*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1985, cyt. za: M. Karwat, *Rewizja obiegowych pojęć manipulacji*, op. cit., s. 43.

spontanicznego i bezwarunkowego posłuszeństwa, niekompetentnego i niedoinformowanego konsumpariatu względem polityków i właścicieli mediów reprezentujących technokratów – „przewodników po problemach moralnych i duchowych, pośredniczących i komentujących najnowsze informacje”<sup>118</sup>. Tymczasem ludzie nie chcą myśleć, chcą, aby nimi manipulowano, i tylko udają, że pragną wolności<sup>119</sup>. Jak wynika z refleksji Gustave’a Le Bona:

tylko sąd narzucony tłumowi znajdzie u niego uznanie, nigdy zaś sąd będący wynikiem skrupulatnych badań i roztrząsań. Pewne opinie jedynie dlatego zbyt szybko się rozprzestrzeniają, że większość ludzi woli bez dowodu przyjąć gotowy już sąd od drugich, aniżeli zastanawiać się i formułować własny sąd<sup>120</sup>.

Wyjaśniając przyczynę ulegania manipulacji, Jan Płazowski i Marek Suwara podkreślają, że towarzyszy ona człowiekowi w każdym procesie informacyjnego przekazu i że pozwalamy, aby manipulowali nami wychowawcy, media i inni ludzie, z którymi wchodzimy w kontakt informacyjny, oraz że skłonność do ulegania manipulacjom i skłonność do poszukiwania prawdy o świecie jest istotnym elementem ewolucji gatunku *homo sapiens sapiens*<sup>121</sup>. Żyjąc w świecie informacji, komunikując się z innymi, stosujemy manipulację, niekoniecznie, aby fałszować dane, ale aby wywołać u adresata komunikatu odpowiednią reakcję na przekazywany mu obraz rzeczywistości. Manipulacja, jak podkreślają autorzy stawiający pytanie, dlaczego jej ulegamy, jest bardzo bliska wiedzy, ponieważ „wiedza musi dostarczać koherentny obraz świata z nie do końca koherentnych danych”. Nadmiarowość informacji stanowi przeszkodę w działaniu, a manipulacja „ułatwia proces komunikacji” w warunkach szumu informacyjnego, uwalniając adresata wpływu

---

<sup>118</sup> J. Kurczewska, *Technokrati i ich świat społeczny*, Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1997.

<sup>119</sup> M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, op. cit., s. 119.

<sup>120</sup> G. Le Bon, *Psychologia tłumu*, tłum. B. Kaprocki, Antyk, Kęty 2004, s. 35.

<sup>121</sup> M. Suwara, J.W. Płazowski, K. Płazowska, *Dlaczego ulegamy manipulacji?*, [w:] *Manipulacja – media – edukacja*, red. B. Siemieniecki, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007, s. 46, 58.



od konieczności sprawdzania i analizowania wszystkich dostępnych źródeł i dokonując za niego ich selekcji. Przyczynia się tym samym do utworzenia w jego umyśle spójnego systemu wizji świata, zaprogramowanego przez manipulatora. Stanowi zatem odstępstwo od norm społecznej komunikacji regulujących dążenie do poznania prawdy, uzyskania porozumienia oraz koordynacji podejmowanych przez obie strony działań<sup>122</sup>.

Informowanie w komunikacji powinno służyć powiadomieniu realizowanemu przez nadawców w sposób zobiektywizowany, systematyczny i konkretny, za pomocą środków masowego przekazu, o bieżących lub prognozowanych wydarzeniach mających istotne znaczenie polityczne, naukowe, gospodarcze, kulturalne itp. lub wzbudzających szczególne zainteresowanie odbiorców<sup>123</sup>. Informację należy oddzielać od opinii, sugestii, perswazji, komentarzy, aby odbiorca sam konstruował własną interpretację danych i faktów. Nie dzieje się tak, ponieważ informację traktujemy jako towar, który dzięki intrygującemu opakowaniu łatwiej można sprzedać, jako narzędzie wpływu pozwalające osiągnąć zaplanowane cele osobiste lub organizacyjne, jako oręż w walce informacyjnej, tworzywo podatne na manipulację, bez którego sukces polityczny jest nieosiągalny. Informacja przestała być tylko wiadomością. Stała się bronią obu stron procesu komunikacyjnego.

Manipulacja informacją, rozumiana przez Piotra Pawelczyka jako „celowe ingerowanie w tok procesu informacyjnego dla uzyskania pożądanego przez nadawcę efektu psychologicznego”<sup>124</sup>, pozwala zaprogramować sposób odbioru informacji przez indagowaną osobę na wszystkich etapach tego procesu, począwszy od uświadomienia narzuconej potrzeby informacyjnej, a skończywszy na zinternalizowaniu spreparowanej informacji z własnym systemem wiedzy i utożsamieniem się z przyjmowanym stano-

---

<sup>122</sup> M. Kliś, *Kształtowanie się znaczenia pojęcia „manipulacja”*, [w:] *Manipulacja – pedagogiczno-społeczne aspekty*, cz. 1: *Interdyscyplinarne aspekty manipulacji*, red. J. Aksman, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2010, s. 28.

<sup>123</sup> A. Januszko-Szakiel, *Dezinformacja jako narzędzie medialnej manipulacji świadomością*, [w:] *Manipulacja – pedagogiczno-społeczne aspekty*, cz. 1, op. cit., s. 210.

<sup>124</sup> P. Pawelczyk, *Socjotechniczne aspekty gry politycznej*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań 2000, cyt. za: A. Wróbel, *Wychowanie a manipulacja*, op. cit., s. 62.

wiskiem. Nadawcy i twórcy informacji (autorzy, wydawcy, programiści, projektanci systemów informacyjno-wyszukiwawczych, pracownicy informacji, infobrokerzy, instytucje pośredniczące w przesyłaniu informacji itd.) mają możliwość ingerowania w proces budowania indywidualnego informacyjnego świata zarówno na etapie gromadzenia przez podmiot informacji, jak i podczas jej przetwarzania, opracowania, przechowywania, wyszukiwania, selekcionowania, analizowania, udostępniania, prezentowania, dzielenia się, wymiany, wykorzystania czy wdrażania. Dysponowanie wiedzą o obiegu informacji w procesie informacyjnym może zwiększyć zasięg i skuteczność oddziaływania na odbiorców i użytkowników, pozwolić przewidzieć ich zachowania i prawdopodobny sposób spożytkowania pozyskanych komunikatów<sup>125</sup>. Nadmiar źródeł informacji, zarówno tych dokumentalnych, jak i instytucjonalnych oraz osobowych, i dostarczanych przez nie danych, utrudniający weryfikację, stwarza pokusę sterowania procesem informacyjnym u zabiegających o osiągnięcie celu, nie zawsze zgodnego z wolą użytkowników informacji. Alina Wróbel, powołując się na pracę Michała Szulczewskiego *Informacja i współdziałanie*, wymienia następujące działania manipulacyjne dotyczące przekazywania informacji:

- tendencyjne potraktowanie sprawy publikacji danej informacji;
- świadome zniekształcanie przedstawianego obrazu rzeczywistości;
- blokowanie dostępu do informacji;
- dezorientacja wynika z operowania wielością informacji wyłącznie prawdziwych, ale dobieranych tendencyjnie (tylko dobrych albo tylko złych)<sup>126</sup>.

Komunikowanie informacyjne w mediach przekształciło się obecnie w komunikowanie perswazyjne. Jego celem nie jest już pełnienie funkcji powiadamiania społeczeństwa i obiektywizm, ale wpływanie na jego świadomość. Korzystając ze stanu potopu informacyjnego oraz świadomego namnażania informacji przez różne podmioty, nakłania się jednostki

---

<sup>125</sup> B. Kamińska-Czubala, *Zachowania informacyjne w życiu codziennym*, op. cit., s. 243–252; A. Mierzecka-Szczepańska, *Badania zachowań informacyjnych*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2013.

<sup>126</sup> A. Wróbel, *Wychowanie a manipulacja*, op. cit., s. 63.

i zbiorowości, zachęca je i sugeruje, aby opowiedziały się za określonymi poglądami, zmieniły swoje zachowania i postawy wobec grupy, narodu, samych siebie.

Szczególnie jedna z form namnażania informacji okazuje się skuteczna, uniemożliwia ona bowiem niemal całkowicie weryfikację emitowanych komunikatów. Jest nią przejmowanie określonej informacji przez inne środki przekazu (prasę, telewizję, radio, internet) i przesyłanie jej techniką „głuchego telefonu” do coraz szerszego grona odbiorców. Częstokroć informacja wyjściowa zostaje niecelowo zniekształcona (najczęściej w obszarze metadanych lub danych faktograficznych), zanim dotrze do odbiorcy końcowego, a czasami jest to ta sama już na początku zmanipulowana informacja, która w toku kolejnego emitowania przez inne źródła uzyskuje „uwiarygodnienie” jako potwierdzona przez nie. Mamy więc do czynienia z samonapędzającym się mechanizmem rozprzestrzeniania informacji, w którym ustalenie twórcy komunikatu staje się bardzo trudne. W konkluzji Golka stwierdza, że „żadna weryfikacja treści i wymowy informacji pochodzących ze środków masowego przekazu nie oznacza sprawdzenia pewnego”<sup>127</sup>. W czasach pośpiechu, natychmiastowości, powierzchowności, nowości nawet środowisko naukowe ulega często pokusie przejmowania cytowań z innych źródeł (co i ja w kilku miejscach świadomie czynię), przyczyniając się do rozpowszechniania błędów, a tym samym do potęgowania szumu informacyjnego. Ta nieroztropność w postaci zaniechania weryfikacji źródeł w przypadku badaczy jest wysoce naganna, ponieważ pełniąc rolę autorytetu, uwierzytelniają oni treści, które przenoszone są do publicystyki i szerokiego obiegu medialnego przez autorów tekstów popularnych bez dodatkowych uwag.

---

<sup>127</sup> M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, op. cit., s. 117.

#### 14. Od dezinformacji do manipulacji świadomością adresatów wpływu

Szczególnie gdy agresor przystępuje do walki informacyjnej, zacierają się granice pomiędzy dezinformacją – rozumianą jako informowanie mylące, biorące się z tego, że nadawca nie posiada rzetelnych informacji lub celowo wprowadza odbiorcę komunikatu w błąd, aby bronić swoich aktywów bądź osiągnąć założone cele – a manipulacją, w ramach której oddziałuje się na psychikę manipulowanego, wpaja mu obce wartości i przekonuje go, że są to jego własne, niszczy jego system aksjologiczny, tożsamość, steruje aktywnością i świadomością zaatakowanego podmiotu, doprowadzając do jego dehumanizacji. Stosowane są wówczas wszystkie metody, techniki i środki sprawdzone w dezinformacji, propagandzie i manipulacji mające zapewnić agresorowi bezkompromisowe zwycięstwo. Mechanizm ten opisują Olga i Siergiej Wasiutowie w odniesieniu do wojny hybrydowej przeciwko Ukrainie. Przestrzeń informacyjną ukazują oni jako sferę działań wojennych, w której toczy się bój o ludzką wyobraźnię i umysły. Zbiorowa manipulacja umysłami i emocjami wymaga zniszczenia relacji społecznych stworzonych od pokoleń, zdegradowania i zunifikowania wiedzy przedstawicieli zaatakowanego kraju, ich kultury, języka, nasycenia ich ideami agresora i udowodnienia, że nic nie jest prawdziwe. Konieczna jest do tego pełna kontrola agresora nad mediami, która zapewnia możliwość legalizowania zbrodni i mobilizowania zabójców<sup>128</sup>. Dezinformacja i manipulacja stanowią oręż pozwalający na ukierunkowanie opinii mas i ich namiętności. Vladimir Volkoff łączy dezinformację z prowadzonymi systematycznie i profesjonalnie działaniami, do których potrzeba poważnych środków i które realizuje się w mediach masowych oraz adresowanych do światowej opinii publicznej. Uważa, że dezinformacja i wpływanie mogą być skuteczne dopiero wtedy, kiedy przygotowano pod nie grunt, tj. gdy wystarczająca ilość społeczeństwa została już zdeinformowana i ulega wpływom, przekształciła się w tłum, który zatracza instynkt samozachowawczy<sup>129</sup>. Wpływanie i dezinformacja wymagają czasu, aby osiągnąć zaplano-

---

<sup>128</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Wojna hybrydowa Rosji przeciw Ukrainie*, op. cit., s. 215.

<sup>129</sup> V. Volkoff, *Dezinformacja – oręż wojny*, tłum. A. Arciuch, Delikon, Warszawa 1991, s. 8–9, 13.

wany przez agresora efekt. Stopniowe zaszczepianie określonych stereotypów całemu narodowi, a nawet ludzkości wymaga z kolei działań taktycznych. Volkoff podkreśla rolę służb specjalnych, którym państwa uprawiające dezinformację podczas wojny powierzają zdobywanie wiadomości o nieprzyjacielu i infiltrowanie jego służb wywiadowczych. Możliwość zdalnego sterowania adresatem wpływu pojawia się nie tyle dzięki tajnym działaniom, ile:

jawnemu oddziaływaniu na człowieka ulicy, a poprzez niego na władzę i ekspertów, jako że eksperci są uzależnieni od władzy, ta ostatnia zaś – od opinii publicznej<sup>130</sup>.

W konkluzji stwierdza, że:

kraje tak zwanego wolnego świata są pozbawione wszelkiej możliwości ofensywnego działania (...) [ponieważ] są przywiązane do wolności swych mass mediów i z prawnego punktu widzenia nic nie może przeszkodzić przeciwnikowi w ich opanowaniu<sup>131</sup>.

Stosowane w dezinformacji i manipulacji techniki są tym groźniejsze, że wspierają je najnowsze technologie informacyjno-komunikacyjne, czyniąc te procesy powszechnymi, skuteczniejszymi, natychmiastowymi i wolnymi od stosunkowo dużych kosztów. Rozwój propagandy i manipulacji internetowej, szczególnie włączenie w nie mediów społecznościowych, pozwala na kształtowanie międzynarodowej opinii publicznej. Przyczynia się do tego anonimowość w sieci, która sprzyja:

szerzeniu skrajnych poglądów, sianiu dezinformacji czy szkalowaniu osób publicznych bez konsekwencji, a silne więzi, które wytwarzają się w mediach społecznościowych, w sytuacji paniki równie mocno mogą szerzyć strach i nienawiść<sup>132</sup>.

---

<sup>130</sup> Ibidem, s. 10.

<sup>131</sup> Ibidem, s. 15.

<sup>132</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Wojna hybrydowa Rosji przeciw Ukrainie*, op. cit., s. 169.

Wywieranie wpływu na grupę za pomocą sieci dokonuje się za pomocą technik przedstawionych przez Sandrę Svetokę w *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*, takich jak:

spamowanie komentarzami, wpisami i sfabrykowanymi artykułami; tworzenie fałszywych stron WWW, blogów, postów, artykułów w celu manipulacji opinią publiczną; kreowanie mody na dane hasztagi czy hasła służące aktualizacji trendów na serwisie; masowe zgłaszanie do administratora treści niezgodnych z punktu widzenia atakującego (np. postów lub fanpejdży na Facebooku); udostępnianie treści, które opierają się na domysłach lub plotkach; inżynieria społeczna w kontekście cyberataków, która odnosi się do psychologicznej manipulacji odbiorcami i do wykonywania określonych działań lub ujawnienia poufnych informacji przy zastosowaniu socjotechniki; wyłudzenie danych osobowych oraz poufnej informacji za pomocą fałszywych profili; oszustwa tworzące szum informacyjny wokół tematu, aby odwrócić uwagę od strategicznie ważnych wydarzeń<sup>133</sup>.

Techniki te wymagają znajomości otwartych internetowych źródeł informacji oraz zastosowania metod i algorytmów pozwalających badać sieci społeczne. Anna Zygmont, Jarosław Koźlak i Edward Nawarecki wskazują na zagrożenia wynikające z używania mediów społecznościowych, portali, blogów i całej blogosfery do głoszenia nielegalnych poglądów, promowania przestępczych zachowań, propagowania nienawiści, głoszenia treści manipulacyjnych, dezinformujących, treści i dokumentów poufnych, niejawnych, zakazanych, a także w działaniach propagandowych i mających wywierać wpływ na osoby, które planuje się pozyskać do współpracy lub przekonać do przejścia punktu widzenia nadawcy treści<sup>134</sup>.

---

<sup>133</sup> *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Riga 2016, s. 18–20, cyt. za: O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Wojna hybrydowa Rosji przeciw Ukrainie*, op. cit., s. 179.

<sup>134</sup> A. Zygmont, J. Koźlak, E. Nawarecki, *Analiza otwartych źródeł internetowych z zastosowaniem metodologii sieci społecznych*, [w:] *Biały wywiad. Otwarte źródła informacji – wokół teorii i praktyki*, red. W. Filipkowski, W. Mądrzejowski, C.H. Beck, Warszawa 2012, s. 197–221.

Wykorzystując sieć do działań manipulatorskich, agresor opiera się także na wiedzy projektantów serwisów czy innych aplikacji internetowych dotyczącej motywacji i emocji towarzyszących interakcji z interfejsem, a także potrzeb użytkowników związanych z zabawą, kontrolą, akceptacją, przynależnością, zarządzaniem własnym wizerunkiem. Fachowcami w tym obszarze są architekci informacji projektujący serwisy internetowe, dbający o spełnianie norm użyteczności przez swoje produkty, wyręczający użytkowników z wysiłku wyszukiwania informacji i refleksyjnego analizowania treści na rzecz wyselekcjonowanych przez zaprojektowany interfejs danych<sup>135</sup>. Często stosują oni technikę projektowania perswazyjnego, aby motywować i wspierać użytkowników w dokonywanych przez nich wyborach i zachowaniach. Julita Koszur projektowanie perswazyjne rozumie jako dziedzinę, która:

wykorzystuje wiedzę z zakresu wielu dyscyplin, takich jak informatyka, marketing, psychologia (społeczna, poznawcza), komunikacja czy socjologia, w celu zaprojektowania produktów interaktywnych, które w odpowiedni sposób kształtują lub zmieniają zachowania człowieka<sup>136</sup>.

Do dyscyplin tych należy niewątpliwie informatologia, badająca potrzeby informacyjne użytkowników informacji, ich zachowania informacyjne w życiu codziennym, sposoby zarządzania informacją i kompetencje informacyjne, oraz jej subdyscypliny: architektura informacji, kultura informacji, ekologia informacji, marketing informacyjny itd. Coraz częściej odwołują się one do metod wzbudzania motywacji i zaangażowania użytkowników informacji, w celu modelowania pożądanych zachowań i lojalności wobec serwisu internetowego, zmiany postaw, redukcji wewnętrznego oporu uniemożliwiającego podjęcie sugerowanej przez zleceniodawcę decyzji. Tym bardziej że, jak

---

<sup>135</sup> S. Krug, *Nie każ mi myśleć. O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*, tłum. K. Jurczyk, Helion, Gliwice 2014; S.M. Weinschenk, *100 rzeczy, które każdy projektant powinien wiedzieć o potencjalnych klientach*, tłum. D. Kaczmarek, Helion, Gliwice 2013.

<sup>136</sup> J. Koszur, *Wykorzystanie wiedzy psychologicznej, w tym mechanizmów wpływu społecznego, w projektowaniu serwisów internetowych*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, op. cit., s. 133–134.

udowodniono, niektóre mechanizmy wpływu społecznego obowiązują także w relacji człowiek–komputer, a nie tylko człowiek–człowiek<sup>137</sup>. Dotyczy to szczególnie reguły wzajemności, zgodnie z którą człowiek doświadczający od kogoś uprzejmości stara się odwzajemnić, a interfejs komputerów traktuje jak innych ludzi, oraz społecznego dowodu słuszności, zgodnie z którym internauta, kierując się zachowaniami innych osób w sieci i opierając na „mądrości tłumu”, uznaje te zachowania jako właściwe.

„Mądrość tłumu” zdyskredytowana została przez Andrew Keena jako oparta na bezwartościowym zasobie informacyjnym stworzonym przez amatorów pozbawionych odpowiedniej wiedzy dyscyplinarnej oraz dostępu do wartościowych i wiarygodnych danych i nieposiadających ani wystarczających kompetencji do ich przetwarzania, analizowania i wnioskowania, ani talentu do tworzenia wybitnych produktów. „Mądrość tłumu” łączy on z ewolucją współczesnego człowieka opartą na cyfrowym darwinizmie, pozwalającym przetrwać w społeczeństwie sieciowym tylko tym jednostkom, które uzyskują najwięcej kliknięć na swojej stronie WWW lub polubień w serwisach społecznościowych<sup>138</sup>.

Działania, których celem jest zmiana psychiki przeciwnika i jego świadomości, łączą się z potrzebą stosowania różnorodnych metod, technik i środków manipulacji opisanych przez badaczy, bazujących na teoriach naukowych empirycznie sprawdzonych podczas eksperymentów i w trakcie licznych badań nad:

- uległością, podporządkowaniem;
- mechanizmami wpływu społecznego;
- trybem przetwarzania informacji przez podmiot itd.

Manipulatorzy korzystają, jak już wcześniej wspomniano, głównie z dorobku współczesnej psychologii i socjologii. Osiągnięcia w tych obszarach odkrywają tajniki ludzkiej psychiki, pozwalają zrozumieć potrzeby i tendencje w działaniu człowieka, szczególnie mechanizmy psychicznego funkcjonowania i analizy zachowań. Wiedza ta nie jest powszechna. Manipulacja

---

<sup>137</sup> Ibidem, s. 137.

<sup>138</sup> A. Kenn, *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, tłum. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 35, 98–101.



stanowi zatem kompetencję pozwalającą na wywieranie wpływu na manipulowaną osobę, wymagającą profesjonalizmu, predyspozycji osobowościowych i talentu.

W kontekście powyższych rozważań można przyjąć definicję manipulacji zaproponowaną przez Mirosława Karwata:

oddziaływanie ograniczające lub pozbawiające innych ludzi kontroli nad sytuacją i samokontroli zarazem: arbitralne sterowanie ich sytuacją, przeżyciami, sposobem myślenia i zachowaniami – oparte jednak nie na użyciu siły (co jest wyróżnikiem przymusu bezpośredniego lub przemocy) lub możliwości i groźby zastosowania siły (co jest cechą przymusu pośredniego), lecz na przebiegłości, na przewadze taktycznej zapewnionej przez uprzedzenie i zaskoczenie innych lub dzięki nadużyciu reguł społecznych, zasad współżycia, zwłaszcza zasady wzajemności<sup>139</sup>.

Autor ten przeciwstawia się stereotypowemu rozumieniu manipulacji, zakładaniu, że adresat wpływu jest nieświadomy działań podejmowanych przez agresora oraz że dobra i skuteczna manipulacja, to taka, w której nigdy nie zostają odkryte prawdziwe zamiary manipulanta ani jego tożsamość. Nie zgadza się także z eksponowaniem w tworzonych definicjach komponentu, jakim są środki wpływu i działania manipulacyjne, oraz z koncentrowaniem uwagi na kontekście moralnym zamiast na charakterystyce sposobów i mechanizmów oddziaływania. Stwierdza, że najczęściej „kryterium moralne staje się punktem wyjścia definicji – zamiast być wtórnym moralnym komentarzem do obiektywistycznie zweryfikowanych cech zjawiska”, tym bardziej że metafora manipulacji odnosi się do pewnego rodzaju sprawności, zręczności, a nie do konotacji aksjologicznych<sup>140</sup>. Dlatego proponuje, aby funkcjonujące definicje manipulacji uzupełnić nowymi komponentami, jakimi są różne typy oddziaływania uświadamianego przez adresata wpływu. Zalicza do nich:

- oddziaływania prowokujące do reakcji mimowolnych (zwłaszcza niemożliwe lub trudne do uniknięcia);

---

<sup>139</sup> M. Karwat, *Rewizja obiegowych pojęć manipulacji*, op. cit., s. 52.

<sup>140</sup> Ibidem, s. 49.

- oddziaływania krępujące (ograniczające swobodę wyboru i manewru, narzucające pewne sytuacyjne konieczności);
- oddziaływania ustawiające tych, których dotyczy (poprzez fakty dokonane, atuty pierwszeństwa);
- oddziaływania rozbrajające (powodujące oszołomienie, bezradność, demobilizację), uzależniające<sup>141</sup>.

Do najsilniejszych mechanizmów wpływu społecznego Dariusz Doliński zalicza regułę wzajemności. Stanowi ona jedną z sześciu podstawowych reguł wpływu społecznego opisanych przez Roberta Cialdiniego w teoretyczno-empirycznej pracy o mechanizmach oddziaływania na człowieka<sup>142</sup>. Należą do nich wymieniona reguła wzajemności oraz reguły zaangażowania i konsekwencji, społecznego dowodu słuszności, lubienia i sympatii, autorytetu i niedostępności<sup>143</sup>. Ze względu na częste ich stosowanie w manipulacji medialnej zostaną one przywołane, aby ułatwić zrozumienie incydentów opisanych w dalszych rozdziałach książki.

Doliński, opisując techniki wpływu społecznego, takie jak „drzwi zatrzaśnięte przed nosem”, „stopa w drzwiach”, „stopa w ustach”, „karate”, „ostatni termin”, „liczy się każdy grosz”, „dobrze to rozegraj”, „znikająca przynęta”, „niska piłka”, „huśtawka emocji”, stara się przyporządkować je do jednej z sześciu podstawowych reguł z klasyfikacji wypracowanej przez Cialdiniego. Rozważając mechanizmy skuteczności technik wpływu społecznego (np. wynikające z autopercepcji – wnioskowania o swoich postawach i przekonaniach na podstawie własnego działania, z nierozładowanego awersyjnego stanu napięcia czy z automatyzmu zachowań), dochodzi do wniosku, że zgromadzone przez psychologów dane empiryczne nie zawsze w pełni dowodzą efektywności danej techniki manipulacji implikowanej przez analizowany mechanizm wpływu społecznego, a uzyskane prawidłowości nie zawsze jednoznacznie pozwalają na interpretację obranego przypadku. Pomimo złożoności procesu wpływu na innych w większości przypadków można

---

<sup>141</sup> Ibidem, s. 49–50.

<sup>142</sup> R.B. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, tłum. B. Wojciszke, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001.

<sup>143</sup> D. Doliński, *Techniki wpływu społecznego*, Scholar, Warszawa 2006, s. 30–46.

przewidzieć sposób zachowania indagowanej osoby lub całych zbiorowości poddawanych działaniom manipulacyjnym.

Punktem wyjścia do rozważań o wpływie społecznym jest reguła wzajemności, wykorzystująca mechanizm wewnętrznego przymusu osoby obdarowanej do odwzajemnienia się. Ponadto, okazując pomoc członkom swojej grupy, jednostka zyskuje gwarancję, że w razie potrzeby zostanie przez tę grupę wsparta. Reguła konsekwencji i zaangażowania wskazuje, że człowiek zaangażowany w określone działanie będzie je konsekwentnie kontynuował, nawet jeżeli okoliczności nie będą dla niego korzystne. Równocześnie jeżeli publicznie zadeklaruje się do działań w jakimś obszarze lub do posiadania określonych cech, będzie się starał udowodnić, że tak jest faktycznie. Reguła społecznego dowodu słuszności potwierdza skłonność podmiotu do naśladowania zachowań innych ludzi wynikającą z uznania reakcji innych jako informacji na temat słuszności określonych działań (potrzeba posiadania racji) lub w celu poczucia się częścią grupy wyznającej określone wartości, normy, konstytuującej opinie, posiadającej władzę (chęć posiadania przyjaciół). Konformizm, przejawiający się w zachowaniach zgodnych z normą nieodróżniania się od innych członków grupy, pozwala jednostce na utrzymywanie z nią więzi, uzyskanie akceptacji i nienarażanie się na wykluczenie z kolektywu. Reguła autorytetu pozwala na łatwiejsze uleganie presji profesjonalisty, eksperta, naukowca, fachowca, polityka, idola w miejsce osoby niewyróżniającej się władzą, stanowiskiem, inteligencją, wiedzą, popularnością. Sprawia też, że okazujemy nieuzasadniony opór i nadmierną ostrożność wobec dokonań ludzi bez statusu autorytetu. Oddziaływanie autorytetu jest trwale powiązane z mechanizmem naśladownictwa. Reguła niedostępności dóbr i informacji zmusza do skorzystania z okazji i zabiegania o te produkty bez względu na faktyczną potrzebę ich posiadania. Najbardziej pożądane stają się nie te dobra, które charakteryzuje piękno, funkcjonalność, jakość, lecz te, które występują rzadko, bo wydają się nam cenniejsze. Reguła lubienia i sympatii oznacza prawidłowość, zgodnie z którą częściej i chętniej spełniamy prośby i akceptujemy propozycje pochodzące od ludzi, których lubimy, niż tych, do których czujemy awersję lub którzy są nam obojętni. Wykorzystuje się w niej mechanizm oddziaływania przez automatyzację.

W celu zwiększenia podatności podmiotu na działania manipulacyjne nadawca wpływu stosuje różne metody walki niezbrojonej. Pojęcie to wprowadził do literatury Jarosław Rudniański w książce *Elementy prakseologicznej teorii walki*, używając na określenie obiektu indagacji terminu „system sterowany”. System ten podlega deprywacji polegającej na uniemożliwieniu podmiotowi wpływu zaspokojenia potrzeb elementarnych i wskazaniu, jak je można pozyskać w wyniku zmiany własnych postaw i zachowań. Następnie uwaga przenoszona jest na potęgowanie u podmiotu wpływu potrzeb nieelementarnych i na ich reglamentowanie, na odwoływanie się do systemu wartości zaatakowanego podmiotu i jego szczególnym posłannictwie i powołaniu (kanalizacja ideałów), aby w końcowej fazie skupić się na intensyfikacji lęku u obiektu indagacji, zwiększyć szansę na zwiększenie jego podatności i podporządkowania<sup>144</sup>. Manipulacja jest więc formą przymusu i nacisku.

Pozostaje ona też w ściślejszej relacji z propagandą rozumianą jako forma komunikowania politycznego wywierająca wpływ na masy. Propagandysta stara się odwieść podmiot wpływu posiadający prawa od myślenia i działania, aby zawładnęły nim emocje i uprzedzenia pozwalające na zrealizowanie celu propagandysty. W tym celu konieczne jest przejęcie całkowitej kontroli nad środkami masowego przekazu, nadanie propagandzie widowiskowego charakteru, ciągle powtarzanie tych samych wątków, stosowanie chwytliwych sloganów, symboli itd.<sup>145</sup>

W literaturze przedmiotu propaganda rozumiana jest w węższym i szerszym zakresie. W tym pierwszym odbiorca komunikatu traktowany jest przedmiotowo, a propaganda oznacza:

manipulację i wpływanie na zachowania innych tak, aby ich sposób widzenia, opinie i poglądy oraz będące ich wynikiem zachowania były zgodne z intencjami propagandzisty, a jeszcze lepiej, aby jednostka żywiła przekonanie, że są one rezultatem jej suwerennych decyzji<sup>146</sup>.

---

<sup>144</sup> A. Wróbel, *Wychowanie a manipulacja*, op. cit., s. 59.

<sup>145</sup> A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, tłum. J. Radzicki, M. Szuster, PWN, Warszawa 2005, s. 232.

<sup>146</sup> A. Wróbel, *Wychowanie a manipulacja*, op. cit., s. 107.

W drugim natomiast odbiorca komunikatu dla propagandzisty jest podmiotem, który stara się nakłonić i któremu stara się wpoić określone nawyki pozwalające prowadzić zdrowy styl życia, np. propaguje ruch, zdrowe odżywianie się, umiejętność relaksowania się i przeciwdziałania stresowi. Jak konkluduje Anna Wróbel:

tak jak propaganda jest jednym ze sposobów komunikowania politycznego, ale nie jedynym, tak też manipulacja jest tylko jednym z rodzajów działania propagandowego. Zakresy tych pojęć pokrywają się częściowo, a utożsamianie ze sobą obu terminów wydaje się nieuprawomocnione<sup>147</sup>.

Eksperci od manipulacji są w stanie budować i niszczyć. W rękach decydentów dążących do władzy stają się groźną bronią „infekującą strukturę informacyjną ofiary”, bez względu na to, czy jest ona jednostką, organizacją, społecznością, narodem, państwem czy nawet całą ludzkością. Dlatego podmiot jest demoralizowany przez długi czas nie jest w stanie ocenić wiarygodności informacji. Fakty nie przemawiają do niego, dopóki boleśnie nie odczuje skutków manipulacji na własnej skórze<sup>148</sup>.

Wiedza na temat mechanizmów, technik i metod dezinformacji i manipulacji jest bardzo rozległa, prowadzi się wiele badań na ten temat, w przeciwieństwie do badań nad opracowaniem metod mających na celu przeciwdziałanie zjawisku manipulacji i wypracowaniu skutecznych środków obrony przed nią. Generalnie uznaje się, że edukacja medialna, świadomość informacyjna, uważność, uodpornienie na ataki informacyjne, wiedza na temat sposobów wpływu społecznego, kultura bezpieczeństwa, szczególnie informacyjnego, wsparcie ze strony profesjonalistów zarządzających wiedzą (infobrokerów informacji)<sup>149</sup> są w stanie ograniczyć w dużym stopniu negatywne oddziaływanie manipulatorów.

---

<sup>147</sup> Ibidem, s. 108.

<sup>148</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Wojna informacyjna zagrożeniem dla bezpieczeństwa ludzkości*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny, Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Obywatelskiej, Kraków 2017, s. 76, 84.

<sup>149</sup> A. Januszko-Szakiel, *Dezinformacja jako narzędzie medialnej manipulacji świadomością*, op. cit., s. 214. Autorka proponuje jako formę informacyjnego wsparcia osób, które

Każdy człowiek powinien zostać wyposażony w wiedzę na temat mechanizmów przetwarzania informacji w sytuacji nadmiaru bodźców i uczulony na niebezpieczeństwo wynikające z posługiwania się „stereotypami i schematami uformowanymi na bazie doświadczenia, gotowymi wzorcami myślenia i działania, które są wyzwalane przez określone cechy sytuacji”, aby nie stać się ofiarą techniki manipulacji wykorzystującej automatyzm reguł obowiązujących w życiu społecznym<sup>150</sup>.

Jednak opanowanie i stosowanie kontrolowanych procesów myślowych tylko w niektórych sytuacjach zapobiega uleganiu manipulacji, ale w innych jest warunkiem skuteczności niepożądanych przez adresata oddziaływań. Ma to miejsce, gdy refleksyjne przetwarzanie informacji zastępowane jest przedwczesnym związaniem poznawczym, czyli uformowaniem poznawczej reprezentacji na bazie bezkrytycznie i bezrefleksyjnie przyswojonych informacji. Zagadnienie to omawiają w kontekście analiz prowadzonych przez Katarzynę Selwant, Małgorzatę Gamian-Wilk, Franka Kardesa, Ellen Langer i innych autorzy artykułu o refleksyjności i uważności wykorzystywanych w walce z manipulacją<sup>151</sup>. Z ich rozważań wynika, że aby skutecznie przeciwdziałać manipulacji i bronić się przed nią, konieczna jest podstawowa wiedza psychologiczna o mechanizmach wpływu społecznego i podejmowania decyzji, przy uwzględnieniu omówionej już reguły wzajemności, społecznego dowodu słuszności, reguły niedostępności, autorytetu, zaangażowania i konsekwencji oraz lubienia i sympatii<sup>152</sup>.

Natomiast Anthony Pratkanis i Elliot Aronson w celu redukcji podatności człowieka na taktyki perswazyjne proponują stosowanie trzech strategii. Pierwsza z nich polega na regulacji i legislacji, czyli na uznaniu, że niektóre techniki perswazyjne wykorzystywane przez mass media są nieuczciwe, a ich

---

poddawane są mechanizmom wpływu, poradnictwo w postaci usług infobrokerskich. Ich główną wartością jest akredytowanie informacji, którą dostarczają odbiorcom swoich usług.

<sup>150</sup> T. Jankowski, M. Zatorski, *Refleksyjność i uważność jako sposoby przeciwdziałania manipulacji*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, op. cit., s. 368.

<sup>151</sup> Ibidem, s. 374.

<sup>152</sup> D. Doliński, M. Gamian-Wilk, *Historia badań nad wpływem społecznym i manipulacją*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, op. cit., s. 26.

wyeliminowanie leży w interesie społeczeństwa. Członkowie tego społeczeństwa powinni podjąć dialog nad moralnymi i niemoralnymi formami perswazji i domagać się ochrony przed tymi najbardziej szkodliwymi. Drugą taktykę obrony autorzy łączą z wcielaniem się w rolę adwokata diabła, ponieważ sama wiedza o mechanizmach perswazji i manipulacji nie uchroni adresata wpływu przed tymi procederami. Trzeba się do tego zadania dobrze przygotować. Trzecia strategia to wypracowanie przez podmiot indagowany metod przeciwstawiania się perswazji w określonej dziedzinie lub na określony temat, np. przez taktykę „rozbrajania miny” (ujawnianie negatywnej informacji na własny temat, zanim zdąży to uczynić manipulant) lub taktykę „zaszczepienia” (wskazanie argumentu, który osoba poddana wpływowi jest w stanie odeprzeć, przed zaistnieniem działania wpływu zastosowanego w pełnej wersji)<sup>153</sup>.

Z kolei Malwina Szpitalak i Romuald Polczyk proponują zastosowanie techniki wzmocnionej autoafirmacji, polegającej na umożliwieniu osobie indagowanej uświadomienia sobie pewnych własnych mocnych stron. Towarzyszy temu pozytywna informacja zwrotna pochodząca od innych ludzi, wzmacniająca opór podmiotu wobec wpływu, większa pewność siebie wiąże się bowiem z mniejszą potrzebą opierania się na zapożyczonych poglądach i sugestiach. Wiąże się także ze zwiększoną skłonnością do kierowania się własnymi opiniami i wiedzą, do refleksyjnego analizowania działań podejmowanych przez inne osoby wobec podmiotu i uodpornienia na dezinformację<sup>154</sup>. Uzyskane przez nich wyniki badań pozwoliły na stwierdzenie, że jednostek będących odbiorcami działań perswazyjnych lub innych oddziaływań społecznych nie można traktować jako działających bezrefleksyjnie, gdyż ich podatność na wpływ obniżała się wskutek aktu autoafirmacji i otrzymania pozytywnej informacji zwrotnej. Upatrują w technice wzmocnionej autoafirmacji przydatny sposób uodpornienia jednostki na działania manipulacyjne.

---

<sup>153</sup> A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek propagandy*, op. cit., s. 288–295.

<sup>154</sup> M. Szpitalak, R. Polczyk, *Przeciwdziałanie manipulacji. Wzmocniona afirmacja jako przykład techniki uodparniającej na wpływ społeczny*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, op. cit., s. 355.

Powyższe przykłady świadczą o tym, że obie strony procesu komunikacyjnego, a nie tylko ta, która manipuluje, powinny być wyposażone w wiedzę na temat dezinformacji, komunikacji, procesu informacyjnego i najnowszych technologii informacyjnych, a także w wiedzę dyscyplinarną, nieodzowną w kształtowaniu świadomości informacyjnej człowieka i unikaniu sytuacji, w których dochodzi do sterowania zachowaniami ludzi wbrew ich woli. Wiedza ta, chociaż jest konieczna do przetrwania człowieka i jego dalszego rozwoju w środowisku nadmiarowości informacji, okazuje się w praktyce często niewystarczająca, aby skutecznie bronić się przed działaniami agresora skoncentrowanymi na kształtowaniu umysłów i wyobraźni jednostek i zbiorowości. Stąd potrzeba znajomości i stosowania różnych strategii oporu wypracowanych przez specjalistów z zakresu różnych nauk.



## ROZDZIAŁ II

# KOMPETENCJE INFORMACYJNE MANIPULATORÓW I MANIPULOWANYCH

---

### 2.1. Wykluczenie cyfrowe i społeczne konsumptariatu

Życie w społeczeństwie informacyjnym uzależnione jest głównie od technologii informacyjnych, infrastruktury informatycznej, dostępu do informacji i umiejętności zarządzania nią oraz od odpowiedniego poziomu świadomości informacyjnej. Wiedza, zdolność rozumowania oraz odwaga myślenia innowacyjnego i kreatywnego zapewniają bogactwo i władzę. Tworzą możliwość osiągnięcia pożądanego poziomu życia, wysokiego statusu społecznego, sukcesu edukacyjnego, a także przewagi nad innymi, podejmowania działań ekspansywnych w przestrzeni osobistej i publicznej, kierowania przebiegiem wydarzeń społecznych, politycznych, ekonomicznych, kulturalnych, wpływania na poziom bezpieczeństwa w wymiarze lokalnym i globalnym. Oznacza to, że osoby posiadające te aktywa mogą dominować nad tymi, dla których są one nieosiągalne, skazując ich równocześnie na wykluczenie z grona mających przed sobą przyszłość, karierę, rozwój.

Dominik Batorski wykluczenie cyfrowe rozumie jako „różnicowanie pomiędzy osobami, które mają regularny dostęp do technologii informacyjnych oraz potrafią efektywnie z nich korzystać, a tymi, którzy tego dostępu nie posiadają”<sup>1</sup>. Jest to bardzo uproszczona definicja. Cyfrowe wykluczenie

---

<sup>1</sup> D. Batorski, *Wykluczenie cyfrowe w Polsce*, „Studia Biura Analiz Sejmowych Kancelarii Sejmu. Społeczeństwo Informacyjne” 2009, nr 3, s. 225.

to nie tylko podział społeczeństwa na grupy, które systematycznie korzystają z TIK w różnych obszarach życia indywidualnego i zbiorowego, i grupy, które nie korzystają, ponieważ nie dysponują ani dostępem do technologii, ani kompetencjami informacyjnymi, np. w związku z niskim statusem społeczno-ekonomicznym. Różnice te są jedną z przyczyn analfabetyzmu cyfrowego, który prowadzi do wykluczenia cyfrowego; ono zaś ma bezpośrednie konsekwencje w postaci wykluczenia ekonomicznego, społecznego, kulturowego i politycznego. Dostęp do TIK stanowi tylko podstawowy warunek przynależności do społeczeństwa sieciowego, ale nadal nie zapewnia równości jego obywatelom. Możemy być włączeni do sieci, wykluczenie wciąż jednak ma miejsce, jeżeli „z perspektywy globalnego kapitału zostanie się uznany za nieistotnych i nieprzedstawiających żadnej wartości (np. niezdolnych do pracy, konsumpcji lub legitymizacji)” – co wynika z nieporuszania się w „przestrzeniach wpływów”<sup>2</sup>. Zgodnie z uwagą Manuela Castellsa „najbardziej dominujące procesy skupiające władzę, dobra materialne i informacje są zorganizowane w przestrzeni wpływów”<sup>3</sup>, w której dochodzi do transferu informacji i największą rolę przypisuje się wytwarzaniu i dystrybucji informacji, aby zapewnić ciągłość innowacji technologicznych<sup>4</sup>.

Głównym wyznacznikiem wykluczenia cyfrowego jest więc sposób korzystania z technologii informacyjno-medialnych i świadomość celu, który ma zostać dzięki nim osiągnięty. Dla jednych celem tym jest rozrywka, dobra zabawa i konsumpcja, dla innych rozwój nauki, podnoszenie kwalifikacji, uzyskanie dobrze płatnej pracy lub odpowiedzialnego stanowiska, dla jeszcze innych – podejmowanie działań ryzykownych zagrażających współczesnej cywilizacji, kulturze i istnieniu ludzkości. Dla każdej z tych grup korzystanie z TIK oznacza zupełnie coś innego. Można korzystać bezrefleksyjnie z TIK i być w grupie wykluczonych, a także wykorzystywać świadomie TIK, aby podporządkować sobie grupy wykluczonych, zabiegać o powstawanie nowych

---

<sup>2</sup> D. Barney, *Spoleczeństwo sieci*, tłum. M. Fronia, Sic!, Warszawa 2008, s. 39, 42–43.

<sup>3</sup> Ibidem.

<sup>4</sup> M. Castells, *Spoleczeństwo sieci*, tłum. M. Marody, PWN, Warszawa 2007, s. 34–37, cyt. za: D. Barney, *Spoleczeństwo sieci*, op. cit., s. 39.

takich grup i zajmować uprzywilejowane miejsce w hierarchii społeczeństwa cyfrowego.

Działaniom tym sprzyja ewoluowanie społeczeństwa informacyjnego w stronę społeczeństwa sieci i wiedzy, w którym zatrudnienie przewidziane jest tylko dla osób biegle posługujących się TIK, dysponujących specjalistyczną wiedzą dyscyplinarną, twórców wiedzy o znaczeniu strategicznym dla organizacji. Członkowie społeczeństwa sieci, w którym najważniejszym zasobem jest wiedza, stanowią główną siłę napędową rozwoju technologicznego tworząc „kulturę przepływu globalnych trendów”<sup>5</sup>. Podobnie jak członkowie społeczeństwa wiedzy doświadczają ciągłej zmiany, która wywołuje poczucie niezbędności edukacji permanentnej, a presja na edukację wynika z potrzeby ciągłego doskonalenia wszystkiego, co się robi, bycia za wszelką cenę kreatywnym i innowacyjnym<sup>6</sup>. Kompetencje cyfrowe, technologiczne, medialne, informacyjne stają się nieodzowne w tworzeniu wiedzy, jej dystrybucji, przetwarzaniu i rekonfiguracji. W społeczeństwie tym istnieje zapotrzebowanie na pracowników wiedzy, których głównym zadaniem jest właśnie „budowanie nowego kontekstu dla działania organizacji”<sup>7</sup>. Dlatego organizacje wiedzy poszukują tylko wysokiej klasy specjalistów, których różnorodne kwalifikacje czy uzdolnienia sprzyjają tworzeniu wiedzy w organizacji. Ich pozycja w społeczeństwie wiedzy stale wzrasta. Status klasy uprzywilejowanej zyskują przede wszystkim dzięki:

- umiejętnościom zapewnienia sobie dostępu do odpowiednich w danym momencie źródeł informacji;
- osobistym kompetencjom informacyjnym, informatycznym i technicznym;
- prestiżowi społecznemu okazywanemu specjalistom;
- miejscu, jakie zajmują oni w systemie komunikacji społecznej;
- ugruntowanemu w społeczeństwie autorytetowi naukowej racjonalności;

---

<sup>5</sup> Ibidem, s. 38.

<sup>6</sup> H. Batorowska, *Wybrane aspekty kultury bezpieczeństwa w społeczeństwie informacji i wiedzy*, „Studia Politologica Ucraino-Polona” 2016, nr 6, s. 200–208.

<sup>7</sup> K. Materska, *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2007, s. 162, 184.

- potrzebie tłumy, aby posiadać niepodważalny autorytet naukowy będący ich przewodnikiem w skomplikowanym świecie techniki;
- postawie spontanicznego i bezwarunkowego posłuszeństwa laików względem ekspertów technokratów (uczonych, menedżerów, inżynierów, informatyków, techników, ekspertów, doradców)<sup>8</sup>.

Do grupy profesjonalistów zaliczana jest klasa ekspertów, tzw. netokracja, składająca się ze specjalistów, inżynierów wiedzy, menedżerów informacji i wiedzy, kuratorów sieci, brokerów, projektantów informacji, konsultantów i doradców odpowiedzialnych za audyt informacji. Używa ona najnowocześniejszych technologii informatycznych do identyfikacji, analizy, rozwiązywania problemów i podejmowania decyzji. Jeremy Rifkin nazywa ich „twórcami, manipulatorami i dostawcami informacji”<sup>9</sup>. Reprezentowany przez nich światopogląd technokratyczny sprzyja tworzeniu grup dysponujących wiedzą i informacjami o znaczeniu strategicznym oraz kreuje wizję świata opartego na wiedzy, nauce, technologii, innowacyjności.

Eksperci, specjaliści i inżynierowie wiedzy posiadają umiejętności:

- nawiązywania kontaktów;
- dzielenia się cennymi informacjami;
- indywidualnymi zdolnościami do zdobywania informacji i zarządzania nią (głównie absorbowania i sortowania informacji);
- zdolnością do szerszego i uogólniającego spojrzenia na ogrom informacji, rozumienia ich kontekstu;
- gotowością do uczenia się, zdolnością do zwracania uwagi;
- otwartością, zaufaniem, elastycznością;
- wizją, wycuciem stylu, społeczną inteligencją, pracowitością, inicjatywą, wiedzą<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> J. Kurczewska, *Technokraci i ich świat społeczny*, Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1997, s. 318, 321.

<sup>9</sup> J. Rifkin, *Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej*, tłum. E. Kania, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2001, s. 224.

<sup>10</sup> A. Bard, J. Söderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, tłum. P. Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 198.

Owa uprzywilejowana „umysłowa awangarda ludzkości” nie jest liczna, ponieważ nie każdy dysponuje takim talentem, kwalifikacjami i układami. Szansę na sukces mają tylko najlepsi, wytrzymujący tempo konkurencji<sup>11</sup>.

Znajdują oni zatrudnienie w organizacjach społeczeństwa wiedzy nastawionych na innowacyjność i przedsiębiorczość. Aby utrzymać konkurencyjność, organizacje wykorzystują wiedzę swoich członków i zatrudniają tylko tych, którzy ją posiadają<sup>12</sup>. Dbają przy tym o ciągłe podnoszenie poziomu ich kultury informacyjnej, nieodzownej do zapewnienia firmie ekspansywnego rozwoju. Społeczeństwo wiedzy generuje warunki sprzyjające rozwojowi jednostek mądrych, inteligentnych, sprawnych technologicznie, wybitnych, o cechach indywidualistycznych, aktywnych i twórczych. Równocześnie na marginesie życia społecznego spycha osoby:

- niepotrafiące przystosować się do zmiany;
- nieposiadające odpowiednich kontaktów;
- niepoinformowane;
- myślące statycznie;
- niedostatecznie wykształcone i przeciętne.

Osoby te nigdy nie osiągną sukcesu, nigdy też nie będą miały sposobności włączenia się w struktury tworzenia wiedzy organizacyjnej. Zasiłą one grupy osób, które na rynku pracy nie są w stanie zaistnieć, np. ludzi dotkniętych ryzykiem długotrwałego bezrobocia, w tym kobiet po dłuższej przerwie w pracy zawodowej, mających kłopoty ze zdrowiem, ludzi starszych, a także młodych niewykwalifikowanych oraz młodzież upośledzoną społecznie. Są to osoby, na które, jak stwierdza Ulrich Beck, w warunkach indywidualizacji spada problem masowego bezrobocia. Brak zatrudnienia traktuje się jako ich osobisty los i skazuje je na samotną walkę z tym problemem<sup>13</sup>. Liczą się bowiem tylko osoby silne, mające świadomość korzyści z wdrażania coraz bardziej wyrafinowanych technologii informacyjnych oraz z ich wpływu na człowieka.

---

<sup>11</sup> H. Batorowska, *Wybrane aspekty kultury bezpieczeństwa w społeczeństwie informacji i wiedzy*, op. cit.

<sup>12</sup> K. Materska, *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*, op. cit., s. 185.

<sup>13</sup> U. Beck, *Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, tłum. S. Cieśla, Scholar, Warszawa 2002, s. 136, 230.

Świadomość ta jest domeną wybranych środowisk, zazwyczaj stosujących wiedzę tylko dla realizacji własnych celów. Kto ma dostęp do informacji, rządzi, a rządzi ten, kto reglamentuje informację swoim podwładnym. Umiejętność manipulacji informacją daje określonym grupom przewagę, pozwala wpływać na procesy decyzyjne, zapewnia im sukces, pozwala osiągnąć korzyści osobiste lub kolektywistyczne. Ponieważ elity mają dostęp do lepszego wykształcenia, ich świadomość informacyjna najczęściej jest na wyższym poziomie od reszty społeczeństwa, chociaż nie zawsze przekłada się to na podejmowanie decyzji korzystnych dla środowisk mniej uprzywilejowanych<sup>14</sup>. Za autorami książki na temat szans, zagrożeń i wyzwań społeczeństwa informacyjnego można uznać, że „nowe technologie bardziej rozszerzają władzę i zasięg wielkich korporacji niż obywateli”, co skutkuje budowaniem systemu stałego monitorowania ludności. Konsekwencjami takiego sposobu działania dla bezpieczeństwa społecznego są:

- możliwość wykorzystania informacji niezgodnie z jej przeznaczeniem;
- poczucie ograniczonej wolności jednostki;
- wzrost przestępstw informacyjnych;
- naruszenie spójności systemu prawnego w związku z nowymi informacyjnymi zjawiskami kryminogennymi<sup>15</sup>.

Światopogląd technokratyczny grup uzurpujących sobie wyłączność na sterowanie technologiami informacyjnymi sprawia, że świadomość informacyjna osób stojących poniżej w hierarchii społecznej, np. konsumptariatu (w tym konsumentów wędrowców) lub proletariatu sieciowego jest celowo nierozwijana. Odwołując się do refleksji Mariusza Kubiaka nad trudnościami w przekształcaniu współczesnych społeczeństw w społeczeństwa wiedzy, zwróciłam uwagę w jednym ze swoich artykułów na pozycję obywatela

---

<sup>14</sup> H. Batorowska, *Świadomość informacyjna warunkiem bezpieczeństwa użytkowników informacji*, [w:] *Bezpieczeństwo – wielorakie perspektywy. Bezpieczeństwo z perspektywy środowisk i obszarów*, red. N.A. Fechner, A. Zduniak, Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa, Poznań 2015, s. 413.

<sup>15</sup> T. Goban-Klas, H. Sienkiewicz, *Spoleczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999, s. 48.

społeczeństwa wiedzy<sup>16</sup>. Traktuje się go jako podmiot, który jest „użyteczny w doskonaleniu wyposażania życia międzyludzkiego, ale nie jest wygodnym obiektem kierowania nim według chęci i zamiarów rządzących”<sup>17</sup>. Stąd Janusz Czerny wyprowadza wniosek, że wychowanie młodzieży, oprócz tego, że nie stanowi priorytetowego zadania edukacji, jest dodatkowo deprecjonowane przez „życie w klimacie ogólnej deprawacji i działania decydentów odpowiedzialnych za politykę państwa”<sup>18</sup>. Wzory płynące z góry, w tym wzory karier, do których dochodzi się nie dzięki wykształceniu, kulturze osobistej, inteligencji, doświadczeniu, mądrości, lecz układom, względem politycznym, znajomościom, tupetowi, podstępowi, manipulacji są powszechne i uznane za normę. Rezygnowanie przez władze z pielęgnowania wartości prowadzi do zubożenia moralnego i intelektualnego społeczeństwa, do jego bierności, uległości, obojętności i nijakości.

W globalnym świecie formuje się obywatele przystających według Zygmunta Baumana do modelu konsumentów wędrowców. W modelu tym obywatel konsument nie jest zmuszany do podejmowania wyboru między konsumpcją a samorealizacją, informacją a mądrością, interesem a wartością. Nie musi się zastanawiać, czy opowiadać się za kultem nowości czy za afirmacją tradycji, za indywidualizmem czy wspólnotą, za globalizmem czy tożsamością lokalną. Nie odczuwa rozterki, dążąc do bycia częścią społeczeństwa masowego zamiast do jakości życia. Stoi po stronie demokracji w rękach wybranych zamiast po stronie tych, którzy czynnie uczestniczą w życiu społecznym swojej społeczności. Wybiera dorywcze zajęcia, a nie karierę,

---

<sup>16</sup> H. Batorowska, *Od edukacji informacyjnej ucznia do kultury informacyjnej człowieka dorosłego*, [w:] *Bibliotekarz 2.0. Nowoczesność na bazie tradycji*, red. S. Skórka, M. Rogoż, E. Piotrowska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2015, s. 34–51.

<sup>17</sup> M. Kubiak, *Nadzieje i niepokoje człowieka epoki globalizacji*, [w:] *Wyzwania współczesnej edukacji dorosłych*, t. 1: *Andragogika jako przedmiot akademicki*, red. A. Fabiś, Górnośląska Wyższa Szkoła Pedagogiczna, Myslowice–Zakopane 2004, s. 108.

<sup>18</sup> J. Czerny, *Imperatywy współczesnej edukacji wobec wyzwań cywilizacyjnych*, [w:] *Wyzwania współczesnej edukacji dorosłych*, t. 1, op. cit., s. 94; H. Batorowska, *Wpływ edukacji informacyjnej na jakość życia człowieka dorosłego*, „Praktyka i Teoria Informatyki Naukowej i Technicznej” 2014, nr 2–3, s. 8.

kontraktową intymność, a nie trwałą rodzinę. Tak sformułowane wyzwania, które Bauman przypisywał obywatelom w świecie płynnej nowoczesności, podkreślił także przez Mariusz Kubiak w rozważaniach nad niepokojami człowieka epoki globalizacji<sup>19</sup>. Konsument powinien konsumować, czerpać z tego przyjemność i uczynić konsumpcję sensem swojego istnienia. Konsument nie musi myśleć, bo myśli za niego producenci i to oni czerpią z procesu konsumowania wymierne korzyści. Nie tylko netokraci opanowali zatem umiejętność manipulowania informacją. Czynią to także interesariusze, w gestii których leży projektowanie polityki informacyjnej i edukacyjnej kraju<sup>20</sup>. Dlatego kulturę płynnej nowoczesności, w której konsument jest zanurzony, określa się jako kulturę niezaangażowania, nieciągłości i zapomnienia, ponieważ „unikania się popadania w nawyki i uwikłania w dziedzictwo własnej przeszłości, drwi się z lekcji przeszłości i pogardza dawnymi umiejętnościami”<sup>21</sup>.

W kulturze tej elitą są netokraci, którym Alexander Bard i Jan Söderqvist przypisują rolę uprzywilejowanej umysłowej awangardy ludzkości, dysponującej kontaktami i wiedzą cenną dla sieci. Stanowią oni najważniejszą kastę społeczeństwa informacyjnego. W grupie tej są także netokraci – turyści, do których Zygmunt Bauman dopasowuje funkcję kreatorów nowej rzeczywistości. W społeczeństwie podzielonym na netokratów i konsumptariuszy zrezygnowano z humanistycznej koncepcji człowieka i zastąpiono ją możliwością wyboru pomiędzy wieloma tożsamościami, w zależności od sytuacji i kontekstu. Zrezygnowano też z religii, moralności, tradycji, kultury, ponieważ przyczyniają się one do opóźniania postępu cywilizacji technicznej. W społeczeństwie o światopoglądzie technokratycznym postrzega się liderów tej cywilizacji jako posłanników przyszłości i powierza im funkcję przywódców ze względu na fachową wiedzę, jaką dysponują, i wysokie kompetencje techniczno-informacyjne. Dogłębną analizę tej

---

<sup>19</sup> M. Kubiak, *Nadzieje i niepokoje człowieka epoki globalizacji*, op. cit., s. 99.

<sup>20</sup> S. Cisek, M. Próchnicka, *Projekt EMPATIC – europejska inicjatywa na rzecz Information Literacy*, „Bibliotheca Nostra” 2012, nr 2, s. 59.

<sup>21</sup> Z. Bauman, *O edukacji. Rozmowy z Riccardo Mazzeo*, tłum. P. Poniatowska, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2012, s. 44.



grupy społecznej przeprowadziła Joanna Kurczewska, zwracając uwagę na to, że technokracji stają się intelektualnymi dyktatorami, pozbawiającymi konsumptariuszy prawa do samodzielnego stanowienia o sobie, odbierającymi im prawo do rozwoju, kontroli, wyzwalającymi od obowiązku autonomicznego myślenia i wysiłku intelektualnego oraz sprowadzającymi rolę *homo futurus* jedynie do bycia<sup>22</sup>. Można przyjąć, że technokraci opanowali do perfekcji sztukę zarządzania i manipulowania informacją, a w konsekwencji manipulowania postawami i zachowaniami podwładnych. Nakazując konsumptariatowi niedowierzenie własnym doświadczeniom, proponują w zamian zadowolenie się nowością. Nowość uczyniono w zglobalizowanym i z informatyzowanym świecie wyznacznikiem wszelkiego postępu<sup>23</sup>. Zastąpienie pragnienia prawdy pragnieniem nowości okazało się łatwe, ponieważ społeczność konsumentów nie dysponuje inteligencją, umiejętnością uogólniania, syntezy, analizy, dostrzegania kontekstu informacji i wiedzy. Netokraci przejęli więc rolę pośredników pomiędzy niekompetentnym i niedoinformowanym społeczeństwem a światem nauki, technologii informatycznych i sieci komputerowych. Podziw i autorytet budują na niewiedzy i obawach laików przed funkcjonowaniem w świecie rozwiniętych technologii informatyczno-komunikacyjnych, co prowadzi do fetyszyzacji techniki, nauki, informacji, komputerów i samych netokratów<sup>24</sup>. Jedynie ta elita posiada wyłączność na kształtowanie przyszłości świata. Manipulowanie konsumptariuszami, pozbawionymi własnej kultury oraz systemu postaw i wartości, który jest niezbędny do zachowania autonomii w technokratyzowanym świecie, okazuje się łatwym zadaniem, tym bardziej że pozostawiono im miejsce w najmniej atrakcyjnych sieciach, w których nie mają oni dostępu do wartościowych informacji.

---

<sup>22</sup> J. Kurczewska, *Technokraci i ich świat społeczny*, op. cit., s. 318–319.

<sup>23</sup> Z. Bauman, *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*, tłum. E. Klekot, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2000, s. 109–119.

<sup>24</sup> B. Kamińska-Czubała, *Informacja jako fetysz w społeczeństwie wiedzy i w społeczeństwie ryzyka*, [w:] *Edukacja w społeczeństwie „ryzyka”. Bezpieczeństwo jako wartość*, t. 3: *Edukacja XXI wieku*, red. M. Gwoździcka-Piotrowska, J. Wołęjszo, A. Zduniak, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, Poznań 2007, s. 92–99.

Bez względu na ten podział Bauman twierdzi, że wszyscy jesteśmy konsumentami wędrowcami, zmuszanymi do ciągłego ruchu. Jak wspomniano, wyróżnia on turystów i włóczęgów. Turyści wędrują, bo chcą, znajdują się w ciągłym biegu za atrakcjami „dostępnego globalnie świata”, wolność wyboru jest dla nich sensem istnienia. Włóczędzy z kolei to wędrowcy, „którym odmówiono prawa bycia turystami”<sup>25</sup> – wyruszają w podróż wbrew swojej woli, ale nie mogą znaleźć celu podróży, ponieważ nigdzie nie ma dla nich miejsca, wciąż brakuje im środków, aby mogli stać się tacy sami jak turyści. W zglobalizowanym świecie życie turysty nie jest idealne, ale jest to wyłączny model życia, jakie społeczeństwo wędrowców akceptuje. Jedynym alternatywnym modelem życia dla turysty okazuje się włóczęga, jednak żaden z wędrowców nie chce znaleźć się w tej grupie. Mimo iż łączy ich mobilność, droga życiowa turystów i włóczęgów sprawia, że odbierają oni rzeczywistość odmiennie i mają odmienne zdania na temat sposobów walki z zagrożeniami generowanymi przez współczesną cywilizację. Tworzą oni, jak pisze Bauman, „dwa światy, dwa sposoby odbierania świata, dwie strategię”<sup>26</sup>, a porozumienie między elitą turystów i *populus* – wędrowcami – okazuje się niemożliwe, gdyż ci pierwsi nie mają tym drugim nic do zaoferowania. Niestety ci drudzy, nie dysponując odpowiednią wiedzą i kompetencjami, nie będą w stanie zmienić swojego statusu.

Czy społeczeństwo konsumentów wędrowców ma być ostatnim ogniwem ewolucji ludzkości? Czy digitariat zdominuje proletariat sieciowy? Czy cywilizacja technologiczna zdominuje kulturę, a nauka i technologia ukonstytuują technopol?

Scenariusze przyszłości gatunku *homo sapiens sapiens* na ziemi są różne: katastroficzne, irracjonalne, naiwne; zdarzają się też jednak rozwiązania optymistyczne. Te ostatnie opierają się na wierze w siłę edukacji i powinności kreowania aksjologicznego jej modelu<sup>27</sup>. Według Heinricha Daubera,

---

<sup>25</sup> Z. Bauman, *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*, op. cit., s. 110.

<sup>26</sup> Ibidem, s. 119.

<sup>27</sup> A. Śniegulska, *Refleksje nad współczesnym wychowaniem. Reflections on Present Education*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2013, s. 51.

badacza problemów pedagogicznych z Uniwersyteckiej Szkoły Pedagogicznej w Kassel:

(...) model industrialny upowszechniający się na całym świecie, nie jest modelem zdolnym do funkcjonowania w przyszłości ze względu na globalną ekologię (...) i niszczy szanse samourzeczywistnienia i samookreślenia coraz większych grup społecznych (dzieci, młodzieży, osób wyeliminowanych z rynku pracy, licznych rzesz uciekinierów, osób starszych)<sup>28</sup>.

Grupy te Bauman w rozmowie z Riccardo Mazzeo, włoskim wydawcą i redaktorem, przeprowadzonej w Centro Studi Edizioni Erickson w Weronie, nazwał zdegradowanymi konsumentami, którym odebrano prawo nabywania dóbr. Wymagają oni wsparcia ze strony systemu edukacji, który powinien stanowić zaporę przed umacnianiem się rynku przekształcającego ludzi w nienasyconych konsumentów<sup>29</sup>. Zdaniem obu rozmówców edukacja stanowi podstawę budowania cywilizacji zapewniającej wszystkim równe szanse rozwoju. Opinię tę potwierdza większość badaczy problemów współczesnej cywilizacji technologicznej.

## 2.2. Znaczenie kompetencji informacyjno-medialnych dla wolności osobistej i politycznej

Kompetencje informacyjne i medialne uczestników cyberkultury coraz częściej uznawane są w literaturze za podstawowy środek umożliwiający podmiotowi zachowanie tożsamości i autonomii w globalnej rzeczywistości. Przyczyniając się do podnoszenia jakości życia człowieka, wpływają na poczucie jego bezpieczeństwa. Aby określić ich znaczenie w kształtowaniu kultury bezpieczeństwa skoncentrowanej na zapewnianiu bezpieczeństwa przez stały rozwój ludności i ochronę godności człowieka, konieczne jest odniesienie się

---

<sup>28</sup> H. Dauber, *Obszary uczenia się w przyszłości. Perspektywy pedagogiki humanistycznej*, tłum. J. Marnik, M. Wawrzak-Chodaczek, Impuls, Kraków 1997, s. 224.

<sup>29</sup> Z. Bauman, *O edukacji. Rozmowy z Riccardo Mazzeo*, op. cit., s. 98.

do następujących pojęć: *information and media literacy* (IML), *information literacy*, kompetencje informacyjne, kultura informacyjna, ekologia informacji, kultura bezpieczeństwa i kultura bezpieczeństwa informacyjnego oraz edukacja informacyjna i edukacja dla bezpieczeństwa.

*Information literacy* to w dużym uproszczeniu kompetencje związane ze sprawnym, mądrym i etycznym korzystaniem z informacji w celu tworzenia wiedzy. Stanowią element kultury informacyjnej koncentrującej się na potrzebach informacyjnych człowieka, wyznawanych przez niego wartościach, przyjmowanych postawach i racjonalnych zachowaniach związanych z uczestnictwem w procesie informacyjnym oraz na kształtowaniu jego świadomości informacyjnej. Kultura informacyjna, formując dojrzałych informacyjnie obywateli, wspiera rozwój ich postaw proinfoekologicznych, dzięki którym ochraniają oni infosferę i dążą do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju w wirtualnym i analogowym środowisku informacyjnym. W ten sposób zarówno ekologia informacji, jak i kultura informacyjna oraz *information literacy* przyczyniają się do tworzenia klimatu bezpieczeństwa, którego kolejny komponent, tj. kultura bezpieczeństwa informacyjnego, kształtuje odporność społeczeństwa na ataki informacyjne i podnosi jego świadomość na temat współczesnej walki informacyjnej. Ograniczenie do samokształcenia w tym obszarze jest jednak niewystarczające i wymaga wsparcia ze strony zinstytucjonalizowanych form edukacji informacyjno-medialnej i edukacji dla bezpieczeństwa.

Wszystkie pozostałe przytoczone wyżej pojęcia wymagają szerszego omówienia. Rozumienie alfabetyzacji informacyjnej i medialnej tylko w wąskim zakresie: jako sprawności, biegłości, umiejętności korzystania z informacji i mediów, nie wystarczy, by zapewnić bezpieczne funkcjonowanie człowieka w cywilizacji medialnej. Szersze rozumienie nasuwa pojęcie *information and media literacy* (IML). Łączy się ono z procesem badawczym lub dyscypliną wiedzy zajmującą się kształtowaniem kompetencji informacyjnych i medialnych, która wymaga od wychowanków świadomości informacyjnej, pozyskiwanej m.in. w procesie edukacji informacyjno-medialnej. IML, podobnie jak *information literacy*, uznawana jest przez Jeremy'ego Shapiro i Shelley K. Hughes za sztukę wyzwoloną pozwalającą na krytyczną refleksję nad naturą informacji i jej kontekstem społecznym, kulturowym, technicznym

i filozoficznym<sup>30</sup>. Koncepcja ta jest istotna dla prowadzonych w niniejszym rozdziale rozważań. Uwzględni ona przygotowanie ludzi do funkcjonowania w społeczeństwie informacyjnym i jest podstawą ich humanistycznego wychowania. Służy także postępowi społecznemu i przeciwdziała procesowi wykluczenia społecznego, przygotowując do uczenia się przez całe życie<sup>31</sup>. Wyposaża bowiem człowieka w zasób wiedzy, który decyduje o jego wolności w cyberświecie i aktywnym uczestnictwie w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego. Podobnie *information literacy* postrzegają Bill Johnston i Sheila Webber, którzy definiują ją jako zespół odpowiednich zachowań informacyjnych prowadzących do uzyskania informacji dopasowanej do potrzeb użytkownika, w celu etycznego i mądrego ich wykorzystania w społeczeństwie<sup>32</sup>. W definicji wyeksponowano element odpowiedzialności i etyki w pracy z informacją, umiejętności komunikowania się, dzielenia i zarządzania pozyskaną informacją i wiedzą. Edukacja w zakresie *information literacy* jest więc edukacją nakierowaną na wartości, której celem jest wykształcenie dojrzałych postaw i zachowań informacyjnych, dlatego należy bezwzględnie łączyć ją z kształtowaniem kultury informacyjnej jednostki.

W kontekście powyższych ustaleń część badaczy traktuje kompetencje informacyjne bądź w sposób bardzo uproszczony, jako alfabetyzm informacyjny, tj. sprawność i biegłość w posługiwaniu się informacjami, głównie w obszarze ich gromadzenia, wyszukiwania, selekcji i porządkowania, bądź jako komponent kultury informacyjnej, w której stanowią podstawę ich przetwarzania, analizowania, wnioskowania, krytycznej refleksji, tworzenia nowej

---

<sup>30</sup> H. Batorowska, *Obecność koncepcji information literacy jako sztuki wyzwolonej w wychowaniu do roztropnego funkcjonowania jednostki w środowisku społecznym*, „Praktyka i Teoria Informacji Naukowej i Technicznej” 2013, nr 1–2, s. 3–10.

<sup>31</sup> J. Jasiewicz, *Kompetencje informacyjne młodzieży. Analiza – stan faktyczny – kształcenie na przykładzie Polski, Niemiec i Wielkiej Brytanii*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2012, s. 107, 108.

<sup>32</sup> L. Derfert-Wolf, *Information literacy – koncepcje i nauczanie umiejętności informacyjnych*, „Biuletyn EBIB” 2005, nr 1, [https://www.researchgate.net/profile/Lidia\\_Derfert-Wolf2/publication/28803992\\_Information\\_literacy\\_-\\_koncepcje\\_i\\_nauczanie\\_umiejtnosci\\_informacyjnych/links/0fcfd5118d72ad8bf1000000/Information-literacy-koncepcje-i-nauczanie-umiejtnosci-informacyjnych](https://www.researchgate.net/profile/Lidia_Derfert-Wolf2/publication/28803992_Information_literacy_-_koncepcje_i_nauczanie_umiejtnosci_informacyjnych/links/0fcfd5118d72ad8bf1000000/Information-literacy-koncepcje-i-nauczanie-umiejtnosci-informacyjnych) (dostęp 16.10.2018).

wiedzy, podejmowania decyzji oraz etycznego wykorzystania świadczącego o dojrzałości informacyjnej użytkowników infosfery. Kultura informacyjna człowieka świadczy zatem o jego wiedzy, umiejętnościach i postawach wobec informacji kształtowanych pod wpływem doświadczeń o charakterze społecznym i cywilizacyjnym, a także cechuje jego etyczne zachowanie we wszystkich obszarach antropinfosfery<sup>33</sup>. Traktowana jako narzędzie profilaktyki groźnych chorób cywilizacyjnych związanych z nieradzeniem sobie w sytuacjach nadmiaru informacji i przyspieszenia technologicznego ściśle łączy się z domeną ekologii informacji<sup>34</sup>. Szczególnie w tym obszarze zwraca się uwagę na niebezpieczeństwa wynikające z przeciążenia informacyjnego, wywołującego chaos informacyjny, który ułatwia manipulację człowiekiem.

Jak zaznaczono w poprzednim rozdziale, brak kompetencji potrzebnych do życia w warunkach płynnej nowoczesności, prowadzi do:

- wykluczenia ekonomicznego i alienacji społecznej jednostek i zbiorowości;
- rodzenia się konfliktów strukturalnych, które biorą się z nierównego traktowania poszczególnych pracowników i zawodów;
- wymykania się niektórych grup i działań spod kontroli społecznej<sup>35</sup>.

Dlatego powinnością rządu względem społeczeństwa jest uczynienie go kompetentnym informacyjnie, nie pomijając w realizacji tego obowiązku żadnych grup zawodowych, etnicznych, ekonomicznych i innych. Celem edukacji w tym zakresie jest natomiast świadome kształtowanie wśród obywateli

---

<sup>33</sup> H. Batorowska, *Kultura informacyjna*, [w:] *Nauka o informacji*, red. W. Babik, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2016, s. 637; eadem, *Kultura informacyjna w perspektywie zmian w edukacji*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2009, s. 73.

<sup>34</sup> W. Babik, *Ekologia informacji a bezpieczeństwo człowieka i informacji we współczesnym świecie*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2017, s. 160–169; idem, *Ekologia informacji katalizatorem równoważenia rozwoju społeczeństwa informacji i wiedzy*, „Zagadnienia Informacji Naukowej” 2012, nr 2, s. 48–65.

<sup>35</sup> M. Próchnicka, *Information literacy. Nowa sztuka wyzwolona XXI wieku*, [w:] *Książka, biblioteka, informacja. Między podziałami a wspólnotą*, red. J. Dzieniakowska, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2007, s. 442.

aktywnej postawy wobec informacji i uczynienie z *information literacy* warunkiem dynamicznych procesów rozwojowych, przystosowania podmiotów do zmiany, odnajdywania przez nich swojego miejsca w społeczeństwie<sup>36</sup>.

Istnieje konieczność przekonywania o znaczeniu kompetencji informacyjnych wszystkich obywateli, od małych grup społecznych, przedsiębiorców i przedstawicieli samorządów lokalnych aż po rządy państw, ich ministerstwa i decydentów na szczeblu unijnym. Strategia rozwoju kompetencji informacyjnych obejmuje działania przebiegające dwutorowo, tj.:

- uwzględniające szerzenie świadomości znaczenia kompetencji informacyjnych wśród władz i organów rządowych na szczeblu krajowym i europejskim;
- polegające na merytorycznej, rzeczywistej pracy krok po kroku, projekt po projekcie na szczeblu lokalnym, wykonywanej przez placówki oświatowe, uniwersytety, biblioteki itd.<sup>37</sup>

Budowa demokratycznego państwa obywatelskiego, jakim powinno być państwo społeczeństwa informacyjnego, nie jest możliwa bez sprawnie funkcjonującego systemu komunikacji opartego na kompetencjach informacyjno-medialnych obywateli. Jak wynika z badań prowadzonych przez Stanisława Michałowskiego, Zbigniewa Chmielewskiego, Pawła Kuca i Rafała Polaka, w wielu jednostkach samorządu terytorialnego decyzje organów terytorialnych nie spotykają się z aprobatą społeczeństwa z powodu nieudolnego prowadzenia polityki informacyjnej, co uwiadcza się już na poziomie przepływu informacji między radnymi a społecznościami lokalnymi<sup>38</sup>. W 2006 roku Stanisław Michałowski pisał, że jeszcze nie wypracowano programów sprawnego i demokratycznego informowania tych społeczności

---

<sup>36</sup> Ibidem, s. 443.

<sup>37</sup> S. Cisek, M. Próchnicka, *Projekt EMPATIC – europejska inicjatywa na rzecz information literacy*, „Bibliotheca Nostra” 2012, nr 2, s. 59.

<sup>38</sup> S. Michałowski, *Polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym a społeczeństwo obywatelskie*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją – public relations – promocja jednostek samorządu terytorialnego*, red. S. Michałowski, W. Mich, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2006, s. 137; Z. Chmielewski, P. Kuca, R. Polak, *Public relations i polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015, s. 120.

oraz że media lokalne także nie podejmują tej funkcji i często uprawiają świadomie politykę dezinformacji, a dzieje się tak zwłaszcza wtedy, gdy brakuje polityki informacyjnej władz samorządowych lub uprawiają one swoistą politykę izolacji wobec mediów i społeczeństwa, nie reagując na jakiegokolwiek przejawy krytyki i na informacje zwrotne od obywateli<sup>39</sup>.

W swoich badaniach z 2015 roku Chmielewski, Kuca i Polak potwierdzają, że nadal liczne gminy i starostwa „nie mają w swojej strukturze osób czy komórek odpowiedzialnych za profesjonalne komunikowanie się” i organizowanie polityki medialnej powiatu<sup>40</sup>. O te kompetencje zabiegali w 2012 roku twórcy projektu EMPATIC. Jak jednak wynika z przeprowadzonej w ramach projektu analizy stanu polityki informacyjnej, decydenci i szefowie jednostek samorządu terytorialnego pracujący w urzędach mają w obszarze zarządzania informacją ograniczoną wiedzę, a świadomość potrzeby rozwijania kompetencji informacyjnych właściwie nie istnieje. Niezrozumienie przez samorządy terytorialne sensu działań informacyjnych i zaniedbania w sferze realizacji potrzeb informacyjnych tych samorządów wpływają negatywnie na sposób i jakość tworzenia się struktur demokratycznych w środowiskach lokalnych<sup>41</sup>.

Kształtowanie potrzeby rozwoju kultury informacyjnej dorosłych, szczególnie decydentów odpowiedzialnych za zarządzanie środowiskiem lokalnym, jest zatem znaczącym przedsięwzięciem. Od poziomu alfabetyzacji informacyjnej dorosłych zależą decyzje związane z propagowaniem idei *information literacy* w środowisku społecznym. Wychowanie dokonuje się bowiem przez dawanie dobrego przykładu. Nie angażując się w politykę władz podejmujących w tym środowisku ważne decyzje, wyraża się zgodę na warunki bytowe, zastany model wychowania, poziom kształcenia, warunki edukacji. Zapomina się, że to od wyboru radnych i ich programu, a następnie stałego

---

<sup>39</sup> S. Michałowski, *Polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym a społeczeństwo obywatelskie*, op. cit., s. 79, 81.

<sup>40</sup> Z. Chmielewski, P. Kuca, R. Polak, *Public relations i polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym*, op. cit., s. 120.

<sup>41</sup> H. Batorowska, *Obecność koncepcji information literacy jako sztuki wyzwolonej w wychowaniu do roztropnego funkcjonowania jednostki w środowisku społecznym*, op. cit., s. 4.



monitorowania ich działań zależy rozwój kultury i oświaty w różnych małych ojczyznach<sup>42</sup>. Demokracja opiera się na wykształconym społeczeństwie, które potrafi mądrze dobrać przedstawicieli do władz lokalnych, oświatowych i innych. Uczestnictwo w strukturach społeczeństwa lokalnego wymaga jednak dostępu do informacji i umiejętności zarządzania jej zasobami dla dobra ogółu.

Kształcenie kompetencji informacyjnych obywateli będących osobami dojrzałymi musi zmierzać do wypracowania zdolności do ponoszenia odpowiedzialności i bycia odpowiedzialnym za działania podejmowane w środowisku informacyjnym<sup>43</sup>. Wychowanie dojrzałego informacyjnie człowieka związane jest ściśle z wychowaniem do odpowiedzialności, z poznaniem i zaakceptowaniem systemu wartości oraz systemu konkretnych indywidualnych zadań i obowiązków wobec siebie, innych, narodu, środowiska; rozwijaniem umiejętności wartościowania sytuacji i antycypacji zjawisk, co wymaga rozumienia, wyjaśniania i przewidywania ich przebiegu<sup>44</sup>.

Połączenie edukacji informacyjnej z wychowaniem do informacji może wspomagać rozwój zarówno jednostki, jak i społeczeństwa. Wymaga jednak wzmocnienia intelektualnego i moralnego, aby stało się wychowaniem do wolności, odpowiedzialności i godności człowieka, ponieważ „bez ładu intelektualnego i moralnego w każdym człowieku (...) nie będzie możliwe wprowadzenie ładu w środowisku życia człowieka”<sup>45</sup>. Waldemar Furmanek uznaje, że podstawowym celem wychowania informacyjnego jest takie przygotowanie jednostki do życia w cywilizacji technologicznej, aby chciała ona i dążyła do dobra drugiego człowieka. Tylko wówczas środowisko informacyjne nie będzie zagrożone, a człowiek osiągnie w nim zrównoważony rozwój. Dlatego wychowanie informacyjne, podobnie jak kulturę informacyjną, należy rozumieć także w kontekście wychowania do ekologii informacji.

---

<sup>42</sup> Eadem, *Kultura informacyjna w perspektywie zmian w edukacji*, op. cit., s. 243.

<sup>43</sup> W. Furmanek, *Wychowanie do odpowiedzialności zadaniem edukacji informacyjnej*, [w:] *Dydaktyka informatyki. Problemy teorii*, red. W. Furmanek, A. Piecuch, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2004, s. 214.

<sup>44</sup> Ibidem, s. 216.

<sup>45</sup> W. Furmanek, *Wybrane problemy teleologii edukacji informacyjnej*, [w:] *Dydaktyka informatyki. Problemy teorii*, op. cit., s. 146–147.

W środowisku społecznym zapotrzebowanie na informację wynika z procesu globalizacji, procesów gospodarczych uzależnionych od globalizacji i procesu dynamicznego rozwoju technologii informacyjno-komunikacyjnych, które Leszek Korporowicz i Sylwia Jaskuła nazywają makrokontekstem generującym „genezę, charakter i życie informacji jako czynnika ogarniającego wszystkie czynności współczesnego człowieka w jego życiu prywatnym i publicznym, indywidualnym i zbiorowym”<sup>46</sup>. Dlatego celem wychowania informacyjnego musi być przygotowanie jednostki do odpowiedzialnego funkcjonowania w tych trzech makrokontekstach współczesnego świata.

W procesie globalizacji wzrasta się współzależność organizacji, grup i osób mających konsekwencje w zapotrzebowaniu na coraz bardziej rozbudowane zasoby informacji. Z kolei nasilenie zjawisk interakcji społecznych powoduje wzrost znaczenia informacji, np. w zakresie polityki socjalnej, edukacyjnej, samorządowej, a wzrost intensywności i znaczenia procesów komunikacji społecznej „wytwarza kolejny obszar cywilizacyjnego głodu informacji”<sup>47</sup>. W obszarze wyzwań wynikających z procesów gospodarczych człowiek musi wykształcić umiejętność równoważenia aktywnych stron współczesnej cywilizacji i postępować zgodnie z zasadą równoważenia procesów, zasobów i potencjałów oraz bilansowania zagrożeń i szans rozwoju. Ekologiczne podejście do środowiska Heinrich Dauber uważa za jeden z ważnych obszarów „uczenia się w przyszłości”. Wychowanie ekologiczne ma zatem prowadzić do wykształcenia takich zachowań, które będą uwzględniały problemy środowiska, a ekologiczne myślenie ma ograniczać te struktury, które zagrażają życiu i przeżyciu<sup>48</sup>. Zasada zrównoważonego rozwoju jest trudna do pogodzenia z regułą współczesnej gospodarki, w której liczy się tylko jakość, skuteczność, efektywność, optymalizacja, kreatywność, innowacyjność i rozwój. Nieustający wyścig do osiągnięcia totalnego mistrzostwa

---

<sup>46</sup> S. Jaskuła, L. Korporowicz, *Wychowanie do informacji: wyzwania i nadzieje*, „Pedagogika Społeczna” 2008, nr 1, s. 85.

<sup>47</sup> Ibidem, s. 86.

<sup>48</sup> H. Dauber, *Obszary uczenia się w przyszłości. Perspektywy pedagogiki humanistycznej*, op. cit., s. 157.

w każdym sektorze działań człowieka powoduje eskalację zapotrzebowania na informację i traktowania jej jako strategicznego kapitału.

Omówione trzy procesy generują dylematy natury społecznej, kulturowej i etycznej, przed którymi staje współczesny człowiek. Ich rozstrzygnięcie w świecie płynnej nowoczesności nie jest łatwe, gdyż nie tylko zmienia się hierarchia dotychczasowych wartości, ale też tracą znaczenie wartości uniwersalne, ponadczasowe. *Information literacy* jako sztuka wyzwolona wyposaża w kompetencje i postawy zachęcające do ciągłego poszerzania horyzontów intelektualnych. Pozwala spojrzeć na powinowactwo nauk humanistycznych, społecznych i przyrodniczych, łącząc myślenie z działaniem, oraz sprzyja indywidualnemu i obywatelskiemu rozwojowi jednostki<sup>49</sup>. *Information literacy* musi zatem zyskać status powinności społeczeństwa informacyjnego, powinności jednostek wobec innych członków tego społeczeństwa i państwa wobec wszystkich obywateli<sup>50</sup>.

W społeczeństwie tym szczególnie uwagę należy poświęcić grupom najbardziej narażonym na wykluczenie społeczne i na procesy dezinformacyjne. Należą do niej osoby starsze, dla których przestrzeń cyfrowa jest obcym i niestety zbyt często wrogim środowiskiem, gdzie na ludzi w późnym okresie dorosłości i na emerytów nie ma zapotrzebowania. Dlatego edukacja dorosłych w cywilizacji technologicznej musi przebiegać w kontekście dokonujących się zmian cywilizacyjnych, umożliwiających im nadążenie za dynamicznymi przemianami technologicznymi, kulturowymi i społecznymi. Powinna przebiegać tak, aby potrafili oni w warunkach globalizacji realizować aspiracje zawodowe, społeczne i osobiste dające im poczucie sensu życia oraz radość i szczęście z podejmowanych działań<sup>51</sup>. Aby to osiągnąć, powinni być przekonani o słuszności wybranych przez siebie ról i pełnionych funkcji. Muszą być zatem osobami:

---

<sup>49</sup> H. Batorowska, *Obecność koncepcji information literacy jako sztuki wyzwolonej w wychowaniu do roztropnego funkcjonowania jednostki w środowisku społecznym*, op. cit., s. 6.

<sup>50</sup> Eadem, *Information literacy powinnością społeczeństwa informacyjnego*, „Bibliotheca Nostra” 2012, nr 2, s. 13, 21, 23.

<sup>51</sup> Eadem, *Od edukacji informacyjnej ucznia do kultury informacyjnej człowieka dorosłego*, op. cit., s. 48.

- dojrzałymi;
- gotowymi do poszerzania horyzontów wiedzy; otwartymi na nowe idee;
- podejmującymi nowe formy aktywności i celowe działania;
- zdolnymi do inicjowania i akceptowania zmiany;
- respektującymi prawa innych ludzi;
- potrafiącymi uznać nadrzędność celów społecznych nad osobistymi;
- odpornymi na frustrację i odpowiedzialnymi<sup>52</sup>.

Edukacyjna aktywność dorosłych w procesie kształcenia i wychowania stanowi podstawowy element edukacji dorosłych, w którym mieści się edukacja informacyjna ułatwiająca podejmowanie działalności informacyjnej oraz kultura informacyjna jednostki normująca relacje pomiędzy uczestnikami procesu informacyjnego i wskazująca na wagę kultury bezpieczeństwa informacyjnego<sup>53</sup>.

Niestety niedocenywanie edukacji dorosłych jest szczególnie widoczne w ogólnych koncepcjach edukacyjnych i w polityce oświatowej wielu państw. Marginalizuje się zwłaszcza problem edukacji dorosłych wkraczających w okres rozwoju określaną przez psychologów etapem kompensacji<sup>54</sup>. Większość osób w późnym okresie dorosłości odkrywa, że brak im wielu kompetencji i wiedzy, aby swobodnie poruszać się po zmienionym świecie, ponieważ wykonywały zawody niewymagające kształcenia się i nie miały sposobności do wyrobienia nawyku permanentnego uczenia się i poszukiwania informacji. Przechodząc na emeryturę, nie zostały przygotowane do aktywności edukacyjnej<sup>55</sup>. Marginalizowanie tych osób w procesie edukacyjnym zwiększa ich podatność na działania manipulacyjne oraz negatywnie wpływa na ich poziom życia i poziom życia zbiorowości, w której funkcjonują.

---

<sup>52</sup> P.K. Oleś, *Psychologia człowieka dorosłego. Ciągłość – zmiana – integracja*, PWN, Warszawa 2011, s. 255.

<sup>53</sup> H. Batorowska, *Od edukacji informacyjnej ucznia do kultury informacyjnej człowieka dorosłego*, op. cit., s. 49.

<sup>54</sup> Ibidem, s. 22.

<sup>55</sup> J. Wawrzyniak, *Wpływ edukacji na jakość starości*, [w:] *Andragogika w ujęciu interdyscyplinarnym*, red. W. Horynia, J. Maciejewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2007, s. 185.

Według Joanny Wawrzyniak jakość życia całego społeczeństwa zależy w dużej mierze „od grup, które marginalizujemy, ponieważ to one spowalniają rozwój całości, borykając się z materią (wiedzą, techniką, umiejętnościami), która nie była im udostępniona w takim stopniu jak pozostałym populacjom”<sup>56</sup>.

Cyfrowi emigranci – seniorzy bardziej niż inni potrzebują wsparcia w przygotowaniu do aktywnego życia w infosferze i uświadomienia konsekwencji braku wiedzy o wadach i zaletach środowiska sieciowego oraz arkanach toczącej się wokół nich walki informacyjnej. Nadal brak dostatecznie rozwiniętych form kształcenia informacyjnego dorosłych, mimo iż media, politycy, pracodawcy, środowisko edukacyjne i oświatowe nieustannie propagują konieczność dążenia do ideału obywatela społeczeństwa informacyjnego, biegłego informatycznie, wielostronnie wykształconego, kreatywnego, innowacyjnego, elastycznego, myślącego globalnie, mobilnego, odnoszącego sukcesy, a zwłaszcza młodego i energicznego. Obywatel ma wpojony w podświadomości imperatyw nadążania za wymogami cywilizacji technologicznej i strach przed wykluczeniem go ze świata cyfrowego. Uświadamia mu się, że musi nieustannie poszerzać kompetencje, bo nie wystarczy już być przedstawicielem społeczeństwa informacyjnego i obywatelem świata, trzeba być reprezentantem społeczeństwa wiedzy. Edukacja i kształtowanie takich obywateli wymaga uczenia ich krytycznej analizy, oceny i interpretacji rzeczywistości, a także:

- „argumentacji;
- umiejętności korzystania z prawa krytyki, a w uzasadnionych przypadkach z prawa oporu;
- rozwijania wyobraźni i sprawności intelektualnej poprzez badawcze myślenie problemowe;
- rozwijania umiejętności i chęci zachowania własnego zdania wbrew naciskom i pokusom;
- akceptacji istnienia różnych orientacji i programów światowych w kontekście dyskursu dochodzenia do prawdy;

---

<sup>56</sup> Ibidem, s. 188.

- radzenia sobie z najróżniejszymi zadaniami przy wykorzystaniu myślenia alternatywnego<sup>57</sup>.

Człowiek dorosły w warunkach ciągłej zmiany musi rozwiązywać szereg zadań społecznych lub zawodowych wymagających naukowej wiedzy o świecie. Gotowość nabywania wiedzy, zwłaszcza przez emerytów, na etapie kompensacji daje im poczucie rozwoju i podnosi samoocenę. Aktywność edukacyjna pełni u nich funkcję adaptacyjną, poprawiając jakość życia i uwalniając od obaw związanych z tą fazą życia. Szczególnie psychologiczne wskaźniki jakości życia odnoszące się do zaspokajania potrzeb i realizacji celów życiowych są istotne w odniesieniu do osób dorosłych, które zakończyły aktywność zawodową<sup>58</sup>. Wpływają one na podejmowanie przez osoby starsze ról sprzyjających rozwojowi indywidualnemu i społecznemu, takich jak:

- aktywnego społecznika (zamiast roli socjalnika polegającej na działalności społeczno-biorczej);
- turysty i podróżnika (zamiast włóczęgi);
- kreatora, animatora i twórcy (zamiast odbiorcy, oglądacza, konsumenta);
- przyjaciela mobilizującego do zmiany (zamiast współnika niedoli);
- myśliciela (zamiast kombinatora);
- ucznia (zamiast sceptyka negującego wszelkie nowości)<sup>59</sup>.

Wawrzyniak stwierdza, że sposób „traktowania ludzi w podeszłym wieku jest miarą kultury społeczeństwa”<sup>60</sup>, ale w kulturze płynnej nowoczesności

---

<sup>57</sup> Mariusz Kubiak charakteryzuje obywatela społeczeństwa wiedzy, przywołując porównanie społeczeństwa wiedzy ze społeczeństwem informatycznym dokonane przez Janusza Goćkowskiego i Katarzynę M. Machowską. Zob. M. Kubiak, *Nadzieje i niepokoje człowieka epoki globalizacji*, [w:] *Wyzwania współczesnej edukacji dorosłych*, t. 1, op. cit., s. 108.

<sup>58</sup> M. Woźniczka, *O filozoficznych aspektach psychologicznej koncepcji jakości życia*, [w:] *Jakość życia. Od wykluczonych do elit*, red. R. Debis, Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa 2008, s. 101.

<sup>59</sup> J. Wawrzyniak, *Wcielenia współczesnego emeryta. Symbolika pełnionych ról*, [w:] *Jakość życia seniorów w XXI wieku. Ku aktywności*, red. D. Kałuża, P. Szukalski, Wydawnictwo Biblioteka, Łódź 2010, s. 17–22.

<sup>60</sup> Eadem, *Wpływ edukacji na jakość starości*, op. cit., s. 190.

obowiązuje codzienna uniwersalna przemijalność, także wszystkich rodzajów wiedzy i norm etycznych<sup>61</sup>. Młodzi, wypierając z życia zawodowego starszych pracowników, odrzucają zarazem ich wiedzę i doświadczenie jako nieprzy-  
stające do „nowoczesności”, uważają swoje pomysły za jedynie odkrywcz  
e i doniosłe. Często odrzucają wiedzę starszych ze względu na preferowanie  
nowości, gdyż to, co już było, nie jest innowacją, chociaż dobrze funkcjono-  
wało i przynosiło korzyści. Dominuje budowanie własnej pozycji zawodo-  
wej kosztem innych, pomniejszanie sukcesów potencjalnych konkurentów,  
niszczenie wszystkiego, co może zagrozić stanowisku, nieuwzględnianie  
możliwości wspólnego rozwiązywania problemów i budowania wielkości  
instytucji<sup>62</sup>. A doskonałym narzędziem do osiągnięcia tych celów okazują  
się różne techniki manipulacji i dezinformacji przeciwnika, bez względu na  
to, czy jest on politycznym agresorem czy tylko emerytem, którego można  
łatwo oszukać, pozbawiając środków do godnego przeżycia starości.

Brak kultury ciągłości i kultury tradycji to oznaka życia w płynnej nowo-  
czesności, która zmienia ludzi, stawiając ciągły rozwój na piedestale, która nie  
liczy się z uwarunkowaniami biologicznymi, psychologicznymi i etycznymi  
osób na etapie kompensacji. Dominuje strategia niewykorzystywania moż-  
liwości oferowanych przez ludzi w późnym okresie dojrzałości, aktywnych  
i wykształconych emerytów<sup>63</sup>.

Tymczasem dążenie do pozostawienia po sobie wartości cennych dla  
kolejnych pokoleń jest charakterystyczne właśnie dla tej grupy wiekowej.  
Dzięki ukierunkowaniu na wartości transcendentne w osiągnięciu dobrego  
poczucia jakości życia każdy człowiek ma obowiązek nieustannego udo-  
skonalania formy własnego życia, a edukacja dorosłych staje się dla niego  
obszarem społecznej aktywności.

Kręgi generatywności wyraźnie ukazują proces, jaki dokonuje się w roz-  
woju człowieka dorosłego, i wartość, jaką niesie transcendentne spojrzenie

---

<sup>61</sup> Z. Bauman, *O edukacji. Rozmowy z Riccardo Mazzeo*, op. cit., s. 27.

<sup>62</sup> H. Batorowska, *Od edukacji informacyjnej ucznia do kultury informacyjnej człowieka dorosłego*, op. cit., s. 30.

<sup>63</sup> Eadem, *Wpływ edukacji informacyjnej na jakość życia człowieka dorosłego*, op. cit., s. 9–10.

na rzeczywistość, w której on funkcjonuje<sup>64</sup>. Ta wartość nie jest dostrzegana w kulturze prefiguratywnej, w której zmienia się kierunek przekazu wartości i starsze pokolenia muszą przystosowywać się do wzorców wypracowywanych przez pokolenia młodsze, a to często burzy ich dotychczasowy ład i poczucie bezpieczeństwa. Prefiguratywność kultury cechuje się bowiem:

- zaburzonym przekazem międzypokoleniowym wynikającym m.in. z odmiennej hierarchii wartości;
- brakiem poczucia, że własne doświadczenia mogą być wartościowe i użyteczne dla innych, bo nie bierze się ich pod uwagę;
- brakiem zainteresowania młodszych generacji – starsi przestają być konkurencją w walce o sukces;
- brakiem czynnika, który czyni mądrość cnotą, ze względu na brak zapotrzebowania społecznego na tę mądrość;
- kultem młodości i piękna propagowanym przez media i reklamy;
- brakiem szacunku dla ludzi starszych, którzy nie spełniają kryteriów lansowanych w mediach;
- wymuszaniem współuczestnictwa w wyścigu szczurów, bez liczenia się z możliwościami biologicznymi starszych<sup>65</sup>.

Niedostosowanie oferty różnych aktywności (zawodowych, kulturalnych, społecznych itd.) do potrzeb i możliwości osób starszych, niewykorzystanie potencjału aktywności tkwiącej w tej grupie obywateli, przypisywanie im stereotypowych ról i postrzeganie starości jako niekompetencji zwiększa

---

<sup>64</sup> Wyróżnia się cztery kręgi generatywności w okresie dorosłości: do pierwszego należą najmłodszy dorośli, których zainteresowania koncentrują się wokół troski o wychowanie dzieci, dbanie o rozwój współpracowników, realizację własnych idei i zabieganie o własne wytwory. W drugim kręgu umieszczono dorosłych, którym przypisano głównie dbałość o relacje między życiem rodzinnym, zawodowym i towarzyskim. Trzeci krąg jest domeną ludzi, dla których najważniejsza jest praca w organizacjach i zajmowanie się sprawami społeczności. Czwarty krąg należy do najstarszych dorosłych, którzy troszczą się o historię ludzkości, dbają o losy świata i kondycję człowieka, o poziom życia na ziemi i wartości ogólnoludzkie, podejmują problemy o charakterze generatywnym nastawione na działania na rzecz młodszych pokoleń, poszerzając swoje prospołeczne motywacje, dbają o właściwy międzypokoleniowy przekaz kulturowy.

<sup>65</sup> S. Hejmanowski, *Późna dorosłość – zagrożenia rozwoju*, „Remedium” 2004, nr 7–8, s. 72.



wykluczenie społeczne, a tym samym spowalnia rozwój całego społeczeństwa. Nie zyskuje wystarczającej uwagi szkodliwość braku urozmaiconych propozycji działania dla ludzi starszych; podobnie zanik dotychczasowych umiejętności, którymi ta grupa dysponowała, zarówno indywidualnych, jak i społecznych. Jakość życia jednostki zależy zatem także od polityki informacyjnej państwa i sposobu rekomendowania kompetencji informacyjnych społeczeństwa jako kluczowych oraz od systemu edukacji informacyjnej społeczeństwa. Dlatego o znaczeniu kompetencji informacyjnych należy przekonywać „nie tylko rząd, ministerstwa i decydentów na szczeblu krajowym i unijnym, lecz także samorządy, przedsiębiorców, małe grupy społeczne oraz wszystkich obywateli”<sup>66</sup>.

Postrzeganie jakości życia w kontekście *information literacy* jako sztuki wyzwolonej i filozofii życia wskazuje na uzależnienie oceny sposobu życia jednostki od świadomości informacyjnej oraz sposobu zaspokajania i wykorzystywania pozyskanych informacji dla tworzenia własnego dobrostanu i dobra innych ludzi. W tym kontekście można uznać za Marią Straś-Romanowską, że wymiar psychospołeczny jakości życia człowieka łączy się z maksymalizowaniem poczucia bezpieczeństwa jednostki i poczuciem jego wartości w społeczeństwie. Wraz z rozwojem osobowym człowiek dąży do bycia podmiotem, dlatego o poczuciu jakości życia decyduje głównie potrzeba odczuwania własnej:

- „tożsamości;
- indywidualności;
- wolności, samostanowienia;
- twórczej aktywności i samorealizacji”<sup>67</sup>.

Podsumowując, jakość życia można także rozpatrywać jako dążenie do osiągnięcia dojrzałości informacyjnej łączącej się z posiadaniem metawiedzy na temat istoty zarządzania wszelką wiedzą, bez względu na to, jakiej sfery

---

<sup>66</sup> S. Cisek, M. Próchnicka, *Projekt EMPATIC – europejska inicjatywa na rzecz Information Literacy*, op. cit., s. 59.

<sup>67</sup> M. Straś-Romanowska, T. Frąckowiak, *Problem poczucia jakości życia osób niepełnosprawnych w świetle założeń psychologii personalistyczno-egzystencjalnej*, [w:] *Jakość życia. Od wykluczonych do elit*, op. cit., s. 427–428.

dotyczy i jaką przyjmuje formę. Ta metawiedza jest kluczem, który otwiera osobie dorosłej drzwi do różnych informacyjnych światów. Przenoszenie wiedzy oraz reguł jej stosowania z jednego obszaru na inny pozwala swobodnie poruszać się w środowisku informacyjnym i wykorzystywać znane procedury do rozwiązywania problemów w innych sferach<sup>68</sup>. Pozwala też na włączenie się wszystkich obywateli do budowania kultury bezpieczeństwa i środowiska bezpieczeństwa informacyjnego w warunkach radykalnej walki z wykluczeniem informacyjnym.

### 2.3. Potrzeba analizowania informacji w przestrzeni manipulowanej

Bez względu na wiek i podejmowane role społeczne kompetencje informacyjne i medialne okazują się kluczowe dla podmiotu chcącego racjonalnie funkcjonować w środowisku nadmiaru informacji. Selekcja informacji jest w nim ważna, ale jeszcze ważniejsza okazuje się umiejętność ich przetwarzania, głównie analizy. Analiza informacji, ściśle łącząca się ze zjawiskiem wybiórczości umysłu, wymaga od podmiotu dysponowania systemem wartości, indywidualnym systemem wiedzy i wypracowaną strategią poznawczą, świadcząc o poznawczej dojrzałości człowieka<sup>69</sup>.

Dojrzałość informacyjną podmiotu uważam za podstawowy komponent kultury bezpieczeństwa, bez wykształcenia której trudno zapewnić bezpieczeństwo kraju w dłuższej perspektywie czasu. Analiza przez większość uważana jest za umiejętność niesprawiającą trudności, chociaż badania nie potwierdzają dobrej samooceny młodzieży i ich skuteczności w zakresie czynności analitycznych, kategoryzacyjnych, syntezujących, uogólniających, np. podczas tworzenia struktur wiedzy, nadawania tytułów działom, na które podzielono zbiór główny czy nadawania prawidłowych nazw działom

---

<sup>68</sup> H. Batorowska, *Wpływ edukacji informacyjnej na jakość życia człowieka dorosłego*, op. cit., s. 5.

<sup>69</sup> M. Ledzińska, *Znaczenie wybiórczości umysłu w dobie informacyjnego zalewu*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków 2004, s. 128.

składającym się z wielu elementów<sup>70</sup>. W badaniach prowadzonych wśród studentów odwołałam się do społeczno-kognitywnej teorii zachowań ludzkich Alfreda Bandury<sup>71</sup>. Badacz ten przyjął założenie, że:

osoby posiadające wysokie poczucie własnej skuteczności wizualizują pozytywne rezultaty swojego działania, a ci którzy wątpią, najczęściej wizualizują porażkę [co pozwala przyjąć, że] osoby z większą pewnością swoich umiejętności (nie zawsze uzasadnioną) mają większe osiągnięcia, gdyż nie boją się podejmować ambitnych zadań<sup>72</sup>.

Nie zawsze sprawdza się ono w odniesieniu do jakości tych osiągnięć w obszarze zarządzania informacją. Istnieje uzasadnione niebezpieczeństwo, że podmiot nie zauważa własnych braków w wiedzy i opanowaniu umiejętności informacyjnych.

Kompetencje informacyjne analizowane są często z perspektywy sprawności gwarantujących jednostce dostęp do relewantnych informacji. Wiążą się one z przygotowaniem jej do działań mających na celu:

- uświadomienie sobie istnienia luki informacyjnej;
- konkretyzowanie potrzeby informacyjnej;
- identyfikację źródeł niezbędnych do jej zaspokojenia;
- wyszukiwanie, selekcję, gromadzenie, klasyfikowanie pozyskanego zbioru, czyli do zarządzania danymi, faktami, dokumentami itd.

W perspektywie nadmiarowości informacji ważny jest proces tworzenia struktur wiedzy, przetwarzania informacji w nową jakościowo informację, wymagający umiejętności poddawania jej analizie, syntezie, uogólnianiu, abstrahowaniu, wnioskowaniu, interdyscyplinarnej refleksji. Pozwala on

---

<sup>70</sup> H. Batorowska, *Perceived Self-efficacy vs. Actual Level of Training in Personal Information and Knowledge Management. A Research Report*, „Bibliotheca Nostra” 2016, nr 2, s. 61–89.

<sup>71</sup> A. Bandura, *Teoria społecznego uczenia się*, PWN, Warszawa 2007.

<sup>72</sup> B. Kamińska-Czubała, *Kultura informacyjna użytkownika informacji – problemy i metody badań*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym. Teoria i praktyka*, t. 2, red. H. Batorowska, Z. Kwiasowski, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2016, s. 58.

jednostce zarządzać informacją i wiedzą w sposób zindywidualizowany, dostosowany do własnych potrzeb, możliwości intelektualnych, sposobu i tempa pracy, preferowanych technik i metod percepcji. Pozwala także na weryfikację informacji w oparciu o własny zasób wiedzy i danych w sytuacji konieczności podjęcia decyzji i odrzucenia informacji nie znajdujących potwierdzenia<sup>73</sup>.

Indywidualne zarządzanie informacją i wiedzą wymaga od jednostki nie tylko wymienionych kompetencji, ale i kultury informacyjnej pozwalającej lokować swoje zachowania informacyjne w kontekście obowiązujących wartości i postaw wspierających własny rozwój. Od tego, w jaki sposób jesteśmy przygotowani do zarządzania informacją i wiedzą, zależy kształtowanie naszej osobowości, sposoby dążenia do sukcesu i jego osiągnięcia, a także poczucie bezpieczeństwa w cywilizacji cyfrowej.

Indywidualne zarządzanie informacją (PIM – *personal information management*) definiowane jest jako odnoszące się do:

praktyki i badań działań podejmowanych przez człowieka w celu pozyskania lub stworzenia, zebrania, zorganizowania, utrzymania, ponownego odszukania, wykorzystania i dystrybucji informacji potrzebnej do realizacji różnych celów (...) i wypełnienia wielu ról życiowych i zadań. PIM kładzie szczególny nacisk na organizację i utrzymanie indywidualnych kolekcji zasobów informacyjnych, w których wszystkie obiekty są przechowywane w celu późniejszego wykorzystania i wielokrotnego użycia. Sprawne i skuteczne uzyskiwanie powtórnego dostępu do wcześniej znalezionej, wyszukanej i stworzonej informacji wymaga od jednostki zbudowania własnej koncepcji zarządzania wiedzą i konsekwencji w systematycznym tworzeniu osobistej kolekcji informacyjnej<sup>74</sup>.

---

<sup>73</sup> H. Batorowska, *Indywidualne zarządzanie informacją zabezpieczeniem przed manipulacją w środowisku płynnej inwigilacji*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2018, nr 1, s. 135–143.

<sup>74</sup> M. Świigoń, *Indywidualne zarządzanie wiedzą i informacją w świetle badań wśród studentów*, „Praktyka i Teoria Informacji Naukowej i Technicznej” 2012, nr 2, s. 35–41; idem, *Zarządzanie wiedzą i informacją. Podstawy teoretyczne. Badania w wymiarze indywidualnym*, Uniwersytet Warmińsko–Mazurski, Olsztyn 2012, s. 196.

Stworzenie takiej kolekcji nie jest możliwe bez posiadania kompetencji informacyjnych, podobnie jak nie jest możliwe tworzenie nowej wiedzy bez sprawnego zarządzania indywidualnym zasobem informacyjnym.

Nowa wiedza powstaje bowiem także w wyniku porządkowania już posiadanych informacji oraz dostrzegania związków pomiędzy częstkami zgromadzonej wiedzy i odkrywaniem nowych powiązań między nimi. Bez kompetencji informacyjnych trudno tworzyć zewnętrzne struktury wiedzy, które, jak podkreśla Mariusz Kąkolewicz, „służą rozbudowywaniu struktur wewnętrznych: zapamiętywaniu, świadomemu organizowaniu i rozszerzaniu wiedzy zinternalizowanej”<sup>75</sup>.

Pomimo rozwoju TIK problemy z indywidualnym zarządzaniem informacją i wiedzą nadal stanowią słabe ogniwo w procesie edukacji młodego pokolenia. Wypracowanie własnych systemów przechowywania, organizacji i hierarchizacji danych, najlepiej dopasowanych do indywidualnych struktur wiedzy, wspierane powinno być treningiem, np. w zakresie mapowania myśli, kwantowania wiedzy lub opracowywania komunikatów analitycznych i syntez informacyjnych. Na temat znaczenia techniki kwantyfikacji treści i jej wykorzystania do realizacji zadań poznawczych i praktycznych powstał cykl artykułów autorstwa Adama i Tadeusza Wojewódzkich. Zwrócenie uwagi na wartość kwantu wiedzy jako rezultatu pracy intelektualnej pozwoliło badaczom skonstruować praktyczny szablon zapisywania treści<sup>76</sup>. Umieszczenie w kwancie wiedzy metryczki informującej o problemie, który zainicjował proces poszukiwania treści, cytatu istotnego dla zrozumienia problemu i asocjacji obejmującej skojarzenia z treścią cytatu i rozwiązywanym problemem wymaga od jej autora oprócz inteligencji, specjalistycznych kompetencji informacyjnych, głównie analityczno-syntetycznych. Tworzenie kwantów wiedzy przypomina pracę nad dokumentami analityczny-

---

<sup>75</sup> M. Kąkolewicz, *Zewnętrzne struktury wiedzy – nowa strategia uczenia się*, [w:] *Media i edukacja w dobie integracji*, red. W. Strykowski, W. Skrzydlewski, eMPi2, Poznań 2002, s. 186.

<sup>76</sup> A. Wojewódzki, T. Wojewódzki, *Wykorzystanie techniki kwantowania wiedzy do realizacji zadań poznawczych i praktycznych*, [w:] *Infobrokerstwo. Idee, koncepcje, rozwiązania praktyczne*, red. M. Kowalska, T. Wojewódzki, Ateneum – Szkoła Wyższa, Gdańsk 2015, s. 353–356.

mi, tzw. kostkami informacyjnymi, których budowę i technikę tworzenia przybliżył Krzysztof Liedel<sup>77</sup>. Tworzenie tego typu komunikatów oparte na schemacie określanym jako odwrócony trójkąt wymaga od autorów koncentracji w każdym akapicie na treściach najistotniejszych i kończenia ich treściami drugorzędnymi. Redagowanie analiz dwuakapitowych lub wielowątkowych, kwantów wiedzy, fiszek ułatwia podmiotowi budowanie drzewa wiedzy. Studenci najczęściej konstruują to drzewo w oparciu o struktury wiedzy wizualizowane w formie map myśli i infografik. Inne, bardziej sformalizowane i wyrafinowane formy, np. oparte na schematach organizacyjnych, hierarchiach, strukturach fasetowych, nie cieszą się popularnością ze względu na wymóg podporządkowania się sztywnym zasadom gramatyk i słownictwu kontrolowanemu obowiązującemu w językach informacyjnych<sup>78</sup>.

Aby ustalić stopień poczucia postrzeganej skuteczności w zakresie opracowywania i przetwarzania gromadzonych przez młodzież informacji oraz włączania ich do własnych struktur wiedzy, skonstruowano narzędzie badawcze – kwestionariusz zawierający stwierdzenia typu „jestem przekonany, że potrafię”<sup>79</sup>. Zgromadzone dzięki niemu dane pozwoliły na wskazanie prawdziwości w zakresie odczuwania satysfakcji towarzyszącej im podczas rozwiązywania zadań w rzeczywistych sytuacjach problemowych. Stwierdzenia dotyczyły siedmiu obszarów kompetencji informacyjnych związanych z umiejętnościami:

---

<sup>77</sup> K. Liedel, P. Piasecka, T.R. Aleksandrowicz, *Analiza informacji – teoria i praktyka*, Difin, Warszawa 2012, s. 94–99.

<sup>78</sup> H. Batorowska, *Umiejętność strukturalizacji treści przez podmiot uczący się*, [w:] *Projektowanie informacji w przestrzeni biblioteki*, red. B. Kamińska-Czubała, S. Skórka. Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2017, s. 26–37.

<sup>79</sup> Badania prowadzone były pod koniec roku akademickiego 2015/2016. Wzięli w nich udział studenci Uniwersytetu Jagiellońskiego i Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Wszyscy słuchacze byli przygotowani do prawidłowego rozumienia stwierdzeń umieszczonych w kwestionariuszu, gdyż wynikało to ze specjalizacji, jaką zapewniał kierunek studiów. Szczegółowe wyniki badań zamieszczono w: H. Batorowska, *Perceived Self-efficacy vs. Actual Level of Training in Personal Information and Knowledge Management*, op. cit., s. 61–89.

- podziału zbioru na elementy według kryteriów;
- etykietowania i nazywania zbiorów elementów;
- przyporządkowania elementów do zbioru;
- syntezy treści w formie wniosków, konkluzji, uogólnień itd.;
- tworzenia struktur wiedzy (map myśli, hierarchii itd.);
- redagowania opracowań (wydawnictw, komunikatów) wymagających umiejętności analityczno-syntetycznych;
- wyszukiwania i selekcji informacji.

Poczucie własnej sprawności w wykonywaniu wymienionych zadań w ramach siedmiu głównych obszarów kompetencji było różnie oceniane przez respondentów. Zgodnie z przyznaną przez nich punktacją dla poszczególnych stwierdzeń można wnioskować, że najwyżej oceniali oni własną skuteczność w obszarze związanym ze sprawnością w zakresie „nazywania wyodrębnionych z większej całości zbiorów”. Również obszar „przyporządkowanie elementów do zbioru” zawierał większość zadań niesprawiających badanym kłopotu. Najwięcej wątpliwości przy określaniu poczucia swojej sprawności okazywały badane osoby w obszarze związanym z „redagowaniem różnych form opracowań wymagających umiejętności analityczno-syntetycznych” i znajomością ich struktury, bez względu na to, czy były to fiszki, kwanty wiedzy, adnotacje, streszczenia, abstrakty, spisy treści, indeksy, infografiki, poster naukowe czy bardziej złożone opracowania, jak komunikaty analityczne, syntezy informacyjne itp. Również obszar, w którym umieszczone zadania wymagały umiejętności „strukturyzacji wiedzy”, nastęrczał wiele wątpliwości co do zadowalającej w tym obszarze własnej skuteczności. Największe stwarzały zadania odnoszące się do tworzenia połączeń semantycznych pomiędzy terminami i pojęciami; do opisywania przedmiotu w formie schematu organizacyjnego za pomocą terminów i prawidłowego przyporządkowywania tych terminów do określonego poziomu hierarchii; do łączenia odsyłaczami powiązanych ze sobą terminów występujących w indeksach. Potwierdzeniem dużej skuteczności respondentów w zakresie czynności wymienionych w poszczególnych obszarach głównych może być średnia punktów przypadająca na jedno stwierdzenie (zadanie) w obrębie każdego działu głównego.

Respondenci najczęściej jako zadowalającą uznawali swoją skuteczność we wskazywaniu obszarów wiedzy (dziedziny, dyscypliny, specjalności), do

których należy analizowany problem, oraz w zakresie opisywania przedmiotu (obiektu) w formie schematu organizacyjnego za pomocą terminów kluczowych i przyporządkowywania ich w sposób logiczny do określonego poziomu hierarchii. Najbardziej natomiast zadowoleni byli ze swojej sprawności w zakresie opracowywania dokumentów analitycznych.

Podsumowując, respondenci wysoko oceniali własną skuteczność w zarządzaniu informacją i wiedzą. Ćwiczenia sprawdzające deklarowany poziom skuteczności potwierdziły dobrą samoocenę tylko w wybranych zakresach działań, głównie dotyczących podziału zbioru na części, selekcji informacji, etykietowania. Nie potwierdziły zaś ich skuteczności w zakresie przyporządkowania elementów do zbioru, tworzenia struktur wiedzy, nadawania tytułów działom, na które podzielono zbiór główny, czy nadawania prawidłowych nazw działom składającym się z wielu elementów<sup>80</sup>.

Trudności z tworzeniem logicznych struktur wiedzy wynikały najczęściej z braku szczegółowej wiedzy o analizowanym problemie (w badaniach było to społeczeństwo informacyjne), powierzchownego i jednoaspektowego podejścia do tematu, wykorzystywania stereotypowych opinii i potocznych sformułowań na ten temat, założenia, że jest to problem ogólnie znany, a więc nieskomplikowany, a także ze zróżnicowanego doświadczenia respondentów pozyskanego w ich informacyjnym środowisku. Niemniej jednak zgodnie z teorią Alfreda Bandury poczucie własnej sprawności w wykonywaniu zadań pozwala respondentom bronić swoje stanowisko i szukać uzasadnień dla przyjętego rozwiązania. Niestety często nie dostrzegają oni różnicy w wartości przyjętego przez siebie rozwiązania a propozycją logicznego, sformalizowanego przedstawienia wyniku zadania. Jest to konsekwencją poruszania się w świecie, w którym dominuje fragmentaryzacja, szybkość, natychmiastowość, powierzchowność, nowość, płynność, wielozadaniowość<sup>81</sup>.

---

<sup>80</sup> Eadem, *Przetwarzanie informacji w środowisku jej nadmiarowości i przyspieszenia technologicznego w świetle badań własnych*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2017, nr 1, s. 177–191.

<sup>81</sup> Eadem, *Konsumpcja informacji a sztuka jej przetwarzania*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, D. Morańska, E. Musiał, Wyższa Szkoła Biznesu, Dąbrowa Górnicza 2015, s. 20.



Jak sprawić, żeby edukacja informacyjna przyniosła oczekiwane rezultaty w sytuacji, gdy cyfrowi tubylcy są przekonani, że ich kompetencje w zakresie TIK są pełne, na wysokim poziomie i satysfakcjonujące? Wzmacniają ich w tym przekonaniu media gloryfikujące wielozadaniowość i hipertekstowość cyfrowych tubylców oraz ich nastawienie na szybkość, nowość, zmianę, natychmiastowość. Krytykowane jest „obsesyjnie neurotyczne przywiązanie do skrupulatności, bibliografii czy przypisów” cyfrowych imigrantów, niedysponujących umiejętnością całościowego spojrzenia i prędkością w równoległym rozwiązywaniu wielu zadań i zaprzatających swoje głowy wiedzą nieprzydatną do aktualnie podejmowanych decyzji<sup>82</sup>.

W społeczeństwie cyfrowym liczy się umiejętność prędkiego wglądu w zagadnienie i podejmowania natychmiastowych decyzji. Dlatego propozycja stosowania konektywistycznych metod nauczania dostosowanych do mózgów przedstawicieli pokolenia cyfrowych mediów sprzyja podnoszeniu sprawności informacyjnych, ale redukuje czas na refleksję<sup>83</sup>. Za szybkością i szerokością spojrzenia najczęściej łączy się:

- płytka analiza;
- powierzchowna ocena;
- nie zawsze trafne decyzje.

Jednak nowe narzędzia wymagają nowej dydaktyki<sup>84</sup>. Obecnie do najprzydatniejszych metod nauczania stosowanych w celu przygotowania młodzieży do funkcjonowania w społeczeństwie informacyjnym zalicza się te, które oparte są na teorii konstruktywizmu i konektywizmu. Popularność zyskują takie metody, które wymagają od uczącego się m.in. aktywnego myślenia, myślenia systemowego, kreatywnego działania, samodzielnego konstruowania wiedzy, innowacyjności, komunikowania się, współpracy

---

<sup>82</sup> A. Bard, J. Söderkvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, op. cit., s. 234.

<sup>83</sup> H. Batorowska, *Konektywizm w kontekście kształcenia kompetencji informacyjnych*, „*Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia*” 2012, nr 10, s. 20–38.

<sup>84</sup> *Mobilna edukacja. m-learning, czyli (r)ewolucja w nauczaniu. Przewodnik dla nauczycieli*, red. L. Hojnacki, Think Global, Warszawa 2011, s. 14.

w zespole i przede wszystkim współtworzenia. Proces nauczania ewoluuje zatem w stronę metanauczania preferującego samodzielne uczenie się<sup>85</sup>.

W kulturze cyfrowej szczególnie eksponuje się znaczenie konektywizmu. Główny postulat konektywizmu zakłada, że zadaniem każdego człowieka, który chce się czegoś nauczyć, jest uczestnictwo w przepływie wiedzy i w jej tworzeniu<sup>86</sup>. Podstawowe jego założenia sprowadzają się do następujących stwierdzeń:

- uczenie się i wiedza wynika z konfrontowania różnych opinii i jest procesem łączenia różnych źródeł informacji;
- myślenie oraz umiejętność uczenia się są ważniejsze niż aktualny stan wiedzy jednostki;
- umiejętność dostrzegania powiązań między obszarami, ideami i koncepcjami jest umiejętnością kluczową;
- krytyczne myślenie, proces podejmowania decyzji (w tym wybieranie treści uczenia się) jest nierozzerwalną częścią procesu uczenia się<sup>87</sup>.

Wybór, czego mamy się uczyć, i znaczenie napływających informacji jest postrzegane przez pryzmat zmieniającej się rzeczywistości. Zasób wiedzy, na podstawie którego podejmujemy decyzje, ciągle się zmienia. Musimy wiedzieć, jaka informacja jest istotna, a jaka nie, i w jaki sposób nowa informacja wpływa na decyzje, które podjęliśmy przed jej uzyskaniem. To, że decyzja jest słuszna dzisiaj, nie oznacza, że tak samo będzie jutro<sup>88</sup>. Metazasadą efektywnego uczenia się w konektywizmie jest „wiedzieć gdzie” (*know-where*) zamiast „wiedzieć jak” (*know-how*) czy „wiedzieć co” (*know-what*)<sup>89</sup>. Tak

---

<sup>85</sup> E. Musiał, *Wybrane strategie uczenia się w epoce cyfrowej*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2010, s. 199.

<sup>86</sup> G. Siemens, *Connectivism. A learning theory for the digital age*, ELearnSpace.org, <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm> (dostęp 5.05.2012).

<sup>87</sup> *Mobilna edukacja. m-learning, czyli (r)ewolucja w nauczaniu. Przewodnik dla nauczycieli*, op. cit., s. 16–17.

<sup>88</sup> G. Gregorczyk, *Konektywizm – model uczenia się w epoce cyfrowej*, [w:] *E-learning wyzwaniem dla bibliotek*, red. B. Boryczka, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2012, s. 24.

<sup>89</sup> J.P. Sawiński, *Kluczowe kompetencje epoki cyfrowej*, [http://www.cen.edu.pl/cen\\_serwis/index.php?art=576&id=18&id2=35](http://www.cen.edu.pl/cen_serwis/index.php?art=576&id=18&id2=35) (dostęp 1.03.2013), cyt. za: E. Musiał, *Wybrane strategie uczenia się w epoce cyfrowej*, op. cit., s. 202.

sformułowane kryteria, akcentujące głównie umiejętności samodzielnego poszukiwania i doboru treści na podstawie określonego nieustannie zmieniającego się zasobu informacji, łączenia się z zasobami informacji, gromadzenia wiedzy w urządzeniach przy założeniu, że wiedza istnieje raczej w świecie niż w głowie pojedynczej osoby (która nie powinna być magazynem nieprzydatnych informacji), a proces uczenia się zapoczątkowany jest podczas połączenia się z tymi zasobami, podczas wyboru połączeń znaczących oraz podczas tworzenia i utrzymywania tych połączeń, odbiegają całkowicie od obowiązującej metodologii i filozofii uczenia<sup>90</sup>.

Zastosowanie metody konektywnej w nauczaniu związane jest z rezygnacją z obowiązku przyswajania ogromu informacji na rzecz uczenia się wyboru z nich terminów kluczowych, kategoryzowania pojęć w obrębie poznawanego tematu, tworzenia schematów kategoryzacyjnych, tworzenia hierarchii połączeń pomiędzy terminami kluczowymi, tworzenia różnych struktur wiedzy dla wybranego obszaru, analizowania, syntezy, abstrahowania, wnioskowania, indeksowania, klasyfikowania, tematowania, etykietowania itd. Idea konektywizmu doskonale realizuje się w kształceniu kompetencji informacyjnych, których sednem jest umiejętność łączenia się z określonymi węzłami lub zasobami informacji, odnajdywanie wiedzy, utrzymywanie i wzmacnianie połączeń, podejmowanie decyzji<sup>91</sup>.

Chociaż oparcie kształcenia kompetencji informacyjnych użytkowników informacji na konektywizmie jest w pełni uzasadnione, nie wszyscy akceptują metodę konektywną jako najbardziej odpowiednią. Zarzuca się jej niedostateczne wyjaśnienie sposobu, w jaki człowiek ma się uczyć<sup>92</sup>, a przede wszystkim umniejszanie wagi erudycji na rzecz eksponowania znaczenia umiejętności narzędziowych i technologicznych związanych z wyszukiwa-

---

<sup>90</sup> *Konektywizm – czyli obraz nauki w XXI w.*, <http://elearning.wprost.pl/aktualnosci/id,191497/Konektywizm-czyli-obraz-nauki-w-XXIwieku> (dostęp 1.2.2012); J.P. Saviński, *Konektywizm, czyli rewolucja w uczeniu się*, <http://www.edunews.pl/badania-i-debaty/badania/1077-konektywizm-czyli-rewolucja-w-uczeniu-sie> (dostęp 1.10.2018).

<sup>91</sup> H. Batorowska, *Konektywizm w kontekście kształcenia kompetencji informacyjnych*, op. cit., s. 28, 37.

<sup>92</sup> *Konektywizm: Połącz się, aby się uczyć*, red. M. Polak, <http://www.slideshare.net/JJSZ/konektywizm>, s. 3 (dostęp 5.05.2012).

niem informacji i posługiwania się TIK. Znajomość budowania struktur hierarchicznych umożliwiającą poruszanie się po węzłach wiedzy i ich wybór nie zawsze gwarantuje wyszukanie odpowiednich danych. Wynikać to może właśnie z braku wiedzy ogólnej, którą należy mieć w głowie, a nie wyłącznie w komputerowych bazach danych.

Dla wychowanych na nowych interaktywnych mediach cyfrowych tubylców, których mózgi kształtują się pod wpływem ciągłego kontaktu z internetem i w inny sposób przetwarzają informacje, konektywizm z jednej strony jest doskonałym rozwiązaniem na radzenie sobie z nadmiarowością informacji, z drugiej zaś, wzmacniając przekonanie, że nie ma potrzeby kształtowania umysłu dyscyplinarnego i przeciążania go wiedzą, może prowadzić do zaniku umiejętności dogłębnej analizy, wnikliwej refleksji, szczegółowego rozpatrywania zagadnienia. Może więc ułatwiać elitom, których przedstawiciele nie rezygnują z edukacji dyscyplinarnej, sterowanie niedokształconym konsumpcyjnym i manipulowanym jego świadomością zgodnie z własnymi celami.

Bez uświadomienia członkom społeczeństwa, że nie wykształcili dostatecznie niektórych umiejętności, a wiedza dyscyplinarna jest bardzo ważna, ponieważ wspiera rozwój intelektualny jednostki, trudno będzie zachęcić ich do doskonalenia. Dopiero gdy odczują skutki swojej niekompetencji, może to uruchomić mechanizmy obrony, jakim są edukacja i rozwój intelektualny.

## 24. Wpływ edukacji informacyjno-medialnej na poczucie bezpieczeństwa jednostki w globalnym społeczeństwie ryzyka

Bezpieczne funkcjonowanie człowieka we współczesnym świecie wymaga od jednostki wielu kompetencji, szczególnie tych, które określane są jako kluczowe dla społeczeństwa informacyjnego<sup>93</sup>. Zalicza się do nich głów-

---

<sup>93</sup> H. Batorowska, *Kultura informacyjna w perspektywie zmian w edukacji*, op. cit., s. 40–45; J. Bednarek, *Społeczne kompetencje medialno-informacyjne w kontekście bezpieczeństwa w cyberprzestrzeni i świata wirtualnego*, [w:] *Człowiek w obliczu szans cyberprzestrzeni i świata wirtualnego*, red. idem, Difin, Warszawa 2014; A.J. Dąbrowska

nie kompetencje medialne, komunikacyjne, informacyjne, informatyczne, językowe, transkulturowe, mediacyjne, pracy zespołowej, ale też etyczne, bez których nie jest możliwe zachowanie człowieczeństwa w technokratycznej rzeczywistości. Szczególnie polityka otwartych granic i rewolucja migracyjna przyczyniły się do przyznania najwyższego priorytetu takim umiejętnościom, jak: porozumiewanie się w językach obcych, rozumienie innych kultur, posiadanie umiejętności pracy w zespołach międzynarodowych, korzystanie ze światowych źródeł informacji, posiadanie sprawności w stosowaniu uniwersalnych technologii informacyjnych<sup>94</sup>. Pozwalają one na refleksyjne postrzeganie rzeczywistości, przeciwdziałają wykluczeniu społecznemu i cyfrowemu, dają poczucie wolności i bezpieczeństwa, umożliwiają wykorzystywanie szans, jakie stwarza społeczeństwo informacji i wiedzy<sup>95</sup>. Rozwijanie tych kompetencji uznano za cel edukacji wspierającej wielokulturowe społeczeństwa informacji i wiedzy<sup>96</sup>.

W globalnym społeczeństwie informacyjnym aktywne uczestnictwo uzależnione jest w dużym stopniu od edukacji wielokulturowej informacyjnej. Ekspozycja komponentu, jakim są kompetencje informacyjne, ma uwypuklić znaczenie rozwoju nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych w zapewnieniu powszechności i dostępności komunikacji międzyludzkiej oraz nawiązywaniu dialogu międzykulturowego. W świecie globalnych połączeń sieciowych zjawisko wielokulturowości podlega przemianom, kontakty stają się płynne, uczestnicy procesu komunikacyjnego nie znają się, dominuje niepewność, zmiana, tymczasowość, ulotność,

---

et al., *Cyfrowa przyszłość. Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*, <https://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/05/Cyfrowa-Przyszlosc-Katalog-Kompetencji-Medialnych-i-Informacyjnych1.pdf> (dostęp 1.10.2018).

<sup>94</sup> H. Batorowska, *Znaczenie kultury informacyjnej w edukacji międzykulturowej*, [w:] *Edukacja międzykulturowa w warunkach kultury globalnej. Od rozważań definicyjnych do praktycznych zastosowań*, t. 3, red. E. Ślachcińska, H. Marek, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, Poznań 2014, s. 291.

<sup>95</sup> H. Batorowska, *Wybrane aspekty kultury bezpieczeństwa w społeczeństwie informacji i wiedzy*, op. cit., s. 200–208.

<sup>96</sup> P. Bińczak, *Edukacja globalna klucz do zrozumienia i akceptacji*, „Edukacja Internet Dialog” 2013, nr 9/10.

fragmentaryczność, a to sprzyja niezrozumieniu przedstawicieli innych kultur i prowadzi do nieakceptacji i wrogości wobec nich. Niestety wiedza na temat wielokulturowości według Mariana Golki jest najczęściej chaotyczna, wycinkowa, stereotypowa, nacechowana uprzedzeniami<sup>97</sup>. Wiedzę tę kształtują głównie media, kultura masowa i internet. Rozpowszechniane za ich pośrednictwem treści „nigdy nie są reprezentatywne dla całego współczesnego kulturowo zróżnicowanego świata”, o ich rozpowszechnianiu decyduje atrakcyjność dla globalnego i masowego odbiorcy, dlatego są najczęściej spreparowane i mało autentyczne<sup>98</sup>. Edukacja dla wielokulturowości jest zatem równocześnie edukacją dla bezpieczeństwa, wskazując na zagrożenia dla wymiany kulturowej, które generowane są przez nowe media.

W zglobalizowanym świecie edukacja międzykulturowa i informacyjna realizują podobne cele, np. w zakresie przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu i dążeniu do humanizacji stosunków międzyludzkich. Edukacja międzykulturowa likwiduje wykluczenie jednostek reprezentujących mniejszości z życia całego społeczeństwa wielokulturowego<sup>99</sup>, a edukacja informacyjna walczy z wykluczeniem społecznym i technologicznym cyfrowych imigrantów i osób nienadążających za rozwojem cywilizacyjnym zarówno w mikro-, jak i w makroskali. Obie edukacje eksponują wychowanie w duchu wartości humanistycznych i kształtowanie podmiotowych cech osobowości współczesnego człowieka pozwalających mu na postrzeganie drugiego człowieka jako istoty myślącej, czującej i cierpiącej tak samo jak inni<sup>100</sup>, w sferze kontaktów z innymi kulturami oraz w funkcjonowaniu w antropoinfosferze. Wspólne cele obu edukacji związane są ściśle także z wychowaniem do odpowiedzialności za siebie, innych i globalne środowisko informacyjne<sup>101</sup>. Społeczeństwo informacyjne, będąc równocześnie społeczeństwem wielokulturowym,

---

<sup>97</sup> M. Golka, *Imiona wielokulturowości*, Muza, Warszawa 2013, s. 319.

<sup>98</sup> Ibidem, s. 320–321.

<sup>99</sup> H. Delbani, B. Galas, *Psychospołeczne uwarunkowania edukacji międzykulturowej w szkole*, [w:] *Wielokulturowość i problemy edukacji*, red. T. Lewowicki, A. Różańska, G. Piechaczek-Ogierman, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012, s. 141.

<sup>100</sup> M. Golka, *Imiona wielokulturowości*, op. cit., s. 304.

<sup>101</sup> H. Batorowska, *Znaczenie kultury informacyjnej w edukacji międzykulturowej*, op. cit., s. 295.

powinno skoncentrować wysiłki na kształtowaniu świadomości obywateli, by potrafili dostrzec, że różnice między narodami i podmiotami nie są jedyną przyczyną wykluczania „innych” lub wszczynania konfliktów w skali międzynarodowej czy lokalnej. Oznacza to, że zarówno edukacja informacyjna, jak i wielokulturowa wspierają w dużym stopniu edukację dla bezpieczeństwa, poszerzając jej obszar o problemy kultury informacyjnej, ekologii informacji, wielokulturowości i zarządzania informacją.

Ulrich Beck w książkach na temat społeczeństwa ryzyka stwierdza, że ludzkość musi żyć w świecie, który nie potrafi kontrolować zagrożeń stwarzanych przez nowoczesność, nie potrafi zapanować nad wytworzonymi przez siebie zagrożeniami, będącymi skutkami ubocznymi modernizacji i wynikających z sukcesów cywilizacji. Zagrożenia te dotyczą wszystkich, ubogich i biednych, decydentów i proletariatuszy. Nauka i technika, wpływając na przemiany cywilizacji w skali globalnej, pozwalają zbiorowościom rozwijać świadomość istniejących zagrożeń, czynią je dostrzegalnymi dla całej ludzkości, jednak przyrost wiedzy nie jest w stanie przewyżżyć rozpoznanych zagrożeń, a nawet, jak udowadnia Beck, powoduje je. Niedostrzeżenie ryzyka i bagatelizowanie jego wagi występuje wśród laików, grupy „źle poinformowanej”, natomiast fachowcy podchodzą do problemu ryzyka ściśle i naukowo, co oznacza, że „irracjonalizm postrzegania ryzyka przez znaczną część ludności wynika głównie z niewystarczających informacji”<sup>102</sup>. Beck dostrzega także związek ryzyka z niewiedzą w „społeczeństwie wiedzy”, w którym ludzie żyjący w rozwiniętej cywilizacji są uwikłani w trudno rozstrzygalne ryzyka, formułując wniosek, że „im większe zagrożenie, tym większa niewiedza, tym bardziej niezbędna, a zarazem mniej możliwa decyzja”<sup>103</sup>. Wymienia też różne rodzaje niewiedzy mające wpływ na rozwój przyszłości świata, takie jak niewiedza przejściowa, niewyznana, wola niewiedzy, świadoma i nieświadoma niemożność uzyskania wiedzy. Niewiedza, która towarzyszy rozwojowi technologicznemu i nadmiarowości informacji, prowadzi do wielu zagrożeń, o których była mowa we wcześniejszych rozdziałach książki. Zagrożenia te

---

<sup>102</sup> U. Beck, *Społeczeństwo światowego ryzyka. W poszukiwaniu utraconego bezpieczeństwa*, tłum. B. Baran, Scholar, Warszawa 2012, s. 26.

<sup>103</sup> *Ibidem*, s. 174.

stają się nie tylko udziałem podmiotu, ale i zyskują wymiar globalny, a społeczeństwo staje się społeczeństwem światowego ryzyka, w którym odczuwanie bezpieczeństwa staje się przez jednostki coraz słabsze. Stąd potrzeba wsparcia, którego dostarcza edukacja.

Odwołując się do artykułu na temat znaczenia kompetencji informacyjno-medialnych w edukacji dla bezpieczeństwa, można powtórzyć, że dynamiczny rozwój cywilizacyjny sprzyja powstawaniu nowych czynników powodujących bezpośrednio zagrożenie dla życia jednostki i zbiorowości oraz równie niebezpiecznych dla ich tożsamości, kultury, podmiotowości<sup>104</sup>. Dlatego przygotowanie społeczeństwa do radzenia sobie w sytuacjach kryzysowych związanych z dychotomicznym funkcjonowaniem w świecie realnym i wirtualnym oraz w środowisku zainfekowanym chorobami informacyjnymi należy traktować jako ważne wyzwanie dla systemu edukacji. Wyzwaniem tym jest także wyposażenie obywateli w kompetencje pozwalające na wydobycie się zagrożonych zbiorowości ze struktur proletariatu konsumpcyjnego, niezdolnego do polityczności i podejmowania mądrych wyborów.

Piotr Makowski w komentarzu do Podstawy programowej przedmiotu edukacja dla bezpieczeństwa z 2017 roku stwierdza, że zrezygnowano w niej z zagadnień mniej istotnych i zbyt szczegółowych na rzecz:

kompleksowego ujęcia zagadnień bezpieczeństwa z przeniesieniem punktu ciężkości działań edukacyjnych na problematykę zagrożeń pokojowych i sposobów zachowań w sytuacjach zdarzeń o charakterze kryzysowym, w każdym miejscu i czasie<sup>105</sup>.

Priorytetem tej edukacji uczyniono kształcenie umiejętności zachowania się podmiotu w sytuacjach stwarzających bezpośrednie zagrożenie dla zdrowia

---

<sup>104</sup> H. Batorowska, *Information and Media Literacy (IML) w edukacji dla bezpieczeństwa*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, D. Morańska, E. Musiał, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu, Dąbrowa Górnicza 2017, s. 21–28.

<sup>105</sup> P. Makowski, *Komentarz do Podstawy programowej przedmiotu edukacja dla bezpieczeństwa*, s. 72, <http://docplayer.pl/184527-Podstawa-programowa-z-komentarzami-tom-8-wychowanie-fizyczne-i-edukacja-dla-bezpieczenstwa-w-szkole-podstawowej-gimnazjum-i-liceum.html> (dostęp 2.07.2017).



i życia człowieka, ze szczególnym naciskiem na udzielanie pierwszej pomocy. Natomiast zagadnienia bezpiecznego poruszania się w infosferze i jej racjonalnej kreacji oraz kształtowania kultury bezpieczeństwa wraz z jej komponentem – kulturą informacyjną obejmującą sferę zarządzania bezpieczeństwem informacji, zostały potraktowane marginalnie<sup>106</sup>. Zwrócono w podstawie programowej jedynie uwagę na bezpieczeństwo uczniów w sieci, akcentując, że:

szkoła ma również przygotowywać do dokonywania świadomych i odpowiedzialnych wyborów w trakcie korzystania z zasobów dostępnych w Internecie, krytycznej analizy informacji, bezpiecznego poruszania się w przestrzeni cyfrowej, w tym nawiązywania i utrzymywania opartych na wzajemnym szacunku relacji z innymi użytkownikami sieci<sup>107</sup>.

Kompetencje informacyjne odgrywają bardzo ważną rolę w kształtowaniu kultury bezpieczeństwa rozumianej jako „utrwalony dorobek ludzkości w zakresie materialnym i pozamaterialnym, pozwalający na ratowanie, podtrzymywanie, a nawet podnoszenie poziomu bezpieczeństwa określonych podmiotów – zarówno indywidualnych, jak i zbiorowych”<sup>108</sup>. W cywilizacji informacyjno-medialnej kultura ta nie może być oderwana od refleksji nad kulturą informacyjną tych podmiotów<sup>109</sup>, a także od refleksji nad kulturą

---

<sup>106</sup> P. Motylińska, *Zarządzanie bezpieczeństwem informacji jako element kompetencji informacyjnych i cyfrowych*, [w:] *Kultura informacyjna w perspektywie zmian w edukacji*, t. 2, red. H. Batorowska, Z. Kwiasowski, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2016, s. 204.

<sup>107</sup> *Podstawa programowa przedmiotu edukacja dla bezpieczeństwa. Klasa VIII szkoły podstawowej*, <https://men.gov.pl/wp-content/uploads/2016/11/podstawa-programowa-przedmiotu-edukacja-dla-bezpieczenstwa.pdf> (dostęp 2.07.2017); *Podstawa programowa kształcenia ogólnego z komentarzem. Szkoła podstawowa. Edukacja dla bezpieczeństwa 2017*, s. 7, <http://new.ore.edu.pl/wp-content/uploads/2017/05/edukacja-dla-bezpieczenstwa.-pp-z-komentarzem.-szkola-podstawowa-1.pdf> (dostęp 2.07.2017).

<sup>108</sup> J. Piwowarski, *Podstawowe kategorie nauk o bezpieczeństwie*, [w:] *Elementy teorii i praktyki transdyscyplinarnych badań problemów bezpieczeństwa. Odkrywanie znaczeń w naukach o bezpieczeństwie*, t. 4, red. A. Filipek, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego, Siedlce 2015, s. 185.

<sup>109</sup> M. Cieślarczyk, *Kultura informacyjno-komunikacyjna a funkcjonowanie człowieka i grup społecznych w sytuacjach kryzysowych*, [w:] *Bezpieczeństwo człowieka*

informacji rozumianej jako sposób świadomego i aktywnego funkcjonowania człowieka w przestrzeni informacyjnej oraz jego konsekwencje<sup>110</sup>. Kultura informacji w tym znaczeniu nawiązuje do rozumienia jej przez Waldemara Furmanka jako systemu postaw człowieka wobec różnych zjawisk informacyjnych oraz przez Tadeusza Piątka jako kultury społeczeństwa, którego rozwój uwarunkowany jest stopniem opanowania sił przyrody, osiągniętym stanem wiedzy i twórczości artystycznej oraz formami współżycia społecznego z wykorzystaniem technologii informacyjnych<sup>111</sup>.

Potrzeba kształtowania kultury informacyjnej spowodowała zwrócenie uwagi na problemy kultury bezpieczeństwa i konieczność kształtowania kultury bezpieczeństwa informacyjnego<sup>112</sup>. W dążeniu do zapewnienia bezpieczeństwa informacyjnego jednostki i organizacji zasadnicze znaczenie ma poziom kultury informacyjnej tych podmiotów. Jak konkluduje Marian Cieślarczyk, w społeczeństwie informacyjnym nie można budować kultury bezpieczeństwa, nie uwzględniając w niej kultury informacyjnej jednostek, grup czy całego narodu<sup>113</sup>.

Kształtowanie kultury bezpieczeństwa informacyjnego oparte jest także na edukacji dla bezpieczeństwa<sup>114</sup>, w której muszą zawierać się elementy

---

*a komunikacja społeczna*, t. 2: *Aspekty filozoficzne i polityczne*, red. E. Jarmocha, A. Świdorski, I.A. Trzpił, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego, Siedlce 2011, s. 13–32; idem, *Kultura informacyjna jako element kultury bezpieczeństwa*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym. Teoria i praktyka*, t. 1, op. cit., s. 16–28; idem, *Ekologia informacji, kultura informacyjna i kultura bezpieczeństwa informacyjnego w teorii i praktyce*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, op. cit., s. 144–159.

<sup>110</sup> M. Kisiłowska, *Kultura informacji*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2016, s. 42.

<sup>111</sup> H. Batorowska, *Nauka o informacji (informatologia) z perspektywy nowych wyzwań edukacyjnych*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2015, nr 3, s. 73–80.

<sup>112</sup> A. Filipek, *Rola edukacji w kształtowaniu kultury bezpieczeństwa informacyjnego*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, op. cit., s. 140–151.

<sup>113</sup> M. Cieślarczyk, *Kultura bezpieczeństwa i obronności*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2006.

<sup>114</sup> H. Batorowska, *Świadomość informacyjna warunkiem bezpieczeństwa użytkowników informacji*, [w:] *Bezpieczeństwo – wielorakie perspektywy. Bezpieczeństwo z perspektywy*

edukacji informacyjnej<sup>115</sup>. Kulturę bezpieczeństwa informacyjnego należy kształtować równolegle w procesie edukacji i wychowania, podobnie jak kulturę informacyjną.

Zgodnie z szerszym podejściem do problemów kultury bezpieczeństwa, za którym optuje Cieślarczyk<sup>116</sup>, szczególnie ważne jest, aby problemy kultury bezpieczeństwa rozpatrywać z perspektywy bezpieczeństwa człowieka korzystającego z informacji, funkcjonującego w środowisku przesylenia informacją i mediami oraz mającego problemy z zapanowaniem nad tym zjawiskiem. Wynikają one z braku świadomości oddziaływania nadprodukcji informacji na przekształcenia dokonujące się w sferze społecznej, prowadzące do konfliktów między ofiarami potopu informacyjnego a grupami potrafiącymi nad nim zapanować i wykorzystać do realizacji utylitarnych celów. Niestety problematyka ta w edukacji dla bezpieczeństwa nie zajmuje należytego jej miejsca<sup>117</sup>. Jak już sygnalizowałam, powstała luka wymaga opracowania i wdrożenia znowelizowanych programów wychowawczych i programów kształcenia, w których nacisk położony zostanie na wychowanie informacyjne i kształtowanie dojrzałości informacyjnej zarówno młodzieży, jak i osób dorosłych<sup>118</sup>. Powinny one obejmować przedsięwzięcia edukacyjne związane z:

---

*środowisk i obszarów*, red. N.A. Fechner, A. Zduniak, Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa, Poznań 2015, s. 411–422.

<sup>115</sup> Eadem, *Między dorosłością a dojrzałością informacyjną*, [w:] *Współczesne oblicza komunikacji i informacji: problemy, badania, hipotezy*, red. E. Głowacka, M. Kowalska, P. Krysiński, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2014, s. 337–348; eadem, *Od edukacji informacyjnej ucznia do kultury informacyjnej człowieka dorosłego*, op. cit., s. 34–51; eadem, *Wpływ edukacji informacyjnej na jakość życia człowieka dorosłego*, op. cit., s. 3–13.

<sup>116</sup> M. Cieślarczyk, *Kultura informacyjna jako element kultury bezpieczeństwa*, op. cit., s. 19.

<sup>117</sup> H. Batorowska, *Bezpieczeństwo informacyjne w dyskursie naukowym. Kierunki badań*, [w:] *Bezpieczeństwo informacyjne w dyskursie naukowym*, red. H. Batorowska, E. Musiał, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2017.

<sup>118</sup> Eadem, *Wybrane problemy kultury bezpieczeństwa, kultury informacyjnej i bezpieczeństwa informacyjnego w refleksji nad funkcjonowaniem człowieka w świecie informacji*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym*, t. 2, op. cit., s. 20, 26.

- rozwijaniem kultury informacyjno-komunikacyjnej organizacji traktowanej jako element strategiczny dla jej rozwoju i bezpieczeństwa państwa;
- badaniem zachowań informacyjnych użytkowników informacji w kontekście cyberbezpieczeństwa;
- edukacją w zakresie społecznego wsparcia poprzez współdziałanie w sieci na rzecz bezpieczeństwa;
- rozwijaniem umiejętności racjonalnego korzystania z zasobów informacyjnych i medialnych w globalnej cyberprzestrzeni.

Można zatem sferę bezpieczeństwa społecznego poszerzyć o lęki człowieka przed nowymi formami zagrożeń egzystencjalnych u podstaw życia ludzi, związanych z niemożnością nadążenia za rozwojem cywilizacyjnym, brakiem perfekcji w stosowaniu technologii, stresem informacyjnym i niezrównoważonym rozwojem w sferze kultury i techniki, co może doprowadzić do totalnego bezrobocia, wykluczenia cyfrowego, utraty tożsamości własnej, narodowej, etnicznej oraz homogenizacji kultury<sup>119</sup>, jak też uzależnienia od technologii i mediów interaktywnych<sup>120</sup>. Dlatego Aleksandra Skrabacz dopomina się, aby zagrożenia społeczne były brane pod uwagę przy kreowaniu polityki państwa w obszarze bezpieczeństwa społecznego.

Kultura bezpieczeństwa i jej komponenty, takie jak wiedza i sposób myślenia o bezpieczeństwie, sposoby odczuwania bezpieczeństwa i reagowania na wyzwania, szanse i zagrożenia, nie nadążają za wyzwaniami społeczeństwa informacji i wiedzy, o czym piszą Marian Cieślarczyk i Agnieszka Filipek. Dlatego, aby społeczeństwo to nie stało się społeczeństwem wykluczonych, kierowanych przez grupy społeczne stojące w hierarchii zaawansowania ewolucyjnego i technologicznego wyżej od pozostałych, konieczna jest odpowiednia polityka edukacyjna i informacyjna państwa. Obejmuje ona kształtowanie kultury bezpieczeństwa informacyjnego nastawionej na dostrzeganie przez podmiot każdego negatywnego zjawiska mającego

---

<sup>119</sup> A. Skrabacz, *Uwarunkowania tworzenia bezpieczeństwa społecznego w XXI wieku*, [w:] *Bezpieczeństwo społeczne. Pojęcia, uwarunkowania, wyzwania*, red. A. Skrabacz, S. Sulowski, Elipsa, Warszawa 2012, s. 57.

<sup>120</sup> T. Goban-Klas, H. Sienkiewicz, *Spółeczeństwo informacyjne*, op. cit., s. 154.

związek z procesem informacyjnym oraz umiejętności oceny jego wpływu na prawidłowe funkcjonowanie infosfery, której bezpieczeństwo ma bezpośredni wpływ na bezpieczeństwo całego narodu. Dlatego społeczeństwo powinno być dojrzałe informacyjnie. Jednak od dorosłości do dojrzałości jednostki jest daleka droga. Bez dojrzałych cech osobowych trudno osiągnąć człowiekowi stan poczucia bezpieczeństwa, a ten jest nieodzownym czynnikiem jakości życia człowieka dorosłego w każdym społeczeństwie, nie tylko informacyjnym.



## ROZDZIAŁ III

# MASS MEDIA INSTRUMENTEM WPŁYWANIA INFORMACYJNEGO NA SPOŁECZEŃSTWO

---

### 3.1. Media narzędziem wprowadzenia agresji informacyjnej

W ostatnim czasie dostrzegamy coraz bardziej intensywny wzrost konkurencji o podział stref wpływów, tworzenie nowych modeli międzyregionalnej konfrontacji, do czego aktywnie wykorzystuje się informacyjno-komunikacyjne technologie, które wpływają na różne obszary życia społecznego, zwłaszcza bezpieczeństwo narodowe. Dziś nowoczesne media, które muszą chronić prawa obywateli do uzyskiwania informacji, stały się dla niektórych państw i organizacji narzędziem ustanawiania politycznej, gospodarczej i kulturalnej hegemonii. Wojny informacyjne o różnym natężeniu to już norma naszych czasów, dająca szansę tym, którzy mogą je wszczynać. Przed społeczeństwem otwiera się skuteczna metoda oddziaływania, która nie ma granic. Obecne technologie informacyjne umożliwiają państwom realizowanie własnych interesów, osłabianie lub powodowanie znacznych szkód dla bezpieczeństwa innego, konkurencyjnego, państwa, które nie ma skutecznej ochrony przed negatywnym informacyjnym wpływem.

Informacja jako podstawowy element bezpieczeństwa narodowego staje się coraz ważniejsza, a przestrzeń informacyjna jest główną areną starć zróżnicowanych interesów narodowych, geopolitycznej konkurencji i wojny informacyjno-psychologicznej. Totalna informatyzacja społeczeństwa, wzrost globalnego przepływu informacji ułatwia prowadzenie informacyjno-psychologicznych operacji (nawiązywanie rozmaitych idei, przekonań, ideologii,

wartości, doktryn), tworząc „prawidłową” opinię publiczną, do której można następnie się odwoływać. Głównym celem tych działań jest atakowanie ośrodków decyzyjnych innego państwa – zmieniając lub zniekształcając fakty i informację, zmusza się albo zachęca przeciwnika do podejmowania decyzji korzystnych dla agresora.

Z pomocą mediów niektóre kraje wspierają swoją agresywną politykę i pod hasłami obrony obywateli rozpoczynają kampanie militarne. Dla krajowych podmiotów bezpieczeństwa narodowego w obecnej sytuacji to niezwykle ważne, aby odnaleźć niezawodne mechanizmy przeciwdziałania negatywnemu wpływowi informacyjnemu i ustalić podstawowe metodologie takiego przeciwdziałania<sup>1</sup>.

Wzrost zagrożeń bezpieczeństwa narodowego, zwiększenie ilości i intensywności działań zmierzających do naruszenia integralności terytorialnej, wzmocnienie informacyjnych ataków medialnych i konwergentnych mediów na ludność wybranych państw tworzą nowe wymagania wobec systemu krajowych podmiotów bezpieczeństwa w zakresie bezpieczeństwa informacji w celu przeciwdziałania wpływom informacyjno-psychologicznym. Agresja militarno-polityczna Federacji Rosyjskiej na terytorium Krymu w lutym 2014 roku udowodniła, że wpływ informacyjny w stosunkach międzynarodowych można wykorzystywać nie tylko do osiągnięcia pragmatycznych celów polityki zagranicznej, ale również bezpośrednio do przygotowania sprzyjających warunków dla prowadzenia operacji wojskowych.

Niektóre państwa używają swoich mass mediów jako skutecznych narzędzi szpiegowania i manipulowania opinią publiczną, organizują specjalne operacje, aby wpływać na politykę wewnętrzną i zagraniczną i podważać suwerenność innych państw. Na przykład analizując aktualny stan infrastruktury informacyjnej i komunikacyjnej Ukrainy, możemy zauważyć, że

---

<sup>1</sup> O. Wasiuta, *Military and Non-military Methods in Russia's Hybrid War Against Ukraine*, [w:] *Hybrid Warfare in Ukraine. Outcomes and Recommendations for Europe and the World: Articles Presented at the International Conference „Hybrid Warfare in Ukraine – Outcomes and Recommendations for Europe and the World” Held in Piotrków Trybunalski (Poland) on 23 and 24 November 2016 under the Defence Education Enhancement Programme*, red. B. Pacek, NATO, Brussels 2018, s. 54–65.



kraj ten cierpi z powodu agresji rosyjskich mediów, które próbują ustanowić monopol na informacje, prowadząc informacyjną ekspansję, tworząc warunki niezbędne do promowania decyzji i zachowań Kremla.

Państwa w celu zaistnienia w środowisku międzynarodowym, tworzenia korzystnego wizerunku i wpływania na zachowanie polityczne obywateli innych krajów za pomocą mediów konwergentnych jako skutecznych środków wpływu aktywnie wprowadzają agresywne technologie propagandowe i „informacyjne operacje specjalne”: manipulację, dezinformację itp. Badania pokazują, że dla propagowania swojej ideologii i „moralności” wykorzystuje się zarówno tradycyjne kanały medialne (takie jak „Wiadomości tygodnia” – ros. Вести недели Dmitrija Kisielowa) i internet. Celem tych środków jest osiągnięcie przewagi informacyjnej przez strategiczne manipulacyjne narzucanie ludności kraju ofiary pożądanych wartości, wzorów zachowań i podejmowania wygodnych dla kraju agresora<sup>2</sup>.

Takimi środkami są przede wszystkim media konwergentne, które umożliwiają efektywniejsze przekazywanie powiadomień i udostępnienie ich dużej liczbie osób, jednocześnie kierując do grup celowych takie wiadomości, które wpływają na umysł i świadomość. Narzędzia sieciowe takiego wywierania wpływu funkcjonują jasno i spójnie, produkując „prawidłowe” zrozumienie wydarzeń i nakierowanie społeczności narodowej na cele agresora. Media konwergentne są zarówno środkiem oddziaływania i manipulacji informacyjnej, jak i realizacji scenariuszy agresji informacyjnej. Wnikając w świadomość, wykorzystując tendencję do uogólniania, media wywołują i wpajają świadomości masowej pseudorzeczywistość, wprowadzając do masowej świadomości ideologiczne oceny wydarzeń i faktów, dyktują postrzeganie rzeczywistości. Stworzone przez mass media wirtualne symbole zaczynają istnieć same dla siebie.

W ostatnim czasie termin „nowe media” zdecydowanie zyskał na znaczeniu, stając się jednym z bardziej modnych i nośnych. Konstytutywne cechy nowych mediów pozwalają wnioskować, że mamy do czynienia z nową

---

<sup>2</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Medialna manipulacja informacją w wojnie hybrydowej Rosji przeciwko Ukrainie*, [w:] *Medialne obrazy świata: wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, red. R. Klepka, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2018, s. 77–105.

jakością medialną, stąd uprawnione jest posługiwanie się przymiotnikiem „nowe”. Pojawienie się nowych mediów nie eliminuje mediów tradycyjnych, które coraz częściej wchodzą z nimi w proces konwergencji<sup>3</sup>. Stare media, jak podkreśla Henry Jenkins<sup>4</sup>, nie giną, ale „umierają narzędzia, których używamy, by zaspokoić dostęp do treści medium”<sup>5</sup>.

Media – jako technologie i jako formy obiegu informacji w społeczeństwie – stały się niezbędnym składnikiem współczesnego życia społecznego. Można nawet mówić o powstającym społeczeństwie medialnym, tzn. takim, w którym większość działań społecznych odbywa się przy udziale, niekiedy decydującym, zazwyczaj znacznym, mediów różnego rodzaju, od telefonów do telewizji oraz internetu. Media stały się wszechstronne, wszechobecne, bywają wszechmocne oraz aspirują do wszechwiedzy (internet, media masowe). Uzupełniają i niekiedy zastępują szkołę, religię i rodzinę jako środki socjalizacji i przekazu wartości. Podobnie dzieje się w polityce i kulturze, nawet w sztuce. Media jednak zmieniają się bardzo szybko, dlatego tak trudno nie tylko określić ich zawartość czy wpływ, ale nawet podać ich definicję<sup>6</sup>.

Słowo „konwergencja”, wywodzące się z łaciny, oznacza zbieżność. Przez wieki określano nim różne zjawiska. Zaczęło się od pomiaru szybkości dźwięku. Fizyk William Derham posłużył się wówczas określeniem „konwergencja i dywergencja promieni”. W późniejszych latach termin wykorzystywano w literaturze popularnej, biologii, meteorologii, matematyce, psychologii, politologii, antropologii i wielu innych dziedzinach nauk. Natomiast w odniesieniu do mediów, jak odnotowuje oksfordzki słownik języka angielskiego z 2003 roku, pierwszy raz słowa „konwergencja” użyto w brytyjskim

---

<sup>3</sup> M. Szpunar, *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, „Studia Medioznawcze” 2008, nr 4, s. 31–40.

<sup>4</sup> Profesor Henry Jenkins to twórca i dyrektor programu komparatystyki mediów w Massachusetts Institute of Technology, medioznawca, literaturoznawca i badacz kultury popularnej, zajmujący się problematyką procesu współoddziaływania mediów, ich odbiorców i świata biznesu.

<sup>5</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 11–12.

<sup>6</sup> *Media. Historia i współczesność*, [http://users.uj.edu.pl/~usgoban/files/media\\_podstawowe\\_problemy.pdf](http://users.uj.edu.pl/~usgoban/files/media_podstawowe_problemy.pdf) (dostęp 12.03.2018).

dzienniku „The Times” w 1978 roku<sup>7</sup>. Dziś kojarzone jest ono przede wszystkim z mediami, które nie stanowią już oddzielnych elementów świata mediów masowych. Przenikają się wzajemnie, stosują zbliżone metody produkcji i wykorzystują te same sieci dystrybucji.

Do rozpropagowania terminu oraz problematyki konwergencji przyczynili się dwaj amerykańscy medioznawcy. Pierwszy to Ithiel de Sola Pool<sup>8</sup>, który w swojej książce *Technologies of Freedom* (*Technologies of Freedom*) zauważył, że:

siłą konwergencji trybów jest rewolucja elektroniczna tak głęboka jak drukowanie... Pierwszą epoką komunikacji było przemówienie; drugą – pisanie; trzecią – drukowanie i inne formy tworzenia kopii, takich jak fonografy i fotografia; a teraz nastąpiła czwarta era: wszystkie media stają się elektroniczne<sup>9</sup>.

Drugi to Nicholas Negroponte<sup>10</sup>, który podkreślał: „w naszych genach jest zakodowane, że każde kolejne pokolenie stanie się bardziej cyfrowe”<sup>11</sup>.

---

<sup>7</sup> *Kultura i przemysł kultury szansą rozwojową dla Polski*, red. J. Szomburg, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Warszawa 2002, s. 53.

<sup>8</sup> Ithiel de Sola Pool (26.10.1917 – 11.03.1984) dokonał rewolucji w dziedzinie nauk społecznych. Jego zespół przeprowadził przełomowe badania nad technologią i jej wpływem na społeczeństwo. Po raz pierwszy użył on terminu „konwergencja”, aby opisać wpływ różnych naukowych innowacji na społeczeństwo w futurystycznym świecie. Formułował zaskakująco trafne prognozy dotyczące technologii i społeczeństwa. W książce *Technologies of Freedom* opisał nowe technologie, w których cyfrowa elektronika przedstawia konwergencję między historycznie oddzielnymi trybami komunikacji.

<sup>9</sup> I. de Sola Pool, *Technologies of Freedom*, Harvard University Press, Cambridge 1983, cyt. za: S. Brand, *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*, Penguin Books, New York 1988, s. 18.

<sup>10</sup> Nicholas Negroponte – pionier w dziedzinie projektowania wspomagane go komputerowo, założyciel i dyrektor w MIT Architecture Machine Group, laboratorium mieszane go i think tanku, w którym badano nowe podejścia do interakcji człowiek–komputer. W 1985 roku Negroponte stworzył z Jerome'm B. Wiesnerem MIT Media Lab – laboratorium informatyczne badające nowe media i interfejs człowiek–komputer. Negroponte stał się też zwolennikiem spersonalizowanych elektronicznych gazet. Spopularyzował określenie na nie: „Daily Me”. Jest autorem bestsellera *Being Digital*, który został przetłumaczony na ponad 40 języków (tłumaczenie polskie: *Cyfrowe życie*).

<sup>11</sup> N. Negroponte, *Cyfrowe życie*, tłum. M. Łakomy, Książka i Wiedza, Warszawa 1999, s. 190.

W dziedzinie mediów termin ten ma w Polsce stosunkowo krótką historię, a jego znaczenie czy raczej znaczenia ewoluują<sup>12</sup>.

Konwergencją mediów określa się interakcje, w które wchodzi tradycyjne i nowe media. Proces konwergencji – jako zmianę kulturową, która zachęca konsumentów do wyszukiwania nowych informacji i tworzenia połączeń pomiędzy treściami rozproszonymi w różnych środkach przekazu<sup>13</sup>. Sugeruje to, że medialna konwergencja powinna być rozumiana bardziej jako proces kulturowy niż jako punkt końcowy technologii. Jenkins proponuje teorię, według której nowe media ulegną przeobrażeniu, jako że internet będzie prosty w obsłudze i dostępny dla wszystkich obywateli. W jego opinii konwergencja jest metodą, która pozwala ludziom na wyszukanie informacji z pomocą mediów z całego świata i to ze skutkiem natychmiastowym. Ponadto konwergencja spowodowała niezwykłą zmianę sposobu tworzenia i użytkowania, która sprawia, że wszyscy chcą być ich częścią<sup>14</sup>.

Przez konwergencję mediów rozumie się proces upodobniania się do siebie m.in. urządzeń, układów, systemów komunikowania czy przekazywanych idei, które pod wpływem czynników zewnętrznych zaczynają stopniowo pełnić podobne funkcje, choć pierwotnie nie były genetycznie spokrewnione. W sferze informacyjno-medialnej daje się wyróżnić trzy podstawowe formy konwergencji. Pierwsza to konwergencja technologiczna, polegająca na upowszechnianiu się produktów medialnych o zbliżonych własnościach użytkowych, które są oparte na nowych generacjach technologii informacyjnych. Dobrym jej przykładem są sukcesywne procesy cyfryzacji kolejnych form przekazu medialnego. Druga to konwergencja transmisyjna, która polega na świadczeniu podobnych usług za pomocą odmiennych środków ich realizacji. Ilustruje to wyraźnie rozwój telefonii komórkowej i związanych z nią usług medialnych. Trzecia natomiast to konwergencja rynkowa (produktów i usług), wynikająca ze wzajemnego przenikania się i zacierania granic między różnymi sektorami rynku medialnego, np. telewizją kablową

---

<sup>12</sup> A. Szynol, *Konwergencja mediów w praktyce*, „Media, Kultura, Społeczeństwo” 2012–2013, nr 7–8, s. 5.

<sup>13</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji*, op. cit., s. 9.

<sup>14</sup> Ibidem.

i telefonią czy internetem. Obecnie np. staje się normą, że operatorzy łączki kablowych oferują jednocześnie usługi telefoniczne i telewizyjne wraz z dostawą usług internetowych<sup>15</sup>.

Konwergencja mediów umożliwia wielokanałowy dostęp do odbiorców, tak aby poszczególne treści się uzupełniały i wzajemnie promowały, a nadawca mógł prowadzić dialog z klientami. Warunkiem stało się stosowanie nowoczesnych technik gromadzenia, przetwarzania, przekazywania i użytkowania informacji<sup>16</sup>.

W warunkach ewolucyjnych zmian technologicznych, których doświadcza teraz ludzkość, pozycjonowanie i identyfikowanie nowych konwergentnych mediów mają zasadnicze znaczenie dla ustanawiania i prognozowania przyszłych zmian w przestrzeni medialnej, natury dziennikarstwa, ludzkiego postrzegania mediów. Takie podejście wymaga konkretyzacji podejścia do regulacji państwowych nowych mediów konwergentnych.

Współczesne przemiany w komunikacji i przestrzeni medialnej wynikają w szczególności z szeregu powiązanych czynników, z których najważniejsze można opisać następująco:

- nowe technologie, które są siłą napędową wszystkich zmian, a ich wpływ jest najbardziej widoczny w mediach. Pojawienie się nowych konwergentnych mediów to dziś duże wyzwanie dla nich samych, ponieważ winny dostosować się do coraz większych wymagań użytkowników;
- nad definicją i znaczeniem nowych lub konwergentnych mediów prowadzi się obecnie badania naukowe i naukowo-eksperymentalne. Niewątpliwie nowe media to media stosujące nowe technologie. Jednakże toczy się wiele dyskusji na temat interpretacji i wytyczenia tych

---

<sup>15</sup> I.S. Fiut, *Konwergencja mediów a komunikowanie*, [w:] „Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”, red. K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2011, s. 15; idem, *Skutki konwergencji mediów tradycyjnych do internetu*, [w:] idem, *Media @ internet. Szkice filozoficzno-medioznawcze z lat 2000–2006*, Stowarzyszenie Twórcze Artystyczno-Literackie, Kraków 2006, s. 133–137.

<sup>16</sup> M. Grębosz, D. Siuda, G. Szymański, *Social media. Marketing*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2016, s. 7.

technologii. Konwergencja pochodzi od łacińskiego *convergens*, co oznacza „ten, który zbiega się do jednego punktu”. Jest to połączenie różnych rodzajów wypowiedzi, różnych treści: ustnej, pisemnej, materiału audiowizualnego. Transmisja taka może przebiegać w czasie rzeczywistym, za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnych stosujących nowe technologie;

- konwergentne lub nowe media są obecnie głównym elementem projektów badawczych i legislacyjnych w całej Europie. Kwestia regulacji nowych mediów to przedmiot dyskusji ekspertów Rady Europy i Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych (EPRA).

Institucje europejskie tworzą i proponują projekty legislacyjne i eksperckie podejście do regulowania mediów konwergentnych. Spotkania EPRA, odbywające się raz lub dwa razy do roku, są poświęcone różnym problemom nowych mediów<sup>17</sup>. W połowie października 2017 roku w Wiedniu odbyło się 46. Spotkanie Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych ds. Mediów (EPRA). Na dwudniowe obrady złożyły się dwie sesje plenarne: poświęcona roli organów regulacyjnych wobec newsów w cyfrowym świecie i poświęcona wyzwaniom związanym z przygotowaniem dzieci i młodzieży do odbioru reklam w nowym środowisku medialnym. Przedstawiciele 51 organów regulacyjnych dyskutowali też w trzech symultanicznych grupach roboczych na temat edukacji medialnej pod kątem roli regulatora, procedur koncesyjnych i innych form autoryzacji usług audiowizualnych oraz zmian w relacjach obywatel–regulator w związku z ewoluującym sposobem korzystania z mediów<sup>18</sup>. W 2017 roku Europejskie Obserwatorium Audiowizualne opublikowało raport na temat dostępnych w Europie programów adresowanych do dzieci. Okazuje się, że amerykańskie kanały telewizyjne dla dzieci stanowią aż 60% łącznej liczby kanałów dla dzieci w Europie. W sumie w Europie jest 329 kanałów

---

<sup>17</sup> *Sprawozdanie z 38. posiedzenia Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych*, Wilno, 2–4.10.2013, [http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/\\_public/Portals/0/konferencje/sprawozdania/2013/sprawozdanie\\_wilno2.pdf](http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konferencje/sprawozdania/2013/sprawozdanie_wilno2.pdf) (dostęp 15.03.2018).

<sup>18</sup> *EPRA to Convene in VIENNA for Its 46th Meeting*, [https://www.epra.org/news\\_items/epra-meets-in-vienna-for-its-46th-meeting](https://www.epra.org/news_items/epra-meets-in-vienna-for-its-46th-meeting) (dostęp 12.03.2018).

telewizyjnych dla dzieci w różnych językach, co stanowi 6% krajowych i międzynarodowych kanałów telewizyjnych mających siedzibę w Europie. Jedna sieć telewizyjna dla dzieci ma średnio 2,6 wersji językowych<sup>19</sup>. Regulowanie konwergentnych mediów staje się zatem priorytetem krajów Unii Europejskiej.

Oczywiście aktualnymi dziś problemami są konkretyzacja i systematyczne podejście do koncepcji nowych konwergentnych mediów, a od ich rozwoju w dużym stopniu zależą media w poszczególnych państwach i polityka medialna.

„Nowe media” to termin, który zaczął być często używany wraz z nadejściem nowego tysiąclecia, pojawieniem się nowych interaktywnych wydań elektronicznych, nowych form komunikacji. Zazwyczaj zaistnienie tego rodzaju terminów wskazuje na rozgraniczenie etapów rozwoju. Charakterystyczne słowo „nowy” wskazuje na początek etapu, który różni się od poprzedniego. Nowe media to przede wszystkim nowe technologie, upowszechnianie i łączenie starych tradycyjnych form mediów z internetem, zmiana zasad konsumpcji informacji i zmiana w nastawieniu ludzi do mediów. One tworzą nowy krajobraz medialny i przekształcają tradycyjne modele biznesu medialnego<sup>20</sup>. Dziś wiadomości CNN można oglądać zawsze i wszędzie na smartfonie. Jak zauważa Vaira Viķe-Freiberga w raporcie Grupy Wysokiego Szczebla Rady Europy: *Wolne i pluralistyczne media wspierają europejską demokrację*. Dzisiejsze nowe formy mediów – to zestaw różnych kanałów komunikacji (telewizja, radio, internet i drukowane formy multimedialne). Tworzą one nowy krajobraz medialny i przekształcają tradycyjne modele biznesu medialnego<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> R. Briel, *329 Children's TV Channels in Europe*, <https://www.broadbandtvnews.com/2017/10/13/329-childrens-tv-channels-in-europe/> (dostęp 15.03.2018).

<sup>20</sup> Л. Мудрак, *Конвергентні медіа як наукова категорія та суб'єкт інформаційного простору*, „Вісник Національної академії державного управління при Президентові України” 2013, № 2, s. 256–267.

<sup>21</sup> V. Viķe-Freiberga et al., *A Free and Pluralistic Media to Sustain European Democracy, The Report of the High Level Group on Media Freedom and Pluralism*, [http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/doc/pluralism/hlg/hlg\\_final\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/hlg/hlg_final_report.pdf) (dostęp 15.03.2018).

Istnieje wiele definicji nowych mediów. Na przykład słownik Webopedia opisuje je jako „wspólny termin dla wielu różnych form komunikacji elektronicznej opartej na wykorzystaniu technologii komputerowej”.

W przeciwieństwie do starych (tradycyjnych) mediów, takich jak drukowane gazety i czasopisma z tekstami, ilustracjami i zdjęciami, nowe media obejmują:

- strony internetowe;
- materiały audio i wideo;
- interaktywne czaty;
- e-maile;
- komunikację *online*;
- reklamy elektroniczne;
- nośniki DVD i CD-ROM;
- elektroniczne gry wirtualne;
- zintegrowane bazy danych do telefonu, takie jak telefonia internetowa;
- nadawanie cyfrowe;
- telefonię komórkową itp.<sup>22</sup>

Ten rodzaj definicji, ogólnie akceptowany, opracowano na początku XXI wieku. Ewolucja technologiczna wprowadza jednak kolejne definicje. W 2009 roku na seminarium *Równowaga wolności i porządku: regulacja nowych mediów*, organizowanym przez Wschodnioeuropejski Instytut Problemów Mediów, nowe media opisano jako różnorodne środki masowego przekazu, rozpowszechniane głównie przez internet:

- odtwarzacz internetowy kanałów telewizyjnych i radiowych;
- CatchUpTV – usługi internetowe pozwalające oglądać nagrane programy telewizyjne (Virgin Media, WorldTVpc, Live Internet TV);
- usługi wideo – Hulu, YouTube;
- sieci społecznościowe – MySpace, Facebook, Hyves, FriendFeed;
- blogi;
- sieć mikroblogów, takich jak Twitter, Tumblr;
- odtwarzacze multimedialne online (Boxee);

---

<sup>22</sup> *New media*, [https://www.webopedia.com/TERM/N/new\\_media.html](https://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html) (dostęp 17.04.2018).



- portale dziennikarstwa społecznego (Digg);
- internetowe usługi radiowe (Pandora);
- usługi fotograficzne (Flickr, Picasa);
- platformy internetowe będące wypożyczalniami wideo (Netflix)<sup>23</sup>.

W 2010 roku Kanadyjska Komisja ds. Radiofonii i Telekomunikacji zaproponowała następującą definicję nowych mediów:

Nowe media to usługi medialne, które rozpowszechniają się przez internet i obejmują szeroki zakres produktów i usług komunikacyjnych wykorzystujących wideo, audio, wykresy i tekst alfabetyczno-numeryczny. Usługi takie obejmują, ale nie ograniczają się do gier wideo, poczty elektronicznej, komunikacji online, faksu, elektronicznej komercji i telefonii IP<sup>24</sup>.

Nowe media są mediami opartymi na nowych technologiach.

Media są dzisiaj wciąż definiowane na nowo w odniesieniu do zmieniającego się świata, a te z nich, które pojawiły się w ostatnich latach, takie jak blogi, edublogi, webinaria, masowe otwarte kursy online (MOOC), filmy instruktażowe i tutoriale internetowe, gadżety *wearable technology*, drony, drukarki 3D, zmieniają rzeczywistość. Coraz częściej opisuje się i stosuje w praktyce ideę *Bring Your Own Device*, edurozrywkę i grywalizację, a także media społecznościowe. Futurystycznym pomysłem przestaje być chociażby nauczanie z udziałem robotów. Gdy poszukuje się nowych ścieżek nowocześniejszej edukacji, coraz widoczniejsza staje się potrzeba znalezienia nowych metod prowadzenia lekcji, edukacji formalnej i nieformalnej. *E-learning*, *m-learning* czy *blended learning* to tylko niektóre propozycje. Narzędzia technologiczne i media wspierają i modyfikują dobrze znane metody, czego przykładem mogą być *time-spaced learning* czy *e-tutoring* i *e-coaching*<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> M. Закусило, *Хто відповідальний за нові media?*, <http://detector.media/rinok/article/47760/2009-09-08-khto-vidpovidalnii-za-novi-media/> (dostęp 19.08.2018).

<sup>24</sup> *Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-190. Regulatory Framework for Video-on-Demand Undertakings*, <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2010/2010-190.htm> (dostęp 17.04.2018).

<sup>25</sup> Więcej na ten temat: M. Frania, *Nowe media, technologie i trendy w edukacji. W kierunku mobilności i kształcenia hybrydowego*, Impuls, Kraków 2017.

Niektórzy badacze twierdzą, że konwergencja mediów to początek nowej ery mediów oraz nowe formy kontroli społeczeństwa<sup>26</sup>, uważa się też, że:

technologiczny rdzeń tych zmian, cyfryzacja, polega na powszechnym przekształceniu różnorodnych sposobów komunikacji – druku, mowy, materiałów audiowizualnych, surowych danych – w uniwersalną formę elektronicznych ciągów binarnych, pozwalających na szybkie przekształcenie danej formy w dowolną inną, oraz na przechowywanie, odtwarzanie, manipulowanie i dystrybuowanie każdej z nich z bezprecedensową łatwością poprzez połączone światy komputeryzacji i telekomunikacji<sup>27</sup>.

Konwergencja oznacza więc upodabnianie, zbliżanie, przenikanie się, zacieranie granic między treściami medialnymi.

Nowe media charakteryzują się wieloma nierozwiniętymi wcześniej cechami, którym konwergencja zdecydowanie sprzyja. Są cyrkularne: nie istnieje już jednostronny przekaz nadawca–odbiorca, lecz zachodzi sprzężenie zwrotne. Ludzie są stale podłączeni do mediów, interaktywni, w jednym momencie np. prowadzą rozmowę wideo na komputerze, oglądają mecz w telewizji i tweetują na telefonie komórkowym. Istotną cechą nowych mediów jest także remediacja, czyli przekazy z zastosowaniem innych mediów (choćby prezentowanie na wykładzie uniwersyteckim nagrania z internetu). Warto pamiętać też o modularności, czyli patrzeniu na media linearnie; dostrzeżać, że wycinek całości tworzy autonomiczną część (skopiowanie nazwy grupy muzycznej do wyszukiwarki internetowej, przejście na stronę zespołu i wreszcie odtworzenie jego piosenki w internecie)<sup>28</sup>.

---

<sup>26</sup> T. Goban-Klas, *Społeczeństwo medialne*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005, s. 28.

<sup>27</sup> G. Murdock, *Media, kultura i ekonomia: krytyczne pytania. Antologia tekstów*, cz. 2: *Zdobycze korporacji*, tłum. M. Łuczak, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2010, s. 3.

<sup>28</sup> M. Starkowski, *Konwergencja mediów. Początek nowej ery czy nowe formy kontroli?*, <http://doradcawbiznesie.pl/blog/7-Marketing-i-sprzeda%C5%BC/427-konwergencja-mediow-poczatek-nowej-ery-czy-nowe-formy-kontroli.html> (dostęp 17.04.2018).

Dzięki technologiom internetowym konsumenci mają teraz dojsie do publikacji elektronicznych (czasopism elektronicznych, e-booków) oraz zdigitalizowanych publikacji papierowych (książek, czasopism, map, zdjęć) dostępnych na stronach internetowych tradycyjnych mediów drukowanych – jest to prasa elektroniczna z rozszerzonymi możliwościami publikowania nie tylko zdjęć, ale także materiałów wideo oraz interaktywnych usług dla konsumentów: komentowania, ankietowania, dodawania własnych wiadomości, publikacji, możliwości zamawiania informacji ogólnych lub tematycznych.

Konwergentna zawartość sieciowych usług wideo – internetowych portali, które w zasobach umieszczają z własnej inicjatywy różne filmy wideo, a także dają użytkownikom internetu możliwość dodawania swoich materiałów wideo i dostępu do takich treści – generowanych do ogółu czy ograniczonego kręgu osób, który określa użytkownik. Warto zwrócić też uwagę na następujące podgatunki określonych usług wideo:

- platformy udostępniania wideo, które nie oferują własnych treści, a bardziej skoncentrowane są na zapewnieniu użytkownikom możliwości wymieniać się wideomateriałami;
- usługi, które oferują własne treści zgodnie z katalogami, wykorzystując różne modele biznesowe interakcji z użytkownikami, a mianowicie: *pay-per-view* (oglądanie za opłatą treści multimedialnych dostarczanych najczęściej w cyfrowej telewizji), abonament zależny od czasu trwania lub ilości otrzymanych usług, płacenie za oglądanie, ale z reklamami itp.;
- usługi wideo na wysokim poziomie, które oferują platformy do regularnego umieszczania pod logiem producenta profesjonalnie przygotowanych treści telewizyjnych przeznaczonych do dystrybucji w internecie – w ten sposób powstają profesjonalne kanały wymiennych zasobów wideo.

Nowe wiadomości multimedialne można szybciej dostosować do konkretnej sytuacji i nastroju wybranych odbiorców. W przeciwieństwie do monologu kanałów informacji publicznej (mass media), których widzowie byli jedynie biernymi odbiorcami wiadomości, środki komunikacji elektronicznej stworzyły szerokie możliwości rozwoju dialogicznej komunikacji

między osobami zainteresowanymi wysyłaniem wiadomości do publiczności docelowej. Tradycyjne środki masowego przekazu, nawet elektroniczne, są znacznie gorsze od międzynarodowych platform sieciowych, co zmniejsza stopień zaufania do źródła informacji docelowych odbiorców, na których on stara się wpłynąć. Nowe media stały się skuteczniejszym kanałem komunikacji, mogą przekazywać wiadomości odbiorcom, aby rozwijać strategię komunikacyjną. Określając sposoby zachowania w przestrzeni przepływu informacji, mogą one promować interesy państwowe za granicą i tworzyć strukturę wartości oraz celową strukturę w globalnej przestrzeni informacyjnej.

Już teraz nie można ignorować aktywności liderów wiodących instytucji międzynarodowych na Facebooku, Twitterze i podobnych stronach, ponieważ sieci te osiągnęły bardzo ważną pozycję, stworzyły standard informacyjnej wymiany i prowadzenia dialogu, również na arenie międzynarodowej, oraz są skutecznymi środkami manipulacji.

Głównymi cechami konwergentnych mediów są w szczególności:

- przyciąganie stałych użytkowników sieci chętnych do prowadzenia dyskusji;
- kształtowanie dużego zainteresowania społecznością i zwiększanie liczby jej członków w zależności od działań uczestników i ich zgodności z zasadami postępowania;
- gwarantowanie anonimowości wiadomości: wirtualna osoba w środowisku internetowym może bez obawy proponować różne materiały, realizować zamiary, których w normalnym życiu nie mogłaby zrealizować ze względów norm społecznych.

Najważniejsze elektroniczne kanały informacji mogą być zaklasyfikowane jako media elektroniczne (czasopisma, gazety, agencje informacyjne), sieci społecznościowe (najbardziej popularne są Facebook, Twitter, VK – VKontakte<sup>29</sup>), blogi, komunikacja mobilna. Media elektroniczne mają znaczną

---

<sup>29</sup> VK (ВКонтакте – W Kontaktacie; vk.com) – rosyjski serwis społecznościowy założony przez Pawła Durowa w 2006 roku, z siedzibą w Petersburgu. W 2017 roku był 16. pod względem liczby odwiedzin serwisem internetowym na świecie według danych portalu Alexa (*The Top 500 Sites on the Web*, <http://www.alexa.com/>)

przewagę nad tradycyjnymi, przede wszystkim z powodu niskich kosztów produktów informacyjnych; nieograniczonej łamami gazety czy czasem antenowym objętości; eksterytorialności (materiał jest dostępny tam, gdzie dociera internet); multimedialności, która przewiduje wykorzystanie praktycznie wszystkich form przekazywania informacji (tekst, fotografia, dźwięk, wideo, grafika)<sup>30</sup>. Wiele tradycyjnych mediów, które mają wersje w formacie elektronicznym, korzysta z takiej funkcji blogów jak komentarze, pozwalające komunikującemu śledzić wpływ jego komunikatu na odbiorców docelowych. Facebook i Twitter stały się narzędziem przywódców politycznych

topsites [dostęp 7.06.2017]), a pierwszym w Rosji (*Top Sites in Russia*, <http://www.alexa.com/topsites/countries/RU> [dostęp 7.06.2017]). Od 2014 roku korzysta z niego ponad 100 mln osób. W kwietniu 2014 roku założyciel portalu został usunięty ze stanowiska dyrektora, gdy odmówił udostępnienia rosyjskim służbom danych użytkowników. VK zostało przejęte przez oligarchów Aliszera Usmanowa i Igora Seczina, z bliskiego otoczenia Władimira Putina. Od tego czasu założyciel portalu przebywa za granicą, a portal znajduje się pod kontrolą władz – M. Wawrzyn, *Tak to się kończy w Rosji: „rosyjski Facebook” przejęty przez ludzi Putina. Koniec wolności słowa?*, <http://gadzetomania.pl/1073,tak-to-sie-konczy-w-rosji-rosyjski-facebook-przejety-przez-ludzi-putina> (dostęp 25.05.2017); „Rosyjski Facebook” przejęty przez oligarchów z Kremla, [http://www.wiadomosci24.pl/artukul/rosyjski\\_facebook\\_przejety\\_przez\\_oligarchow\\_z\\_kremla\\_302105.html](http://www.wiadomosci24.pl/artukul/rosyjski_facebook_przejety_przez_oligarchow_z_kremla_302105.html) (dostęp 25.05.2017). Z VKontakte korzysta 143 mln osób, w tym 88 mln z Rosji. Strona jest dostępna w ponad 90 językach, w tym po polsku, a szczególnie popularna wśród rosyjskojęzycznych użytkowników. 15 maja 2017 roku prezydent Ukrainy Petro Poroszenko podpisał dekret o sankcjach wobec rosyjskich firm, w tym sieci społecznościowych VKontakte i Odnoklassniki firmy Yandex, serwisu mailowego Mail.ru i innych serwisów. Dostęp do nich został całkowicie ograniczony od 1 czerwca 2017 roku. 30 maja 2017 roku kijowskie biuro VK zostało zamknięte. Całkowita lista zawiera 468 organizacji – H. Tokar, *В Україні заблокували Яндекс, ВКонтакте та Однокласники*, <https://tokar.ua//read/17418> (dostęp 19.04.2018); *Юридичні особи, до яких застосовуються обмежувальні заходи (санкції). Додаток 2 до рішення Ради національної безпеки і оборони України від „28” квітня 2017 року „Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)”*, [http://www.president.gov.ua/storage/j-files-storage/00/40/30/6f76b8df9d0716da74bb4ae6a\\_900d483\\_1494864914.pdf](http://www.president.gov.ua/storage/j-files-storage/00/40/30/6f76b8df9d0716da74bb4ae6a_900d483_1494864914.pdf); „ВКонтакте” закриваєт свій офіс в Києве – СМІ, <https://ru.tsn.ua/kyiv/vkontakte-zakryvaet-svoy-ofis-v-kieve-smi-868677.html> (dostęp 19.04.2018).

<sup>30</sup> M. Nieć, *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Wolters Kluwer, Warszawa 2010, s. 71–72.

do dyskusowania z międzynarodową publicznością. Dlatego Twitter to najpopularniejsza obecnie strona internetowa w USA – użytkownicy mogą wyrazić tam swoje frustracje i zostać usłyszani.

Wykorzystując potencjał mediów elektronicznych, docelowi odbiorcy mogą szybko otrzymywać fałszywe informacje (fake newsy), plotki, „wiarogodne” kompromitujące foto- czy wideomateriały. W mediach elektronicznych fałszywe informacje mogą być również zamieszczane w czarnej witrynie<sup>31</sup>, na którą można następnie powołać się, a informacje z niej przekazywać innym konsumentom. Następnie fala informacyjna jest odbierana przez inne media elektroniczne, które mogą podawać te informacje dalej w sieci jako całość albo tylko częściowo. Ponadto w mediach elektronicznych można wyciągnąć wiadomość z kontekstu, emitować tylko nieistotne fragmenty, zniekształcić treść, ukryć niekorzystne informacje, posługiwać się dezinformacją i półprawdami, powołując się na autorytety. Osobliwością mediów elektronicznych jest to, że w nich można podawać niezweryfikowane informacje, które od razu podchwytyują liczne strony internetowe, a ich sprostowanie podadzą tylko niektóre.

Potwierdzeniem „prawdziwości” informacji rozpowszechnianych w mediach elektronicznych są przemówienia wyższych urzędników państwowych. Rosyjski prezydent Władimir Putin w ciągu ostatnich sześciu lat twierdził stale w swojej retoryce, że „Ukraina nie jest nawet państwem”<sup>32</sup> – jak ujął to w 2008 roku. W 2010 roku powiedział, że „Rosja mogła wygrać II wojnę światową i bez Ukrainy”<sup>33</sup>; a 18 marca 2014 roku podczas wystąpienia przed Zgromadzeniem Federalnym, że „w Ukrainie w ogóle nie ma

---

<sup>31</sup> Czarna witryna – witryna, na której zamieszczane są strony phishingowe (oszukańcze), bardzo podobne do stron prawdziwych. Phishing to metoda oszustwa: przestępca podszywa się pod inną osobę lub instytucję w celu wyłudzenia określonych informacji (np. danych logowania, szczegółów karty kredytowej) albo nakłonienia ofiary do określonych działań. Jest to rodzaj ataku opartego na inżynierii społecznej.

<sup>32</sup> В. Путин, „Украина – это даже не государство”, <https://glavnoe.ua/news/n3948; Лавров подтверждает слова Путина „Украина – это даже не государство”>; [www.unian.net/news/245484.html](http://www.unian.net/news/245484.html) (dostęp 11.02.2018).

<sup>33</sup> Россия, Путин и победа в Великой Отечественной, [www.golos-ameriki.ru/content/putin-victory-in-world-war2-2-10-12-112084454.html](http://www.golos-ameriki.ru/content/putin-victory-in-world-war2-2-10-12-112084454.html) (dostęp 11.02.2018).

z kim rozmawiać”, działania zaś wojsk rosyjskich na terytorium suwerennej Ukrainy nazwał „ochroną” mieszkańców Krymu, którzy „zwrócili się o pomoc do Rosji”. Powiedział też, że „Krym nigdy nie będzie banderowski”<sup>34</sup>. Sieci społecznościowe, które stają się „internetem w internecie”, są największymi platformami udostępniania i rozpowszechniania informacji, także destrukcyjnych. Interaktywne sieci społecznościowe to przejaw działalności opartej na infrastrukturze komunikacyjnej. W internecie powstają także grupy wsparcia *online*. Nowe normy społeczne ostatniej dekady XX wieku wyrosły z możliwości nawiązywania kontaktów z wieloma osobami oferowanymi przez sieć.

Innym skutecznym środkiem komunikacji elektronicznej jest telefonia komórkowa. Rozsyłanie wiadomości do grupy docelowej pozwala przekazać coś odbiorcom niemającym dostępu do internetu oraz przyspiesza przekazanie komunikatu. Zdarzało się, że terroryści, używając Twittera i SMS-ów, wprowadzili w błąd wielu dziennikarzy, którzy nie mając czasu na sprawdzenie faktów, dezinformowali.

Działania informacyjne przeciwko Ukrainie dotyczyły historii, polityki, gospodarki. Najbardziej znane związane były z ukraińskimi systemami radarowymi Kolczuga (Кольчуга) i Euro 2012. Ponadto trzeba przypomnieć o wojnach handlowych i gazowych, które Rosja prowadziła jednocześnie z wojną informacyjną. Do operacji tych stosowano najskuteczniejsze metody manipulacji, w tym przekaz telewizyjny, który pozbawia umiejętności analitycznego myślenia. Manipulowanie informacją, otwarta agresja w reakcji na obronę, informacyjno-psychologiczne ataki sięją niezgodę i powodują krwawe konflikty, szczególnie we wschodniej Ukrainie. Według sondażu Funduszu Inicjatyw Demokratycznych 35–40% mieszkańców południa i wschodu Ukrainy pozyskiwało informacje właśnie z rosyjskiej telewizji i wierzyło im<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup> Путин в выступлении 18 марта 2014 озвучил позицию России по Крыму, [www.top-news.ru/news\\_id\\_66287.html](http://www.top-news.ru/news_id_66287.html) (dostęp 11.02.2018).

<sup>35</sup> Чи можна назвати відключення російського ТБ в Україні цензурою?, <http://www.pravda.com.ua/articles/2014/03/24/7020070> (dostęp 11.02.2018).

### 3.2. Teoretyczne podstawy propagandy, dezinformacji i walki informacyjnej

Jedną z form bezpieczeństwa każdego państwa jest bezpieczeństwo jego przestrzeni informacyjnej. Kto kontroluje przestrzeń informacyjną, kontroluje państwo. Dlatego rozmaite władze wykorzystują mass media do wpływania na społeczeństwa, w tym społeczność międzynarodową, dla obrony swoich interesów narodowych.

Żaden fałsz, propaganda czy manipulacja nie zniszczy pamięci narodowej. Dążąc do wyeliminowania świadomości narodowej, najeźdźcy najpierw niszczą pamięć historyczną. Wprawdzie nowi władcy budują zamki, miasta, kościoły, pomniki, przejmują czy palą archiwa oraz pamiątki historyczne podbitych lub poddanych im narodów, by następnym pokoleniom narzucić własną wizję historii – jednak pamięć zawsze wymyka się im spod kontroli. Zbiorową pamięć wypełnia bowiem nie tyle prawda historyczna, ile mityczna opowieść o dawnych przewagach lub cierpieniach.

Techniki manipulacji znane są światu od zarania dziejów, a coraz bardziej zdemoralizowany świat medialny celowo zniekształca rzeczywistość, uciekając się do stereotypu, plotki, propagandy, otwartego kłamstwa, dezinformacji, działań ukrytych, kamuflażu, demarketingu, czarnej reklamy i wojny psychologicznej<sup>36</sup>. Według biskupa Adama Lepy:

manipulacja to celowe i skryte działanie, przez które narzuca się jednostce lub grupie ludzi fałszywy obraz pewnej rzeczywistości. Ten zniekształcony obraz nie odnosi się do całej rzeczywistości, przekraczałoby to możliwości dysponentów i realizatorów manipulacji<sup>37</sup>.

Manipulator posługuje się np. danymi statystycznymi, informacjami, faktami, aby ukryć przed odbiorcą swoje rzeczywiste cele. Informacja zmniejsza

---

<sup>36</sup> S. Kizińczuk, *Techniki manipulacji. Poznaj techniki manipulacji i już nigdy nie daj się „wpuścić w kanał”*, Wydawnictwo Złote Myśli, Gliwice 2015.

<sup>37</sup> A. Lepa, *Świat manipulacji*, Tygodnik Katolicki „Niedziela”, Częstochowa 1995, s. 23.



naszą niewiedzę o rzeczywistych zjawiskach, natomiast manipulacja sprawia, że nie tylko tej wiedzy nie zyskujemy, ale wręcz otrzymujemy fałsz. Wszystko po to, aby twórca przekazu (np. Rosja) osiągnął swoje zamiary (usprawiedliwienie aneksji Krymu, próby przejęcia terytorium innego państwa). Im więcej w danym przekazie uproszczeń, powtórzeń czy symboli i równocześnie odpowiednio mniej faktów, tym mocniej nadawca manipuluje odbiorcami. Stosując fałszywe informacje, podważa pozycję i wiarygodność narodu, instytucji, organizacji lub indywidualnego człowieka. Chce obalić autorytet, wiarygodność i wizerunek ofiary.

Kiedy Joseph Goebbels tworzył Ministerstwo Propagandy<sup>38</sup>, nikt nie mógł sobie wyobrazić, że tak powstanie nowy rodzaj wojny. W XXI wieku wojny wyglądają inaczej. Są konfrontacją nie tylko sił zbrojnych, ale także technologii informacyjnych. Dziś każda wojna zaczyna się od informacyjnego ostrzału. Dlaczego podbijać kraj siłą zbrojną, ponosząc straty? Przecież można podporządkować go sobie od środka, siłami jego własnych obywateli. Taki jest główny zamysł i globalna strategia wojny informacyjnej. Prawdziwy sukces polityczny można osiągnąć nie na polu bitwy, a zwycięstwem bez walki zbrojnej. Tego typu zwycięstwo jest możliwe, jeżeli zniszczony zostanie system wartości atakowanego kraju lub społeczeństwa. Akcją podboju ideologicznego należy prowadzić tak długo, aż przeciwnik zmieni całkowicie percepcję rzeczywistości, zagubi swoje wartości, a zacznie postrzegać wartości i cywilizację atakującego jako swoje własne.

Pojęcie propagandy ma wiele definicji – podam najbardziej neutralną: rozprzestrzenianie ideologicznych i politycznych poglądów dla formowania postawy, wartości, poglądów, emocji, ideologii, wpływając na zachowanie człowieka lub społeczeństwa. Zwykle proces ten przebiega w interesie określonej społeczności. Propaganda jest niezależną składową systemu komunikacji politycznej. Jest też środkiem do szerzenia ideologicznych poglądów, utrzymywania istniejącej już ideologii lub zwalczania ideologii wrogiej. Jak podkreślają Anthony Pratkanis i Elliot Aronson w pracy *Wiek propagandy*:

---

<sup>38</sup> Więcej na ten temat: J. Roberts, *Joseph Goebbels: Nazi Propaganda Minister*, The Rosen Publishing Group, New York 2000.

(...) mamy do czynienia ze spiralą ignorancji – z cynicznym społeczeństwem, bombardowanym coraz bardziej prymitywną propagandą, której dokładna analiza nastrocza ludziom coraz więcej trudności<sup>39</sup>.

Propagandę można podzielić według różnych kryteriów. Pod względem wpływu na emocje odbiorcy wyróżnia się pozytywną i negatywną. Pierwsza służy informowaniu, wyjaśnianiu i przekazywaniu, druga – kompromitowaniu, wspomagając mechanizm manipulacji<sup>40</sup>.

Pod względem celu wyróżniamy propagandę:

- tworzenia – jej zadaniem jest przekonanie o potrzebie zbudowania czegoś nowego (instytucji, społeczeństwa), sugeruje ona przyłączenie się do tego procesu; nie jest zawsze pozytywna;
- zniszczenia – przekonuje o obecności wroga, który knuje; nie jest zdecydowanie negatywna;
- rozłączenia – podsyci nienawiść, przekonuje: „nie jesteśmy tacy jak oni”; dopiero podczas lokalnych operacji wojskowych lub wojny taka propaganda pełni pozytywną funkcję;
- zastraszania – zapewnia potencjalnego przeciwnika o jego ekonomicznej sile i wpływa na wewnętrzne audytorium;
- rozpacz – określa beznadziejną pozycję potencjalnego wroga, zmuszając go do poddania się – nie używa się jej do wpływania na własne społeczeństwo;
- heroizmu – wzywa do gromadzenia się wokół pewnych wartości, pomagając przezwyciężyć trudności, ilustruje przykłady do naśladowania; zwykle ma pozytywny charakter;
- na rzecz edukacji – pełni funkcję informacyjną, czyli informuje ludność o działaniach zarządzania na różnych poziomach, reklamuje

---

<sup>39</sup> A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, tłum. J. Radzicki, M. Szuster, PWN, Warszawa 2005, s. 308.

<sup>40</sup> S. Kuśmierski, *Teoretyczne problemy propagandy i opinii publicznej*, PWN, Warszawa 1980, s. 93–94; П. Данилин, *Политическая пропаганда: новые технологии. Цикл лекций*, [http://www.evartist.narod.ru/text28/0001.htm#з\\_лек\\_02](http://www.evartist.narod.ru/text28/0001.htm#з_лек_02) (dostęp 19.05.2018).

określony sposób życia – taka propaganda może w zależności od warunków być zarówno negatywna, jak i pozytywna<sup>41</sup>.

Propagandę dzieli się ponadto na:

- białą, która jest oficjalną propagandą, odwołuje się do otwartych oficjalnych źródeł, nie ukrywa swoich zamiarów<sup>42</sup>;
- szarą, która często nie odnosi się do źródeł, zmienia fakty i metody komentowania dla potwierdzenia własnej pozycji, wykorzystuje oszustwa, przekształca przekonania, często ukrywa swoje cele<sup>43</sup>;
- czarną, której podstawą jest fikcja i kłamstwo i która zawsze ukrywa swoje źródła informacji i cele<sup>44</sup>.

Struktura wiadomości propagandowej obejmuje:

- adresata (uczestnika), w imieniu którego lub na rzecz którego udzielane są informacje;
- źródło informacji, za pośrednictwem którego przekazywane są informacyjne wiadomości;
- źródło informacji, które dostarcza wiadomość odbiorcy;
- zmianę wartości, przekonań i poglądów adresata w wyniku sukcesu przekazu propagandowego – niezbędne dla adresata (aktora) działania, które są wynikiem komunikatu propagandowego<sup>45</sup>.

W propagandzie stosuje się przeważnie taką samą taktykę: odrzuca się krytykę, zniekształca fakty, odwraca uwagę od głównego tematu, wpa-ja odczucie strachu i chaosu. Istnieje jeszcze inny wymiar propagandy,

---

<sup>41</sup> S. Kuśmierski, *Teoretyczne problemy propagandy i opinii publicznej*, op. cit., s. 93–94; П. Данилин, *Политическая пропаганда: новые технологии*, op. cit.

<sup>42</sup> S. Newcourt-Nowodworski, *Czarna propaganda. Polska, Niemcy, Wielka Brytania: tajemnice największych oszustw II wojny światowej*, tłum. J. Rumińska, Znak, Warszawa 2008, s. 63.

<sup>43</sup> B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1997, s. 33.

<sup>44</sup> M. Szulczewski, *Propaganda polityczna: pojęcia, funkcje, problemy*, Książka i Wiedza, Warszawa 1971, s. 144.

<sup>45</sup> О.О. Гойма, *Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни*, „Філософія Грані” 2015, № 1, s. 53–54; П. Данилин, *Политическая пропаганда: новые технологии*, op. cit.

głębszy, w którym tworzy obraz wroga, używa języka wojny, kreuje sztuczne wirtualne konstrukcje – mity i symulakra. Celem takiej propagandy jest stworzenie obrazu świata, który ma uzasadnić wszelkie działania, w tym militarne.

Propaganda wzrastała na zgłiszczach relacji społecznych tworzonych przez tysiąclecia. Małe miejscowości, wioski, rodziny mają swój model interakcji, podobnie grupy społeczne i zawodowe mają swoje standardy oraz język wypracowany przez wiele pokoleń. Istnieją niepisane prawa, tematy tabu, nienaruszalne od setek lat definicje. Wszystko to musi zostać zniszczone, wszystkie te grupy odniesienia, wiedza, kultura, a nawet język muszą zostać zdegradowane i zestandaryzowane, aby propaganda mogła swobodnie działać<sup>46</sup>.

Cele propagandy to:

- podważenie zaufania do mediów – np. w reakcji Rosji na katastrofę MH17 w regionie Doniecka w lipcu 2014 roku, kiedy w polu informacyjnym znalazło się 15 różnych wersji katastrofy, od prawdopodobnych do nieprawdopodobnych, rosyjska propaganda przekonywała, że nie można znaleźć właściwej odpowiedzi, co faktycznie się stało;
- obniżenie ogólnego poziomu świadomości ludzi;
- niszczenie ich światopoglądu i wartości;
- niszczenie tradycyjnych mechanizmów samoidentyfikacji i zastępowanie ich nowymi przez tworzenie różnych grup uczestnictwa;
- wprowadzenie do społeczeństwa specjalnie wymyślonych wartości, zachowań i reakcji jako jedyne go możliwego modelu życia społecznego;
- niszczenie możliwości budowania globalnych i strategicznych celów oraz niszczenie podmiotowości całych grup etnicznych i narodów;
- ponownie na przykładzie Rosji – jej porównanie z Zachodem: w rzeczywistości nie ma różnicy między systemami politycznymi – korupcja występuje wszędzie, a każdy prowadzi swoją propagandę;

---

<sup>46</sup> *Propaganda. Jak to działa?*, [http://www.prisonplanet.pl/nauka\\_i\\_technologia/propaganda\\_jak\\_to\\_dziala\\_4,p796456330](http://www.prisonplanet.pl/nauka_i_technologia/propaganda_jak_to_dziala_4,p796456330) (dostęp 10.03.2016).

Rosja próbuje przekonać, że nie ma jednej prawdy – prawda staje się jedną z wersji i narzędziem propagandy, co jest bardzo niebezpieczne<sup>47</sup>.

Rosyjską propagandę zbudowano na dwóch tezach: ZSRR był krainą marzeń, „eurazjatyckim Eldorado”, a dzisiejsza Rosja jest z tą mityczną krainą tożsama. Takie przekonania Federacja Rosyjska próbuje wykształcać przez ponad 25 lat. Właśnie te dwie tezy zabijają dziś ludzi w Donbasie. Obecnej wojny nie byłoby tam, gdyby nie rosyjska propaganda. Putin mógłby rozpuścić wojnę, ale wojnę klasyczną – taką jak przeciwko Gruzji – i nie musiałby chować się za plecami „powstańców” i „kobiet z dziećmi”. Gdyby nie propaganda, Putin nie mógłby prowadzić wojny rękami separatystów, powstańców i rosyjskojęzycznych obywateli.

Jeden z raportów Centrum Eksperymentalnej Komunikacji Strategicznej (STRATCOM) pokazuje, że coraz ważniejszym czynnikiem, który wpływa na sukces propagandy Kremla, są urozmaicone techniki manipulacji<sup>48</sup>. W raporcie wymieniono następujące techniki manipulacji stosowane przez Rosję<sup>49</sup>:

- znaczenie/miejsce docelowe – obecność problemu w porządku obrad i umieszczenie kwestii w programie informacyjnym; znaczenie/wydarzenie może być wyróżnione lub stonowane w zależności od wybranej długości sprawozdania i stylu (np. głos dziennikarza);
- świadectwo – nawiązując do cytatów (z wykorzystaniem różnych źródeł) w celu poparcia lub odrzucenia wiadomości;
- cisza – unikanie przedstawiania argumentów sprzecznych (ta technika została wyraźnie wykorzystana w Ukrainie);

---

<sup>47</sup> К. Толокольнікова, Енн Епплбаум: „Кремлем будується цілий фейковий світ”, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/enn\\_epplbaum\\_kremlem\\_buduetsya\\_tsiliy\\_feykoviy\\_svit/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/enn_epplbaum_kremlem_buduetsya_tsiliy_feykoviy_svit/) (dostęp 10.03.2016).

<sup>48</sup> *The Manipulative Techniques of the Russian Information Campaign Against Ukraine*, <http://www.stratcomcoe.org/manipulative-techniques-russian-information-campaign-against-ukraine> (dostęp 5.01.2017).

<sup>49</sup> Lista technik nie jest kompletna. Techniki mogą być używane w różnych kombinacjach. Te techniki były zidentyfikowane podczas badania czterech rosyjskojęzycznych kanałów telewizyjnych i każdy nadawca stosował różne techniki.

- powtórzenie – wiadomość jest wielokrotnie powtarzana w wiadomościach, nawet przez kilka dni (np. raport o utracie zaufania obywateli ukraińskich do narodowych sił zbrojnych);
- autorytet – wykorzystanie osoby lub instytucji, która cieszy się wysokim poziomem zaufania i popularności, takich jak prezydent Putin (wykorzystanie innych organów, ministrów lub zaprzyjaźnionych państw zależy od hierarchii i potrzeby wzmocnienia pierwotnej wiadomości) – i tak np. to Putin jako najwyższe i prawdopodobnie najbardziej skuteczne źródło władzy, komentuje każdą kwestię, która jest uważana za ważną;
- ekspertyzy/głos eksperta – odwoływanie się do wiedzy specjalistycznej, która jest bliska władzy, ale nie jest związana z hierarchią; wykorzystanie ekspertów daje poczucie istnienia wielu poglądów, co jest w rzeczywistości fałszywe i wskazuje na tę samą narrację/wiadomość;
- uproszczenie, proste czytanie czy zrozumienie złożonych procesów i kwestii, z pominięciem trudnych kwestii lub znaczących detali.
- grupowanie na zewnątrz; intensywne rozdzielanie lub zjednoczenie ludzi w grupach według określonych kryteriów;
- wspólna wizja zwykłego człowieka; wyrażanie opinii zwykłych ludzi jako większości (widzów telewizyjnych), daje pewność, że przeciętna osoba myśli o konkretnym fakcie;
- ujednoczenie/równanie – łączenie problemów lub procesów wspomagających prowadzenie wiadomości (ta technika jest najczęściej używana razem z innymi technikami);
- etykietowanie/nazewnictwo – specyficzna uproszczona nomenklatura kwestii lub grup ludności, mająca na celu konstruowanie potrzebnego kontekstu (np. określenie grup terrorystycznych jako sił separatystycznych; przedstawiciele *de facto* krymskiej administracji jako legitymizowanego rządu Krymu);
- selektywne porównanie różnic lub podobieństw, mające na celu konstruowanie koniecznej narracji – np. określenie Prawego Sektora w Ukrainie jako niemal identycznego lub bardzo podobnego do partii faszystowskiej w Niemczech;
- najmniej możliwe zło – być może przedstawione rozwiązanie nie jest wystarczająco dobre, ale jest najlepsze w odpowiednim momencie;

- wyższość moralna – stosując technikę porównania, uzasadnia się moralną przewagę nad innymi narodami i państwami (Rosja moralnie jest lepsza od Zachodu);
- hipotetyczna przyszłość – np. twierdzenia, że Rosja powinna być kluczowym graczem w świecie, powinna unikać zagrożenia; że możliwe jest takie wpływanie na przyszłość Rosji, żeby kształtować wydarzenia idące w „dobrym kierunku”;
- pseudomnogość – różnorodność przedstawionych opinii jest selektywna lub niewystarczająca, buduje się zbiór mnogości zgodnie z dominującym przesłaniem; ta technika jest głównie wykorzystywana do krytyki Ukrainy, USA i demokratycznego Zachodu;
- oszustwo – jedna strona jest oznaczona jako ofiara, bez dostarczania kontekstu i możliwości oceny, kto naprawdę jest ofiarą, a kto jest sprawcą;
- statystyka – przepływ liczb i figur (bez odwoływania się do źródła) służy legitymizacji problemu lub punktu widzenia;
- model roli (uczciwość/solidarność) – kreowanie wzorca tego, jak zachowywać się w wyznaczonej sytuacji (zachowanie tego modelu legitymizuje różnorodność źródeł);
- duża ilość krótkich wiadomości na mikroblogach i serwisach społecznościowych (takich jak Facebook, Twitter czy Instagram); promocja haseł, sieci społecznościowych, kont do naśladowania, dyskredytacja niektórych kont/użytkowników itp.<sup>50</sup>

Reasumując, techniki przetwarzania i manipulacji stosowane w mediach, stały się bardziej wyrafinowane. Opracowane narracje w programach informacyjnych Russia Today (RT)<sup>51</sup> i innych programach Kremla udowadniają, że identyczne wiadomości mogą być dostosowywane i zyskiwać kontekst w zależności od wytycznych politycznych oraz zainteresowań widzów. W przypadku takich technik jak etykietowanie komunikujący od-

---

<sup>50</sup> *The Manipulative Techniques of the Russian Information Campaign Against Ukraine*, op. cit.

<sup>51</sup> RT (początkowo Russia Today) – ogólnosiwiatowa wielojęzyczna telewizja informacyjna z siedzibą w Moskwie, założona przez rosyjski rząd.

wolują się do autorytetów w podważaniu jakości mediów, obiektywności prezentowanych faktów, wiarygodności zachodnich polityków i organizacji międzynarodowych. Zachodnie społeczeństwa demokratyczne stają się coraz bardziej podzielone co do kontrowersji opisywanych w rosyjskich mediach. Skuteczność polityki zagranicznej i bezpieczeństwo oraz wiarygodność odpowiednich zachodnich przywódców politycznych są codziennie podawane w wątpliwość. Tymczasem w totalitarnej Rosji państwowa kontrola mediów gwarantuje wzmocnienie spójności oraz jasne przesłania ugruntowujące pozycję elit politycznych na czele z Putinem, którego polityka w kraju i na arenie międzynarodowej nie jest kwestionowana przez obywateli.

Główna strategia rosyjskiej propagandy polega nie na tym, by społeczeństwo przesiąkło pewnymi ideami, lecz chodzi przede wszystkim o to, by uczynić Rosjan cynicznymi i biernymi zwolennikami teorii spiskowych oraz udowodnić, że nie ma nic prawdziwego. Propaganda mobilizuje zabójców i legalizuje ich zbrodnie. Nowoczesna propaganda rosyjska spowodowała tysiące zgonów w Ukrainie. Aby je usprawiedliwić, tworzy się wyimaginowany „idealny świat”, za który „trzeba” walczyć, niszcząc wyimaginowanych wrogów. Wyjątkowe jest to, że Ukraina nie może odpowiadać tak samo, ponieważ oznaką propagandy jest pełna kontrola nad mediami, niemożliwa w demokratycznym kraju. Natomiast ci, którzy sięją panikę i zniekształcają informacje, działają na korzyść wroga – panika jest elementem wojny informacyjnej.

Problemem propagandy rosyjskiej była potrzeba przełamania tego, co propaganda sowiecka zawsze mówiła o Ukrainie jako o bratnim narodzie. Rozwiązano to tak, że Rosjanie zaczęli mówić o „nieprawidłowościach” tylko w części narodu ukraińskiego (tzw. banderowców) i o nieprawidłowości nowego rządu (junty). Po wyborach prezydenckich pomysł nielegitymizowania władzy zniknął z propagandy bez żadnego wyjaśnienia. Teraz wszyscy skupiają się na poprawności działania tych, którzy walczą po stronie sił prorosyjskich w Donbasie i Ługańsku. To, co wcześniej wykorzystywano do charakteryzowania władzy, zostało przeniesione na ukraińskich wojskowych, którzy wzięli udział w ochronie granic państwa.

Rosyjsko-gruziński konflikt z 2008 roku dziś może być postrzegany jako rodzaj szkolenia lub testu dla władz rosyjskich w przeddzień agresji na



Ukrainę. Oba krwawe incydenty doprowadziły do ogólnego wzmocnienia pozycji Kremla, który cynicznie realizował swoje interesy geopolityczne.

Od czasu rozpoczęcia protestów Euromajdanu w Ukrainie w 2013 roku wiele napisano o kampanii dezinformacji, którą uruchomiła Rosja w celu dyskredytacji rewolucji ukraińskiej, usprawiedliwienia aneksji Krymu w marcu 2014 roku i ukrycia bezpośredniej wojskowej inwazji na wschodniej Ukrainie, która doprowadziła do pełnowymiarowej, ale niedocenianej przez społeczność międzynarodową wojny rosyjsko-ukraińskiej<sup>52</sup>. Kreml nadal agresywnie kłamie, oświadczając, że „Moskwa nie jest zainteresowana destabilizowaniem Ukrainy”, a Władimir Putin wezwał ONZ do potępienia słabych i niekonsekwentnych prób Ukrainy, żeby się bronić. Rosyjska telewizja, oglądana przez wielu ludzi we wschodniej Ukrainie, nadal potępia nieistniejącą przemoc „faszystowskiego” Kijowa, a nawet pokazuje upolitycznione prognozy pogody: nad Donieckiem gromadzą się czarne chmury, podczas gdy nad Krymem świeci słońce. Te gry językowe i kampanie dezinformacji są obecnie znacznie bardziej wyszukane niż wszystko, co kiedykolwiek wyprodukowano w ZSRR<sup>53</sup>.

Dla równowagi reżim potrzebuje stałych zwycięstw. Prezydent, który wyczerpuje środki politycznej i medialnej manipulacji, może integrować elity i społeczeństwo, jedynie powielając scenariusz zwycięstwa. To oznacza groźbę panowania krymskiego i donbaskiego modelu dla kolejnych państw ościennych<sup>54</sup>. Nadrzędnym celem musi dziś być to, by rosyjski neoimperializm nie zdobył ani centymetra nowego terytorium. Groźby, interwencje i podstępny Rosji skierowane przeciwko dawnym republikom sowieckim

---

<sup>52</sup> A. Wilson, *Ukraine Crisis: What It Means for the West*, Yale University Press, New Haven 2014; J. Darczewska, *Anatomia rosyjskiej wojny informacyjnej. Operacja krymska – studium przypadku*, Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, Warszawa 2014.

<sup>53</sup> A. Applebaum, *Russia's Information Warriors Are on the March – We Must Respond*, <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/russia/10683298/Russias-information-warriors-are-on-the-march-we-must-respond.html> (dostęp 11.03.2016).

<sup>54</sup> R. Cheda, „Gnijąca Rosja”. *Co czeka system władzy stworzony przez Putina?*, <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,title,Gnijaca-Rosja-Co-czeka-system-wladzy-stworzony-przez-Putina,wid,17389697,wiadomosc.html?icaid=1160a5> (dostęp 10.04.2016).

muszą spotkać się z konsekwentną, twardą odpowiedzią, a nie z unikami i niezdecydowaniem<sup>55</sup>.

Rosyjska propaganda jest skuteczna, ponieważ funkcjonuje nie tylko w wiadomościach czy literaturze, ale i serialach. Liczba ich widzów rośnie, a czytelników – spada, również za sprawą gier wideo, coraz liczniej obecnych i agresywnych. Najważniejsze w tych nowych obszarach medialnych jest to, że propaganda jest w nich ukryta i zamaskowana.

Podczas tej wojny agresor przypisuje swojej ofierze to, co sam tworzy. Propaganda XX wieku była potężna, ale w propagandzie wieku XXI – dokładnie tak jak podkreślał George Orwell – ofiara w oczach konsumentów informacji zamienia się w agresora, a agresor tylko w mściciela. Dochodzi do zakażenia informacyjnego<sup>56</sup>. Propaganda Kremla opiera się na przekazywaniu za każdym razem dwóch tez, obu fałszywych i wzajemnie się wykluczających, jednak obywatele w obie mają wierzyć. Cyniczne kłamstwa, nienawiść i nietolerancja, podżeganie do przemocy i wykorzystanie wielu kanałów i agentów wewnątrz Europy Zachodniej – taka jest rosyjska propaganda w polu informacyjnym Zachodu. Nie ma wątpliwości: mówimy nie o izolowanych przypadkach lub działaniach krótkoterminowych, a o trwałej, wcześniej zaplanowanej, kompleksowej i spójnej informacyjno-psychologicznej operacji mającej na celu destabilizację społeczeństw zachodnich i uzasadnienia przemocy w Ukrainie i Syrii pod hasłami niesienia pokoju.

Kreml swoją propagandę adresuje do najniższych instynktów, posługując się prymitywną komunikacją i językiem skojarzeń, budując ją na wymaginowanej podstawie kłamstwa, rozpowszechniając toksyczne skojarzenia wspierające nienawiść, pogardę i strach przed oponentem albo wrogiem. To nawet nie czarna propaganda Hitlera czy Stalina, którzy z właściwym sobie sadyzmem posługiwali się pogardą i nienawiścią do przeciwnika. Kremłowska propaganda jest totalnym kłamstwem i manipulacją, w której na każdym

---

<sup>55</sup> E. Lukas, *Nowa zimna wojna. Jak Kreml zagraża Rosji i Zachodowi*, tłum. J. Stawski, Rebis, Poznań 2008, s. 295.

<sup>56</sup> B. Grenda, *Cyberbezpieczeństwo operacji powietrznych NATO*, [w:] *NATO wobec wyzwań współczesnego świata 2013*, red. R. Czulda, R. Łoś, J. Regina-Zacharski, Warszawa–Łódź 2013, s. 189–201.

kroku stosuje się kompromitujący język i system symboli. Najważniejszymi cechami propagandy są chamstwo i prymitywizm, rozpowszechnianie fałszywych informacji i bezwarunkowej nieprawdy, ale również nawiązywanie pewnych dyskursów i idei, takich jak „ruskij mir”, „euroazjatcyctwo”.

Jako jedno z narzędzi propagandy w świecie Rosja wykorzystuje społeczność rosyjskojęzyczną, tworząc tzw. piątą kolumnę w Europie, w tym w Polsce<sup>57</sup>. Przykładem piątej kolumny w Polsce może być stowarzyszenie Kursk, zajmujące się renowacją pomników i nagrobków żołnierzy radzieckich w Polsce. Stowarzyszenie od 22 października 2016 roku przebywało na dwutygodniowym „tourné” w Rosji. Jego szef Jerzy Tyc w rozmowach ze Sputnikem i Russia Today twierdził:

W Polsce uważają nas za agentów Kremla... Nasza praca to nie tylko dar dla poległych wyzwolicieli, ale i akcja protestu przeciw temu, co dzieje się teraz w Polsce, przeciw rządowej ideologii, przepisywaniu historii i propagowaniu rusofobii. Antyrosyjska polityka naszych władz przejawia się w unicestwianiu wszystkiego, co związane z historią, co związane z Armią Czerwoną. A młodzieży już bardzo poważnie wyprali mózgi antyrosyjską propagandą<sup>58</sup>.

Świadczą o tym również sukcesy radykalnej prawicy w wyborach do Parlamentu Europejskiego, z którą Moskwa zawarła już otwarty sojusz. Wiele światła na cele ich współpracy rzuca tajne spotkanie, do którego doszło w czerwcu 2014 roku w wiedeńskim pałacu Lichtenstein. Kremlowscy propagatorzy

---

<sup>57</sup> „Lokalni patrioci nie mogli nie wziąć się za broń, ponieważ alternatywą było nieuchronne pojawienie się siepaczy reżimowych z Kijowa i znikanie kolejnych patriotów, opozycjonistów i innych ludzi niebojących się mówić w Ukrainie po rosyjsku” – Krakauer, *Konflikt w Ukrainie jest zupełnie bez sensu i już zmęczył wszystkich*, <https://obserwatorpolityczny.pl/?p=27849>; idem, *Światowe media zrobiły wszystko, żeby wyciszyć fakt agresji NATO na Rosję*, <https://obserwatorpolityczny.pl/?p=36924>; idem, *Czy Ukraina terroryzując Krym wspiera tzw. państwo islamskie w walce z Rosją i Zachodem?*, <https://obserwatorpolityczny.pl/?p=36876> (dostęp 22.04.2016).

<sup>58</sup> *Prorosyjscy aktywiści z Polski piją wódkę z rzeczniką MSZ Rosji i krytykują polski rząd!*, <http://telewizjarepublika.pl/prorosyjscy-aktywisci-z-polski-pija-wodke-z-rzeczniczka-msz-i-krytykuja-polski-rzad,40077.html> (dostęp 25.10.2016).

tw. idei eurazjatyckiej zaprosili na nie intelektualistów i prawicowych polityków z całej Europy. Dyskutowano o przyszłości Europy. Przyszłości, która ma rzekomo przynieść – pod rosyjskim protektoratem – zwycięstwo chrześcijaństwa i klęskę demoralizacji. Jako symbol upadku Europy kremlowscy propagandziści przedstawiają zwłaszcza sukcesy „lobby homoseksualnego”. Ich plan, jak ujawnia szwajcarska prasa, jest jasny: narzucić Europie zwierzchnictwo Federacji Rosyjskiej<sup>59</sup>. Wiedeńskie spotkanie okryte było tajemnicą, nie poinformowano o nim prasy; uczestnicy zostali zobowiązani do milczenia. Zabroniono wykonywania jakichkolwiek zdjęć. Według Timothy’ego Snydera:

Rosja próbuje zniszczyć Europę Zachodnią poprzez sojusz z radykalną prawicą... Przy tym Rosja ma nadzieję – i słusznie – że pewne elementy radykalnej lewicowości jej w tym pomagają<sup>60</sup>.

Ideolog Kremla Aleksander Dugin już po aneksji Krymu mówił w jednym z telewizyjnych wywiadów, że Rosja musi pokojowo podbić Europę i stworzyć z nią jeden organizm polityczny. Ma to rzekomo na celu budowę konserwatywnego chrześcijańskiego imperium, które ma usunąć współczesną zachodnią degrengoladę. Metoda Dugina to stworzenie w Europie prorosyjskiej piątej kolumny i aktywne jej wspieranie.

Politycy polscy również zauważają rosnącą w siłę rosyjską propagandę. Marek Biernacki z Platformy Obywatelskiej nie ma wątpliwości, że Rosjanie wkładają wiele wysiłku w szerzenie stosownych dla nich treści, i podkreśla, że przeznaczyci bardzo dużo środków finansowych i organizacyjnych na wysokim szczeblu na funkcjonowanie piątej kolumny<sup>61</sup>. W lutym 2015 roku

---

<sup>59</sup> T. Grzesik, P. Chmielewski, *Rosyjska „piąta kolumna” w Europie i Polsce*, <http://www.fronda.pl/a/rosyjska-piata-kolumna-w-europie-i-polsce,38391.html> (dostęp 10.04.2016).

<sup>60</sup> S. Sierakowski, *Applebaum, Snyder: Putin zjednoczył Ukrainę z Zachodem*, <http://www.krytykapolityczna.pl/artykuly/rosja/20140629/applebaum-snyder-putin-zjednoczy-l-ukraine-z-zachodem> (dostęp 11.03.2016).

<sup>61</sup> *Szefspecmisji: Rosjanie finansują w Polsce piątą kolumnę*, <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1382898,Szef-specmisji-Rosjanie-finansuja-w-Polsce-piata-kolumne> (dostęp 25.03.2016).

Rosja uruchomiła portal informacyjny w języku polskim, a także rosyjskie rozgłośnie radiowe, które propagują imperialny punkt widzenia Moskwy (retransmituje je warszawska rozgłośnia Radio Hobby). Do tej pory rolę taką odgrywały telewizja Russia Today i Radio Głos Rosji<sup>62</sup>. Ale w ramach koncernu Rossija Siegodnia stworzono specjalną agencję multimedialną o nazwie Sputnik, która jest częścią rządowego rosyjskiego projektu multimedialnego i która tworzy serwisy informacyjne oraz publicystyczne w kilkunastu językach, a od lutego 2015 roku także w języku polskim<sup>63</sup>. Ówczesny minister spraw zagranicznych Grzegorz Schetyna zauważył, że walka z rosyjską propagandą jest również zagadnieniem dla polskiej klasy politycznej, która powinna mieć jednoznaczny, wspólny pogląd na relacje polsko-rosyjskie. Zdaniem Schetyny należy też przyglądać się partii Zmiana, której współzałożycielem jest były działacz Samoobrony, nieukrywający swoich prorosyjskich sympatii Mateusz Piskorski<sup>64</sup>.

Powstanie w zachodnich stolicach środowisk, które można by nazwać partią Putina, jest wyjątkowo groźne, ponieważ tworzą ją nie tylko ci, których zwyczajowo posądza się o skrajnie lewicowe lub skrajnie prawicowe sympatie. Wielu po prostu nie dostrzega motywów kremłowskiej strategii upokarzającej Zachód i prowadzącej do jego destabilizacji. We wrześniu 2014 roku Putin miał powiedzieć prezydentowi Ukrainy Poroszenko, że gdyby chciał, w dwa dni jego wojska mogłyby być nie tylko w Kijowie, ale także w Rydze, Wilnie, Tallinie, Warszawie i Bukareszcie. W listopadzie zastanawiał się „co było takiego złego” w pakcie Ribbentrop-Mołotow z 1939 roku, niemiecko-sowieckim porozumieniu. A pod koniec czerwca rosyjscy

---

<sup>62</sup> Głos Rosji zmienił nazwę i od 10 listopada 2014 wchodzi w skład projektu medialnego Sputnik – wraz z portalem internetowym o tej samej nazwie. Radio Sputnik to rosyjska państwowa rozgłośnia radiowa przygotowująca i nadająca programy dla zagranicy. Działa od 29 października 1929 roku (w latach 1993–2014 jako Radio Głos Rosji wcześniej – Radio Moskwa). Emituje programy w 30 językach, w tym w większości języków europejskich (po polsku od 1943 roku). Od 2014 roku jest częścią Międzynarodowej Agencji Informacyjnej Rossija Siegodnia.

<sup>63</sup> Szef MSZ: w Polsce działa rosyjska propaganda, <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1382839,Szef-MSZ-w-Polsce-dziala-rosyjska-propaganda> (dostęp 25.03.2016).

<sup>64</sup> Szef speckomisji: Rosjanie finansują w Polsce piątą kolumnę, op. cit.

prokuratorzy poinformowali o rozpoczęciu śledztwa w sprawie legalności niepodległości państw bałtyckich. Rosyjskie lotnictwo raz po raz narusza przestrzeń powietrzną państw granicznych Europy.

Kreml systematycznie wspiera populistyczne, nacjonalistyczne i jawnie faszystowskie partie, które we wszystkich unijnych krajach najbardziej rwą się do rozmontowania Europy. Cokolwiek zrobi Putin, z tym jego partia w Europie skwapliwie się zgadza. Kiedy społeczeństwo obywatelskie Ukrainy deklaruje sympatię do UE, Putin traktuje to jako wrogi gest wobec Rosji, a europejscy zwolennicy opowiadają się właśnie po jego stronie i przeciw Europie. Kiedy uzasadnia swoje roszczenia do Krymu i Donbasu, odwołując się do nacjonalizmu językowego (Rosjaninem jest każdy, kto mówi po rosyjsku), apologeci w Europie – gdzie Niemcy zastosowali kiedyś tę samą strategię w Kraju Sudetów (Niemcem jest każdy, kto mówi po niemiecku) – uznają to po prostu za przejaw zdrowego rozsądku. Partia Putina milczy, gdy po raz pierwszy od czasów zimnej wojny Kreml zmienia siłą granice, na których opiera się zbiorowe bezpieczeństwo kontynentu. Nie wiedzą albo udają, że nie wiedzą, że Putin to budowniczy imperium otoczony przez ideologów, których wizja świata, wprawdzie złożona i spójna, jest we wszystkich kluczowych aspektach sprzeczna z wizją Zachodu. Ślepotą, jaką wykazują członkowie stronnictwa Putina – od Marine Le Pen we Francji i Nigela Farage'a w Wielkiej Brytanii po Geerta Wildersa w Holandii – nie jest oczywiście nowością<sup>65</sup>. Jeśli spojrzeć na politykę partii radykalnych w Europie i USA, to praktycznie wszystkie wspierają Rosję.

Historia przekonuje, że rewizjonistyczne mocarstwo da się zdyscyplinować na dwa sposoby. Można mu się przeciwstawić z równą stanowczością jak konserwatywne potęgi Europy, które zdołały pokonać Napoleona w 1815 roku,

---

<sup>65</sup> B.-H. Lévy, *Nowa Partia Putina. Piąta kolumna w Europie*, <https://wszystkoconaj-wazniejsze.pl/bernard-henri-levy-nowa-partia-putina-piata-kolumna-w-europie/>; В. Дротенко, *Скандал у Франції: провідного євро-скептика та популіста Марін Ле Пен профінансував Кремль!*, <http://ar25.org/node/28394> (dostęp 30.01.2016); *Партія Ле Пен планує взяти кредит у російських банків – ЗМІ*, <http://www.eurointegration.com.ua/news/2016/02/17/7044984/>; *Кремль пообіцяв 40 млн євро французьким націоналістам. Попередні 9 – лише перший транш*, <http://www.eurointegration.com.ua/news/2014/11/27/7028211/> (dostęp 25.03.2016).

czy alianci, którzy pobili Niemców w II wojnie światowej. Rewizjonistyczne mocarstwo może też osiągnąć kres wytrzymałości wojskowej i gospodarczej, tak jak ZSRR w czasie rozpadu. Trzeba podkreślić, że ZSRR istniał, a Rosja dziś istnieje całkowicie w wirtualnym świecie. Dla jej mieszkańców wirtualna prawda zawsze była bardziej poprawna niż rzeczywistość, bo rzeczywistość wokół siebie osobiście traktowana jest jako wyjątek od reguły. Wirtualność trwale i nieodwołalnie wygrywała z rzeczywistością<sup>66</sup>. Dla większości Rosjan ta wojna, którą prowadzi Kreml w Ukrainie, jest wojną wirtualną.

Można przypomnieć tutaj słowa Piotra Czaadajewa<sup>67</sup>, który rozumiał rosyjską rzeczywistość i bezwzględnie ją krytykował:

My nie daliśmy światu nic, niczego go nie nauczyliśmy; nie zaproponowaliśmy żadnych pomysłów do wielu ludzkich idei, nie przyczyniliśmy się do postępu ludzkiego umysłu. Wszystko, co otrzymaliśmy z tego postępu, zniekształciliśmy. Od pierwszej chwili naszego istnienia społecznego nic nie zrobiliśmy z ogólną korzyścią dla ludzi; żadna użyteczna idea nie rodziła się na bezpłodnej glebie naszej ojczyzny; żadna wielka prawda nie wyszła z naszego środowiska; nie spowodowaliśmy żadnego wysiłku cokolwiek wymyślić samym, a z tego, co inni wymyślili, przyjmowaliśmy tylko oszukańczy wygląd i bezużyteczny luksus... Nawet w świecie nauki, która obejmuje wszystko, nasza historia do niczego nie przylega, niczego nie wyjaśnia, niczego nie dowodzi<sup>68</sup>.

Czy coś się zmieniło od tego czasu od 1836 roku?

Choć bez wątpienia to Putin stanowi główne koło zamachowe tej strategii, poszukiwanie przez Ukrainę bliższych więzów z UE – co Europa i USA przyjęły ze zrozumieniem – musiało tę politykę zdynamizować. Rosyjski przywódca wiedział, że może wykorzystać podziały etniczno-religijne (we wschodnich regionach przeważają rosyjscy prawosławni, wierni Kremlowi), by osłabić

---

<sup>66</sup> Г. Почепцов, *Новые методы пропагандистского воздействия: будущее уже рядом*, [http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/novye\\_metody\\_propagandistskogo\\_vozdeystviya\\_budushee\\_uzhe\\_ryadom/](http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/novye_metody_propagandistskogo_vozdeystviya_budushee_uzhe_ryadom/) (dostęp 10.04.2016).

<sup>67</sup> Piotr Czaadajew (7.06.1794 – 26.04.1856) – rosyjski filozof i publicysta.

<sup>68</sup> П.Я. Чаадаев, *Философические письма*, [w:] idem, *Полное собрание сочинений и избранные письма*, Т. 1, Издательство Наука, Москва 1991, s. 9.

te starania Ukraińców. Wygląda na to, że Europa nie doceniła determinacji Rosji w utrzymywaniu jej istotnych interesów w Ukrainie. Walka o wpływ na tym terenie to gra, w której Putin nie może sobie pozwolić na przegraną. Jeśli chodzi o politykę, Zachód obawia się przede wszystkim naruszenia zasady, że granic nie wytycza się siłą – to fundament cywilizowanego porządku świata. Ale zarówno USA, jak i państwa UE dały jasno do zrozumienia, że nie warto umierać za suwerenność Ukrainy; Europa nie chce nawet podążać za Ameryką i nakładać coraz ostrzejszych sankcji. Putin zyskał przewagę na samym początku kryzysu, anektując Krym. Teraz na wschodzie Ukrainy, w regionie Donbasu, sprytnie wymusza na podzielonym i nieskorym do ryzyka Zachodzie, by wybierał między wojną a przystosowaniem<sup>69</sup>.

Sytuacja w Ukrainie nie miała jeszcze analogii w historii, a więc pozwala na wiele interpretacji. To wymaga analizy mechanizmów informacyjnych, które próbują skierować zarówno na świadomość nieprzyjaciela, jak i własnego społeczeństwa. Dlatego wojna hybrydowa rozprzestrzeniła się na całe terytorium państwa, włączając do konfliktów absolutnie wszystkie zasoby gospodarcze i ludzkie, w tym artystów, pisarzy, polityków innych państw.

Wszystko, co teraz nadaje rosyjska telewizja we wschodnich regionach Ukrainy, jest próbą dalszej destabilizacji sytuacji, popychaniem ludności do masowych ucieczek. Według mieszkańców nielegalny rząd w Kijowie, ukraińska armia i struktury władzy są ich wrogami. Wielu Ukraińców na wschodzie pod wpływem rosyjskiej propagandy naprawdę wierzy, że w Kijowie do władzy doszli „faszyści” i „banderowcy”, którzy budują obozy koncentracyjne, a na ulicach zabijają Rosjan, więc trzeba rozpocząć budowę obozów. Wyrafinowanie tej propagandy można pokazać na przykładzie prognozy pogody na kanale telewizyjnym Rosja 24, w którym to programie dość znany rosyjski dziennikarz Vadim Zavodchenkov informuje widzów, że „do Donbasu idzie cyklon, który przyniesie wiatr przemian, a Krym kąpie się w słońcu”<sup>70</sup>.

---

<sup>69</sup> S. Ben Ammi, *Jak poradzić sobie z rosyjskim rewizjonizmem*, <http://project-syndicate.pl/artukul/jak-poradzi%C4%87-sobie-z-rosyjskim-rewizjonizmem,1508.html> (dostęp 25.03.2016).

<sup>70</sup> Ю.І. Радковець, *Ознаки технологій „гібридної війни” в агресивних діях Росії проти України*, „Наука і оборона” 2014, № 3, s. 39.



Ostatnio w sieci ujawniono działalność Agencji Badania Internetu, która jest finansowana ze środków budżetowych Rosji. Znamienne, że personel tej organizacji liczy setki pracowników, ekspertów w dziedzinie projektowania i technologii, IT blogerów i komentatorów, analityków i tłumaczy, działający w monitoringu mediów i sieci społecznych. Stamtąd właśnie pochodzi informacja, która pojawia się w całej sieci internetowej i na rosyjskich kanałach telewizyjnych, w szczególności takich jak ORT, Rosja 1, Rosja 24, NTV, RTR Planeta, kanał Ministerstwa Obrony FR Zwiezda („Gwiazda”). Rosyjska propaganda przeznaczona jest dla trzech grup odbiorców: samych Rosjan, Ukrainy i reszty świata<sup>71</sup>. Nie ma wolnej prasy czy prawdziwie niezależnych mediów w Rosji. Reżim Putina kontroluje większość tego, co przeciętny Rosjanin zobaczy lub usłyszy o różnych wydarzeniach i sprawach światowych<sup>72</sup>.

Wojna informacyjna otwiera szerokie możliwości asymetryczne dla zmniejszenia zdolności bojowej wroga. Konieczne jest podjęcie działań na rzecz poprawy przestrzeni informacyjnej, w tym ochrony obiektów.

Telekritika<sup>73</sup> w latach 2014–2015 przy wsparciu United States Agency for International Development (USAID)<sup>74</sup> monitorowała rosyjskie media, a także wpływ rosyjskiej propagandy na ukraińską przestrzeń informacyjną, rezultatem czego był opublikowany raport w sprawie monitorowania rosyjskich mediów *Zmierzch rosyjskiego dziennikarstwa. Propaganda 2014*<sup>75</sup>.

Analiza sytuacji wojskowo-politycznej w ostatnich latach wokół Ukrainy oraz na jej terytorium sugeruje, że Ukraina od czasu swojej deklaracji niepodległości była przedmiotem działań propagandowych i długoterminowego

---

<sup>71</sup> Ibidem.

<sup>72</sup> J. Raitasalo, *Hybrid Warfare: Where's the Beef?*, <http://warontherocks.com/2015/04/hybrid-warfare-wheres-the-beef/> (dostęp 10.03.2016).

<sup>73</sup> Telekritika.ua – pierwszy portal internetowy o mediach w Ukrainie i na świecie. Istnieje od 2001 roku, częściowo jest finansowany przez darczyńców z zagranicy przez społeczną organizację Telekritika.

<sup>74</sup> Agencja rządu USA odpowiedzialna za nadzorowanie dostarczania pomocy za granicę.

<sup>75</sup> Д. Дуцик, *Сутінки російської журналістики. Пропаганда 2014*, [http://osvita.mediapiens.ua/ethics/manipulation/sutinki\\_rosiyskoi\\_zhurnalistiki\\_propaganda2014/undefined/](http://osvita.mediapiens.ua/ethics/manipulation/sutinki_rosiyskoi_zhurnalistiki_propaganda2014/undefined/) (dostęp 25.03.2016).

wpływu psychologicznego ze strony Rosji, która nie może odciąć się od swojej imperialnej przeszłości. Pisarka Oksana Zabuzko uważa, że wojna informacyjna przeciwko Ukrainie trwa już 20 lat. To, że Rosja rozpowszechniała na Zachodzie informacje i stereotyp, według którego Ukraina jest podzielona na dwie części (prozachodnią i prorosyjską) i praktycznie nie istnieje, to część informacyjnych przygotowań do wojny dzisiejszej<sup>76</sup>.

Do niedawna takie pojęcia jak wojna informacyjna czy psychologiczna dotyczyły tylko sfery wojskowo-politycznej, a ich mechanizmy zaczęły działać tylko bezpośrednio przed wojną albo podczas wojny. Rosja wprowadziła jednak system stałego wpływu propagandowego. Wpływ informacyjny na system stosunków społecznych prowadzi do tego, że ludzie nie są w stanie odpowiednio i adekwatnie postrzegać świata i wydarzeń.

Z początkiem aneksji Krymu i konfliktu rosyjsko-ukraińskiego na wschodzie Ukrainy rośnie zainteresowanie problemami wojny informacyjnej, która jest głównym bezpośrednim zagrożeniem dla ludzkości. Przedmiotem tej wojny jest świadomość ludzi, próby zmiany odpowiedniego postrzegania rzeczywistości i życia w świecie iluzji. Opiera się ona na zdolności do zarządzania i manipulowania świadomością publiczną, podporządkowania woli człowieka. Najczęściej osoba manipulowana jest nieświadoma manipulacji i informacyjno-psychologicznego działania<sup>77</sup>.

Konieczne jest zrozumienie natury i technologii władzy informatycznej nad ludźmi, braku kontroli, który może prowadzić nie tylko do masowej eksterminacji odrębnych narodów, ale także do zniszczenia współczesnej cywilizacji jako całości<sup>78</sup>. W celu powstrzymania informacyjnej agresji musimy przede wszystkim zrozumieć bieżące wydarzenia.

XXI wiek ułatwił dostęp do informacji i pracę rosyjskiej propagandzie państwowej. Wojna informacyjno-psychologiczna przyniosła wojnę nowej

---

<sup>76</sup> *Інформаційна війна проти України триває вже 20 років – Забужко*, [http://gazeta.ua/articles/life/\\_informacijna-vijna-proti-ukrayini-trivaye-vzhe-20-rokiv-zabuzhko/648315](http://gazeta.ua/articles/life/_informacijna-vijna-proti-ukrayini-trivaye-vzhe-20-rokiv-zabuzhko/648315) (dostęp 25.03.2016).

<sup>77</sup> L. Żuk-Łapińska, *Problem tolerancji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 1991, s. 184.

<sup>78</sup> В. Лисичкин, Л. Шелепин, *Третья мировая информационно-психологическая война*, Академия социальных наук, Москва 2000, s. 6.

jakości, w której bronią jest informacja, a walkę prowadzi się dla zmiany świadomości społecznej. Wyzwaniem rosyjskich propagandystów było wprowadzenie do tej świadomości takich wyobrażeń o wydarzeniach, które by pozwoliły w przyszłości manipulować społeczeństwem i rządzącą elitą. Współczesne elementy rosyjskiej propagandy to:

- emocje: niektóre narody są bardziej sentymentalne albo emocjonalne, niektóre mają problemy z przeszłością, co wykorzystuje się w propagandzie;
- demonizowanie wroga;
- wojna, która zakończy wszystkie wojny;
- nieuczciwość, która jest zawsze obecna w propagandzie w czasie wojny.

Walka informacyjna towarzyszy ludzkości cały czas w starciach cywilizacji, religii, plemion, ludów i narodów. Na początku ten wpływ nie był tak znaczący, wraz z rozwojem technologii informacyjnych znaczenie komponentu informacyjnego w konflikcie wzrasta. Wiek XX przyniósł wydzielenie elementu informacyjnego w konfrontacji państw. W aparatach państwowych tworzy się ministerstwa propagandy, wzmacnia jej komponent w walce informacyjnej. Pojawienie się internetu stworzyło sytuację, w której niemożliwe jest powstrzymanie informacji.

Brytyjski arystokrata i polityk Arthur Augustus William Harry Ponsonby już w 1928 roku napisał książkę *Falsz w czasie wojny. Propagandowe kłamstwa podczas I wojny światowej* (*Falsehood in Wartime. Propaganda Lies of the First World War*). Z tej książki pochodzi słynny cytat: „Kiedy wojna jest ogłoszona, prawda jest pierwszą ofiarą” (*When war is declared, truth is the first casualty*)<sup>79</sup>.

Dzisiaj najczęściej używane obszary i metody manipulacyjnych, informacyjnych technologii Kremla w stosunku do Ukrainy to:

- **stopniowe zniszczenie wizerunku Ukrainy na arenie międzynarodowej** przez rosyjską kampanię dezinformacji, mającą na celu osłabienie geopolitycznego znaczenia Ukrainy;

---

<sup>79</sup> A. Ponsonby, *Falsehood in War-time: Containing an Assortment of Lies Circulated Throughout the Nations During the Great War*, G. Allen & Unwin Limited, b.m.w. 1928, s. 7.

- **dawkowanie i zakłócanie przepływu informacji**, które ma na celu destabilizację sytuacji w kraju i wdrożenie rosyjskiej polityki „kontrolowanego chaosu”<sup>80</sup>;
- **tworzenie i wdrażanie stereotypów o niższości ukraińskiego narodu**, przewadze rosyjskiego języka, tradycji i aspektów kulturowych.

Rosyjskie media internetowe często używają metod „dozowanej” informacji, dezinformacji równoległej z zakłóceniem wydarzeń, pokazując mieszankę wydarzeń, faktów i subiektywnych opinii i założeń, wybór wydarzeń (korzystny jedynie dla Rosji), informacyjne przewartościowania, komunikaty informacyjne takich jak „bez komentarza” po poprzednim przygotowaniu obiektu, który pochłania informację zakazaną przez prawo międzynarodowe – „25 klatka”, częściowa przesada albo milczenie o rzeczywistym przebiegu wydarzeń i faktów<sup>81</sup>. Za pomocą pewnych technik lingwistycznych rosyjscy dziennikarze starają się tak wpływać na psychikę ludzi, aby ci później myśleli, że sami doszli do wniosku na podstawie własnego doświadczenia i informacji.

Wojnę informacyjną na początku XXI wieku często prowadzi się bez użycia środków czysto wojskowych, ale może ona doprowadzić do takich wyników, które wcześniej można było osiągnąć tylko konwencjonalną wojną. Zmiana władzy w byłej Jugosławii bez obalenia rządu Miloševicia w operacji wojskowej jest najlepszym przykładem sprawnie przeprowadzonej kampanii informacyjnej<sup>82</sup>.

<sup>80</sup> Є. Рябінін, *Концепція керованого хаосу в контексті побудови сучасного світового порядку*, <http://uaforeignaffairs.com/ua/ekspertna-dumka/view/article/koncepcija-kerovanogo-khaosu-v-konteksti-pobudovi-suchas/>; С. Дацюк, *Що таке теорія „керованого хаосу” і як їй протидіяти?*, <http://uainfo.org/blognews/1438683712-shcho-take-teoriya-kerovanogo-haosu-i-yak-yiy-protidiyati---retsept.html>; *Комунікативний інструментарій контрольованого хаосу*, [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/komunikativniy\\_instrumentariy\\_kontrolovanogo\\_khaosu/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/komunikativniy_instrumentariy_kontrolovanogo_khaosu/); М.Сенченко, *Стратегія „керованого хаосу” головний складник інформаційно-економічної війни в Україні*, <http://www.personal-plus.net/173/746.html> (dostęp 16.04.2016).

<sup>81</sup> Д.М. Присяжнюк, *Застосування маніпулятивних технологій з боку Росії в ЗМІ України (на прикладі Криму)*, <http://vuzlib.com/content/view/1108/23> (dostęp 17.04.2016).

<sup>82</sup> Є. Кузнецов, *Трансформація хорватської зовнішньої політики у 2000–2005 роках*, „Етнічна історія народів Європи” 2007, № 23, s. 122–128.

Dziś największe mocarstwa świata nie mogą obejść się bez istnienia jednostek, których celem jest udział w wojnie informacyjnej. Pierwsze były częścią operacji psychologicznych (PSYOPS) w USA. W przeciwieństwie do innych krajów jednostkom i urzędnikom wszystkich rodzajów sił PSYOPS zabrania się przeprowadzania operacji na terytorium USA<sup>83</sup>.

W Niemczech powołano Centrum Informacji Operacyjnej (*Zentrum Operative Information*), któremu podlega batalion operacyjnej informacji 950. Te jednostki zatrudniają około tysiąca pracowników. Niemieccy eksperci wojny informacyjnej zarządzali operacjami wojennymi NATO w Afganistanie i Kosowie. W brytyjskich siłach zbrojnych tymi problemami zajmuje się XV grupa operacji psychologicznych operacji<sup>84</sup>.

W literaturze naukowej pojęcia wojny informacyjnej po raz pierwszy użyto w 1985 roku w Chinach. Dla wyjaśnienia tego pojęcia wykorzystano poglądy starochińskiego wojskowego działacza Sun Tzu (V wiek p.n.e.), który jako pierwszy argumentował potrzebę informacyjnego wpływu na wroga. W traktacie o sztuce wojny Sun Tzu podkreślał:

(...) najlepsza polityka zmierza do aneksji państwa w całości... Osiągnąć sto zwycięstw w stu bitwach nie jest szczytem osiągnięć. Najwyższym osiągnięciem jest pokonać wroga bez walki. Dlatego sprawą najwyższej wagi w wojnie jest rozbięcie strategii wroga<sup>85</sup>.

Na początku lat dziewięćdziesiątych pojęcie wojny informacyjnej pojawiło się w USA i literaturze naukowej na całym świecie<sup>86</sup>. 21 grudnia 1992 roku w Ministerstwie Obrony USA została wydana dyrektywa T 3600.1 „Wojna informacyjna”; w 1993 roku w dyrektywie komitetu szefów sztabów nr 30 opisano główne zasady prowadzenia wojen informacyjnych. W październiku

---

<sup>83</sup> О. Шевченко, *Інформаційно-психологічні операції: концептуальні підходи НАТО і провідних країн світу*, „Соціальна психологія” 2004, nr 2, s. 4.

<sup>84</sup> Я. Сватко, *Національна безпека України в умовах ведення інформаційних воєн*, <http://maidan.org.ua/static/mai/1107174720.html> (dostęp 17.06.2016).

<sup>85</sup> Sun Tzu, *Сztuka wojny*, tłum. D. Bakalarz, Helion, Gliwice 2012, s. 21.

<sup>86</sup> Д.Ю. Швец, *Інформаційна безпека Росії і сучасні міжнародні відносини*, Издательство Мир безопасности, Москва 2001, s. 13.

1998 roku komitet szefów sztabów Sił Zbrojnych USA opublikował doktrynę informacyjnych operacji (*Joint Doctrine for Information Operations*)<sup>87</sup>, w której można wydzielić cztery główne kategorie wykorzystania informacji:

- operacje przeciwko woli nacji;
- operacje przeciwko centrum dowodzenia przeciwnika;
- operacje przeciwko wrogim wojskom;
- operacje przeciwko kulturom narodowym<sup>88</sup>.

Amerykanie pierwsi zastosowali nowe możliwości informacyjnej walki: „Wojnę w Zatoce Perskiej można nazwać pierwszą na pełną skalę wojną nowego etapu w funkcjonowaniu sił wojskowych w warunkach stworzenia globalnej informacyjnej przestrzeni”<sup>89</sup>.

W Rosji funkcjonuje kilka naukowo-badawczych centrów, których głównym zadaniem jest informacyjna działalność na terytorium byłych republik Związku Radzieckiego: Ukrainie, Białorusi i Kazachstanie. Za Ukrainę odpowiadał Gleb Pawłowski, który podczas rewolucji pomarańczowej był doradcą Wiktora Janukowycza i odpowiadał za całą jego kampanię informacyjną. Grupa Pawłowskiego ma kilka internetowych stron, na których omawia się strategię informacyjnej działalności Rosji w stosunku do Ukrainy, jak *Russkij Żurnal* (Русский Журнал, [www.russ.ru](http://www.russ.ru)) czy *Kreml.org* (Кремль.org, [www.kreml.org](http://www.kreml.org)). Państwo nie ponosi odpowiedzialności prawnej za organizacje niepaństwowe, co daje im możliwość działania bez ograniczeń. Istnieje wiele takich centrów, które zajmują się nie tylko walką informacyjną, propagandą, ale i badaniami teoretycznymi nad wyżej wymienionym problemem.

Wojna informacyjna to wpływ na ludność cywilną i/lub wojskową innego kraju przez rozpowszechnianie pewnych informacji. Obiektem wojny informacyjnej jest zbiorowa świadomość i indywidualna. Wpływ informacyjny może odbywać się i na tle szumu informacyjnego, i w próżni informacyjnej.

---

<sup>87</sup> *Joint Doctrine for Information Operations*, [http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/us/jp3\\_13.pdf](http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/us/jp3_13.pdf) (dostęp 18.08.2018).

<sup>88</sup> Ibidem.

<sup>89</sup> И.Н. Панарин, *Информационная война и Россия*, Издательство Поколение, Учебное пособие, Москва 2000, s. 112.

Nawiązywanie obcych celów sprawia, że wojna informacyjna staje się wojną, i odróżnia ją od zwykłej reklamy. Zasobami wojny informacyjnej są różne narzędzia komunikacji – od mediów po pocztę i plotki. Informacje te obejmują przeinaczenia faktów lub narzucanie obywatelom emocjonalnego postrzegania wygodnego dla agresora.

Zazwyczaj metodą wojny informacyjnej jest uwolnienie dezinformacji lub podanie informacji w korzystny sposób dla agresora. Pozwala to na zniekształcenie oceny tego, co się dzieje, demoralizację obywateli i potencjalnie ich przejście na stronę agresora informacyjnego.

Dezinformacja jako narzędzie systemowe (a nie jednorazowe narzędzie, jak to było wcześniej w sprawach wojskowych) jest bardziej współczesnym wynalazkiem ludzkości niż propaganda. Propaganda była dość pozytywnym terminem w odległej przeszłości, dopóki nie została „zepsuta” przez państwa totalitarne. Dziś odeszła w cień, przyzwoici ludzie nie są w nią zaangażowani, dla nich wymyślono nowe pojęcie – strategiczna komunikacja, postrzegane raczej pozytywnie. Co więcej, teraz można podłączyć pod dany termin wszystkie przeszłe niepołączone działania, w tym operacje informacyjne i psychologiczne, operacje wpływów, a nawet propagandę, która obecnie nie jest tak popularna.

Dezinformacja to:

- mocne odwoływanie się do emocji dużej liczby osób;
- promowanie nie realnego, a wymyślonego obiektu wirtualnego, który aktywnie przełamuje zwyczajowy obraz świata;
- coś, czego nie da się obalić, ponieważ trudno to zrobić w przypadku nieistniejących obiektów – np. rosyjskie oficjalne agencje informacyjne w pierwszym okresie wojny z Ukrainą nazywały rząd ukraiński juntą, a siły zbrojne rzeźnikami, wybierając terminy wielokrotnie używane w przeszłości z najbardziej negatywnymi konotacjami.

Nowe środowisko informacyjne według Kelly Born charakteryzuje się technologią i polaryzacją polityczną:

Dzisiaj informację może tworzyć każdy, każdy może ją rozpowszechnić i zrobić to anonimowo. Dawno temu obywatele mogli oceniać informacje na podstawie wiarygodności źródła; dziś normą jest udostępnianie w sieci

równorzędnej informacji, która jest wyznacznikiem trafności i dokładności. Te rozmowy w internecie mogą zostać przejęte przez boty i trolle, pracując nad sztucznym wzmocnieniem odmiennych pomysłów. Co więcej, gromadzenie dużych ilości danych daje możliwość mikroukierunkowania komunikatów politycznych, a ponadto nie ma szerokiej wiedzy na temat tego, w jaki sposób wiadomości te są dostosowane do wąskiego audytorium. Prawdopodobnie nieskończone wariacje pojedynczej wiadomości mogą być testowane aż do udoskonalenia danej osoby. Takie wiadomości konkurują po to, aby kampania stała się bezsensowna<sup>90</sup>.

Troska o rozprzestrzenianie dezinformacji, manipulacji i propagandy doprowadziła do tego, że wiele rządów proponuje nowe przepisy i regulacje dotyczące internetu. Oferowane rozwiązania odzwierciedlają jednak nieadekwatne zrozumienie problemu i mogą mieć negatywne, niezamierzone konsekwencje. W czerwcu 2017 roku niemiecki parlament przyjął ustawę, która przewiduje grzywnę w wysokości do 50 mln euro dla popularnych witryn, takich jak Facebook, YouTube czy Google, jeśli w ciągu 24 godzin nie zostaną usunięte z nich treści zawierające mowę nienawiści i podżeganie do przemocy. Singapur ogłosił plany wprowadzenia podobnego ustawodawstwa w 2018 roku w celu zwalczania fałszywych wiadomości. W lipcu 2017 roku Kongres USA zatwierdził surowe sankcje wobec Rosji, częściowo w odpowiedzi na sponsorowanie kampanii dezinformacyjnych mających na celu wpłynięcie na wybory w USA.

Takie działania są niezbędne, jeśli mamy złamać błędne koło dezinformacji i politycznej polaryzacji, która podważa zdolność demokracji do funkcjonowania. Podczas gdy te interwencje legislacyjne dotyczą wszystkich platform cyfrowych, często nie uwzględniają co najmniej sześciu różnic między dzisiejszą dezinformacją a propagandą a wczorajszą. Są to:

- demokratyzacja tworzenia i rozpowszechniania informacji, tak aby każda osoba lub grupa mogła wpłynąć na dużą liczbę osób *online*. Ma to swoje zalety, ale wiąże się również z poważnymi zagrożeniami, począwszy od utraty dziennikarskich standardów doskonałości,

---

<sup>90</sup> V. Krishnamurthy, *Q&A with Kelly Born: Getting Beyond Disinformation*, <https://www.hewlett.org/qa-kelly-born-getting-beyond-disinformation/> (dostęp 19.05.2018).



takich jak te zwykle egzekwowane w ramach ustalonych organizacji medialnych. Bez tradycyjnych instytucjonalnych mediów dyskurs polityczny nie opiera się już na wspólnym zestawie faktów<sup>91</sup>;

- socjalizacja informacji, która prowadzi do otrzymania informacji nie ze źródeł instytucjonalnych, podlegających standardom dziennikarskim, a zewsząd, w toku wymiany *peer-to-peer*. Sieci rówieśnicze mogą tworzyć zawartość dzięki kliknięciom lub zaangażowaniu znajomych, a nie dokładności czy ważności. Co więcej, informacje filtrowane za pośrednictwem sieci znajomych mogą doprowadzić do powstania echa wiadomości, które wzmacnia własne uprzedzenia (choć istnieje znaczna niepewność co do tego, jak poważny jest to problem). Oznacza to także, że ludzie, którzy w przeciwnym razie mogliby reagować na wiadomości z umiarem, są zasypywani polemiką i debatą polityczną, w tym skrajnymi pozycjami i fałszerstwami, które zwiększają ryzyko dezinformacji lub polaryzacji szerszych obszarów społeczeństwa;
- atomizacja – rozbieżność poszczególnych wiadomości od marek i źródeł; wcześniej czytelnicy mogli z łatwością odróżnić kolorowe i sensacyjne tabloidy w kasie w supermarkecie i gazety wiarygodne, lokalne lub krajowe. Natomiast artykuł udostępniony przez przyjaciela lub członka rodziny z „New York Times” może wyglądać tak samo jak na blogu teoretyka spiskowego. Jak wykazały niedawne badania American Press Institute, oryginalne źródło artykułu ma mniejsze znaczenie dla czytelników niż to, kto w ich sieci łączy ten link<sup>92</sup>;
- anonimowość tworzenia i rozpowszechniania informacji: dla dzisiejszego czytelnika ważniejsze jest to, kto wysłał informacje, niż ich źródło. Jedno z badań z 2015 roku wykazało, że boty generują około 50% całego ruchu internetowego. Oczywiście istnieją „dobre” boty, zapewniające obsługę klienta lub aktualizację prognoz pogody w czasie rzeczywistym. Ale istnieje także wiele internetowych systemów

---

<sup>91</sup> K. Born, *Opinion: Six Reasons There's More Fake News Today*, <https://www.marketwatch.com/story/six-features-of-the-age-of-fake-news-2017-10-24> (dostęp 19.05.2018).

<sup>92</sup> Ibidem.

informacyjnych, które promują skrajne poglądy i niedokładne informacje, nadając im popularność i akceptację;

- personalizacja środowiska informacyjnego – w odróżnieniu od drukowanych, radiowych, a nawet telewizyjnych odpowiedników, w internecie można testować i dostosowywać komunikaty mikroukładów w czasie rzeczywistym. Wykorzystując zautomatyzowaną emocjonalną manipulację obok rojów botów, ciemne posty na Facebooku, testy i fałszywe sieci informacyjne, można tworzyć spersonalizowaną, adaptacyjną i ostatecznie uzależniającą propagandę;
- suwerenność: w przeciwieństwie do telewizji, druku i radia sieci społecznościowe są samoregulujące. Pomimo kontrowersji związanych z kampaniami reklamowymi w USA żadna z platform nie konsultowała się z czołowymi ekspertami, a zamiast tego starała się rozwiązywać problemy wewnętrznie. Dopiero w połowie września 2017 roku Facebook zgodził się nawet ujawnić informacje o reklamach kampanii politycznych, nadal nie oferując danych na temat innych form dezinformacji<sup>93</sup>.

Nathaniel Persily, profesor prawa na Uniwersytecie Stanforda, zwrócił uwagę na nowe aspekty kampanii wyborczej Donalda Trumpa w niszczeniu tradycyjnych instytucji politycznych i informacyjnych:

Częstość występowania fałszywych opowieści w internecie buduje bariery dla informacyjnego podjęcia decyzji politycznych i sprawia, że jest mniej prawdopodobne, że wyborcy będą wybierać na podstawie autentycznych informacji, a nie kłamstwa lub oszukiwania<sup>94</sup>.

Oznacza to, że pojawiły się pożywki dla nowego rodzaju produktu informacyjnego, taniego i dostępnego dla każdego. Ogólnie rzecz biorąc, wszystko to można uznać za konsekwencje pojawienia się internetu, jego tańszej transmisji i przechowywania informacji. Samuel Woolley obliczył, że boty generują

---

<sup>93</sup> Ibidem.

<sup>94</sup> N. Persily, *Can Democracy Survive the Internet?*, „Journal of Democracy” 2017, vol. 28, no 2.

połowę całego ruchu internetowego – 50 mln użytkowników Twittera i prawie 140 mln użytkowników Facebooka nie demonstruje ludzkich zachowań<sup>95</sup>.

Naukowcy Samantha Bradshaw i Philip Howard wyróżniają takie rodzaje narzędzi manipulacyjnych, jak: komentarze w mediach społecznościowych; spersonalizowane zarządzanie/kierowanie; konta sponsorowane przez rząd, strony internetowe lub aplikacje rządowe; fałszywe konta i propaganda komputerowa; tworzenie treści wiadomości politycznych<sup>96</sup>. Jak widać, nie są to nawet narzędzia manipulacji, ale możliwe sposoby dostarczania komunikatów manipulacyjnych. Zmienia to także wojnę. Timothy Thomas wydzielił następujące rodzaje metod niemilitarnych używanych przez Rosję wobec Ukrainy: wybory, stosowanie surogatów, wielka wojna informacyjna i cyberwojna<sup>97</sup>.

Opierając się na dotychczasowych osiągnięciach ukraińskich i rosyjskich naukowców<sup>98</sup>, można wydzielić takie rodzaje dezinformacji, jak:

<sup>95</sup> S.C. Woolley, *Automating Power: Social Bot Interference in Global Politics*, „First Monday”, 2016, no. 21; S.C. Woolley, P.N. Howard, *Automation, Algorithms, and Politics. Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents. Introduction*, „International Journal of Communication” 2016, no. 10, s. 9.

<sup>96</sup> S. Bradshaw, P.N. Howard, *Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*, „University of Oxford Working Paper” 2017, no. 12, s. 9–13.

<sup>97</sup> T. Thomas, *Russia's Military Strategy and Ukraine: Indirect, Asymmetric and Putin-Led*, „Journal of Slavic Military Studies” 2015, vol. 28, no. 3.

<sup>98</sup> Г.Г. Почепцов, *Информационные войны. Новый инструментарий политики*, Издательство Эксмо, Москва 2015; *Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти)*, підручник, ред. Є.Д.Скулиша, Видавництво КНТ, Київ 2010; В.М. Петрик, *Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации*, Государственный университет информационно-коммуникационных технологий, Київ 2008; *Соціально-правові основи інформаційної безпеки*, ред. В.В. Остроухов, Видавництво Росава, Київ 2007; Г.Г. Почепцов, *Информация & дезинформация*, Видавництво Ника-Центр, Эльга, Київ 2001; idem, *Психологические войны*, Издательство Рефл-бук, Москва 2000; *Видавництво Ваклер*, Київ 1999; А. Серов, *О роли дезинформации в современных конфликтах и войнах*, „Зарубежное военное обозрение” 2011, № 7, s. 15–21; О.К. Юдін, *Інформаційна безпека держави*, Видавництво Консум, Харків 2005; Л. Серов, *Дезинформируй и нападай. Дезинформация как оправдание войн*, <http://aktiv.com.ua/archives/6210>; М.М. Присяжнюк, *Дезінформація та її роль у інформаційно-психологічних операціях*,

- oszukanie konkretnej grupy osób – przekazanie świadomie wadliwej informacji (nieaktualnej, niekompletnej, zniekształconej, błędnie zinterpretowanej), aby na jej podstawie podjęto odpowiednią decyzję. W zależności od proporcji wiarygodnych informacji wydziela się „szarą” (synteza polega na wykorzystaniu prawdziwej i fałszywej informacji) i „czarną” (zdominowaną przez fałsz) dezinformację<sup>99</sup>;
- modyfikacja przepływu informacji – polega na selektywnym udzieleniu informacji (niekompletnej, półprawdziwej, dozowanej, pominięciu niektórych informacji) lub tendencyjnej i stronniczej prezentacji wydarzeń z wykorzystaniem specjalnie wybranych prawdziwych danych. Zwykle specjalnie utworzoną informację podaje się obiektywnie wyznaczonymi dawkami w celu utrzymania stale rosnącego napięcia, przewiduje się też systematyczne podrzucanie nowych porcji odpowiednio ograniczonych i odmierzonych danych do środowiska deficytu informacyjnego;
- biały szum – technika otaczania prawdziwej informacji jej fałszywymi wersjami, które również są potwierdzone pewnymi dowodami, faktami, świadkami. Te wersje zmieniają się i niwelują prawdziwą wersję, a percepcja odbiorcy łączy się w jeden biały szum, szybko traci on zainteresowanie<sup>100</sup>;
- dezinformowanie „odwrotne” – odbywa się przez zapewnienie prawdziwych wiadomości w zniekształconej formie lub w takiej sytuacji, gdy są one postrzegane jako fałszywe. W rezultacie wykorzystania dochodzi do sytuacji, w której odbiorca zna prawdę o zamiarach lub konkretnych działaniach innej strony, ale postrzega ją nieadekwatnie

---

<http://defpol.org.ua/site/index.php/en/arhiv/kolonkaavtora/106-2009-09-09-18-06-14> (dostęp 22.05.2016).

<sup>99</sup> В.М. Петрик, *Сутність і особливості проведення спеціальних інформаційних операцій та акцій інформаційного впливу*, „Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони” 2009, № 3, s. 73.

<sup>100</sup> В.М. Шлапаченко, *Дезінформація як спосіб інформаційно-психологічного впливу*, „Інформаційна безпека людини, суспільства, держави” 2013, № 2, s. 80.

i nie jest odpowiednio przygotowany, aby oprzeć się negatywnemu wpływowi<sup>101</sup>;

- terminologiczne „podkładanie min” – polega na zniekształceniu prawdziwej istoty ważnych pojęć, terminologii i ich interpretacji.

Niektórzy badacze<sup>102</sup> zaliczają do gatunków dezinformacji również manipulowanie działaniami osoby (grupy osób) mające na celu zmianę kierunku jej działalności lub poziomu aktywności w tej działalności.

Głębokiej analizie teorii powstania i rozwoju wojny informacyjnej we współczesnym świecie dokonał amerykański profesor Philip Taylor, który w książce *Globalne komunikacje, stosunki międzynarodowe i media po 1945 roku*<sup>103</sup> udowadnia, że szybki rozwój cywilizacji i nowe technologie komunikacji masowej zasadniczo kształtują rozwój stosunków międzynarodowych we współczesnym świecie. „Zaczynając od XX wieku, media realnie wpływają na rozwój nowej historii świata” – podkreśla Taylor<sup>104</sup>. Szczegółowej analizie poddaje on wpływ mediów na rozwój wydarzeń międzynarodowych w czasie zimnej wojny, wojny w Wietnamie i Zatoce Perskiej. Jego zdaniem to właśnie rewolucja w technologii komunikacji doprowadziła do powstania supermocarstw. Taylor twierdzi, że podczas II wojny światowej jeszcze nie odczuwało się globalnego wpływu mass mediów, podobnie jak w czasie konfliktu o Falklandy w 1982 roku. Podczas wojny w Zatoce Perskiej natomiast rola mediów stała się radykalna i niebezpieczna. One same stały się przedmiotem konfliktu, a nie świadkiem. Często świadomie działały jako nośniki dezinformacji, na przykład wielokrotnie podawały informację, że atak na Irak zacznie się od strony morza, podczas gdy w rzeczywistości armia Husajna była atakowana z lądu.

---

<sup>101</sup> В.М. Петрик, *Сутність і особливості проведення спеціальних інформаційних операцій та акцій інформаційного впливу*, op. cit., s. 73.

<sup>102</sup> А. Серов, *О роли дезинформации в современных конфликтах и войнах*, op. cit.

<sup>103</sup> P.M. Taylor, *Global Communications, International Affairs and the Media Since 1945*, Routledge, New York–London 1997.

<sup>104</sup> Ibidem.

### 3.3. Globalna sieć internetowa w wojnach informacyjnych

Internet jest coraz częściej i szerzej używany w informacyjnej walce stron różnych konfliktów. Zapewnia on wiele możliwości kształtowania opinii publicznej, decyzji politycznych, gospodarczych i wojskowych, wpływu na informacyjne zasoby wroga i rozpowszechnienie specjalnie przygotowanej informacji (dezinformacji). Rozwój elektroniki, homogenicznych sieci teleinformacyjnych, powszechność urzędów elektronicznych, powstanie sieci społecznościowych, stosowanie sieci publicznych do przesyłania informacji dla systemów przemysłowych powoduje, że informacja staje się kluczowym czynnikiem wyznaczającym wiedzę, władzę i decydującym o bezpieczeństwie obywateli, organizacji, całych państw<sup>105</sup>.

Aktywne używanie internetu do informacyjnej konfrontacji wynika z wielu jego istotnych zalet, takich jak szybkość, ekonomiczność, nieujawnione źródła wpływów, zdalne działanie, skala ewentualnych konsekwencji, zintegrowana dostawa i postrzeganie informacji, a także jej dostępność.

Aktualnie tajne służby różnych krajów lub poszczególni użytkownicy sieci otrzymali możliwość używania bez ograniczeń blogów, portali społecznościowych, e-map i witryn wideo do publikowania różnego rodzaju informacji – od alternatywnego spostrzegania polityki i historii do otwarcie rasistowskich i nacjonalistycznych materiałów, co zapewnia im wpływ na publiczność. Skuteczność tych działań znacznie wzrasta wraz z liczbą użytkowników. Biorąc pod uwagę stały wzrost liczby internautów i to, że materiał agresywny który sprzyja nasilaniu się różnic społecznych, psychologicznych, etnicznych i religijnych, autor treści natychmiast otrzymuje wsparcie podobnie myślących ludzi z całego świata.

Współczesne społeczeństwo informacyjne ustanawia nowe geopolityczne wytyczne działań państwa w przestrzeni informacyjnej. Do koncepcji społeczeństwa informacyjnego dopasowuje się różne znaczenia, ale chodzi w niej o to, że rozpowszechnienie informacji staje się główną siłą napędzającą lub zakłócającą rozwój wszystkich sfer życia. Przewaga informacyjna jest

---

<sup>105</sup> K. Liderman, *Bezpieczeństwo informacyjne*, PWN, Warszawa 2012, s. 11–12.

ważną siłą, przyczynia się do redystrybucji politycznych, gospodarczych i społecznych zasobów. Wraz z rozwojem i wdrażaniem technologii informacyjnych transformują się zwykłe kryteria oceny siły militarnej i możliwości polityczne państw. Modyfikują się tradycyjne formy konfrontacji sił, a na pierwszy plan wysuwają się współczesne technologie, przede wszystkim informacyjne.

Internet jest przydatny do prowadzenia informacyjnej konfrontacji z powodu dostępności i wielu istotnych zalet w porównaniu z konwencjonalnymi środkami i technologiami. Sukcesywność, rozmieszczenie i regularnie aktualizowana informacja na stronach internetowych, forach, sieciach społecznościowych nie wymagają długiego czasu przygotowania materiałów. W ten sposób użytkownicy otrzymują ją w czasie rzeczywistym (w przeciwieństwie np. do czytelników czasopism). Dodatkowo znaczący wpływ na informacyjne zasoby przeciwnika można mieć nie tylko w zaplanowanym czasie, ale i wtedy, gdy zajdzie taka potrzeba. Opłacalność internetu jest wynikiem pracy małej liczby personelu i zasobów materialnych przy wykonaniu zadania.

W czasach powszechnego dostępu do technik informatycznych rodzą się nowe niebezpieczeństwa<sup>106</sup>, ściśle związane z użytkowaniem sieci informatycznych i systemów informacyjnych, np. przestępstwa wykorzystujące komputer, utrata informacji wynikająca z włamania do komputera, złośliwych kodów i wirusów, szpiegostwa, sabotażu, wandalizmu<sup>107</sup>. Oprócz tego zastosowanie technologii komputerowych dla zakłócenia systemu kontroli przeciwnika w pewnych warunkach może prowadzić do bardziej znaczącego efektu przy znacznie niższych kosztach niż przy użyciu tradycyjnych środków. Zazwyczaj akt agresji w globalnej sieci jest trudny do odróżnienia od zwykłych działań hakerów komputerowych. Przygotować i przeprowadzić cyberataki z wykorzystaniem internetu może bardzo szerokie grono podmiotów – od agencji wojskowych i wywiadowczych państw obcych po

---

<sup>106</sup> S. Koziej, *Teoria sztuki wojennej*, Bellona, Warszawa 2011, s. 268; A. Nowak, W. Scheffs, *Zarządzanie bezpieczeństwem informacyjnym*, Akademia Obrony Narodowej, Warszawa 2010, s. 22.

<sup>107</sup> K. Liderman, *Bezpieczeństwo informacyjne*, op. cit., s. 24.

grupy partyzanckie, przestępców, konkurentów przemysłowych czy hakerów. Znalezienie źródła jest dość trudne<sup>108</sup>.

Coraz większą rolę odgrywać zaczęły zaawansowane technologicznie środki walki, inteligentna broń, umożliwiające dokonywanie precyzyjnych uderzeń niemal bez strat własnych, a ze znacznymi stratami dla wroga. Obecnie większość światowych armii inwestuje nie w powiększanie potencjału ilościowego, lecz dokonuje jakościowych zmian swoich oddziałów<sup>109</sup>. Rosnąca rola informacyjnej aktywności została potwierdzona przez konflikt militarno-polityczny w sierpniu 2008 roku w Osetii Południowej<sup>110</sup>. Organy administracji państwowej i wojskowej Federacji Rosyjskiej zdaniem wielu ekspertów nie osiągnęły wyższości informacyjnej w „pięciodniowej” wojnie, co doprowadziło do zmiany polityki informacyjnej Federacji Rosyjskiej<sup>111</sup>.

W niedalekiej przyszłości osiągnięcie ostatecznych celów wojen i konfliktów zbrojnych będzie realizowane nie tyle niszczeniem grup wrogich wojsk i sił, ile stłumieniem jego systemów zarządzania państwowego i wojskowego, nawigacji i komunikacji, a także wpływem na inne istotne informacyjne obiekty, od których zależy trwałość zarządzania gospodarczego i zbrojnego państwa. Informacyjna ekspansja jest aktywnie wykorzystywana przez wiodące mocarstwa dla realizacji swoich geopolitycznych interesów, a tak jak geopolityczne interesy różnych krajów coraz bardziej konfrontują się na światowej arenie, walka informacyjna w przestrzeni świata jest zasadniczo przekształcona w wojnę informacyjną.

---

<sup>108</sup> *Информационная безопасность систем организационного управления. Теоретические основы*, в 2 т., ред. Н.А. Кузнецов, В.В. Кульба, Издательство Наука, Москва 2006.

<sup>109</sup> K. Liedel, P. Piasecka, *Wojna cybernetyczna – wyzwanie XXI wieku*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2011, nr 17, s. 15.

<sup>110</sup> И. Панарин, *Распад США и геноцид в Южной Осетии (За военными конфликтами в большинстве регионов мира стоят интересы Вашингтона)*, „Военно-промышленный курьер” 2008, № 36, s. 2.

<sup>111</sup> И. Куксенкова, *Трое суток в чеченском «Востоке»*, „Независимое военное обозрение”, 8.08.2008, s. 3; В. Щербakov, *Минобороны проиграло информационную войну. Спецпропаганда отсиделась в кустах*, „Независимое военное обозрение”, 22.02.2008, s. 3.



Rola i miejsce konfrontacji informacyjnej w systemie bezpieczeństwa narodowego każdego państwa stale rośnie. Największe państwa świata mają obecnie potężny informacyjny potencjał, który może zapewnić im osiągnięcie celów politycznych, zwłaszcza że nie ma międzynarodowych norm prawnych konfrontacji informacyjnej. Konfrontację informacyjną charakteryzuje się jako rywalizację systemów społecznych w informacyjno-psychologicznej sferze w związku z wpływem na sfery stosunków społecznych oraz ustanowienia kontroli nad źródłami strategicznych zasobów, w wyniku czego niektórzy uczestnicy rywalizacji otrzymują przewagę, niezbędną dla dalszego rozwoju, podczas gdy inni ją tracą.

Oprócz wpływu na opinię publiczną i stanowisko urzędników, którzy podejmują ważne decyzje, wykorzystanie globalnych sieci dla destrukcyjnych wpływów może spowodować szkody państw lub regionów. „Proszę posadzić mnie w pokoju z 12 ekspertami komputerowymi i ja przyniosę więcej szkody infrastrukturze przeciwnika niż bombowiec B-1 lub cała 7 flota” – powiedział Frank Jones, prezes Codex Systems, który rozwija oprogramowanie w interesie struktur wojskowych i wywiadowczych<sup>112</sup>.

Oprócz tego istotna jest złożoność podaży informacji i jej percepcja – w sieci widnieją tekstowe i graficzne informacje przedstawiane w jak najdogodniejszych formach, a ich objętość może być wielokrotnie większa niż jakichkolwiek publikacji drukowanych, programów radiowych czy telewizyjnych. Wykorzystanie nowoczesnych technologii multimedialnych, które pozwalają demonstrować dokumentalne dowody, zdjęcia i filmy ze specjalnie dobraną muzyką, ma szczególny wpływ emocjonalny.

Informacje są również dostępne – każdy korzystający z internetu może dawać własne informacje (często za darmo) na serwery zarejestrowane w innych krajach lub zorganizować wysyłanie wiadomości na całym świecie. Z takiej możliwości korzystali i korzystają przedstawiciele Państwa Islamskiego, którzy realizują swój program propagandy przez: wysyłanie wiadomości e-mail; organizowanie grup dyskusyjnych; tworzenie stron do wymiany

---

<sup>112</sup> Л. Польских, *О применении глобальной компьютерной сети интернет в интересах информационного противоборства*, „Зарубежное военное обозрение” 2005, № 7.

opinii; umieszczanie informacji na odrębnych stronach lub w wersjach elektronicznych czasopism i sieci nadawczych (translacji programów stacji radiowych i telewizyjnych). Aktywnie i celowo wykorzystują możliwości internetu do promowania swoich stanowisk, rozpowszechnienia dezinformacji, zebrania funduszy i przyciągnięcia nowych najemników. Wiele witryn, rozmieszczonych pod nazwami organizacji i prywatnych osób na serwerach różnych państw, zawiera artykuły o ISIS, zdjęcia i filmy z odpowiednimi komentarzami, uwagami i wnioskami<sup>113</sup>.

Natomiast Rosja podczas trwającej wojny rosyjsko-ukraińskiej wykorzystuje sieć internetową do działań informacyjnych, propagandowych i dezinformacji natury psychologicznej. Podczas tej wojny Rosja wysyła SMS-y i e-maile do ukraińskich użytkowników, przede wszystkim do wojskowych, zmuszając ich w ten sposób do wątpienia w poprawność oficjalnej propagandy<sup>114</sup>.

Jednym z głównych czynników rozkwitu ekstremistycznej ideologii jest rozwój wirtualnych sieci społecznościowych, które stają się równie wygodnym narzędziem dla agencji wywiadowczych z różnych krajów i grup nacjonalistycznych. Na przykład na portalu Facebook można znaleźć takie grupy jak „Belgia nie istnieje”, „Abchazja nie jest Gruzją”, „Nienawidzę Pakistanu”. Inne portale są popularne wśród już skompromitowanych ekstremistów, których działania są zakazane przez wiele rządów, ale niekontrolowane na poziomie globalnym. Strona internetowa Podblanc<sup>115</sup>, która jest swego rodzaju alternatywą YouTube’a i publikuje kontrowersyjne materiały, może być skutecznie wykorzystywana przez jakikolwiek podmiot do publikowania treści ekstremistycznych, a ujawnienie autora jest mało prawdopodobne<sup>116</sup>.

---

<sup>113</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, P. Mazur, *Państwo Islamskie ISIS. Nowa twarz ekstremizmu*, Difin, Warszawa 2018.

<sup>114</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Wojna hybrydowa Rosji przeciwko Ukrainie*, Arcana, Kraków 2017.

<sup>115</sup> Podblanc – nacjonalistyczna wersja YouTube’a prowadzona przez Craiga Cobba. Ogranicza liczbę przesyłanych plików do 10 megabajtów. W 2010 roku strona została zamknięta, ale później znowu zaczęła działać.

<sup>116</sup> A. Klein, *Fanaticism, Racism, and Rage Online. Corrupting the Digital Sphere*, Intelligence Report: A Project of the Southern Poverty Law Center, editions 133–136, University of Pennsylvania, Klanwatch, 2009, s. 48–50, 67–68; A.H. Foxman, Ch. Wolf, *Viral Hate*:

Wiele stron internetowych jest prowadzonych w kilku językach. Najczęstszym obszarem wykorzystania globalnej sieci na rzecz konfrontacji informacyjnej jest zamiana informacyjnej treści stron: zastępuje się je innymi lub zastępuje ich poszczególne elementy w wyniku włamania. Działania takie podejmowane są głównie w celu zwrócenia uwagi na siebie, wykazania swoich zdolności lub wyrażenia określonej pozycji politycznej. Poza bezpośrednią zamianą stron nieraz dokonuje się rejestrowania w wyszukiwarkach stron przeciwstawnej treści, ale według tych samych słów kluczowych, a także skierowania na inny adres, który prowadzi do odkrycia specjalnie przygotowanych stron. Szczególnie należy zwrócić uwagę na tzw. ataki semantyczne, polegające na włamaniu się na stronę i zamieszczeniu na niej (bez widocznych śladów włamania) błędnych informacji. Takim atakom zwykle podlegają najczęściej odwiedzane strony informacyjne, którym internauci całkowicie ufają.

Kolejnym kierunkiem wykorzystania internetu w interesie konfrontacji informacyjnej jest awaria lub nieprawidłowe funkcjonowanie elementów strukturalnych sieci. Najczęściej stosowanymi metodami redukcji skuteczności poszczególnych elementów są:

- bombardowanie sieci za pomocą e-maili. Metoda ta jest uważana za formę wirtualnej blokady, ponieważ wysyłanie dużej liczby wiadomości e-mail na jeden adres w krótkim czasie utrudnia lub uniemożliwia odbiorcom wydobywanie prawidłowych listów z ich masy całkowitej, a czasami może prowadzić do zakłóceń w służbie serwerów. Podczas konfliktu w Kosowie obie strony regularnie poddawały bombardowaniu różne organizacje rządowe. Skoordynowane przez hakerów wysłanie w kilka dni ponad 500 tys. e-maili doprowadziło do całkowitego wyłączenia strony internetowej rządu Jugosławii. Jednocześnie rzecznik NATO Jamie Shea zauważył, że ich serwer pocztowy od dłuższego czasu otrzymywał ponad 2 tys. maili dziennie tylko od jednego nadawcy<sup>117</sup>;

---

*Containing Its Spread on the Internet*, St. Martin's Press, New York 2013, s. 28; P. Simi, R. Futrell, *American Swastika: Inside the White Power Movement's Hidden Spaces of Hate*, Rowman & Littlefield, Lanham 2015, s. 2.

<sup>117</sup> „Зарубежное военное обозрение”, wyd. 7–12, Издательство Красная звезда, Москва 2005, s. 23; *Военная мысль*, Издательство Воениздат, Москва 2003, s. 77.

- przeprowadzane ataki DOS, podobne do technologii masowego wysyłania e-maili do jednego odbiorcy i generowania ogromnej liczby trafień na wybraną witrynę. Powoduje to spowolnienie działania serwera lub całkowite uniemożliwienie dostępu do niego z zewnątrz<sup>118</sup>.
- wprowadzenie wirusów komputerowych. W konfrontacji informacyjnej w sieci wykorzystywane są wszystkie sposoby wprowadzania różnych typów wirusów i ich modyfikacji. Opracowywane są specjalne „bojowe” wersje wirusów komputerowych. Departament wojskowy Tajwanu stworzył około tysiąca takich wirusów, które w razie sytuacji kryzysowej mogą wyłączyć systemy komputerowe Chin. Ich zdolność do przebicia się przez sieć telekomunikacyjną wroga została przetestowana podczas ćwiczeń<sup>119</sup>.

Podsumowując, nadejście ery informacyjnej spowodowało, że wpływ informacyjny, który istniał od wieków, dzisiaj coraz bardziej przyjmuje charakter działań wojskowych. Obecnie przeprowadza się wiele badań naukowych z zakresu konfrontacji informacyjnej i wojen informacyjno-psychologicznych. Pojęcie wojny informacyjnej, niezależnie jak je rozumieć, pojawiło się w środowisku wojskowym i wskazuje przede wszystkim na wytrzymałą, silną i niebezpieczną aktywność, którą można porównać z rzeczywistymi działaniami bojowymi. Ekspertsi wojskowi, którzy sformułowali doktrynę wojny informacyjnej, wyraźnie wyobrażają sobie jej indywidualne aspekty i typy, strategię i taktyki. Ludność cywilna nie jest jeszcze gotowa ze względów natury społecznej i psychologicznej na to, aby w pełni odczuć niebezpieczeństwo niekontrolowanego stosowania walki informacyjnej. Informacja naprawdę stała się prawdziwą bronią. Rozgrywa się dziś globalna wojna informacyjna, którą eksperci nazywają „wojną na efektach”. W erze społeczeństwa informacyjnego media, kanały internetowe i kontrola nad przepływami informacji stały się kluczowymi elementami walki.

---

<sup>118</sup> Л. Польских, *О применении глобальной компьютерной сети интернет в интересах информационного противоборства*, „Зарубежное военное обозрение” 2005, № 7, s. 23.

<sup>119</sup> Н.Л. Волковский, *История информационных войн*, Издательство Полигон, Санкт-Петербург 2003, s. 27.

### 3.4. Sieci społecznościowe narzędziem prowadzenia wojen informacyjnych

Informacja jest dziś prawdziwą potęgą w rękach władzy. To dlatego rządy państw totalitarnych starają się kontrolować media w celu wpływania na świadomość i działalność ludzi. Te zjawiska we współczesnym świecie nazywają się nowym typem propagandy, która wykorzystuje przede wszystkim wpływ psychologiczny. Kampania medialna Moskwy w wojnie przeciwko Ukrainie była zaskakująco skuteczna – nie tylko w samej Rosji, ale także wśród zachodniej opinii publicznej. Ten sukces propagandowy był efektem długotrwałych wysiłków, które obejmowały znaczne inwestycje i umiejętne korzystanie z telewizji i mediów społecznościowych. Niezauważalnie dla innych Rosja stworzyła wysoko rozwinięty arsenał wojny informacyjnej, z którym nie tylko Ukraina, ale też NATO i UE nie były w stanie w początkowym okresie wojny hybrydowej konkurować.

Główne trendy w sieciach społecznościowych to obecnie aktywny wzrost liczby odbiorców, ciągłe pojawianie się nowych usług i globalizacja. Pozytywnymi kierunkami ich rozwoju jest stosowanie ich jako narzędzia dla biznesu, edukacji i przekształcanie w pełnoprawne mass media. Na tle trendów zwiększenia globalnych sieci społecznościowych następuje stopniowe odsuwanie narodowych sieci społecznościowych. W kontekście takiej globalizacji trudno optymistycznie patrzeć na rozwój własnych narodowych sieci społecznościowych. Oczywiście jest pragnienie wielu z nas, by mieć tylko swoje narodowe zasoby internetowe, ale cywilizacja ziemska rozwija się według własnych zasad i trudno oczekiwać cudów.

Niestety, nowe technologie nie zawsze wpływają wyłącznie pozytywnie na rozwój człowieka. Historia dostarcza nam wielu przykładów tego, jak zaawansowane osiągnięcia szybko przekształciły się w broń i inne środki przemocy. Dziś politycy często używają takich terminów jak „wojny nowego pokolenia”, „wojny czwartego pokolenia”, „wojna hybrydowa”, „wojna asymetryczna”, „walka informacyjna”. Oczywiście, w takich okolicznościach pojawiają się przywódcy i społeczeństwa pragnący przenieść zbrojną konfrontację do przestrzeni informacyjnej i sieci społecznościowych w szczególności.

Liczba użytkowników mediów społecznościowych wciąż rośnie. Dla większości serwisów sieci społecznościowe są aktualnie bardzo ważnym źródłem ruchu. Nic w tym dziwnego, w końcu to właśnie *social media* są miejscem, w którym różne informacje rozpowszechniają się w niewyobrażalnie szybkim tempie. Cały świat komunikuje się i konsumuje informacje za pomocą takich serwisów jak Facebook, YouTube czy Snapchat. Świadczą o tym dane z raportu *Digital in 2017 Global Overview*, przygotowanego przez We Are Social i Hootsuite, z których wynika, że liczba aktywnych użytkowników social mediów na świecie wynosi obecnie 2,789 mld, z czego aż 2,549 mld korzysta z nich za pomocą urządzeń mobilnych. Jest to wzrost w stosunku do 2016 roku o 21%. Wszyscy użytkownicy social mediów stanowią w sumie 37% populacji świata<sup>120</sup>.

Facebook w lipcu 2017 roku przekroczył 2 mld użytkowników, czego nie dokonał wcześniej żaden serwis społecznościowy<sup>121</sup>. Ponad miliard użytkowników należy do grup, a każdego dnia na platformie pojawia się 600 mln lajków. Różne źródła szacują, iż 5–15% kont na Facebooku to konta fejkowe. Przy 2 mld użytkowników daje to całkiem pokaźną liczbę 100–300 mln kont. Oczywiście serwis deklaruje walkę z tego typu kontami, usuwanie ich i weryfikację tożsamości, gdy pojawi się podejrzenie, że konto jest fałszywe<sup>122</sup>.

W mediach społecznościowych drzemie ogromny potencjał, który doceniają zarówno sami użytkownicy, jak i marki. Nieustannie rośnie nie tylko liczba rejestracji na portale, ale i ich możliwości. Twórcy serwisów czerpią od siebie nawzajem inspiracje i starają udoskonalać je tak, by zaspokajały jak największą potrzebę. Niedługo służące do tylko do komunikacji platformy stanowią obecnie źródło informacji, pomagają budować świadomość marki i stwarzają przestrzeń dla reklamodawców<sup>123</sup>.

---

<sup>120</sup> M. Kuchta, *Ilu użytkowników na świecie korzysta z mediów społecznościowych?*, <https://socialpress.pl/2017/02/ilu-uzytownikow-na-swiecie-korzysta-z-mediow-spoecznościowych/> (dostęp 11.02.2018).

<sup>121</sup> W październiku 2012 roku dyrektor generalny Facebooka Mark Zuckerberg poinformował, że na portalu został zarejestrowany miliardowy użytkownik.

<sup>122</sup> *2 mld użytkowników Facebooka!*, <https://rysujejsbuki.pl/rysunek/2-mld-uzytownikow-facebook/> (dostęp 15.03.2018).

<sup>123</sup> *Facebook z dwoma miliardami użytkowników miesięcznie*, <http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/ilu-uzytownikow-ma-facebook-dwa-miliardy> (dostęp 15.03.2018).

WhatsApp, Instagram i oczywiście Facebook z Messengerem to cztery największe na świecie serwisy/komunikatory na rynku social mediów. Sam Facebook dociera do ponad 2 mld osób miesięcznie, a ostatnio WhatsApp i Messenger również przekroczyły miliard. Tencent, chińska firma stojąca za aplikacjami WeChat i Qzone, może pochwalić się w sumie ponad 1,5 mld użytkowników, ale nadal nie zbliża się do globalnego zasięgu Facebooka. Pierwsza trójka (Facebook, WhatsApp, Messenger) oraz Instagram są niewątpliwie najatrakcyjniejszymi dla reklamodawców serwisami. Usługi Facebooka nie tylko mogą pochwalić się setkami milionów użytkowników, ale także mają możliwość targetowania reklam na określone grupy – na podstawie upodobań, antypatii i zachowań z przeszłości. Dlatego m.in. w ciągu ostatnich kilku lat wzrosła znacząco liczba reklam w social mediach<sup>124</sup>. W samych USA oczekuje się, że w tym roku dochody z mediów społecznościowych osiągną około 18 mld dolarów.

Liczba aktywnych użytkowników serwisów społecznościowych i komunikatorów (czerwiec 2018):

- Facebook: 2,196 mld;
- WhatsApp: 1,5 mld;
- Messenger: 1,3 mld;
- Instagram: 1 mld.;
- WeChat: 938 mln;
- Qzone: 632 mln;
- Weibo: 340 mln;
- Twitter: 336 mln;
- Pinterest: 200 mln;
- Snapchat: 191 mln;
- VKontakte: 95 mln<sup>125</sup>.

---

<sup>124</sup> *Итоги глобального исследования социальных сетей*, <http://csef.ru/ru/nauka-i-obshchestvo/445/itogi-globalnogo-issledovaniya-soczialnyh-setej-7717> (dostęp 17.04.2018).

<sup>125</sup> Ł. Majchrzyk, *Liczba użytkowników sieci społecznościowych w lipcu 2017 r.*, <https://mobarank.pl/2017/07/28/liczba-uzytownikow-sieci-spolecznosciowych-lipcu-2017-r/> (dostęp 17.04.2018).

Sieci społecznościowe pozwalają śledzić, co ludzie piszą i jakie tematy omawiają. Dodając zaś polityków czy osoby publiczne do znajomych lub wpisując się na ich kontaktach, można szybko i łatwo znaleźć najnowsze wiadomości i je skomentować.

Blogosfera (ogół wszystkich blogów internetowych) stała się potężnym konkurentem tradycyjnych mediów, a tym samym dźwignią wpływu na opinię publiczną. Monitorowanie sieci społecznościowych pozwala komunikatorom kierować dyskusje blogerów we właściwym kierunku i mobilizować grupy do określonego działania. Przewaga blogów nad tradycyjnymi mediami jest niezaprzeczalna. Ze względu na wysoką konkurencyjność blogów w ich otoczeniu, „dobór naturalny” przebiega znacznie szybciej niż wśród tradycyjnych mediów. W warunkach wysokiej konkurencji blogerzy pracują znacznie szybciej niż tradycyjni dziennikarze, ponieważ w przeciwieństwie do tradycyjnych mediów nie zwracają uwagi na umiejętności, prawidłową budowę zdań, projekt techniczny tekstu. Ponadto na blogach znajduje się wiele linków do zewnętrznych stron internetowych i blogów, które pomagają użytkownikom znaleźć informacje i szybko reagować na wydarzenia. Blogosfera jest też aktywnie wykorzystywana w wojnach sieciowych.

Dzisiaj społeczność internetowa szybko się upolitycznia; podważane jest zaufanie społeczeństwa do tradycyjnych instytucji politycznych. Upolitycznienie nowoczesnych sieci przyczynia się do archaizacji i radykalizacji stosunków społecznych, nie wzmacnia legitymizacji reżimów politycznych, demokracji i konstruktywnego dialogu społeczeństwa z władzą. W grupach społecznościowych zachodzą mechanizmy powstawania nowych tożsamości politycznych. Prości ludzie, którzy nie ufają tradycyjnym instytucjom politycznym, takim jak partie i parlament, stopniowo wchodzą do rzeczywistości wirtualnej. Tam tworzą się nowe polityczne subkultury i sieciowe polityczne tożsamości. Badania wykazują, że najbardziej upolitycznionymi sieciami społecznościowymi stały się Facebook i Twitter<sup>126</sup>.

---

<sup>126</sup> Ibidem; A. Gruszka, *Chatboty, Social media, Messenger Marketing – statystyki, które powinieneś znać w 2018 roku*, <https://kodabots.com/blog/chatbot-statystyki/> (dostęp 18.09.2018); Ł. Majchrzyk, *Liczba użytkowników popularnych serwisów społecznościowych (czerwiec 2018)*, <https://mobirank.pl/2018/06/24/liczba-uzytko->



Obecnie tendencja wykorzystywania sieci społecznościowych do negatywnego oddziaływania informacyjnego i psychologicznego na wybranych odbiorców stała się rzeczywistością. Kierunki są bardzo zróżnicowane: od wewnętrznej walki politycznej i nowych technologii wyborczych po destabilizację sytuacji społeczno-politycznej w kraju lub wsparcie informacyjne dla zbrojnej konfrontacji. Eksperci mają powody twierdzić, że około 8–15% kont na Twitterze i 5–11% kont na Facebooku to zwykle boty<sup>127</sup>. Trzeba podkreślić, że naukowcy z Uniwersytetu w Cardiff wykazali zdolność serwisu do przewidywania masowych akcji i innych wydarzeń szybciej niż policja – nawet o godzinę. Komputer może analizować plotki na Twitterze i określać, gdzie prawdopodobieństwo powstania zamieszek jest największe. Wie również, jak zgłaszać w czasie rzeczywistym gromadzenie się dużych skupisk ludzi. Jeden z autorów badania Pete Burnap, uważa, że technologia monitorowania Twittera może pomóc w radzeniu sobie z przyszłymi zagrożeniami, gdy sieci społecznościowe stają się punktem wyjścia do zgłaszania codziennych zdarzeń, w tym niepokojów społecznych i działalności przestępczej<sup>128</sup>.

Rosyjskie odpowiedniki powyższych osiągnięć (system monitorowania sieci społecznościowych i sieci komórkowych i innych systemów oprogramowania i sprzętu) obecnie są często stosowane w Rosji do śledzenia i zatrzymywania masowych protestów<sup>129</sup>. Należy też zwrócić uwagę na tendencję

---

wnikow-popularnych-serwisow-spolesznosciowych-czerwiec-2018/ (dostęp 18.09.2018); F. Richter, *Facebook (Still) Dominates Social Media*, <https://www.statista.com/chart/2183/facebook-mobile-users/> (dostęp 18.09.2018).

<sup>127</sup> Т. Попова, *Соціальні мережі, кібератаки та гібридні війни*, <https://www.radio-svoboda.org/a/28598299.html> (dostęp 15.03.2018).

<sup>128</sup> *Twitter позволяет спрогнозировать преступление на час раньше полиции*, <http://internetua.com/Twitter-pozvolyaet-sprognozirovat-prestuplenie-na-csas-ranshe-policii> (dostęp 19.04.2018)

<sup>129</sup> *Sieć pod kontrolą: jak Rosja chce zbudować własny internet*, <http://www.komputerswiat.pl/opinie/internet-i-oprogramowanie/2017/11/siec-pod-kontrola-jak-rosja-chce-zbudowac-wlasny-internet.aspx>; P. Marzec, *Totalna kontrola internetu w Rosji*, <http://www.rmfm24.pl/fakty/swiat/news-totalna-kontrola-internetu-w-rosji,nId,1046558>; *Rosja ogranicza dostęp do internetu*, <https://kresy24.pl/rosja-ogranicza-dostep-do-internetu/>; *Putin kazał monitorować portale społecznościowe. Czego obawia się prezydent Rosji?*, <http://www.rmfm24.pl/fakty/swiat/>

wzrostową w zakresie zdolności sieci społecznościowych do gromadzenia i nadawania treści wideo w czasie rzeczywistym. Z jednej strony zwiększa to naszą wiedzę o wydarzeniach. Z drugiej – doprowadziło do pojawienia się nowego typu szpiegowania: szpiegowania w sieciach społecznościowych (*social media intelligence*, *SOCMINT*), używanych przez służby specjalne i różne struktury cywilne.

Obecna praktyka rosyjskiej wojny informacyjnej łączy w sobie szereg sprawdzonych narzędzi, wpływów z nowoczesną technologią i możliwościami. Niektóre narzędzia są rozpoznawalne jako aspekty kampanii wyrotowej z czasów zimnej wojny. Ale uznanie tego faktu przez zachodnie społeczeństwa i rządy państw demokratycznych przebiegało powoli. Wynika to z dwóch głównych czynników. Po pierwsze, nie ma zbiorowej pamięci instytucjonalnej wśród odbiorców – znaczna część społeczeństw zachodnich jest młoda i nie pamięta problemów związanych z ZSRR. Po drugie, Rosja zainwestowała znaczące koszty w rozwój propagandy i manipulacji internetowej. Te nowe inwestycje rosyjskie obejmowały trzy główne obszary:

- wewnętrzne i zewnętrzne media intensywnie działające *online*, z których Russia Today jest najbardziej znanym;
- używanie mediów społecznościowych i forum internetowych do umacniania rosyjskiej narracji i osiągnięcia szerokiego zasięgu;
- stosowanie różnych języków, by dotrzeć do odbiorców z różnych państw świata<sup>130</sup>.

Specjalne miejsce na liście środków wpływu informacyjnego strategicznego zajmują narzędzia stosowane przez nacjonalistyczne i ultraradykalne ruchy. Front National (Francja), UKIP (Wielka Brytania), BNP (Wielka Brytania), AfD (Niemcy), Jobbik (Węgry), Latvijas Krievu Savienība (Łotwa), Araka (Bułgaria), Forza Italia (Włochy) – to nie wszystkie organizacje z długiej

---

news-putin-kazal-monitorowac-portale-spolesznosciowe-czego-obawia,nId,2482185; *Rosja jest gotowa, by odłączyć się od internetu*, [http://www.wnp.pl/tech/rosja-jest-gotowa-by-odlaczyc-sie-od-internetu,318855\\_1\\_0\\_0.html](http://www.wnp.pl/tech/rosja-jest-gotowa-by-odlaczyc-sie-od-internetu,318855_1_0_0.html); A. Soldatov, I. Borogan, *Jak Putin próbował kontrolować internet*, <https://www.vice.com/pl/article/qb78e5/jak-putin-probowal-kontrolowac-internet> (dostęp 19.04.2018).

<sup>130</sup> K. Giles, *Russia's Hybrid Warfare: A Success in Propaganda*, „Arbeitspapier Sicherheitspolitik” 2015, no. 1, s. 1.

listy tych, które nawiązują relacje z Kremlem w celu realizowania swoich interesów. Wiele z nich ma przedstawicieli w parlamentach krajowych i europejskich. Kreml finansuje nie tylko ich działania i kampanie wyborcze, ale także należące do nich media (prasę, telewizję). Szacuje się, że Kreml wydaje na takie wsparcie nie mniej niż 200 mln dolarów rocznie<sup>131</sup>.

Również rosyjska władza powszechnie stosuje komputerowe programy i sieciowe narzędzia oddziaływania. Rosyjskie społecznościowe sieci „Koledzy” (Одноклассники), „VKontakcie” (ВКонтакте) i „Mój świat” (Мой Мир), różne serwisy (Mail.ru), organizacja trollingu i pozycje docelowe w sieciach społecznościowych, wspieranie projektów takich jak CyberBerkut (КиберБеркут) i projektów docelowych (Лаборатории Касперского) – ta lista nie wymienia wszystkich narzędzi, na które z budżetu rosyjskiego wydziela się około 30 mln dolarów rocznie<sup>132</sup>.

Kreml kształtuje też opinię publiczną. Do służących temu organizacji można zaliczyć Rosyjskie Centrum Badań Opinii Publicznej, agencję badawczą Eurazjatycki Monitor, Fundację „Opinia Publiczna”, ośrodek analityczny Levada Center i inne. Ekspertki szacują, że na zamawiane badania socjologiczne i utrzymanie kontrolowanych struktur Kreml może wydawać do 100 mln dolarów rocznie.

- Rosja w wojnie hybrydowej stosuje nowe narzędzia pracy w internecie, jak:
- wprowadzenie wszystkich rodzajów fałszywych informacji w internecie, aby zniszczyć reputację państw czy osób-celów;
  - stosowanie nauk społecznych i innych technik do manipulowania dyskursem i aktywnością w internecie dla pożądanego rezultatu.

Taktyki dyskredytacji to zamieszczanie zdjęć albo filmów na portalach społecznościowych<sup>133</sup>, pisanie blogów w imieniu ofiar, wysyłanie informacji do ich kolegów, sąsiadów, przyjaciół.

Rosja traktuje przestrzeń informacyjną jako sferę działań wojennych. Pojawienie się mediów społecznościowych jako nowoczesnej sfery komunikacji

---

<sup>131</sup> Ibidem.

<sup>132</sup> Ibidem.

<sup>133</sup> Прес-служба РНБО: Росія продовжує гібридну війну проти України та Європи, <http://www.rnbo.gov.ua/news/2365.html> (dostęp 30.03.2016).

daje nowe możliwości używania i rozwinięcia technik znanych z XX wieku. Wiek XXI wprowadza social media na arenę działań militarnych. Bój o ludzką wyobraźnię i umysły będzie nieodłącznym elementem działań wojennych. Jak podkreśla David Stupples<sup>134</sup>, wojna elektroniczna, cyberwojna i operacje psychologiczne w cyberprzestrzeni będą kluczowe dla wszystkich działań wojennych prowadzonych w przyszłości<sup>135</sup>. Zachodni przywódcy inwestują miliardy w tworzenie możliwości ataku, obrony i wykorzystywanie luk w sieciach łączności elektronicznej<sup>136</sup>.

Swobodny przepływ informacji wewnątrz i pomiędzy państwami narodowymi jest niezbędny w biznesie, stosunkach międzynarodowych i spójności społecznej. Operacje psychologiczne służą demoralizacji i osłabieniu samopoczucia obywateli wybranego państwa. Może to obejmować rozpowszechnianie fałszywych informacji, plotek i szerzenie strachu za pośrednictwem mediów społecznościowych i serwisów informacyjnych. Żyjemy w bardzo połączonym świecie, ale nie potrzeba wiele, aby przywrócić niestabilność, a nawet chaos. Wiele więzi oznacza, że dezinformacja i strach mogą również rozprzestrzeniać się gwałtownie, powodując panikę. Nawet przedstawiciele ISIS wykazali, że dobrze rozumieją manipulacje w stosowaniu mediów społecznościowych podczas prowadzenia wojny psychologicznej<sup>137</sup>.

Operacje psychologiczne (PSYOPS) są działalnością wojskową, która ma na celu zmianę percepcji, postaw i zachowań grup docelowych – zwykle zarówno przez emocjonalne odwołania, jak i racjonalne argumenty. Towarzyszy temu szum informacyjny, elementy zaskoczenia, poznawczy dysonans, symbole łatwo rozpoznawalne. Niektóre techniki służą przyciągnięciu publiczności do operacji psychologicznych. W PSYOPS wpływ na grupę docelową osiąga się często przez szerzenie różnych plotek i pogłosek.

---

<sup>134</sup> D. Stupples, *The Next War Will Be an Information War, and We're Not Ready for It*, <https://theconversation.com/the-next-war-will-be-an-information-war-and-were-not-ready-for-it-51218> (dostęp 18.04.2016).

<sup>135</sup> B. Perry, *Non-linear Warfare in Ukraine: The Critical Role of Information Operations and Special Operations*, „Small Wars Journal” 2015, no. 14, s. 5.

<sup>136</sup> D. Stupples, *The Next War Will Be an Information War, and We're Not Ready for It*, op. cit.

<sup>137</sup> Ibidem.

Nowoczesna technologia pozwala na niezmiernie łatwe korzystanie z materiałów cyfrowych do wyprodukowania sfałszowanych lub niejednoznacznych treści, mogących służyć oszustwu i manipulacji. Wiadomości tekstowe (posty, aktualizacje statusu, komentarze) można również pisać zgodnie z tymi samymi zasadami. Kreml bardzo często używa social mediów, gdyż w dużej mierze oparte są one na zaufaniu do sieci przyjaciół lub członków grupy o podobnych poglądach. Informacjom od bliskiej osoby lub grupy można łatwiej zaufać niż tym z oficjalnych mediów rządowych lub komunikatów. Tym zaufaniem można manipulować, aby osiągnąć konkretne efekty, zarządzać grupą ludzi połączonych pewnymi więziami społecznymi<sup>138</sup>.

Raport Centrum NATO ds. Komunikacji Strategicznej wskazuje sześć sposobów używania mediów społecznościowych do wsparcia operacji wojskowych.

- **Zarządzanie (*targeting*)** – precyzyjny dobór celu ataku na podstawie publikowanych zdjęć, geolokalizacji czy prowadzonych rozmów w mediach społecznościowych, jak również włamania się czy uszkodzenia kont społecznościowych. Na przykład Google Maps i telefonów komórkowych używano w Libii do lokalizowania pozycji reżimu. Informacje te trafiały do NATO i były wykorzystywane do przeprowadzenia regularnych ataków powietrznych<sup>139</sup>.
- **Gromadzenie danych (*intelligence collection*)** – pogłębione poszukiwanie i analiza danych z mediów społecznościowych, w tym profili użytkowników i dyskusji pod postami. Działania te mogą być realizowane jawnie lub niejawnie. Najczęściej opierają się o dane behawioralne, geolokalizację oraz analizę nastrojów. Wymienione metody składają się na analizę grupy docelowej (*target audience analysis* – TAA), wsparcie działań z zakresu wojny psychologicznej oraz zmapowanie celów do działań *online* i *offline*. Analizy pomagają zrozumieć lepiej grupę docelową bez przebywania na terenie prowadzonej

---

<sup>138</sup> E. Lange-Ionatamishvili, S. Svetoka, *Strategic Communications and Social Media in the Russia Ukraine Conflict*, [w:] *Cyber War in Perspective: Russian Aggression Against Ukraine*, ed. K. Geers, NATO CCD COE Publications, Tallinn 2015, s. 105.

<sup>139</sup> *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Riga 2016, s. 13.

operacji. Stale badane media społecznościowe mogą być użytecznym źródłem świadomości sytuacyjnej, a nawet pozwolić przewidzieć kryzys. *Social media* mogą być używane nie tylko do zbierania danych i analizy, ale także jako narzędzie w wojnie informacyjnej, np. wspólny projekt prowadzony przez Atlantic Council i Bellingcat pozwalał śledzić i przedstawić dowody obecności wojsk rosyjskich na terytorium ukraińskim dzięki zbieraniu informacji z profili społecznościowych wykorzystywanych przez żołnierzy rosyjskich, Google Maps, zdjęcia w mediach. Takie podejście sprawia, że można przeciwdziałać dezinformacji i oferować cenne wsparcie komunikacji strategicznej<sup>140</sup>.

- **Działania w cyberprzestrzeni (*cyber operations*)** – przejmowanie kont w mediach społecznościowych w celu zmiany haseł, zawartości profilu czy wyłączenia z działania np. strony internetowej. Akcje te mogą mieć charakter defensywny lub ofensywny. Obejmują ataki na strony internetowe za pośrednictwem odmowy usługi (*distributed denial of service* – DDoS). W jej wyniku mogą zostać przechwycone hasła i inne dane do logowania, treści e-maili, zapisy czatów i dane z profili w mediach społecznościowych. Środki te mają na celu czasową dezintegrację komunikacji, koordynacji działań, ograniczenia dostępu lub rozpowszechniania informacji atakowanego podmiotu. Przykładem tej taktyki może być akcja z 2015 roku, kiedy miał miejsce atak na Twittera Centralnego Dowództwa Armii USA. Ktoś ukrywający się pod pseudonimem CyberCaliphate wysłał z tego konta wiadomość grożącą amerykańskim żołnierzom<sup>141</sup>.
- **Panowanie i kontrola (*command and control*)** – media społecznościowe służą do komunikacji wewnętrznej, wymiany informacji, koordynacji i synchronizacji działań. Użycie ich do dowodzenia i kontroli jest ważne zwłaszcza dla podmiotów niepaństwowych, takich jak organizacje terrorystyczne czy bojówki niepodległościowe, zwłaszcza gdy nie posiadają formalnej struktury lub są rozproszone na dużych obszarach. Media społecznościowe mogą zapewnić środki komunikacji

---

<sup>140</sup> Ibidem, s. 13–14.

<sup>141</sup> Ibidem, s. 14–15.

i koordynacji działań. Takie skupienie dowodzenia w mediach społecznościowych stanowi utrudnienie dla działań wywiadów – nie można bowiem wskazać głównych ośrodków dowodzenia, a co za tym idzie miejsc do ataku. Media społecznościowe są również narzędziem taktyki zarozjenia (*swarming*), polegającej na dystrybucji informacji o mobilizacji i koordynacji sił w konkretnym celu, zanim zdążą zareagować władze państwowe<sup>142</sup>. Taktyka ta do dnia dzisiejszego jest wykorzystywana przez Kreml do angażowania i przyłączenia bojowników do walki na terytorium Ukrainy, jak również *russkogo mira* do walki z każdym przejawem demokracji i pragnieniem bycia niezależnym od Kremla.

- **Defensywa (*defence*)** – ochrona kont, profili czy serwisów internetowych na poziomie technicznym lub systemowym. Polega ona na specjalnym szyfrowaniu danych powiązanych z kontami w mediach społecznościowych. Mimo tych zabezpieczeń terrorystom udaje się przechwycić całe platformy społecznościowe, które wcześniej uchodziły za stuprocentowo bezpieczne.
- **Informowanie i wpływanie, psychologiczne działania wojenne (*inform and influence, psychological warfare*)** – rozpowszechnianie informacji mających wpływać na emocje, system wartości, percepcję rzeczywistości wybranej grupy docelowej. *Social media* służą do manipulowania faktami korzystnymi dla atakującego, wywierania określonego wpływu i kształtowania pożądanej opinii na dany temat. Można to robić mniej lub bardziej jawnymi metodami – przykładowo, kreując liderów opinii, tworząc fanpage<sup>143</sup> czy całe strony internetowe forsujące dany przekaz. Mniej jawnie działają internetowe trolle czy boty – zwłaszcza na Facebooku trudno wskazać, czy dane konto prowadzone jest przez trolla czy nie.

---

<sup>142</sup> Ibidem, s. 15–16.

<sup>143</sup> Fanpage – strona na najpopularniejszym portalu społecznościowym Facebook, promująca jakąś firmę, markę, wydarzenie, celebrytę czy polityka. Dzięki temu, że jest zintegrowana z Facebookiem, można ją łatwo odnaleźć, prowadzić i ulepszać. To popularna reklama, ponieważ może ją zobaczyć każdy, kto korzysta z Facebooka (według najnowszych badań w Polsce loguje się do niego prawie 11 mln osób).

Cyberprzestrzeń odgrywa coraz ważniejszą rolę w strategicznej komunikacji (StratCom) ze względu na nasze uzależnienie od nowoczesnych technologii, sieci komputerowych i internetu, które rośnie z dnia na dzień. Używamy go do odbierania i przekazywania informacji, koordynowania naszych działań, analizowania otoczenia wokół siebie, wykrywania i oceny potencjalnego zagrożenia. Cyberprzestrzeń jest często wykorzystywana w konfliktach. Konflikt w Ukrainie pokazał jednak, że cyberprzestrzeń może również mieć znaczenie w prowadzeniu operacji, których głównymi celami nie są maszyny lub sieci, ale umysły ludzi. W internecie i mediach społecznościowych, ze względu na ich zdolność do namnażania informacji szybko i niewielkim kosztem, propaganda rosyjska coraz częściej ucieka się do prowadzenia wojny informacyjnej oraz wywierania wpływu, który może namacalnie zmienić percepcję. Trudno śledzić początkowe źródło informacji, sprawdzać jego autentyczność, oddzielić fakty od fikcji. Wraz ze wzrostem popularności platform społecznościowych rozszerzają się koncepcje społecznych cyberataków. Pozwala to na niskie koszty, szybki sposób manipulowania społeczeństwem w celu spowodowania pożądanego zachowania w prawdziwym życiu. Cyberataki na media społecznościowe obserwowane podczas konfliktu rosyjsko-ukraińskiego doprowadziły do założenia, że większość z nich była realizowana w sposób zorganizowany jako część większej strategii wpływu<sup>144</sup>.

Nie ma wątpliwości, że działalność komentujących jest organizowana, nie przypadkowa, lecz kontrolowana przez Kreml. W związku z tym to pewne, że mamy obecnie do czynienia z wojną w internecie<sup>145</sup>. Trudno jednak określić jednoznacznie stopień oddziaływania społeczno-medialnego i jego skuteczność.

Z wielkich możliwości internetu szeroko korzystają różne organizacje ekstremistyczne i terrorystyczne w celu promowania rasowej, religijnej i innych form nietolerancji. Rozwój nowych technologii informacyjnych ze względu

---

<sup>144</sup> E. Lange-Ionatamishvili, S. Svetoka, *Strategic Communications and Social Media in the Russia Ukraine Conflict*, op. cit., s. 104.

<sup>145</sup> R. Szwed, *Framing of the Ukraine–Russia Conflict in Online and Social Media*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Riga 2016, s. 69.



na łatwość dostępu, stosunkowo niski koszt i inne właściwości otworzył nowe granice przed terroryzmem i doprowadził do powstania nowej, nie mniej groźnej jego odmiany – cyberterroryzmu. Wszystkim terrorystom globalna sieć oferuje dostęp do ogromnej liczby odbiorców. W przeszłości grupy terrorystyczne musiały budować tradycyjne media, które można było łatwiej zneutralizować, teraz zaś każdy, kto korzysta z internetu, może uzyskać najnowsze informacje o działaniach różnych organizacji terrorystycznych.

Obecnie w internecie działa wiele stron, które promują ksenofobię i ekstremizm<sup>146</sup>. Można podzielić je na cztery główne grupy:

- strony, które bezpośrednio rozpowszechniają idee ekstremizmu, separatyzmu i terroryzmu – to szczególnie przez nie międzynarodowe organizacje terrorystyczne praktycznie bez zakłóceń prowadzą propagandę radykalnego islamu, propagują ideę dżihadu i walki z „niewiernymi”;
- zasoby informacyjne, które zapewniają informacyjne i finansowe wsparcie przedstawicielom międzynarodowych organizacji terrorystycznych – witryny te wzywają do popełnienia aktów terroryzmu, promują separatyzm, nietolerancję religijną i wrogość między grupami etnicznymi;
- strony, które napędzają ksenofobię i rasizm – w szczególności zasoby internetowe o charakterze antysemitycznym;
- internetowe zasoby referencyjne, które nie wzywają bezpośrednio do bezprawnych działań – takie strony mogą znajdować się niemal wszędzie, ponieważ zawierają informacje stanowiące punkt odniesienia, większość z nich to liczne, krótkotrwałe i często zmieniające się nazwy domen.

Cele wykorzystania stron internetowych przez terrorystów są rozmaite:

- zapewnienie sobie dostępu do mediów i promowanie działań terrorystycznych;
- tworzenie miejsc ze szczegółowymi informacjami na temat ruchów terrorystycznych, ich celów i zadań, publikacja danych o czasie

---

<sup>146</sup> *Działalność Europejskiego Centrum Monitorowania Rasizmu i Ksenofobii w 2006 r.*, Urząd Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich, Luksemburg 2008.

- i spotkaniach ludzi zainteresowanych wspieraniem terrorystów, uzgodnienie form protestu itd.;
- wykorzystanie internetu do powiadomienia masowego odbiorcy o zbliżających się i już zaplanowanych działaniach na stronach internetowych lub pocztą elektroniczną, nadanie rozgłosu popełnionym aktom terrorystycznym;
  - utworzenie „światowej pajęczyny”, która może dokonywać aktów psychologicznego terroryzmu: siać panikę, wprowadzać w błąd, doprowadzić do zniszczenia emocjonalnych i behawioralnych postaw jednostki.

Trzeba również zwrócić uwagę na działalność ISIS, które w latach 2013–2017 – swojej największej sławy – znaczącą uwagę zwracało na sieci społecznościowe i komunikację masową, przyznając im wyjątkową wartość w rozpowszechnianiu swoich politycznych postulatów i ideologii dżihadu. Koncepcja elektronicznego dżihadu stała się kluczowa jeszcze w Al-Kaidzie w Iraku (AQI). Na czele Ministerstwa (Rady) ds. Mediów i Komunikacji stał Abu Maysara al-Iraqi<sup>147</sup>, który był oficjalnym rzecznikiem ISIS w internecie i na forach dyskusyjnych. Zebrał wokół siebie młodych dżihadystów i stworzył portal międzynarodowej sieci informacyjnej<sup>148</sup>.

ISIS uważało, że walka o serca i umysły jest szczególnie ważna i inwestowało w nią olbrzymie zasoby, w tym w wykwalifikowaną siłę roboczą. ISIS nadal posiada skuteczną maszynię propagandową, która wytwarza imponujące ilości materiałów medialnych. Sterują nią kompetentni specjaliści z Iraku i Syrii, a także przedstawiciele mediów z innych krajów arabsko-muzułmańskich i Zachodu. Wybitną postacią był rzecznik ISIS, Syryjczyk Abu Muhammad al-Adnani. Internet, zwłaszcza sieci społecznościowe, są głównym narzędziem ISIS służącym do rozpowszechniania ideologii i programu politycznego. Jest również używany do rekrutowania zagranicznych bojowników i pozyskiwania funduszy.

---

<sup>147</sup> A. Maysara al-Iraqi, *The English Translation of the Biographies of the Prominent Martyrs*, <https://azelin.files.wordpress.com/2011/08/biographies-of-the-prominent-martyrs-issue-46-e28094-abc5ab-maysarah-al-e28098irc481qc4ab.pdf> (dostęp 22.05.2017).

<sup>148</sup> P. Chalk, *Encyclopedia of Terrorism*, vol. 1, ABC-CLIO, Santa Barbara 2013, s. 327.

Osiągnięciem militarnym ISIS, w tym atakowi w Iraku w czerwcu 2014 roku i utworzeniu islamskiego kalifatu, towarzyszyła skuteczna kampania propagandowa, która przekształciła ISIS w międzynarodową markę. Używa się w niej narzędzi wojny psychologicznej, aby przerazić rywali, wrogów i światową opinię publiczną (np. przez ścięcie głowy więźniom z Zachodu)<sup>149</sup>.

Jednocześnie ISIS dokładnie kontroluje informacje o tym, jak odbywa się informowanie społeczności. Podtrzymuje ściśle kontakty z zagranicznymi korespondentami i dziennikarzami, którzy nadzorują wizytacje przedstawicieli prasy zachodniej i arabskiej na terytoriach znajdujących się pod kontrolą ISIS. Zgodnie z raportem ONZ z 14 listopada 2014 niezależna międzynarodowa komisja śledcza ds. Syryjskiej Republiki Arabskiej opublikowała wyniki badania pt. *Reguła terroru: mieszkający pod nadzorem ISIS w Syrii*, w których podkreśla, że ISIS stara się kontrolować przepływ informacji w kontrolowanych przez siebie obszarach. Już w czerwcu 2013 roku ISIS zaczęło uprowadzać i torturować syryjskich dziennikarzy w okręgach Aleppo i Ar-Rakka. Byli więźniowie stwierdzili, że najbrutalniej w ośrodkach aresztowania ISIS potraktowano osoby podejrzane o udział w innych grupach zbrojnych, lokalnych pracowników mediów i strażników współpracujących z międzynarodowymi dziennikarzami. Jeden z dziennikarzy, uprowadzony w czerwcu 2013 roku, został pobity w areszcie w ISIS w Jarablus (Aleppo) i oskarżony o bycie szpiegiem. Inny syryjski dziennikarz, przetrzymywany w styczniu 2014 roku w areszcie w Ar-Rakka, został pobity, a po zwolnieniu grozili mu śmiercią, jeśli sfotografował lub filmował jakąkolwiek działalność uzbrojonej grupy. ISIS filmuje egzekucje, próbując wpłynąć na politykę międzynarodową i wstrzymać takim sposobem ataki powietrzne koalicji na ich pozycje. Dziennikarze i inni działacze pragnący udokumentować naruszenia i nadużycia terrorystów ISIS byli porywani, przetrzymywani, torturowani i zabijani<sup>150</sup>.

W walce o serca i umysły ISIS odniosło wielki sukces w stosunkowo krótkim czasie. Organizacja, która w różnych postaciach w ciągu kilku lat nie zyskała na znaczeniu, prawie w kilka dni wkroczyła na scenę

---

<sup>149</sup> *ISIS's Propaganda Machine*, <http://www.crethiplethi.com/isis-s-propaganda-machine/islamic-countries/syria-islamic-countries/2015/> (dostęp 22.05.2017).

<sup>150</sup> *Ibidem*.

polityczno-medialną i przekształciła się w popularną markę, zamieszczając filmiki ze ścinaniem głów dziennikarzy z Zachodu na YouTube. Kampania przeciwko ISIS ogłoszona przez USA (przy poparciu opinii publicznej, która była wstrząśnięta i przerażona jego okrucieństwem) wprowadziła ISIS do czołówki globalnych organizacji dżihadu i zwiększyła jego atrakcyjność dla wielu wspólnot muzułmańskich na całym świecie<sup>151</sup>.

Dział mediów ISIS przeszedł znaczne postępy, rozwija się forma i treść komunikatów; cieszy się on też rozległym wsparciem i poparciem. Instytucja mediów jest najstarszym i najbardziej wpływowa w ISIS. Co roku tworzy się nowe placówki medialne islamskiej propagandy i rozpowszechniania przesłania przywódców, ideologii i misji ISIS, a także różnorodnych „osiągnięć” organizacji. Najważniejsze są przy tym Instytut Produkcji Medialnej Al-Furqan, Fundacja Al-Itisam Media<sup>152</sup>, Alhayat Media Center i Fundacja Ajnad Media<sup>153</sup>.

W kwietniu 2016 roku oficjalny kanał propagandowy ISIS na portalach społecznościowych rozpowszechnił dokument zatytułowany *Media Operative, You Are a Mujahid, Too*, który specjaliści określili jako strategię dżihadystycznego działania<sup>154</sup>. Podstawowym celem *Media Operative* było stworzenie marki ISIS, strategii propagandowej w skali globalnej i przyciągnięcie potencjalnych przyszłych zwolenników ISIS. Autorzy cytują saudyjskiego duchownego Hamouda al-Aqla al-Shuebiego, który argumentował:

Media oferują świetny sposób rozpowszechniania wiadomości o muzułmańskich zwycięstwach nad wrogiem, wspierającie mudżahedinów, okażcie

---

<sup>151</sup> Ibidem.

<sup>152</sup> *Al-Itisam Media Foundation*, <https://khilafatimes.wordpress.com/i3tisam/> (dostęp 19.05.2017); *Itisaam Media Foundation*, [https://ent.siteintelgroup.com/index.php?option=com\\_customproperties&view=search&task=tag&tagid=607&itemid=820](https://ent.siteintelgroup.com/index.php?option=com_customproperties&view=search&task=tag&tagid=607&itemid=820) (dostęp 19.05.2017); *Al-Itisām Media*, <http://jihadology.net/category/al-iti%e1%b9%a3am-media/> (dostęp 19.05.2017).

<sup>153</sup> *ISIS: Portrait of a Jihadi Terrorist Organization*, s. 203, [http://www.crethiplethi.com/files/cp\\_0115.pdf](http://www.crethiplethi.com/files/cp_0115.pdf) (dostęp 16.05.2017).

<sup>154</sup> C. Winter, *Media Jihad: The Islamic State's Doctrine for Information Warfare*, ICSR King's College London, London 2017, s. 8.

odwagę i wychwalajcie ich zalety... toczymy bitwę i ponad połowę tej bitwy odbywa się na polu bitwy mediów<sup>155</sup>.

Instytut Produkcji Mediów Al-Furqan jest najstarszą jednostką mediów ISIS, zajmującą się szerzeniem propagandy, a zwłaszcza filmów wideo. Powstał w 2006 roku wraz z islamskim państwem w Iraku (ISI). W tym czasie służył ISI, dziś służy ISIS. Jest oficjalnym biurem medialnym ISIS i otrzymuje materiały od przywództwa organizacji. Wideo, na którym Abu Bakr al-Baghdadi występuje w meczecie w Mosulu, zostało pierwotnie przesłane na YouTube'a przez Al-Furqan Media<sup>156</sup>.

Fundacja Al-Ītisam Media (*al-ī'tisam* oznacza prośbę o ochronę, w tym przypadku do Boga) to instytucja produkcyjna, która w ciągu ostatnich trzech lat sporządziła i rozpowszechniła serię profesjonalnych propagandowych filmów wysokiej jakości dla ISIS. W Al-Ītisam zachodzą znaczące zmiany struktury, zasobów, gwałtownej taktyki i przerażających strategii bojowych<sup>157</sup>.

Alhayat Media Center jest stosunkowo nowe i dotyczy głównie odbiorców zachodnich. Produkuje i rozpowszechnia wiele materiałów propagandowych, w tym filmy wideo. Jednym z jego celów jest pozyskiwanie nowych członków organizacji w świecie zachodnim dzięki rozpowszechnianiu różnorodnych materiałów w kilku językach, w tym nowych filmów i napisów do istniejących filmów wideo, a także artykułów, raportów i przetłumaczonych materiałów dżihadystów<sup>158</sup>.

Magazyn „Islamskie Wiadomości Państwowe” (ISN) jest również internetowym magazynem skierowanym do widzów spoza Syrii i Iraku. Publikuje opinie przywódców ISIS, zawiera także uaktualnione raporty w języku angielskim i innych językach dotyczące działalności organizacji oraz artykuły na temat wydarzeń i struktury organizacyjnej<sup>159</sup>.

---

<sup>155</sup> Ibidem, s. 11.

<sup>156</sup> *ISIS: Portrait of a Jihadi Terrorist Organization*, op. cit.

<sup>157</sup> H. Abu Hanieh, M. Abu Rumman, *The „Islamic State” Organization. The Sunni Crisis and the Struggle of Global Jihadism*, Friedrich-Ebert-Stiftung Jordan & Iraq FES, Amman 2015, s. 275.

<sup>158</sup> *ISIS: Portrait of a Jihadi Terrorist Organization*, op. cit.

<sup>159</sup> Ibidem.

Islamski portal informacyjny obejmuje forum i strony internetowe, które ISIS uruchomiło po arabsku, o nazwie Al-Minbar Al-‘Ilami Al-Jihadi. Na portalu tym publikowane są ogłoszenia, filmy, zdjęcia oraz informacje o ISIS. ISIS posiada witrynę na materiały wizualne z miejscem lustrzanym. Publikuje filmy związane ze swoją ideologią, założycielami (Abu Musab al-Zarqawi, Abu Ommar al-Baghdadi, Abu Hamza al-Muhajir) i obecnym liderem Abu Bakrem al-Baghdadim. Posiada również filmy upamiętniające oficerów ISIS, którzy zostali zabici, i różnego rodzaju propagandę<sup>160</sup>.

Spółeczność zachodnia i muzułmańska na Zachodzie jest ważnym odbiorcą docelowym, w związku z czym ISIS dużo uwagi poświęca korzystaniu z internetu, zwłaszcza komentarzom w sieciach społecznościowych. Najważniejsze dla ISIS są kraje zachodnie i ich wspólnoty muzułmańskie. Intensywna propaganda ma na celu powstrzymanie Zachodu przed atakiem ISIS; demonstrację siły organizacji; zastraszenie zachodniej opinii publicznej; rozprzestrzenianie dżihadu ISIS i ideologii w muzułmańskich społecznościach na Zachodzie i zachęcanie bojowników w zachodnich muzułmańskich społecznościach, aby wstępowali w szeregi ISIS. Działania obejmują publikowanie ogłoszeń, filmów, wiadomości audio i zdjęć. Do tej pory ta strategia odniosła wielki sukces i została uznana za jedną z najmniejbezpieczniejszych działań ISIS w internecie<sup>161</sup>.

Sieci społecznościowe, zwłaszcza Facebook i Twitter, odgrywają ważną rolę w działalności propagandowej ISIS na Zachodzie. ISIS wykorzystywało militarne sukcesy, takie jak zwycięstwa w północnym Iraku, egzekucje rzywali i porwanych osób z Zachodu, aby go przestraszyć i zniechęcić, a także rekrutować zagranicznych bojowników. Demonizowano ISIS w zachodniej opinii publicznej, co odegrało ważną rolę w ustanawianiu etapu kampanii przeciwko ISIS zainicjowanej przez USA i ich sojuszników. W wyniku upowszechnienia przemocy i okrucieństwa ISIS jego konta na Facebooku i Twitterze zostały zamknięte. To zmusiło ISIS do poszukiwania nowych sposobów upowszechniania propagandy. Okazało się, że nadzór nad treścią

---

<sup>160</sup> Ibidem.

<sup>161</sup> Ibidem.

mniej popularnych sieci społecznościowych, takich jak VK (VKontakte) i Diaspora<sup>162</sup>, które konkurują z Facebookiem, jest mniej surowy<sup>163</sup>.

Osiągnięcia wojskowe ISIS latem 2014 roku i ogłoszenie islamskiego kalifatu cieszyły się poparciem i solidarnością w arabsko-muzułmańskim świecie oraz w mużułmańskich społecznościach na Zachodzie. 19 czerwca 2014 roku ISIS rozpoczął kampanię o nazwie „Milion mużułmanów popiera islamskie państwo”, w której wezwał swoich zwolenników na całym świecie, aby wykazali się solidarnością, korzystając z kont Twittera, i zamieścili zdjęcia poparcia ISIS<sup>164</sup>.

Oprócz wielu agencji medialnych połączonych z prowincjami i regionami pod kontrolą ISIS, np. Al-Barakah, i agencji prasowych, jak Al-Khair, rada publikuje szereg arabskich i angielskojęzycznych czasopism i biuletynów, takich jak „Dabiq” (później – „Rumiyah”) i „Al-Shamikhah”, utworzyła lokalne stacje radiowe, takie jak Al-Bayan w irackim mieście Mosul i w syryjskim mieście Al-Rakka. Organizacja prowadzi również działalność medialną przez internet: blogi, przede wszystkim w języku rosyjskim i angielskim. Media i dział komunikacji tłumaczy produkcje medialne na różne języki, w tym angielski, francuski, niemiecki, hiszpański i urdu. Organizacja kontroluje dużo stron internetowych i forów, które oferują ogromną kolekcję literatury związanej z jej ideologią, dyskursem, metodami rekrutacji, pozyskiwania funduszy, szkolenia, tajne taktyki walki

---

<sup>162</sup> Diaspora (wcześniej DIASPORA) – zdecentralizowany portal społecznościowy stworzony na zasadzie nonprofit z myślą o zabezpieczeniu prywatności użytkowników, oparty na wolnym rozwiązaniu o tej samej nazwie, uruchomiony w 2010 roku, unikatowy w ochronie użytkownika. Diaspora w założeniu składa się z rozproszonej struktury niezależnych serwerów węzłowych, współdziałających za pomocą sieci, których jest już ponad 100 na całym świecie (<https://podypti.me/>). Obecnie z Diaspory korzysta ponad milion użytkowników – *Diaspora – serwis społecznościowy, który chroni prywatność użytkownika*, <http://freeisofit.pl/2016/03/diaspora-serwis-spolecznościowy-ktory-chroni-prywatność-użytkownika/> (dostęp 10.05.2017). Portal społecznościowy nie jest w posiadaniu żadnej osoby fizycznej ani prawnej, co zapobiega przejściu przez korporacje oraz reklamodawców.

<sup>163</sup> *ISIS: Portrait of a Jihadi Terrorist Organization*, op. cit.

<sup>164</sup> *Ibidem*.

i wszystko, czego potrzebują dżihadysty w wojnie partyzanckiej i wojnie o przeżycie<sup>165</sup>.

Po tym, jak państwo muzułmańskie przejęło kontrolę nad Mosulem w czerwcu 2014 roku, ISIS wydało serię przerażających filmów, zwłaszcza przedstawiających brutalne ścięcia głów. W pierwszym filmie, zatytułowanym *Wiadomość do Ameryki*, widać członka ISIS zabijającego amerykańskiego zakładnika Jamesa Foleya. 2 września 2014 roku drugi film o tym samym tytule pokazał ścięcie innego amerykańskiego zakładnika – Stevena Sotloff’a. Obaj zakładnicy byli amerykańskimi dziennikarzami. 14 września 2014 roku pokazano trzeci film, *Wiadomość do sojuszników Ameryki*, w którym członkowie ISIS ścinają głowę brytyjskiemu zakładnikowi Davidowi Hainesowi, a następnie – 3 października 2014 roku – czwarty film, pokazujący zamordowanie drugiego brytyjskiego zakładnika – Alana Henninga. Zawierał on również groźby zabicia amerykańskiego zakładnika Petera Kassiga. Do najważniejszych produkcji ISIS, które były często oglądane na YouTube, należał też film z 29 czerwca 2014 roku zatytułowany *Kasral-Hudud* („Łamanie granic”)<sup>166</sup>.

Innymi ważnymi produkcjami są przede wszystkim wystąpienie Abu Bakra al-Baghdadiego w Wielkim Meczece w Mosulu, zamieszczone na YouTube 5 lipca 2014 roku, a także seria dokumentalnych filmów zatytułowana *Rasa’il min Ardh al-Malahim* („Wiadomości z pola walki”), pokazująca zwycięstwa i operacje ISIS. Istnieje ponadto seria filmów *Fa Sharriid Bihim min Khalfihim* („Wyprowadź ich i rozpraszaaj za ich plecami”), pokazująca m.in. bitwę 93. Brygady w syryjskiej prowincji Al-Rakka 23 sierpnia 2014 roku czy podbój lotniska Taba w Al-Rakka 4 września 2014 roku. Pierwszy film z kolejnej serii, *Alaa Minhaaj al-Nubuwwah* („Na ścieżce Proroka”), zamieszczono w internecie 28 lipca 2014 roku<sup>167</sup>. Oprócz tego do tej pory film zatytułowany *Laheeb al-Harb* („Płomienie wojny”) jest jednym z najgłośniejszych i najbardziej przerażających filmów ISIS. Pokazuje on wiele bitew

---

<sup>165</sup> H. Abu Hanieh, M. Abu Rumman, *The „Islamic State” Organization. The Sunni Crisis and the Struggle of Global Jihadism*, op. cit., s. 275.

<sup>166</sup> Ibidem, s. 276.

<sup>167</sup> Ibidem.



tej organizacji, a także służy jako wiadomość do krajów koalicji biorących udział w kampanii przeciw niej. Film został wyprodukowany przez ISIS po angielsku i zamieszczony na YouTube 17 września 2014 roku<sup>168</sup>.

Uważa się, że głównym redaktorem czasopisma internetowego był amerykański informatyk Sheikh Abu Sulayman ash Shami (Ahmad Abousamra)<sup>169</sup>, który po raz pierwszy znalazł się na liście najbardziej poszukiwanych przez FBI w 2013 roku<sup>170</sup>. Amerykańskie agencje antyterrorystyczne uważają, że Abousamra odgrywał wiodącą rolę w operacjach propagandowych ISIS w Syrii. Abu Sulayman pracował w okolicach Rakki, gdzie znajdowała się siedziba ISIS w Syrii. Był głównym redaktorem anglojęzycznego magazynu online „Dabiq”, którego pierwszy numer został opublikowany w lipcu 2014 roku. Ogłoszono w nim pojawienie się nowego „kalifatu”, co ISIS oznajmiło zaledwie kilka tygodni wcześniej. Artykuły Abousmara pisał pod pseudonimem Abu Maysarah ash-Shami. Po wydaniu „Dabiq” ISIS uruchomiło kilka magazynów online w innych językach, np. francuskim i tureckim. We wrześniu 2016 roku, kiedy grupa zaczęła tracić kontrolę nad „Dabiq”, zmieniła jego nazwę na „Rumiyah”, który od tamtej pory ukazywał się w wielu językach zachodnich<sup>171</sup>.

Na czele Rady ds. Mediów i Komunikacji przez dłuższy czas stał Amr al-Absi, lepiej znany jako Abu Atheer al-Absi lub tylko Abu al-Atheer czy Abu al-Athir – jeden z liderów najwyższej rangi i najważniejszych działaczy ISIS w promowaniu i tworzeniu kalifatu, skuteczny przywódca obszarów kontrolowanych przez ISIS w Syrii. Al-Absi był jednym z wieloletnich ekstremistów, którzy kształtowali i definiowali ISIS duchowo, i jednym z najważniejszych

---

<sup>168</sup> Ibidem, s. 277.

<sup>169</sup> Ahmad Abousamra, znany również jako Abu Sulayman Ash-Shami, urodził się we Francji w 1981 roku i wychował się w przedmieściu Bostona w stanie Massachusetts. Był dżihadystą i kluczowym członkiem ISIS. Pomógł rozpowszechnić filmy ISIS i stworzył anglojęzyczne czasopisma propagandowe „Dabiq” i „Rumiyah”. Abousamra podobno zginął w styczniu 2017 roku w pobliżu Rakka w Syrii.

<sup>170</sup> P. Cruickshank, *ISIS Lifts Veil on American at Heart of Its Propaganda Machine*, <http://edition.cnn.com/2017/04/06/middleeast/isis-american-propaganda-editor/index.html> (dostęp 22.05.2017).

<sup>171</sup> Ibidem.

wykonawców polityki medialnej ISIS, która pozwoliła na rekrutację dziesiątków tysięcy młodych ludzi z różnych części świata, różnych narodowości i krajów i przekonała ich, że ISIS jest legalnym i wyłącznym przedstawicielem dżihadu<sup>172</sup>.

Amru al-Absi był odpowiedzialny za media i kampanię ISIS w social mediach. Nadzorował kadrę głównie anonimowych blogerów, pisarzy i naukowców na Bliskim Wschodzie i w Afryce Północnej, aby utrzymać kampanię medialną ISIS w różnych mediach, w tym na Twitterze i YouTube<sup>173</sup>. Analitycy uznali strategię społeczno-medialną al-Absiego za częściowo skuteczną w rekrutacji zagranicznych bojowników ISIS i wiarygodnym przedstawianiu ISIS jako zmodernizowanej alternatywy wobec Al-Kaidy. Do czerwca 2014 roku ISIS przyciągnęło 12 tys. zagranicznych bojowników, a w listopadzie 2014 roku ich liczba wzrosła do 16 tys. Al-Absi również przekonywał bojowników czeczeńskich: Omara al-Shishaniego i jego partyzantów, do walki pod hasłem ISIS<sup>174</sup>.

Amr al-Absi, pierwszy człowiek al-Baghdadi w Syrii, został zabity w amerykańskim lotniczym nalocie w Al-Shadadi w północno-wschodniej Syrii 3 marca 2016 roku. Był on początkowo odpowiedzialny za przekształcanie ISIS z frakcji w państwo kalifatu, w którym każdy musi przysiąc lojalność wobec swojego kalifa<sup>175</sup>. Al-Absi założył grupę Katibat Usood al-Sunna (KUS) w Homs w lutym 2012 roku, która dość wyraźnie wykorzystywała symbol ze słowami „ISIS”, a jego brat Firas założył grupę o nazwie Majlis Shura Dawlat al-Islam (MSDI)<sup>176</sup>, co przyciągnęło uwagę mediów. Mówi

---

<sup>172</sup> E. Abdulhaq, *ISIS Leaks: More About Al-Absi, Former ISIS Mastermind*, *Archive and Biography*, <https://en.zamanalwsl.net/news/15295.html> (dostęp 22.05.2017).

<sup>173</sup> R. Barrett, *The Islamic State*, <http://soufangroup.com/wp-content/uploads/2014/10/TSG-The-Islamic-State-Nov14.pdf> (dostęp 20.05.2017).

<sup>174</sup> *Amru al-Absi Was a Member of ISIS's Ruling Shura Council, Reportedly in Charge of ISIS's Media Arm*, <https://www.counterextremism.com/extremists/amru-al-absi> (dostęp 5.06.2017).

<sup>175</sup> K. Orton, *How Syria's Assad Gave Rise to One of the Most Senior IS Leaders*, <http://www.middleeasteye.net/columns/how-syrias-assad-gave-rise-one-most-senior-leaders-412885798> (dostęp 19.06.2017).

<sup>176</sup> K. Orton, *Governing the Caliphate: Profiles of Islamic State Leaders*, The Henry Jackson Society, London 2016, s. 59.

się również, że Firas był pierwszym, który oficjalnie i publicznie podjął flagę ISIS w Syrii<sup>177</sup>. Po tym, jak jesienią 2012 roku Firas został zabity, KUS i MSDI zostały połączone pod przywództwem Atheera, zmieniając nazwę na Al-Majlis Shura Mujahideen (MSM). Latem i jesienią 2012 roku Firas i Atheer rozpoczęli falę porwań zagranicznych dziennikarzy, w tym brytyjskiego reportera Johna Cantiego, amerykańskich korespondentów Petera Theo Curtisa i Jamesa Foleya. Nazwano go więc szefem porywaczy z ISIS<sup>178</sup>. W połączeniu z filmami, na których pokazano zabijanie dziennikarzy, zwłaszcza Marie Colvin i Remiego Ochlika, kluczowe znaczenie miało zamknięcie w ISIS niezależnych źródeł informacji, tak aby pozostawić tylko źródła informacyjne reżimu Asada i ISIS, które jednocześnie próbowały nagłośnić ten sam komunikat, że są jedyną alternatywą<sup>179</sup>.

Podstawą technologiczną funkcjonowania sieci społecznościowych jest internet. Niedawne masowe ataki cybernetyczne na Ukrainę po raz kolejny przypomniały nam o cyberbezpieczeństwie. To była dobrze zaplanowana operacja, celem której było raczej osłabienie ukraińskiej infrastruktury cyfrowej, zarówno firm prywatnych, jak i publicznych. Wojna hybrydowa ma wymiary cybernetyczny i informacyjny, a na dzień dzisiejszy zyskały one szczególne znaczenie. Osobliwością sieci społecznościowych jest to, że przez nie negatywny wpływ informacyjny wywiera się często w ukryciu i ma on długotrwały charakter, aż do momentu jego wykrycia i uruchomienia środków zaradczych. To oczywiście, że sieci społecznościowe stają się coraz częściej areną konfrontacji.

Analiza ostatnich konfliktów w Gruzji, Ukrainie, i Syrii wykazała wzrost wykorzystania internetu w wojnach informacyjnych, przejście od tradycyjnych środków wpływu (ulotek, radia i telewizji), do mediów społecznościowych i innych narzędzi internetu w celu informacyjnego wpływu na

---

<sup>177</sup> E. Abdulhaq, *ISIS Leaks: More About Al-Absi, Former ISIS Mastermind, Archive and Biography*, op. cit.

<sup>178</sup> Security Council Al-Qaida Sanctions Committee Adds Names of Four Individuals and Two Entities to Its Sanctions List, <https://www.un.org/press/en/2015/sc12063.doc.htm> (dostęp 5.06.2017).

<sup>179</sup> E. Abdulhaq, *ISIS Leaks: More About Al-Absi, Former ISIS Mastermind, Archive and Biography*, op. cit.

uczestników konfliktu i światową opinię. W ten sposób przestrzeń internetowa stała się nową platformą informacyjno-psychologicznego wpływu, która ma wiele znaczących zalet w porównaniu z klasycznymi metodami oddziaływania. Środki informacyjno-psychologicznego wpływu przestrzeni internetowej pozwalają oddziaływać na myśli odbiorców na całym świecie.

Wojny informacyjne w internetowych sieciach społecznościowych zajmują wiodącą pozycję w systemie obecnych konfrontacji ekonomicznych, politycznych i wojskowych. Ten rodzaj broni informacyjnej jest w stanie zniszczyć lub przynajmniej zablokować systemy koordynacji, rozpowszechniania informacji i inne odpowiednie procesy zarządzania oraz zapobiegania pracy odpowiednich centrów kontroli. Zakres narzędzi jest dość szeroki – od cyberataków po organizowanie protestów, aktów terrorystycznych i zorganizowanego oporu zbrojnego. Operacje informacyjno-psychologiczne są obecnie integralną częścią systemów kontroli wojsk, procesów politycznych i gospodarczych. Dzięki aktywnej wirtualizacji ludzkości takie konflikty są przekazywane do internetu i stają się formą konfrontacji *online*. Wymaga to pracy systemowej w dwóch kierunkach. Pierwszym jest opracowanie i wdrożenie standardów i algorytmów prowadzenia wojen informacyjnych w sieci, które pozwolą szybko reagować na pewne wyzwania i w pewnych okolicznościach rekompensować brak doświadczenia i własnych narzędzi. Drugim – stworzenie systemu szkolenia odpowiednich specjalistów, poparte jasnymi ramami metodologicznymi i praktycznymi metodami szkoleniowymi. Znaczenie pracy w dwóch wyżej wymienionych kierunkach polega na tym, że wojny informacyjne, w odróżnieniu od handlowo-gospodarczych, politycznych i zbrojnych konfrontacji, nigdy się nie kończą, dlatego kwestia państwowego bezpieczeństwa informacyjnego w tym kontekście jest zawsze istotna.

## ROZDZIAŁ IV

# MANIPULOWANIE INFORMACJĄ W MEDIACH WARUNKIEM WOJNY HYBRYDOWEJ

---

### 4.1. Rola informacji z mass mediów w wojnach hybrydowych

Stwierdzenie Mao Zedonga, że aby obalić jakąś władzę polityczną, należy zacząć od przygotowania opinii publicznej i pracy ideologicznej, zarówno w przypadku klasy rewolucyjnej, jak i klasy nierewolucyjnej<sup>1</sup>, ilustruje trafnie zastosowanie wojny informacyjnej w konfliktach międzynarodowych, których polem walki są przede wszystkim umysł i mentalność człowieka, które w dobie społeczeństwa informacyjnego nie posiadają naturalnej bariery chroniącej przed manipulacją, dezinformacją czy konsekwentną i zmasowaną propagandą. Wojnę informacyjną należy definiować z punktu widzenia mocarstw konkurujących o zdobycie lub utrzymanie przewagi w polityce globalnej bądź regionalnej<sup>2</sup>.

Prawdziwa informacja dziś już nie ma znaczenia. Człowiek, którego przez długi czas demoralizowano, nie jest w stanie ocenić prawdziwości informacji. Fakty nic mu nie mówią.

Nawet gdyby takiej osobie dać informację dokładną, prawdziwą, zgodną z prawdą, z dowodami dokumentalnymi, ze zdjęciami, nawet jeśli pokazać jej prawdziwy

---

<sup>1</sup> A. Loubier, *Grupy redukcyjne, techniki sterowania i manipulacji wewnątrz stowarzyszeń*, tłum. H. Czepułkowski, Wydawnictwo Antyk, Komorów 2006, s. 110.

<sup>2</sup> И.Н. Панарин, *СМИ, пропаганда и информационные войны*, Издательство Поколение, Москва 2012.

obóz koncentracyjny – nie uwierzy, dopóki nie otrzyma ciosu w tyłek rosyjskim wojskowym butem. Tylko wtedy zrozumie. Ale nie wcześniej i to jest tragedią.

Tak twierdził Jurij Bezmienow<sup>3</sup> w wywiadzie dla amerykańskiego czasopisma<sup>4</sup>.

Informacja jest dziś prawdziwą potęgą w rękach władzy. To dlatego rządy państw totalitarnych starają się kontrolować media w celu wpływania na świadomość i działalność ludzi. Te zjawiska we współczesnym świecie to nowy typ propagandy, która polega przede wszystkim na wpływie psychologicznym. Kampania medialna Moskwy w wojnie przeciwko Ukrainie była zaskakująco skuteczna – nie tylko w samej Rosji, ale i wśród zachodniej opinii publicznej. Ten sukces propagandowy był efektem długotrwałych wysiłków, które obejmowały znaczne inwestycje i umiejętne korzystanie z telewizji i mediów społecznościowych. Niezauważalnie dla innych Rosja stworzyła wysoko rozwinięty arsenał wojny informacyjnej, z którym Ukraina, NATO i UE nie były w stanie w początkowym okresie wojny hybrydowej konkurować.

Obecna praktyka rosyjskiej wojny informacyjnej łączy sprawdzone narzędzia z nowoczesną technologią i możliwościami. Niektóre z tych narzędzi

---

<sup>3</sup> Jurij Bezmienow (ros. Юрий Александрович Безменов, znany też pod nazwiskiem Tomas David Schuman oraz Jurij Makiejew, ros. Юрий Александрович Макеев) – ur. 1939 w Mytiszczach koło Moskwy, w rodzinie wysoko postawionego oficera sowieckiego, członka sztabu generalnego ZSRR, inspektora oddziałów w krajach satelickich; zm. 7 stycznia 1993 w Windsorze w Kanadzie. Radziecki tajny współpracownik działający pod przykrywką dziennikarza na zlecenie Pierwszego Zarządu Głównego Komitetu Bezpieczeństwa Państwowego. W 1970 roku zbiegł do Kanady z Indii, gdzie pracował jako oficer prasowy ambasady sowieckiej w New Delhi. Był członkiem elitarnego zespołu, głównego oręża propagandy KGB znanego pod nazwą Agencja Prasowa Nowosti. Od 1967 roku z polecenia KGB pracował dla „Russia Today”. Należał do światowej klasy ekspertów w dziedzinie technik dezinformacyjnych, sowieckiej propagandy, dezinformacji, dywersji ideologicznej i tzw. strategii małych kroków. Przekazywał USA wiele cennych informacji na temat działalności ZSRR, a następnie Rosji w zakresie dezinformacji, przewrotu ideologicznego oraz technik wykorzystywanych do przejścia kontroli nad kolejnym państwem.

<sup>4</sup> Э. Гриффин, *Фрагменты интервью с Юрием Безменовым*, <http://aillarionov.livejournal.com/891034.html> (dostęp 19.10.2016).

rozpoznaje się jako elementy kampanii wywrotowej z czasów zimnej wojny. Wiele czasu zajęło uznanie faktu wojny informacyjnej zachodnim społeczeństwom i rządów państw demokratycznych. Wynika to po pierwsze z braku zbiorowej pamięci instytucjonalnej – wielka część społeczeństw zachodnich jest młoda i nie pamięta problemów związanych ze Związkiem Radzieckim; po drugie zaś z zainwestowania przez Rosję dużych kwot w rozwój propagandy i manipulacji internetowej<sup>5</sup>. Te nowe inwestycje rosyjskie obejmowały trzy główne obszary:

- wewnętrzne i zewnętrzne media działające *online*, z których Russia Today jest najbardziej znanym;
- wykorzystanie mediów społecznościowych i forów internetowych do zapewnienia rosyjskiej narracji szerokiego zasięgu;
- wykorzystanie różnorodnych języków do zaangażowania odbiorców z różnych państw świata<sup>6</sup>.

Media społecznościowe w połączeniu z możliwościami internetu, czyli publikowaniem obrazu, dźwięku, komentarza praktycznie w czasie rzeczywistym, dają ogromną władzę. Wiele młodych osób jest bardzo podatnych na popularyzowane w nich informacje (stąd tak łatwo rekrutuje się je do grup ekstremistycznych, sekt itp.). Szybkość rozprzestrzeniania się informacji może być korzystna dla osób uczestniczących w konflikcie (najlepszym przykładem jest ukraiński Majdan). Jednocześnie zalew informacji uniemożliwia jej selekcję. Większość odbiorców zapoznaje się z nimi zatem pobieżnie bądź wcale, nie zapamiętuje ich i nie przejmują się nimi. Tak powstaje społeczne znieczulenie na obraz wojny i konfliktu<sup>7</sup>.

Według ekspertów Centrum NATO ds. Komunikacji Strategicznej, którzy w maju 2016 roku opublikowali raport *Social Media as a Tool of Hybrid*

---

<sup>5</sup> O. Wasiuta, S.Wasiuta, *Russian Mass-media Manipulation of Information in Hybrid Warfare Against Ukraine*, „Security Dimensions. International & National Studies” 2016, no. 17, s. 73–98.

<sup>6</sup> K. Giles, *Russia's Hybrid Warfare: A Success in Propaganda*, „Arbeitspapier Sicherheitspolitik” 2015, no. 1, s. 1.

<sup>7</sup> Zob. A. Antczak-Barzan, Z. Śliwa, R. Zaniewski, *Wojna XXI wieku. Początki wojny „trzeciej fali”*, Vizja Press & IT, Warszawa 2016, s. 85–90.

*Warfare*<sup>8</sup>, *social media* to idealne narzędzie prowadzenia wojny hybrydowej. Dziś widać w nich potężne narzędzia wywierania wpływu, nie tylko na społeczeństwa w poszczególnych krajach, ale i na międzynarodową opinię publiczną. Dlatego wzrósł poziom przejrzystości działalności rządów, jak również zdolność ludzi do angażowania się w proces decyzyjny, odkrywania kłamstw i fałszywych informacji, a także znalezienia wsparcia dla swoich pomysłów. Autorzy raportu wymieniają najważniejsze czynniki, które składają się na architekturę nowoczesnego systemu informacyjnego na świecie<sup>9</sup>:

- **dostępność** – przechowywanie i udostępnianie informacji stało się proste dzięki smartfonom. Informację można błyskawicznie zdobyć, zapisać i udostępnić na Facebooku czy Twitterze za pomocą telefonu. W kilka minut może ona dotrzeć do milionów ludzi. Barię jest jedynie dojście do sieci i cena usług – w wielu krajach jeszcze stosunkowo wysoka;
- **szybkość** – informacje roznoszą się błyskawicznie. Nowe środowisko informacyjne charakteryzuje się tym, że każdy jego uczestnik walczy o to, by być wysłuchanym. Wszyscy mówią do ciebie w tym samym czasie i zabiegają o uwagę;
- **anonimowość** – pozwala swobodnie wyrażać opinie bez brania za nie odpowiedzialności. Anonimowi użytkownicy mogą manipulować odbiorcami przy pomocy fabrykowanych tekstów, zdjęć, memów, filmików. Mogą siać plotki i dezinformację czy atakować innych praktycznie bezkarnie;
- **codzienna wymiana dużej ilości informacji** – rzeka informacji, która przepływa przez media społecznościowe, składa się z wielu małych dopływów. Niektóre są bardzo ważne i niezbędne dla ogółu (np. ostrzeżenie o niebezpieczeństwie, informacje o ruchu drogowym), inne zaś są istotne tylko dla wąskiej grupy osób. Taka duża ilość informacji na co dzień utrudnia odróżnienie przydatnych informacji i szumu;

---

<sup>8</sup> *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Riga 2016.

<sup>9</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Propaganda rosyjska i dezinformacja jako narzędzie manipulacji w wojnie hybrydowej przeciwko Ukrainie*, [w:] *Wyzwania bezpieczeństwa międzynarodowego*, red. O. Wasiuta, P. Mazur, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Stalowa Wola 2017, s. 57–85.



- **brak granic geograficznych i barier językowych** – przed epoką mediów społecznościowych jedną z funkcji mediów tradycyjnych było objaśnianie odbiorcom rzeczywistości, wybór najważniejszych tematów i dyskusja nad nimi. Teraz nie jest to już zarezerwowane wyłącznie dla mediów – tematy społecznej debaty mogą podsuwać użytkownicy mediów społecznościowych. Do głosu w mediach dochodzą przedstawiciele mniejszości, radykalnych grup czy ekstremiści. Dzieje się tak niezależnie od kraju czy języka komunikatów<sup>10</sup>.

Przestrzeń wirtualna jest nieuregulowana – anonimowość pozwala szerzyć skrajne poglądy, siać dezinformację czy szkalować osoby publiczne bez konsekwencji. Silne więzi, które wytwarzają się w mediach społecznościowych, w sytuacji paniki równie mocno mogą wzmacniać strach czy nienawiść (doskonale widać to było na przykładzie sytuacji uchodźców w Europie). Dlatego media społecznościowe, które z założenia oparte są na zaufaniu, stanowią podatny grunt dla manipulacji, propagandy i sterowania naszymi przekonaniami. Ze względu na stosunkowo niewielkie koszty i potencjalnie długotrwałe skutki działań media społecznościowe stały się potężną bronią władz państw czy organizacji terrorystycznych. Co więcej, metody ich działań są coraz bardziej wyrafinowane wraz ze zmieniającą się technologią<sup>11</sup>.

Autor badania Akademii Obrony Narodowej Łotwy *Wojna nowej generacji w Ukrainie: implikacje dla polityki obronnej Łotwy* podaje osiem kluczowych czynników świadczących o wojnie hybrydowej<sup>12</sup>:

- działania wojenne nie są zadeklarowanymi akcjami militarnymi, na terenie objętym wojną hybrydową nie dochodzi do regularnych starć wojsk;
- starcia przebiegają bez kontaktu fizycznego pomiędzy dużymi, łatwo sterowanymi grupami bojowników;

---

<sup>10</sup> *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*, op. cit., s. 5–6.

<sup>11</sup> J. Dąbrowska, *Rola social mediów w wojnie hybrydowej*, <http://publicrelations.pl/rola-social-mediow-w-wojnie-hybrydowej/> (dostęp 7.09.2016).

<sup>12</sup> J. Bērziņš, *Russia's New-Generation Warfare in Ukraine: Implications for Latvian Defense Policy*, <http://www.naa.mil.lv/~media/NAA/AZPC/Publikacijas/PP%2002-2014.ashx> (dostęp 10.03.2016).

- wojska i zasoby gospodarcze wroga są niszczone w precyzyjnie wymierzonych atakach na cele strategiczne (np. infrastrukturę cywilną – drogi, mosty, lotniska);
- masowo wykorzystuje się precyzyjną broń sterowaną przez roboty, lasery, promieniowanie krótkofalowe; ponadto uzbrojonych cywili;
- przeprowadza się jednoczesne precyzyjne ataki na wojsko nieprzyjaciela oraz obiekty na obszarze wojny;
- równoczesne działania przebiegają na wszystkich frontach: lądowym, wodnym i powietrznym oraz w przestrzeni informacyjnej;
- używa się pośrednich i niesymetrycznych metod walki;
- zarządza się oddziałami wojskowymi w zakresie informacji i informowania<sup>13</sup>.

Cyberataków na media społecznościowe dokonuje się w celu osiągnięcia pożądaných efektów: chaosu, paniki, masowych zaburzeń. Ten rodzaj ataku cybernetycznego ma skutki czysto psychologiczne. Plotka jest jedną ze skuteczniejszych taktyk ataku cybernetycznego, która może tworzyć strach, nienawiść bądź nieuzasadnione nadzieje i która najprawdopodobniej jest przyczyną działań rzeczywistych: np. masowych protestów, wycofania pieniędzy z banków lub zorganizowanych ataków na pewne grupy lub osoby, których wizerunek został przedstawiony w negatywnym świetle. Cyberatak na media społecznościowe może również obejmować tradycyjny hacking czy manipulowanie informacjami. Kluczowa dla ataku cybernetycznego na media społecznościowe jest narracja, która go napędza<sup>14</sup>. Działania prorosyjskiego CyberBerku (КиберБеркут)<sup>15</sup> i jego proukraińskiej CyberSotki

---

<sup>13</sup> Ibidem.

<sup>14</sup> E. Lange-Ionatamishvili, S. Svetoka, *Strategic Communications and Social Media in the Russia Ukraine Conflict*, [w:] *Cyber War in Perspective: Russian Aggression Against Ukraine*, ed. K. Geers, NATO CCD COE Publications, Tallinn 2015, s. 106.

<sup>15</sup> В.В. Гулай, *Загрози інформаційно-психологічній безпеці особи в реаліях інформаційно-психологічної війни як складової*, „Військово-науковий вісник” 2016, № 25, s. 233–244; Н.М. Волошина, С.В. Череватий, *Інформаційний вплив на громадську думку українського суспільства*, „Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони” 2015, № 2, s. 144–149; О.Г. Саєнко, *Механізм інформаційно-психологічного впливу в умовах гібридної війни*, „Вісник Національної академії

(Киберсотня)<sup>16</sup> mogą służyć za przykłady działalności na korzyść Rosji pod przykrywką patriotycznych haseł.

CyberBerkut jest grupą hakerów Anonymous, która wyłoniła się po rozwiązaniu specjalnych jednostek ukraińskiej policji Berkut. Ma własną stronę internetową i grupy na portalach społecznościowych. CyberBerkut propaguje rosyjskie narracje polityczne, włamuje się na strony internetowe ukraińskiego rządu i rządów innych krajów. Grupa stała się sławna po wzięciu odpowiedzialności za ataki na strony internetowe organów państwowych i organizacji społecznych Ukrainy i państw zachodnich<sup>17</sup>. Pierwsze przeprowadzono w marcu 2014 roku, kiedy tymczasowo zablokowano szereg ukraińskich stron internetowych i ogłoszono atak na trzy zasoby internetowe NATO, opisując te działania jako odwet za wsparcie NATO<sup>18</sup> dla Ukrainy. CyberBerkut wielokrotnie publikował dokumenty i zapisy uzyskane według grupy przez jej hakerów oraz z podsłuchu telefonicznego różnych urzędników. Eksperci od cyberwojny zidentyfikowali CyberBerkut jako grupę prorosyjską, która „działa przeciwko niepodległości Ukrainy”<sup>19</sup>. Z kolei sama grupa twierdzi,

---

Державної прикордонної служби України” 2015, № 1; *Сенсация от КиберБеркута: Сорос толкает Украину в ЕС, миллиардер давит на Нидерланды и манипулирует мнением голландцев (Документы)*, <http://rusvesna.su/news/1459521500>; *Порошенко дарит Херсонскую область туркам и крымским татарам*, [www.cyber-berkut.org](http://www.cyber-berkut.org); *Перед приездом делегации ООН на Украину СБУ „заметает следы” издевательств и пыток задержанных и взятых под стражу*, <http://cyber-berkut.ru/> (dostęp 5.06.2016).

<sup>16</sup> *В сети появилась Киберсотня для борьбы с режимом через интернет*, [http://sensor.net.ua/news/270726/v\\_seti\\_poyavilas\\_kibersotnya\\_dlya\\_borby\\_s\\_rejimom\\_cherez\\_internet](http://sensor.net.ua/news/270726/v_seti_poyavilas_kibersotnya_dlya_borby_s_rejimom_cherez_internet) (dostęp 5.06.2016).

<sup>17</sup> *„КиберБеркут”*, <https://ria.ru/spravka/20140422/1004965821.html> (dostęp 5.06.2016).

<sup>18</sup> *NATO Websites Hit by DDoS Cyber Attacks, Ukraine Group Claims Responsibility*, <http://www.dw.com/en/nato-websites-hit-by-ddos-cyber-attacks-ukraine-group-claims-responsibility/a-17499561>; *„КиберБеркут” обрушил сайты НАТО*, <http://www.vesti.ru/doc.html?id=1381209> (dostęp 5.06.2016).

<sup>19</sup> A. Croft, P. Apps, *UPDATE 3-NATO Websites Hit in Cyber Attack Linked to Crimea Tension*, <http://www.reuters.com/article/ukraine-crisis-nato-idUSL6N0MD00D20140316> (dostęp 12.06.2016); В.В. Строяновський, *Актуальні питання удосконалення системи кібернетичної безпеки України*, „Науково-інформаційний вісник Академії національної безпеки” 2015, № 1–2, s. 150.

że „pomaga Ukrainie zachować niezależność przeciwko agresji wojskowej Zachodu, gotowa do obrony rządu przed neofaszystami” i walczy z nacjonalizmem i władzą w Ukrainie<sup>20</sup>.

Operacje tego typu władze rosyjskie prowadzą na masową skalę przeciwko Ukrainie, ogromne ilości informacji, w tym propagandy, dezinformacji, oszustwa i plotek, rozpowszechnia się w internecie za pomocą fałszywych profili, botów i armii trolli, które bombardują media społecznościowe informacjami zgodnymi z linią Kremla<sup>21</sup>. Rosyjski teoretyk wojny informacyjnej Igor Panarin<sup>22</sup> podkreślał, że sukces planów geopolitycznych jest od dawna związany z wygraną w wojnie informacyjnej<sup>23</sup>.

Trolling nie jest pojęciem do końca jasnym – rozmaite osoby stosują go do opisanego różnych rodzajów zachowania w internecie. Generalnie trolling można scharakteryzować jako publikowanie prowokacyjnych komentarzy w internecie z zamiarem wywołania konfliktu. Claire Hardaker proponuje cztery podstawowe cechy zachowania trolli: agresję, sukces, zakłócenia i oszustwo<sup>24</sup>.

Agresja oznacza zachowanie się tak, że odbiorcy stają się źli i chcą odwetu. Troll dąży do wywołania negatywnych emocji u członków społeczności internetowych, złości, wściekłości, irytacji. Sukces mierzony jest tym, czy prowokacja doprowadziła do pożądanego odpowiedzi czy komentarza, które zwabiają do dalszej gry z trollem. Zakłócenie oznacza, że celem trolla jest prowadzenie rozmowy nie merytorycznej, lecz zmierzającej w kierunku obranym przez trolla i wywołującej osobiste ataki czy złośliwe komentarze. Oszustwo

---

<sup>20</sup> „КиберБеркут”, op. cit.; *Sostav.ua пострадал от «КиберБеркута»*, <http://www.sostav.ru/publication/sostav-ua-podvergsya-kiberatake-9539.html> (dostęp 5.06.2016).

<sup>21</sup> *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*, op. cit., s. 16–18.

<sup>22</sup> Igor Panarin – oficer KGB z wieloletnim doświadczeniem, politolog, profesor Akademii Dyplomatycznej rosyjskiego MSZ.

<sup>23</sup> И.Н. Панарин, *Информационная война и геополитика*, Издательство Поколение, Москва 2006, s. 4; idem, *Информационная безопасность*, [http://panarin.com/info\\_voina/86-informacionnaya-bezopasnost.html](http://panarin.com/info_voina/86-informacionnaya-bezopasnost.html) (dostęp 12.06.2016); С.Н. Бухарин, *Методы и технологии информационных войн*, Академический проект, Москва 2007.

<sup>24</sup> C. Hardaker, *Trolling in Asynchronous Computer-mediated Communication: From User Discussions to Academic Definitions*, „Journal of Politeness Research” 2010, № 6, s. 215–242.

objawia prawdziwą naturę trolla i prawdziwy cel trollingu – „spowodowanie zakłócenia lub zaostrenia konfliktu do celów własnych”<sup>25</sup>.

W przypadku kampanii informacyjnej Rosji to ona stosuje wszystkie możliwe techniki i chwytów w internecie. Chodzi tu o osoby działające na zlecenie, otrzymujące wynagrodzenia za zamieszczanie wiadomości i komentarzy, pokazywanie pewnych ludzi i zdarzeń zgodnie z punktem widzenia Kremla, stosując wybrane, zmodyfikowane fakty i dobierając do nich odpowiedni kontekst. Działają również tzw. pożyteczni idioci<sup>26</sup>, którzy regularnie i nieświadomie komentują wydarzenia, pomnażają dezinformację na profilach, w serwisach społecznościowych i/lub osobistych blogach, na których publikują teksty pożądane z rosyjskiej perspektywy. Jest niezwykle trudno odróżnić te dwie kategorie komentujących, komunikują się one dokładnie tak samo i odnoszą się do tych samych źródeł.

Analiza rosyjsko-ukraińskiego konfliktu w mediach społecznościowych ujawniła, że Kreml na wiele sposobów wpływa na opinię publiczną<sup>27</sup>. Trolle (rosyjskie i ukraińskie) nieustannie zamieszczają liczne informacje i posuwają

---

<sup>25</sup> Ibidem, s. 237.

<sup>26</sup> Pożyteczni idioci, użyteczny idiota (ros. *полезный идиот*) – pejoratywne określenie przypisywane Leninowi. Miał on tak cynicznie określać zachodnią inteligencję i dziennikarzy piszących entuzjastycznie o rewolucji bolszewickiej i ukrywających jej niepowodzenia, wspierających komunistów. Lenin chciał nimi manipulować, ponieważ nie rozumieli, czego tak naprawdę bronią. Po II wojnie światowej określenie zostało przejęte przez antykomunistów – przede wszystkim amerykańskich – do określania osób o nastawieniu socjaldemokratycznym, organizacji lewicowych i pacyfistycznych, aby podkreślić, że ich działania obiektywnie pomagały ZSRR w zimnej wojnie. Innymi słowy, pożyteczny idiota uważa, że broni prawdy, jednak z powodu niewłaściwej oceny lub błędnych informacji nieświadomie służy sprawie, która w rzeczywistości może być sprzeczna z jego głębokimi przekonaniem. Jest naiwny, nie widzi prawdziwego celu lub jest zbyt pochopny w wyciąganiu wniosków i wstępuje na złą ścieżkę. Terminu „pożyteczny idiota” można też używać w odniesieniu do osób, które świadomie lub nieświadomie dają się manipulować znaczącej propagandzie reżimów autorytarnych – A. Bonzon, *Qu'est-ce qu'un „idiot utile”?*, [www.slate.fr/story/83329/idiot-utile](http://www.slate.fr/story/83329/idiot-utile) (dostęp 17.06.2016).

<sup>27</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Wojna informacyjna zagrożeniem dla bezpieczeństwa ludzkości*, [w:] *Walka informacyjna: uwarunkowania, incydenty, wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny, Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Narodowej, Kraków 2017, s. 71–90.

się do manipulowania, wprowadzania w błąd, poniżania, promowania oszustwa, odstraszenia i mobilizowania swoich współpracowników. Istnieje też kilka głównych strategii komunikacyjnych, które zwiększają skuteczność rosyjskich trolli. Są to: zaprzeczenie, budowanie chaosu informacyjnego (w tym dezinformacji i plotek), zaostrenie konfliktu wewnętrznego (przez podkreślenie niekompetencji, korupcji i sporów politycznych władz), groźby i zniechęcanie, budowanie wizerunku wroga (Ukraińców, Amerykanów, Turków), podżeganie do narodowej, etnicznej i religijnej nienawiści, niezgodę i budowanie teorii spiskowych<sup>28</sup>. Najczęściej trolle zaprzeczają oczywistościom i treściom niezgodnym z ich myślą. Chociaż powyższe techniki i strategie komunikacyjne stosuje się ciągle, trudno określić, w jakim stopniu takie dyskusje istotnie kształtują przekonania, wartości i postawy czytelników.

Wojna Rosji w Ukrainie roi się od przykładów cyberataków na *social media* w celu wzbudzania paniki. 4 czerwca 2014 roku na Instagramie Pawła Astakhova, rzecznika praw dziecka przy prezydencie Federacji Rosyjskiej, zamieszczono wiadomość, że w ciągu jednej doby do obwodu rostowskiego przybyło ponad 7 tys. ukraińskich uchodźców. 5 czerwca media pisały już o 8386 nowych uchodźców z Ukrainy. Tego samego dnia na oficjalnym portalu obwodu rostowskiego pojawiła się informacja o 437 osobach z Ukrainy. W rzeczywistości zaś tylko siedem osób zwróciło się o przyznanie statusu uchodźcy, a pięć o tymczasowy azyl<sup>29</sup>.

Do wywierania określonego wpływu służą m.in.:

- spamowanie komentarzami, wpisami i sfabrykowanymi artykułami (np. tysiącami podobnych komunikatów na raz) lub fałszywe tożsamości (np. trolle, boty);
- tworzenie fałszywych stron, blogów, postów, artykułów;
- kreowanie mody na dane hasztagi czy hasła – przydatne zwłaszcza na Twitterze, który na bieżąco aktualizuje trendy;

---

<sup>28</sup> R. Szwed, *Framing of the Ukraine–Russia Conflict in Online and Social Media*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Riga 2016, s. 64.

<sup>29</sup> *Информацию о тысячах украинских беженцев опровергли ростовские чиновники*, <http://www.stopfake.org/informatsiyu-o-tysyachah-ukrainskih-bezhentsev-oprovergli-rostovskie-chinovniki/> (dostęp 16.05.2016).

- masowe zgłaszanie do administracji treści niezgodnych z punktem widzenia atakującego (np. postów lub fanpage'ów na Facebooku);
- udostępnianie treści, które opierają się na domysłach lub plotkach (zwłaszcza w grupach na Facebooku);
- inżynieria społeczna w trakcie cyberataków – psychologiczne sterowanie ludźmi w celu wykonywania określonych działań lub ujawnienia poufnych informacji – cyberprzestępcy często stosują socjotechnikę, aby poznać informacje niezbędne do dostępu do systemu, dokonania oszustwa lub innych ataków (techniki mogą też służyć do celów wojskowych, takich jak szpiegostwo i gromadzenie informacji); takie ataki mogą być zautomatyzowane, prowadzone przez boty albo ludzi z fałszywymi tożsamościami;
- wyludzanie danych osobowych oraz poufnej informacji za pomocą fałszywych profili (np. osób udających szkolnych przyjaciół);
- oszustwa tworzące hałas, szum, mgłę informacyjną wokół tematu, aby odwrócić uwagę od strategicznie ważnych wydarzeń<sup>30</sup>.

Wiele takich działań można zauważyć w wojnie rosyjsko-ukraińskiej, kiedy prorosyjskie głosy w mediach społecznościowych systematycznie podsycają strach, lęk i nienawiść wśród etnicznie rosyjskich i rosyjskojęzycznych obywateli Ukrainy. Manipulują i rozpowszechniają obrazy rzekomego okrucieństwa wojsk ukraińskich, w tym zdjęcia masowych grobów torturowanych ludzi, cywilów wykorzystywanych do handlu narządami, rekrutacji dzieci-żołnierzy, użycia broni ciężkiej przeciwko cywilom i aktów kanibalizmu.

Administratorzy Facebooka usunęli z konta dziewczynki obraz upamiętniający ojca, ukraińskiego żołnierza, który zginął, walcząc z Rosją, i wspieranym przez nią separatystów we wschodniej Ukrainie, zgłoszony przez prorosyjskich użytkowników mediów społecznościowych jako rzekomo zawierający przemoc<sup>31</sup>. Większość kont krytycznych wobec Kremla jest zawieszana po fałszywych raportach nadużyć złożonych z Rosji.

---

<sup>30</sup> *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*, op. cit., s. 18–20.

<sup>31</sup> V. Shevchenko, *Ukrainians Petition Facebook Against „Russian Trolls”*, <http://www.bbc.com/news/world-europe-32720965> (dostęp 11.03.2016).

To jasne, że Rosja jest zaangażowana w wojnę informacyjną na pełną skalę. Aby zrozumieć, jak doszło do wojny hybrydowej i wojny informacyjnej, trzeba przeanalizować **trzy odrębne etapy rosyjskiej agresji i ich ewolucję**. Każdy z etapów zmuszał Kreml do działań, które były niepopularne w Rosji lub za granicą. Stare narzędzia manipulowania światową opinią nie działały tak, jak Kreml oczekiwał. Dlatego jego władarze wypróbują te metody w nowych warunkach, internetu i social mediów<sup>32</sup>.

**I etap.** Podstawą nowych działań stało się doświadczenie drugiej wojny czeczeńskiej, kiedy Kreml z przerażeniem zrozumiał, że w zakresie informacji został zwyciężony przez teoretycznie słabszego i mniej zdolnego wroga – który był bardziej biegły w korzystaniu z internetu, dostosowując swoje wiadomości do odbiorców na całym świecie. Reakcja rosyjska była dwojaka. Z jednej strony te doświadczenia posłużyły do wzmocnienia przekonania rosyjskich służb bezpieczeństwa, że internet jako całość jest niebezpiecznym czynnikiem destabilizującym i stanowiącym zagrożenie dla bezpieczeństwa narodowego, publicznego dostępu do dokumentów, które powinny być dokładnie kontrolowane. Z drugiej strony służby bezpieczeństwa zaczęły same rozwijać własne środki używania nowych mediów w kraju i za granicą<sup>33</sup>.

**II etap.** Wojna Rosji przeciwko Gruzji przyniosła Rosji przekonujące zwycięstwo militarne, ale i wykazała poważne braki w rosyjskiej wydajności wojskowej. W rezultacie wśród zalecanych zmian w rosyjskich siłach zbrojnych zawarto decyzję o utworzeniu Wojsk Informacyjnych, które mogłyby zarządzać wojną informacyjną od wewnątrz<sup>34</sup>. Dokument zatytułowany *Konceptualne poglądy na temat działalności rosyjskich sił zbrojnych Federacji*

---

<sup>32</sup> S. Wasiuta, *Elements of the Information Campaign in the Russian-Ukrainian Conflict*, [w:] *Hybrid Warfare in Ukraine. Outcomes and Recommendations for Europe and the World. Articles presented at the International Conference „Hybrid Warfare in Ukraine – Outcomes and Recommendations for Europe and the World” held in Piotrków Trybunalski (Poland) on 23 and 24 November 2016 under the Defence Education Enhancement Programme*, red. B. Pacek, NATO, Brussels 2018, s. 164–172.

<sup>33</sup> *Концептуальные взгляды на деятельность Вооруженных Сил Российской Федерации в информационном пространстве*, <http://ens.mil.ru/science/publications/more.htm?id=10845074@cmsArticle> (dostęp 14.05.2016).

<sup>34</sup> K. Giles, *Russia's Hybrid Warfare: A Success in Propaganda*, op. cit., s. 2.



*Rosyjskiej w przestrzeni informacyjnej* powstał w 2011 roku, a na początku 2012 roku został zamieszczony na stronie internetowej Ministerstwa Obrony<sup>35</sup>. Koncepcja sprowadza się do trzech podstawowych działań: powstrzymywania, zapobiegania i rozwiązywania konfliktów wojskowych w cyberprzestrzeni. Interesujące jest, że rosyjscy ideolodzy cyberwojny nie wykluczają reagowania na zagrożenia w przestrzeni wirtualnej metodami przyjętymi w prawdziwych wojnach. Temu jest poświęcony punkt 3.2.3 dokumentu, według którego:

w obliczu eskalacji konfliktu w przestrzeni informacyjnej i jego przejścia do fazy kryzysowej można wykorzystać prawo do indywidualnej lub zbiorowej samoobrony, stosując wszystkie możliwe środki i sposoby, które nie są sprzeczne z powszechnie uznanymi normami i zasadami prawa międzynarodowego.

W kontekście ofensywy działań bojowych wspomina się zaś o umieszczeniu informacyjnych sił bezpieczeństwa na terytorium innych państw – zarówno dobrowolnym, jak i „zgodnie z prawem międzynarodowym”<sup>36</sup>.

Rosyjskie wojsko informacyjne zatrudniać miało hakerów, dziennikarzy, specjalistów od komunikacji i strategicznych działań psychologicznych oraz, co najważniejsze, lingwistów, którzy porozumiewaliby się z przedstawicielami różnych państw. Obsługę dużych operacji cybernetycznych zlecono FSB<sup>37</sup>.

**III etap.** W 2011 roku ruchy protestacyjne w Rosji i za granicą spowodowały dalszy rozwój podejścia do wojny informacyjnej. Arabska wiosna pokazała siłę mediów społecznościowych w mobilizowaniu i organizowaniu ludzi wokół zmiany reżimu, co wywołało głębokie zaniepokojenie taką perspektywą w Rosji. Tymczasem protesty wyborcze w Rosji w latach 2011–2012 doprowadziły do ściśle ukierunkowanych ataków DDoS, połączonych z manipulowaniem informacją na temat lidera opozycji oraz dyskredytacją ruchu protestacyjnego. Badanie wyników działania służb skierowanych przeciwko

---

<sup>35</sup> В. Мещеряков, *В России создана стратегия кибервойны*, [http://www.cnews.ru/news/top/v\\_rossii\\_sozdana\\_strategiya\\_kibervojny](http://www.cnews.ru/news/top/v_rossii_sozdana_strategiya_kibervojny) (dostęp 14.05.2016).

<sup>36</sup> Ibidem.

<sup>37</sup> K. Giles, *Russia's Hybrid Warfare: A Success in Propaganda*, op. cit., s. 2.

opozycji doprowadziły do wniosku, że zautomatyzowane systemy po prostu nie wystarczają, a dominacja masowej świadomości w internecie wymaga zaangażowania rzeczywistych ludzi. W związku z tym Kreml zaczął inwestować w szkolenie osób do kontrolowania treści internetu, dając im trzy razy większą pensję w porównaniu do zwykłych dziennikarzy. Taka polityka doprowadziła do stworzenia w Rosji armii trolli, które zaczęły pracę w różnych kierunkach, w tym na portalach internetowych<sup>38</sup>.

Zachodnie organizacje medialne były całkowicie nieprzygotowane do ukierunkowanej i spójnej wrogiej kampanii informacyjnej zorganizowanej na szczeblu państwowym. Moskwa długo zaprzeczała doniesieniom, że jej żołnierze uczestniczyli w inkorporacji półwyspu. Jednak w 2015 roku w filmie dokumentalnym *Krym. Droga do ojczyzny* prezydent Władimir Putin przyznał, że nakazał podjęcie przygotowań do przyłączenia Krymu kilka godzin po odsunięciu Janukowycza od władzy w Kijowie, a więc jeszcze przed krymskim referendum<sup>39</sup>. Wtedy zrozumiano, że Kreml i jego dziennikarze dezinformowali i dalej dezinformują cały świat. Co pozytywne, rosyjskie kampanie informacyjne zawodzą, są niezdarne, nieproduktywne i można je łatwo obalić. Powstaje mimo to znaczne ryzyko błędnej interpretacji w wyniku mirroringu<sup>40</sup>. Niektóre cele rosyjskiej kampanii informacyjnej w dużym stopniu osiągnięto, w tym w dwóch kluczowych obszarach – kontrolowania rosyjskiego środowiska medialnego i podważania obiektywizmu zachodnich mediów.

Rosji udało się „zabezpieczyć jej przestrzeń informacyjną” i „zapobiec naruszeniom” w niej, czyli społeczeństwo zostało skutecznie odizolowane od innych źródeł informacji niż te, które podawał Kreml. Taka izolacja nie jest całkowita – Rosjanie wciąż mogą uzyskać dostęp do zagranicznych mediów, jeśli chcą. Jednak w ciągu ostatnich sześciu lat Rosja przyjęła wiele przepisów

---

<sup>38</sup> Ibidem, s. 2–3.

<sup>39</sup> *Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: Аналітична доповідь*, ред. А. Баровська, Видавництво НІСД, Київ 2016, s. 8.

<sup>40</sup> Mirroring – jedna osoba podświadomie naśladuje gest, wzorzec mowy lub postawę drugiej osoby. Często pojawia się on w codziennych interakcjach i jest niezauważalny, zwłaszcza w towarzystwie bliskich przyjaciół lub rodziny.

ograniczających wolność słowa i prawo do prywatności w internecie. Należą do nich utworzenie w 2012 roku „czarnych list” stron internetowych i stopniowe rozszerzanie podstaw do blokowania, w tym blokowania bez nakazu sądowego<sup>41</sup>. Mieszkańcom Rosji coraz trudniej znaleźć alternatywne źródła wiadomości. Rezultatem stała się szeroka akceptacja alternatywnej rzeczywistości kreowanej przez rosyjskie media państwowe. Tak, informacje na temat aneksji Krymu i operacji we wschodniej części Ukrainy czerpano z internetu. To znacznie osłabiało lub zaprzeczało oficjalnej linii Kremla i stwarzało największe wyzwanie dla rosyjskich kampanii informacyjnych. W rezultacie rosyjskie służby specjalne rozpoczęły próby kontrolowania działalności mediów społecznościowych.

Rosja próbowała również przedstawić swoją alternatywną rzeczywistość za granicą, ale liberalne media zachodnie nie uwierzyły tym wiadomościom. Świat zachodni pokazał prawdziwą, rzetelną wersję wydarzeń w Ukrainie, a potem w Syrii. Niemniej jednak w internecie i social mediach armia trolli działała bezpośrednio na wielu forach internetowych czy Twitterze, aby dostarczyć odbiorcom komunikat rosyjski czy stłumić debatę wokół wydarzeń niespójnych z wersją Moskwy.

Podczas gdy prawda jest podstawowym wymogiem zachodnich strategii komunikacyjnych, rosyjskie mass media nie muszą nawet wysilać się przedstawieniem prawdziwych wydarzeń, by odnieść sukces. W Rosji praktycznie nie istnieją niezależne media. Zostały skutecznie usunięte z rynku. Za granicą rosyjska alternatywa rzeczywistości nie musi być wiarygodna – zadaniem armii trolli Kremla jest penetracja grupy docelowej niezależnie od wiarygodności. Wystarczy spowodować zamieszanie i wątpliwości, podważyć zaufanie do obiektywnych wiadomości, a zwłaszcza oficjalnych wypowiedzi przeciwników Rosji. Kluczowym przykładem takiego podejścia jest zestrzelenie Malaysia Airlines Flight MH17. Cztery dni po katastrofie rosyjskie Ministerstwo Obrony Narodowej przeprowadziło konferencję prasową, na której przedstawiono wyjaśnienie tej tragedii. Prezentowane scenariusze były różnorodne i wzajemnie sprzeczne.

---

<sup>41</sup> *Росія: блокування Telegram є масштабною атакою на свободу вираження поглядів у Інтернеті*, <http://khp.org/index.php?id=1526402573> (dostęp 19.05.2018).

Rosyjska dezinformacja działa, siejąc zamieszanie i wątpliwości za granicą i ukrywając prawdę w gąszczu kłamstw. Nieoczekiwane zaprzeczenia są chwytem, na które zachodnie media są szczególnie źle przygotowane. Zachodni politycy uświadamiają sobie, że nie ma możliwości ani konfrontacji, ani współpracy z prezydentem Putinem. Świat rozumie, że rosyjskie kampanie dezinformacyjne są samobójcze, ponieważ prowadzą swoich twórców do pułapki – zmuszają ich do zaakceptowania własnych narracji i działania w zgodzie z własną propagandą<sup>42</sup>.

W Rosji nie ma takich dylematów, ponieważ obraz świata dostarczany przez rosyjskie media jest całkowicie pod kontrolą Kremla i można go regulować tak długo, jak długo trzeba uzasadniać wszelkie działania lidera. Niebezpieczeństwo pojawia się, gdy proces opiniotwórczy Rosji na Zachodzie zaczyna wpływać na sam proces tworzenia polityki. Rosyjskie kampanie informacyjne przygotowują grunt pod przyszłe działania Kremla bezpośrednio sprzeczne z interesami Europy i Zachodu. Rosja dopasowuje kluczowe zmienne dotyczące bezpieczeństwa, określa ryzyko związane z przyszłymi działaniami asertywnymi wobec sąsiadów. To mało prawdopodobne, że Ukraina i Gruzja są ostatnimi ofiarami polityki imperialnej Rosji. Obecne rosyjskie ambicje prowadzą do bardziej bezpośredniej konfrontacji z Zachodem. Rosja wykorzystuje wszystkie elementy wojny informacyjnej w stosunku do swoich sąsiadów i Europy, co w przyszłości będzie kluczowym czynnikiem dalszych działań<sup>43</sup>.

Międzynarodowy zespół wolontariuszy InformNapalm<sup>44</sup> w 2016 roku przedstawił interesujący materiał analityczny eksperta bezpieczeństwa informacyjnego Wiaczesława Husarowa, który przeanalizował, ile Federacja Rosyjska wydaje rocznie na wojnę informacyjną przeciwko Ukrainie.

---

<sup>42</sup> O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Propaganda rosyjska i dezinformacja jako narzędzie manipulacji w wojnie hybrydowej przeciwko Ukrainie*, op. cit., s. 57–85; O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Wojna informacyjna zagrożeniem dla bezpieczeństwa ludzkości*, op. cit., s. 71–90.

<sup>43</sup> K. Giles, *Russia's Hybrid Warfare: A Success in Propaganda*, op. cit., s. 5.

<sup>44</sup> InformNapalm jest międzynarodowym zespołem wolontariuszy, których celem jest informowanie społeczności międzynarodowej o rozwoju wydarzeń w Ukrainie. Projekt ten łączy dziennikarzy, politologów, ekspertów wojskowych, osoby publiczne i tłumaczy.

Według jego analizy jest to nie mniej niż 3,5 mld dolarów rocznie przez ostatnie trzy lata. Autor podkreśla, że wojna przeciwko Ukrainie tylko częściowo była prowadzoną tradycyjną bronią – karabinami, czołgami i armatami. Za kurtyną walk pozostaje czynnik informacyjny: wojskowe systemy radiowywiadu (podśluch radiowy) i zakłócania radiowego, drukowanie ulotek i sprzęt symulujący pracę mobilnych nadajników, które rozsyłały na telefony ukraińskich żołnierzy SMS-y o prowokacyjnej treści, itd.<sup>45</sup> Oprócz tego Rosja w 2014 roku według amerykańskiego senatora Dana Mike'a wydała na kampanię propagandową przeciwko Ukrainie ponad 9 mld dolarów<sup>46</sup>.

Zestaw instrumentów wpływu informacyjnego Rosji jest dosyć szeroki – obejmuje:

- środki walki radioelektronicznej;
- środki wywiadu radiowego;
- system bezpilotowy;
- środki walki psychologicznej, w tym produkcję ulotek i gazet;
- **wsparcie prorosyjskich ruchów ideologicznych** na okupowanym Donbasie („Wolny Donbas”, „Doniecka Republika”, „Opłot”, „Pokój Ługańszczyźnie”, „Noworosja”, „Południowy Wschód”, „Ługański Sojusz Ekonomiczny” i innych).

Bardzo ważne jest również wspieranie regionalnych prorosyjskich mediów:

- telewizji (Ługańsk-24, Noworosja TV, 1 Kanał Republikański, Opłot TV, Junion DNR, AR-TV) – ok. 180 mln rubli na rok;
- internetowych kanałów *online* (Pierwszy Republikański – DNR TV, Informbiuro, Patriotyczne Siły Donbasu, News-Front i innych) – ok. 5 mln rubli na rok;
- radia (Radio Noworosji, Radio DNR) – ok. 5 mln rubli na rok;

---

<sup>45</sup> В. Гусаров, *Русские пришли-2. Сколько стоит российская информационная война?*, <http://sprtyv.info/ru/news/kiiev/russkie-prishli-2-skolko-stoit-rossiyskaya-informacionnaya-voyna> (dostęp 17.06.2016).

<sup>46</sup> *На антиукраинскую пропаганду Россия потратила более 9 миллиардов долларов*, <http://onpress.info/na-antiukrainskuyu-propagandu-rossiya-potratila-bolee-9-milliardov-dollarov-13036> (dostęp 17.06.2016).

- retransmisji pakietu federalnych kanałów telewizyjnych i radiowych – 2 mln rubli na rok;
- prasy drukowanej („XXI wiek”, „Gazeta Muncypalna”, „Głos Ludu” i innych) – ok. 1 mln rubli na rok;
- mediów elektronicznych (lugansk-online.info, novorosinform.org, komitet.net.ua, dnr.today, rusvesna.su i innych) – ok. 1 mln rubli na rok.

Wydatki z budżetu Federacji Rosyjskiej na działalność informacyjną z propagandy separatyzmu na okupowanym Donbasie wynoszą około 274 mln rubli rocznie (5,5 mln dolarów). Wartość sprzętu bojowego przetransportowanego na terytorium Ukrainy przez Rosję wynosi zaś 1,4 mld rubli (25 mln dolarów)<sup>47</sup>.

W 2015 roku Rosja zajęła pierwsze miejsce na świecie pod względem rządowych wydatków na propagandę. Wsparcie prorządowych mediów w Rosji wyniosło budżet 48,65 mld rubli (1,6 mld dolarów)<sup>48</sup>.

Podsumowując, wojna informacyjna jest prowadzona cały czas, jednak nikt nie zwracał na to uwagi, dopóki w Ukrainie nie zaczęły się rosyjskie działania wojenne. Głównym celem rosyjskiej wojny psychologicznej jest świadomość zwykłych obywateli Ukrainy. Sytuacje w Donbasie i na Krymie są owocami właśnie wojny informacyjno-psychologicznej. Jeżeli dziś niezwłocznie nie podejmie się niezbędnych działań – masowej edukacji ludności, dojrzeją następne owoce tej wojny: społeczeństwo depresyjne, niewolnicza świadomość, kompletny brak zrozumienia procesów zachodzących na poziomie państwowym, apatia, agresja, brak zaufania do wszystkich i do wszystkiego. Dziś polityka informacyjna Rosji jest skierowana głównie na manipulowanie świadomością Ukraińców i destabilizację wewnątrz państwa. W związku z tym przed Ukrainą stoi ważne zadanie: jak najszybciej zmienić koncepcję bezpieczeństwa informacyjnego. Opóźnienie w informacyjno-psychologicznej wojnie względem sąsiedniego państwa agresora jest jedną z najbardziej problematycznych luk w obronie Ukrainy.

Od początku aneksji Krymu i konfliktu rosyjsko-ukraińskiego na wschodzie Ukrainy szybko rozwija się wojna informacyjna, wykorzystując coraz większe

---

<sup>47</sup> В. Гусаров, *Русские пришли*, op. cit.

<sup>48</sup> Н. Колодій, *Ляльководи свідомості*, [http://gazeta.dt.ua/technologies/lyalkovodi-svidomosti-\\_html](http://gazeta.dt.ua/technologies/lyalkovodi-svidomosti-_html) (dostęp 21.10.2016).

zasoby medialne i ludzi. Ponieważ media są obecnie głównym źródłem informacji publicznej i wszystkich procesów politycznych, dzięki mediom można wpłynąć, a nawet stworzyć nową opinię publiczną, zakłócić percepcję rzeczywistości.

- Rosyjskie mass media rozpowszechniają i generują negatywne stereotypy na temat Ukrainy. Analizując materiały czołowych rosyjskich środków masowego przekazu i strony internetowe najważniejszych rosyjskich gazet za okres 2013–2017, można wyróżnić szereg stereotypów na temat Ukrainy, w które Rosjanie wierzą: Ukraina jest częścią Rosji i nie może istnieć bez niej, a Ukraińcy są grupą Rosjan, którzy mają swoje specyficzne cechy regionalne<sup>49</sup>.
- Ukraiński język nie istnieje. Wielu Rosjan wierzy, że język ukraiński to dialekt, który powstał z rosyjskiego i który pomogły stworzyć Polska i Austro-Węgry<sup>50</sup>.
- Ukraina Zachodnia jest centrum banderowców, a Lwów ich stolicą.
- Majdan był przejawem agresji przeciwko Rosji. Wiele rosyjskich mediów informowało, że w Kijowie, na placu Niepodległości, za pieniądze stoją banderowcy i przedstawiciele Prawego Sektora<sup>51</sup>.
- Ukraińska kultura nie istnieje. Wielu Rosjan wierzy, że składa się tylko z ludowych piosenek i kilku pisarzy. Resztę dziedzictwa Ukraina zawdzięcza zaś ZSRR.
- Krym jest częścią Rosji, chociaż przyłączono go dopiero w XVIII wieku.
- Ukraińska armia zabija cywilów we wschodniej Ukrainie<sup>52</sup>.
- Etniczni Rosjanie są zagrożeni w Ukrainie, dlatego proszą Putina o obronę ich przed „banderowcami”.

---

<sup>49</sup> *Украина без России*, <http://novorus.info/news/yumor/42565-ukraina-bez-rossii-samyu-korotkiy-rolik.html>; *Россия без Украины, Украина без России*, <http://polit.ru/article/2006/09/28/kulikov/> (dostęp 16.04.2016).

<sup>50</sup> *Вассерман: Украинский язык – диалект русского*, <http://vz.ru/news/2009/3/16/265622.html>; *Украинские мифы*, [http://ruxpert.ru/%B5\\_%D0%BC](http://ruxpert.ru/%B5_%D0%BC) (dostęp 12.03.2016).

<sup>51</sup> *Правый сектор*, [http://antimaydan.info/pravyj\\_sektor.html](http://antimaydan.info/pravyj_sektor.html); *Политнавигатор*, <http://www.politnavigator.net/tag/%D0%C%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B0%D0%BD/page/5> (dostęp 12.03.2016).

<sup>52</sup> *В угрупованні „ЛНР” „утилізують” убитих дітей*, [http://ipress.ua/articles/v\\_ugrupovanni\\_lnr\\_utylyzuyut\\_ubytyh\\_ditey\\_154000.html](http://ipress.ua/articles/v_ugrupovanni_lnr_utylyzuyut_ubytyh_ditey_154000.html) (dostęp 19.01.2016).

- Ukraina cierpi z powodu kryzysu, w związku z czym setki tysięcy jej mieszkańców ubiegają się o azyl w Rosji.
- W południowej i wschodniej Ukrainie dochodzi do masowych ataków ukraińskich wojskowych na cerkwie i synagogi.

Na taką propagandę narażeni są nie tylko zwykli ludzie, ale także wiele osób kształtujących opinię publiczną: dziennikarze, politycy, urzędnicy, biznesmeni. Najważniejsze są tu informacyjna dominacja, manipulacja faktami, podanie informacji korzystnej jako jedynej możliwej wersji, wyprzedzenie wroga. Szczególna jest rola telewizji, ponieważ jednocześnie wpływa ona na wyobraźnię i uczucie. Rosyjska propaganda pokazuje wydarzenia w Ukrainie tylko z punktu widzenia Kremla.

Warto także zwrócić uwagę na wciąż lekceważony aspekt cyberprzestępczości. Rosyjscy hakerzy powiązani z GRU są jedną z najważniejszych armii nowoczesnej wojny. Już od 2010 roku ukraińskie systemy komputerowe stały się celem wyjątkowo zjadliwego oprogramowania szpiegowskiego Snake. Zainfekowane tym programem zostały dziesiątki dyplomatycznych i rządowych systemów, dając Moskwie dostęp do tajemnic Kijowa<sup>53</sup>.

Jednym z głównych sukcesów rosyjskiej kampanii propagandowej przeciwko Ukrainie było wykorzystanie informacji jako broni. Rosja dzięki państwowym kanałom informacyjnym, dziennikarzom, komentatorom, zwoleńnikom i trollom z internetu tworzy alternatywną rzeczywistość, w której prawda staje się względna i wszelkie informacje – wątpliwe. W wyniku tej kampanii Zachód dostrzega wydarzenia w Ukrainie w zniekształconej formie.

Tymczasem na Zachodzie szerzy się przekonanie, że trzeba współistnieć z Rosją, ale niestety każda próba włączenia jej w proces demokratyczny jest polityczną fatamorganą. Markiz Astolphe-Louis-Léonor de Custine jeszcze w 1839 roku słusznie zauważył:

Wśród tego ludu [rosyjskiego – przyp. aut.] pozbawionego swobody i woli widać tylko ciała bez duszy, i dreszcz nas ogarnia na myśl o tym, że na tak ogromne mnóstwo rąk i nóg jest tylko jedna głowa... Despotyzm jest

---

<sup>53</sup> A. de Custine, *Listy z Rosji. Rosja w 1839 roku*, tłum. M. Leśniewska, Editions Spotkania, Warszawa 2015, s. 73–74.



mieszanią niecierpliwości i lenistwa... Tyrania to urojona choroba ludów; tyran przebrany za lekarza wmówił im, że zdrowie nie jest naturalnym stanem cywilizowanego człowieka i że im większe niebezpieczeństwo, tym gwałtowniejsze powinno być lekarstwo: w ten sposób utrzymuje chorobę pod pretekstem jej kurowania<sup>54</sup>.

W związku z powyższym należy postawić pytanie nie tylko o współistnienie Ukrainy i Rosji, ale również świata i Rosji. Z cywilizowanego punktu widzenia taka koegzystencja musi być pokojowa. O ile oczywiście Kreml po raz kolejny nie zacznie szantażować świata bombą atomową. Ukraina sama walczy z rosyjskim imperializmem w czystej postaci, ale jest to walka różnych ideologii i światopoglądów.

Wojna informacyjna przewiduje, że jakakolwiek dyskusja jest korzystna dla tego, kto zaczyna omawiać temat. Antyukraińska frazeologia Kremla nie jest wyjątkowa, jej sens polega na narzucaniu swoich tematów do dyskusji, pozycjonowaniu siebie jako państwa, które dąży do ustanowienia pokoju w Ukrainie; wprowadzeniu do dyskursów medialnych nacisków emocjonalnych. Przy tym nie ma znaczenia, czy propaganda jest prawdziwa: ważniejsza jest jej intensywność, uderzenie w główne grupy docelowe i zdolność do samoodtwarzania.

Priorytetem polityki zagranicznej Rosji pozostaje budowanie strefy wpływów na obszarze poradzieckim. Jedną z naczelnych zasad przestrzeganych co najmniej od początku prezydentury Władimira Putina może zostać sformułowana tak: „nigdy nie rezygnować z żadnej strefy wpływów”<sup>55</sup>. Podkreśla się przy tym imperatyw regionalnej integracji, a kluczową rolę przypisuje się tworzeniu Eurazjatyckiej Unii Gospodarczej. Ukrainę wskazano jako partnera o szczególnej wadze w kontekście tworzenia struktur integracyjnych na obszarze poradzieckim<sup>56</sup>.

---

<sup>54</sup> P. Górka, *Ukraina: „wojna hybrydowa”*, <http://www.pch24.pl/> (dostęp 19.01.2016).

<sup>55</sup> T. Гомар, *Парадокс непостоянства*, „Россия в глобальной политике” 2006, № 3, s. 65.

<sup>56</sup> *Współczesne stosunki międzynarodowe. Międzynarodowe stosunki polityczne w XXI wieku – geneza, struktury, funkcje i procesy polityczne*, red. E. Cziomer, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2015, s. 158.

Rosja narzuca innym narodom obce dla nich cele, co sprawia, że zamiast informacji obywatele otrzymują propagandę i wojnę informacyjną. Zasobami wojny informacyjnej są różne narzędzia komunikacji, od mediów po pocztę i plotki. Obejmują one przeinaczenia faktów lub narzucanie obywatelom emocjonalnego postrzegania rzeczywistości, wygodnego dla agresora.

W niewypowiedzianej wojnie przeciwko Ukrainie Rosja aktywnie wykorzystuje metody wojny psychologiczno-informacyjnej<sup>57</sup>, próbuje zniszczyć morale ukraińskich żołnierzy i cywilów. Zazwyczaj metodami wojny informacyjnej są uwolnienie dezinformacji lub podanie informacji w korzystny sposób dla agresora. Metody te pozwalają na zniekształcenie oceny tego, co się dzieje, demoralizację obywateli i potencjalnie ich przejście na stronę agresora informacyjnego. „Dziennikarze” rosyjskich kanałów Life News, Russia Today i innych są podwójną bronią: służą budowaniu „prawidłowego obrazu” propagandowego oraz są przydatni dla służb specjalnych Rosji. Tego typu zabiegi propagandowe mają na celu demoralizację ukraińskiego społeczeństwa, podzielenie go, wywołanie zamieszek, co w konsekwencji może doprowadzić do zmiany władzy albo nowego Majdanu i zdobycia władzy przez kogoś pokroju byłego prezydenta Wiktora Janukowycza, który wykazywał wielką troskę o zaspokajanie interesów Moskwy. Kreml kłamie i manipuluje na skalę (zdaniem wielu obserwatorów) niespotykaną od czasów zimnej wojny. Propagandę uprawiają wszystkie państwa, mają do tego narzędzia o różnej sile, a ich przekaz mniej lub bardziej bazuje na rzeczywistości. Jednak wydarzenia ostatnich dwóch lat pokazują, że zakres, metody, spójność działań propagandowych i manipulacyjnych Rosji są elementami wojny psychologicznej.

Rosyjscy eksperci wojskowi i naukowcy już przez dłuższy czas stosunkowo mocno rozwijają temat informacyjnych i informacyjno-psychologicznych wojen. Zjawisko nowoczesnej wojny informacyjnej omówił w monografii absolwent Akademii FSB Andrej Manojło, który tak ją definiuje:

Informacyjno-psychologiczna wojna (...) obecnie stanowi najbardziej niebezpieczną formę społecznej (...) konfrontacji, realizowaną brutalnymi

---

<sup>57</sup> K. Liedel, *Bezpieczeństwo informacyjne w dobie terrorystycznych i innych zagrożeń bezpieczeństwa narodowego*, Adam Marszałek, Toruń 2005, s. 23–24.

środkami i sposobami wpływu na informacyjno-psychologiczną sferę przeciwnika w celu rozwiązania zadań strategicznych<sup>58</sup>.

Jeszcze wcześniej koncepcję takiego rodzaju wojny opracował Eugenij Messner<sup>59</sup>. Według niego przyszłe wojny nie będą toczyć się o terytoria i surowce, ale „o dusze narodów”, a psychologia, agitacja i propaganda będą ważniejsze od broni. Będą to wojny buntownicze – *miatieżnyje wojny*<sup>60</sup>, wojny-chaos, które staną się dominującą formą konfliktu zbrojnego w XXI wieku. Konflikty, w których materiałem wybuchowym są spory narodowościowe, społeczne i dezinformacja, są w istocie wojnami głównie psychologicznymi, a prowadzi się je przez podsycanie napięć i działania propagandowe. Dla takich wojen najbardziej użyteczne są siły specjalne, jednostki dobrze wyszkolone do działań niekonwencjonalnych. Takich wojen nie rozstrzygają siły zbrojne na polach bitew. W takich operacjach armia służy nie tyle odstraszeniu, ile zastraszeniu ludności i sił zbrojnych potencjalnego przeciwnika<sup>61</sup>. Messner uważał że tradycyjne metody wojny zostały wyczerpane:

Kiedyś wojny odbywały się w przestrzeni dwuwymiarowej – na powierzchni morza i lądu. Potem przyszedł trzeci wymiar – wojna w powietrzu. Teraz najważniejszy stał się czwarty wymiar – psychika stron, walczących ze sobą w wojnie.

---

<sup>58</sup> А.В. Манойло, *Государственная информационная политика в особых условиях*, Издательство МИФИ, Москва 2003, s. 223.

<sup>59</sup> Eugenij E. Messner (1891–1974) – oficer sztabu generalnego armii carskiej, w czasie wojny domowej walczył po stronie białych. Był ostatnim szefem sztabu dywizji Ławra Kornilowa w armii rosyjskiej barona Piotra Wrangla; profesor, rosyjski teoretyk wojskowy, wykładowca Szkoły Wojskowej w Belgradzie, który w czasie II wojny światowej współpracował z III Rzeszą. W Rosji zyskał znaczną popularność mimo swojej wrogości wobec ZSRR. Zob. И.В. Домнин, А.Е. Савинкин, *Асимметричное воевание*, „Отечественные записки” 2005, № 5; А. Федорович, *Любимый стратег Путина*, [http://www.inoforum.ru/inostrannaya\\_pressa/lyubimyj\\_strateg\\_putina](http://www.inoforum.ru/inostrannaya_pressa/lyubimyj_strateg_putina) (dostęp 11.01.2016).

<sup>60</sup> Е.Э. Месснер, *Всемирная мятежевойна*, Издательство Кучково поле, Москва 2004, s. 15.

<sup>61</sup> Szerzej na ten temat: *Хочешь мира, победи мятежевойну! Творческое наследие Е.Э. Месснера*, Издательство Русский путь, Москва 2005.

Świat już teraz żyje w tym właśnie wymiarze. Mówimy o wojnie informacyjnej, a ta wojna jest raczej psychologiczna, ponieważ przepływ informacji właśnie ma oddziaływać na umysły. To jest właśnie celem wojny informacyjnej<sup>62</sup>.

Timothy Snyder, historyk z Yale University, analizując wojnę rosyjsko-ukraińską na portalu Politico, podkreśla: „Jeśli Ukraina stanie się Noworosją, a Wschód upadnie, to nie z powodu fizycznej siły Rosji, ale z powodu naszej umysłowej słabości”<sup>63</sup>.

Europoseł PO Jacek Saryusz-Wolski niejednokrotnie podkreślał, że do rozwiązania kryzysu ukraińskiego doprowadzi zdeterminowane i solidarne działania UE i Ukrainy oraz powrót Rosji na drogę respektowania praw sąsiadów i prawa międzynarodowego. Oprócz tego rosyjski terroryzm na terytorium Ukrainy musi być zwalczany z taką samą determinacją, z jaką zwalczany jest każdy inny terroryzm, np. islamski<sup>64</sup>.

Wojna informacyjna, którą prowadzi Rosja, trwa od dawna na dwóch frontach<sup>65</sup>. Jeden przebiega wewnątrz państwa, drugi za granicą. W związku z tym Ukraina powinna wszystkimi sposobami walczyć o swoją świadomość narodową w różnych regionach, a na zewnątrz skutecznie manifestować swoje stanowisko i obalać fałszywe wiadomości i wersje wydarzeń<sup>66</sup>.

Ta walka jest nierówna. Rosja przez lata tworzyła poważne narzędzia komunikacyjne, takie jak kanały i sieci telewizji Russia Today, oraz zespoły ekspertów, którzy komentują wydarzenia w Rosji i za granicą. Ukraina nie pracowała nad tym. Jednym z narzędzi, które mogą jej pomóc w ustaleniu

---

<sup>62</sup> E.Э. Месснер, *Всемирная мятежевойна*, op. cit., s. 57; *Хочешь мира, победи мятежевойну!*, op. cit., s. 109.

<sup>63</sup> T. Snyder, *To Understand Putin, Read Orwell Ukraine, Russia and the Big Lie*, [http://www.politico.com/magazine/story/2014/09/to-understand-putin-read-orwell-110551\\_Page2.html#ixzz3Ic1cmnBW](http://www.politico.com/magazine/story/2014/09/to-understand-putin-read-orwell-110551_Page2.html#ixzz3Ic1cmnBW) (dostęp 18.04.2016).

<sup>64</sup> J. Saryusz-Wolski, *Jedność Zachodu wobec sytuacji na wschodzie Europy nie może się rozpaść*, <http://www.saryusz-wolski.pl/pl/node/346> (dostęp 10.03.2016).

<sup>65</sup> Л.Різник, *Фактор Данила Вернаді*, Видавництво Кобзар, Львів 2003, s. 139.

<sup>66</sup> І. Голод, *Інформаційний тероризм*, <http://meest-online.com/ukraine/policy/informatsijnyj-teroryzm/> (dostęp 18.04.2016).

efektywnej polityki informacyjnej, jest stworzenie kanału telewizyjnego nadającego w tłumaczeniu za granicą.

W wojnie informacyjnej Rosji przeciwko Ukrainie nie były używane ataki czołgów, bombardowania lotnicze, ale ciągła seria ataków na świadomość społeczną. W dzisiejszych czasach nie tylko byt określa świadomość, ale i świadomość określa byt. Świadomość zagrożeń, świadomość tego, że ani niepewności, ani ryzyka nie da się już wyeliminować, trzeba się nauczyć z nimi żyć<sup>67</sup>; znacznie bardziej bezpośredni wpływ na nią ma kontrola umysłu. Wydarzenia z początku tej wojny hybrydowej odbywały się jakby za kulisami, społeczeństwo nie było przygotowane na „zielone ludziki”. Wielu obywateli Ukrainy i Rosji nawet nie zrozumiało, co się stało – dlaczego doszło do konfliktu, w którym jak gdyby wszystko, co się działo, działo się wbrew ich woli.

I chociaż akcjami dywersyjnymi na wschodzie Ukrainy kierują rosyjskie służby specjalne, sytuację komplikuje „milcząca większość, która siedząc przed telewizorami, została poddana rosyjskiej obróbce propagandowej”<sup>68</sup>. Większość mieszkańców obwodu donieckiego jest przeciwna separatystom, ale ci sami ludzie obawiają się banderowców i UE. „A banderowcami są wszyscy ci, którzy mają inne zdanie” – podkreślił Serhij Żadan. Przyczyną kryzysu na wschodzie Ukrainy jego zdaniem jest również bezradność władzy<sup>69</sup>.

W umysłach przedstawicieli Kremla i większości ludności Rosja jest otoczona przez wrogów, którzy chcą sobie podporządkować rosyjskie zasoby naturalne. Wiodącą rolę w tym „globalnym spisku” odgrywa Zachód na czele z USA. Takie idee pojawiły się na długo przed rewolucją godności, jeszcze w 1987 roku. Na przykład koncepcję bezpieczeństwa publicznego pod nazwą „Martwa woda” (wydanie pierwsze – koniec 1994 roku, drugie – 1996 rok) zaczęła przygotowywać od 1987 roku inicjatywna grupa publiczna „Wewnętrzny Predyktor ZSRR”<sup>70</sup>. W ramach tej koncepcji bezpieczeństwa publicznego

---

<sup>67</sup> W. Ostasiewicz, *Myślenie statystyczne*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012, s. 8.

<sup>68</sup> A. Przegaliński, *Serhij Żadan: Konflikt ukraiński był zaplanowany kilka lat temu*, <https://wiadomosci.wp.pl/serhij-zadan-konflikt-ukrainski-byl-zaplanowany-kilka-lat-temu-6027756799296641a> (dostęp 12.05.2018).

<sup>69</sup> Ibidem.

<sup>70</sup> Н. Жук, *Концепция общественной безопасности Мёртвая вода*, <https://www.proza.ru/2010/05/12/564>, (dostęp 23.02.2016).

Rosja postrzega wojnę jako wojnę totalną na wszystkich poziomach. W teorii została ona przedstawiona w postaci sześciu poziomów (priorytety kontroli ludzkości). Z tych priorytetów tylko jeden jest wojskowym, pozostałe pięć to metody wojny informacyjnej.

Według członków rosyjskiego Izborskiego Klubu<sup>71</sup>:

wybór Ukrainy jako kluczowego celu amerykańskiej agresji przeciwko Rosji nie jest przypadkowy. Amerykańskie służby specjalne dwie dekady były zaangażowane w ukraińską przestrzeń polityczną, żeby we właściwym czasie przeprowadzić ukierunkowany antyrosyjski wybuch<sup>72</sup>.

Co więcej:

nazistowska junta, która przejęła władzę w Kijowie rzekomo działająca w imieniu państwa ukraińskiego, jest niczym innym jak tylko narzędziem w rękach przywódców amerykańskich, a naród Ukrainy jest wykorzystywany jako „mięso armatnie” i jednocześnie ofiara w grze dla sprowokowania rosyjskiej „agresji”. Bezpośrednim celem tej wojny jest oddzielenie Ukrainy od Rosji... USA prowadzą politykę oddzielenia Ukrainy od Rosji od dwóch dekad po upadku Związku Radzieckiego, wydając na tworzenie antyrosyjskiej elity politycznej w Kijowie... ponad 5 mld dolarów<sup>73</sup>.

---

<sup>71</sup> Izborski Klub (Изборский клуб) jest rosyjską konserwatywno-nacjonalistyczną organizacją i społecznością ekspertów specjalizujących się w badaniach nad polityką zagraniczną i wewnętrzną Rosji. Klub został założony we wrześniu 2012 roku podczas obchodów 1150-lecia Izborska, wspieranego przez gubernatora regionu Pskowa. Przewodniczącym klubu został wybrany pisarz Aleksander Prokhanov. Od 2013 roku klub wydaje czasopismo o takiej samej nazwie. Członkami klubu są m.in.: Siergiej Glazjew, Aleksander Dugin, archimandryta Tichon (Szewkunow). Niektórzy członkowie klubu otwarcie pozycjonują się jako naziści – *Создан Изборский клуб консервативной идеологии*, <http://contrinform.ru/izborskiy-klub-konservativnoj-ideologii/>; M. Калашников, *Я фашист, уважающий Сталина*, <http://gorod.tomsk.ru/index-1253163759.php> (dostęp 17.06.2016).

<sup>72</sup> С. Глазьев, *Украинская катастрофа. От американской агрессии к мировой войне?* («Коллекция Изборского клуба»), Издательство Книжный мир, Москва 2015, s. 94.

<sup>73</sup> Pbidem; idem, *Майдан: последняя ставка Америки (доклад Изборскому клубу)*, «Изборский клуб» 2014, № 7, s. 43.

I dalej:

Aby nie dopuścić do powrotu Ukrainy do euroazjatyckiej integracji, Waszyngton odrzucił wszelkie normy prawa międzynarodowego i zaczął bezpośrednią agresję, wtrącając się w wewnętrzne sprawy Ukrainy, organizując zamach stanu i ustanowił władzę swoich agentów. Zorganizowana przez Waszyngton wojna domowa w Ukrainie przekształca się w rosnący chaos, który wciąga Rosję i Europę w nową wojnę światową<sup>74</sup>.

Wojna informacyjna Rosji przeciwko Ukrainie trwa od dłuższego czasu. Informacyjne, specjalne operacje, fejki, propagandowe materiały telewizyjne, inscenizacja walk, panika w sieciach społecznościowych, boty – to tylko niewielka część żołnierzy i broni w tej wojnie. Z kolei propagandowe i kontrpropagandowe kampanie Ukrainy i państw zachodnich nie są prowadzone lub są mało efektywne.

Minister polityki informacyjnej Ukrainy Jurij Stec w 2015 roku ogłosił, że stworzy centrum koordynacyjne, w ramach którego działać będą wpływowi blogerzy. Ich zadaniem ma być „przekazanie prawdy o tym, co dzieje się w Donbasie”. Mają stać się internetową armią, która będzie walczyła z fałszywymi informacjami o sytuacji na wschodzie Ukrainy rozpowszechnianymi przede wszystkim w sieciach społecznościowych. Minister podkreślił:

Nie potrzeba botów i trolli, żeby przekazywać prawdziwe informacje tym, którzy korzystają z internetu. Każdy, kto zna media społecznościowe, widzi to i rozumie. Musimy zjednoczyć ludzi, którzy są w mediach społecznościowych autorytetami, żeby przekazywali prawdę wszystkim, którzy ich czytają<sup>75</sup>.

---

<sup>74</sup> Ibidem; idem, *Українська катастрофа*, op. cit., s. 95.

<sup>75</sup> A. Pawłowska, *Trolle i boty nie wygrają wojny. Ukraina tworzy internetową armię blogerów*, [http://wyborcza.pl/1,76842,17322789,Trolle\\_i\\_boty\\_nie\\_wygraja\\_wojny\\_Ukraina\\_tworzy\\_internetowa.html?disableRedirects=true](http://wyborcza.pl/1,76842,17322789,Trolle_i_boty_nie_wygraja_wojny_Ukraina_tworzy_internetowa.html?disableRedirects=true) (dostęp 17.06.2016).

## 4.2. Kampania informacyjna w konflikcie rosyjsko-ukraińskim

Ukraina jako państwo wieloetniczne i wielowyznaniowe zawsze była tolerancyjna i obierała pokojową postawę wobec narodów mieszkających na jej terytorium. Agresja Rosji doprowadziła do sytuacji, w której Ukraina została zmuszona do obrony swojego suwerennego istnienia, co wymagało mobilizacji nie tylko władzy politycznej, ale także wszystkich instytucji społecznych i całego społeczeństwa. Sytuacja znacznie się komplikuje w związku z prowadzeniem przez Rosję wojny hybrydowej, w której oprócz klasycznych metod operacji wojskowych wiele uwagi poświęca się wojnie informacyjnej, w ciągu ostatnich czterech lat mającej totalny charakter. Wykorzystuje się w niej mass media do sterowania opinią publiczną na szeroką skalę. Państwo agresor publicznie wypiera się udziału w konflikcie, narzucając swoją wolę Ukrainie, zastępując rzeczywiste wydarzenia i realną wojnę we wschodniej części Ukrainy „informacyjnymi fantomami”, odpowiednio dobranymi faktami i formą ich prezentacji, wymieszaną z propagandą i manipulacjami. Celem rosyjskich władz jest stworzenie „potrzebnej i prawidłowej” opinii publicznej, która powinna służyć konsolidacji rosyjskiego społeczeństwa wokół Kremla (stworzenie „wroga”, „zagrożenia zewnętrznego” itp.), a zarazem demoralizacja wroga – ukraińskiego społeczeństwa. Kreml pragnie nie tylko mieć wpływ na świadomość Ukraińców, ale i zmienić ich mentalność, wartości i tożsamość, a w rezultacie zniszczyć państwo ukraińskie i stworzyć jedyny *russskij mir*.

Czynnikami wyróżniającymi dany naród od innych i jednocześnie świadczącymi o jego tożsamości są: wspólne pochodzenie etniczne, historia, język, często religia, a nade wszystko kultura. Właśnie religia i kultura stanowiły czynniki najsilniej zespalający ludy europejskie, jeszcze na długo przed pojawieniem się nowożytnych koncepcji narodowościowych<sup>76</sup>.

Działaniom militarnym wojny hybrydowej towarzyszą równie znaczące intensywne działania o charakterze propagandowym, których głównym narzędziem jest internet. Są to zabiegi planowane, ugruntowane

---

<sup>76</sup> Zob. więcej: G. Corm, *Religia i polityka w XXI wieku*, tłum. E. Cyliwik, Dialog, Warszawa 2007, s. 46–82.



w rosyjskiej literaturze poświęconej wojnie informacyjnej<sup>77</sup>. Wojna propagandowa ma uzasadnić nie tylko najazd rosyjskiej armii na Krym, ale i wojnę w Ukrainie Wschodniej. Rosyjskie media rozsiewały – i nadal to czynią – fałszywe informacje o atakach na Rosjan i fali uchodźców. Czynią tak media podporządkowane Putinowi, ale nieprawdziwe informacje pojawiają się także na portalach ukraińskich. Portal Ukraińska Prawda wykrył manipulację pierwszego kanału Telewizji Rosyjskiej, a internauci nie mieli wątpliwości, że Kreml chciał w ten sposób przekonać własnych obywateli o panice ukraińskich Rosjan, by nie protestowali przeciw interwencji Putina na Ukrainę.

Do czasu rewolucyjnych wydarzeń w Ukrainie obraz tego kraju w rosyjskiej telewizji był maksymalnie neutralny, ale z pewnym sceptycznym podejściem. Cały czas używano słowa „samodzielna”, często pogardliwie w wiadomościach mówiono też „chochły”<sup>78</sup>. Od razu po pomarańczowej rewolucji w latach 2005–2006 retoryka wobec Ukrainy zaczęła się zmieniać. Po pierwszym Majdanie temat „nazizmu”, „fasyzmu” władzy ukraińskiej zaczął przeciekać, a następnie celowo był akcentowany w rosyjskiej telewizji. Po drugim Majdanie i ucieczce Janukowycza dodano takie określenia jak „junta kijowska”. W tym samym czasie wymyślono temat pomocy Amerykanów dla państwowego zamachu w Ukrainie, mieli oni wydać 1,5 mld dolarów na przygotowanie nowej pomarańczowej rewolucji<sup>79</sup>. Był to rzeko-

<sup>77</sup> „Wojna informacyjna” prezydenta Putina. Raport Akademii Europejskiej Krzyżowa, [http://akademia.krzyzowa.org.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=77:wojna-informacyjna-prezydenta-putina-raport-akademii-europejskiej-krzyzowa&catid=12&lang=pl&Itemid=113](http://akademia.krzyzowa.org.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=77:wojna-informacyjna-prezydenta-putina-raport-akademii-europejskiej-krzyzowa&catid=12&lang=pl&Itemid=113) (dostęp 17.06.2016).

<sup>78</sup> На службе ростпропаганды: как „посередники” помогают Кремлю рисовать „страшилки” про Украину, <http://www.segodnya.ua/politics/pnews/na-sluzhbe-rospropagandy-kto-iz-poperednikov-pomogaet-kremlyu-risovat-strashilki-pro-ukrainu-694161.html> (dostęp 28.02.2016).

<sup>79</sup> Эксперт. Альтернативы нет, „Business Excellence” („Деловое совершенство”) 2014, № 6, s. 24; Е. Тарасюк, Тайная операция ЦРУ „Майдан-2”, <http://antifashist.com/item/tajnaya-operaciya-cru-majdan-2.html>; Эксперт: Государственный переворот на Украине – дело рук США, <https://russian.rt.com/article/75659>; А. Кравец, США готовят переворот в Украине, <http://ru-an.info/%D0%BD%D0> (dostęp 28.02.2016).

mo „jeden z epizodów zimnej wojny przeciwko Rosji<sup>80</sup>, która trwała przez wszystkie lata. Wyraźnie podkreślano główny cel USA – prowokować stałe konflikty na świecie, w tym w Ukrainie, a następnie i w Rosji, oraz dążyć do zachowania hegemonii na świecie, wraz z dominacją dolara<sup>81</sup>.

Rosyjskie mass media ignorują rzeczywisty stan rozwoju społeczeństwa europejskiego początku XXI wieku, a zamiast tego nadal gorączkowo operują kategoriami zimnej wojny, „wrogiego otoczenia”, a nawet światowego spisku przeciw Rosji<sup>82</sup>. Typowy pod tym względem jest tytuł artykułu jednego z najwyższych przedstawicieli rosyjskiej cerkwi prawosławnej, który został opublikowany w czasopiśmie „Nasz Sowremiennik”: „Siły zła idą na nas”<sup>83</sup>. Inne książki i artykuły sugerują, że światowe siły dzień i noc snują spisek przeciwko Rosji<sup>84</sup>. Jeszcze inni sugerują, że w Rosji trwa „trzecia wojna ojczyzniana”, która już jest przegrana. Cała historia Rosji jest interpretowana w literaturze patriotycznej jako trwała konfrontacja z wrogim światem.

Nasza rosyjska historia wręcz napisana jest krwią: inwazja za inwazją. Szcuje się, że walczyliśmy przez trzy lata z każdych pięciu lat naszego życia. W ostatnich latach dopuściliśmy do zniszczenia potężnego kraju, nagle

<sup>80</sup> J.J. Mearsheimer, *Why the Ukraine Crisis Is the West's Fault. The Liberal Delusions That Provoked Putin*, <https://www.foreignaffairs.com/articles/russia-fsu/2014-08-18/why-ukraine-crisis-west-s-fault> (dostęp 30.09.2016).

<sup>81</sup> Е. Тарасюк, *Тайная операция ЦРУ «Майдан-2»*, op. cit.

<sup>82</sup> *Путін переконаний у світовій змові проти Росії*, [http://24tv.ua/putin\\_perekonaniy\\_u\\_svitoviy\\_zmovi\\_protiv\\_rosiyi\\_n579804](http://24tv.ua/putin_perekonaniy_u_svitoviy_zmovi_protiv_rosiyi_n579804); Росіяни стають нацією теоретиків змови – RFE/RL, [http://dt.ua/POLITICS/rosiyani-stayut-naciyeyu-teoretikiv-zmovi-rfe-rl-176510\\_.html](http://dt.ua/POLITICS/rosiyani-stayut-naciyeyu-teoretikiv-zmovi-rfe-rl-176510_.html) (dostęp 12.03.2016).

<sup>83</sup> І. Дзюба, *Україна-Росія: протистояння чи діалог культур?*, [w:] *Україна-Росія: концептуальні основи гуманітарних відносин*, Видавництво Стилос, Київ 2001, s. 267–333.

<sup>84</sup> В. Большаков, *Мировая закулиса против Путина*, Издательство Алгоритм, Москва 2016; И. Ерофеева, *Страшная война против России*, <http://www.kramola.info/vesti/metody-genocida/strashnaya-voyna-protiv-rossii>; Л. Бершидский, *Путин против „мировой закулисы”*, <http://nv.ua/opinion/bershidsky/putin-protiv-mirovoy-zakulisy-54438.html> (dostęp 23.04.2016).

zmniejszyliśmy swoje narodowe granice i tym samym oddaliśmy wrogowi do niewoli około 30 milionów swoich krewnych<sup>85</sup>.

Konkretne przykłady działań informacyjnych i psychologicznych państwa rosyjskiego wobec Ukrainy przedstawił zastępca ministra obrony pułkownik Serhij Gałuszko, który podkreślił, że kampania informacyjna przeciwko Ukrainie jest długoterminowa i składa się z wielu działań informacyjnych. Jeśli przeanalizujemy jej strukturę, widzimy, że zawiera ona szereg elementów, które wzajemnie się uzupełniają: coś przeznaczone jest dla zagranicznej publiczności, coś służy wzmagananiu podziału między rządem a społeczeństwem<sup>86</sup>.

Można wyróżnić pięć głównych elementów kampanii informacyjnej Rosji przeciwko Ukrainie:

- dostarczanie światowym mass mediom pożądaných przez Kreml informacji o wydarzeniach w Ukrainie, w których Rosja próbuje narzucić swój punkt widzenia;
- próba kształtowania prorosyjskich oraz antyukraińskich poglądów wśród europejskiej opinii publicznej za pośrednictwem internetowych blogów, portali, serwisów informacyjnych i fejków. Tysiące opłaconych blogerów i komentatorów rosyjskiej Agencji Badań Internetu stara się wpłynąć na opinię publiczną i pozyskać zwolenników rosyjskiej wersji wydarzeń nieustanną aktywnością w sieci, na stronach gazet i innych mediów, również zagranicznych, na które mają wpływ rosyjskie służby<sup>87</sup>. Najbardziej typowym fejkem było rozpowszechnienie

---

<sup>85</sup> С. Сокрыра, *Можно ли унять боль России?*, <http://www.rulit.me/books/mozhno-li-nyyat-bol-rossii-read-304153-1.html> (dostęp 11.03.2016).

<sup>86</sup> С. Галушко, *Информационно-психологическая война: чего Россия хочет добиться в Украине с помощью пропаганды, и есть ли у Украины оружие защиты*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnopsikhologicheskaya\\_voyna\\_chego\\_rossiya\\_khochet\\_dobitsya\\_v\\_ukraine\\_s\\_pomoschy\\_propagandy\\_i\\_est\\_li\\_u\\_ukrainy\\_oruzhie\\_zaschity/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnopsikhologicheskaya_voyna_chego_rossiya_khochet_dobitsya_v_ukraine_s_pomoschy_propagandy_i_est_li_u_ukrainy_oruzhie_zaschity/) (dostęp 12.01.2016).

<sup>87</sup> „Le Figaro”: *Rosja prowadzi wojnę propagandową w internecie*, <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,title,Le-Figaro-Rosja-prowadzi-wojne-propagandowa-w-internecie,wid,16784028,wiadomosc.html?ticaid=1161b9> (dostęp 10.03.2016).

pod koniec 2014 roku przez media prorosyjskie i rosyjskie informacji o tym, że ukraińskie dzieci z młodszych klas uczone są zabijać gile, gdyż kolory tych ptaków nie są „patriotyczne”, i wzywane do ochrony sikorek, ponieważ te mają żółty i niebieski kolor<sup>88</sup>. Rozpowszechniają podobną informację i przedstawiciele rosyjskiej dyplomacji, sieci społecznościowe oraz rosyjscy agenci wpływu w Ukrainie, którzy mogą być politykami, dyplomatami, przedstawicielami organizacji pozarządowych oraz artystami – wszyscy oni narzucają społeczności światowej swoje wyobrażenia o wydarzeniach w Ukrainie w kontekście rosyjskich interesów;

- Drugi element jest przeznaczony dla odbiorców na całym świecie, bardziej wyspecjalizowany. Ta operacja informacyjna dąży do zakłócenia i zerwania projektów wojskowej materialno-technologicznej pomocy ze strony NATO, UE i innych krajów. Dlatego Kreml wpływa na ludzi w strukturach rządów i kompleksów wojskowo-przemysłowych świata, którzy podejmują decyzje o dostawach broni i zapewnieniu wszelkiej pomocy. Światowa opinia publiczna także jest „rozgrzewana” oświadczeniami, że Ukrainie nie można dostarczać broni, ponieważ Ukraińcy rzekomo nie używają jej poprawnie; sprzedadzą ją do krajów trzeciego świata; przekażą bojownikom rosyjskim; będzie to poza tym cios dla podatników krajów eksporterów;
- agresywna informacyjna operacja skierowana do obywateli Ukrainy, mająca na celu podział ukraińskiego społeczeństwa, aby np. nie wspierało ono politycznych i wojskowych władz Ukrainy – prezydenta, rządu, parlamentu, przywódców sił bezpieczeństwa itd. Jeśli uda się dokonać tego podziału, może to negatywnie wpłynąć na wizerunek Ukrainy w świecie i na sytuację polityczną w kraju oraz w strefie ATO. Dlatego Kreml próbuje pokazać zwykłym Ukraińcom ich władzę

---

<sup>88</sup> Фейк ЗМІ Росії. В Україні школярів вчать вбивати снігурів і захищати синиць, <http://www.radiosvoboda.org/a/26741269.html>; „Россия-2”: украинские детишки охотятся на „пророссийских” снегирей, [http://medialeaks.ru/1512ms\\_snegir](http://medialeaks.ru/1512ms_snegir); На Украине педагоги учат детей убивать снегирей, <http://news-nsk.com/na-ukraine-pedagogi-uchat-detej-ubivat-snegirej.html> (dostęp 10.12.2016).

w niekorzystnym świetle: różne teksty pojawiają się na Facebooku czy w mediach, według nich Ukraina ma „złego” ministra obrony czy dowódcę jakiejś jednostki wojskowej itd. Najciekawsze jest to, że w tej wojnie informacyjnej Rosji pomagają niektóre siły polityczne i „eksperci”. Ktoś pracuje dla Rosji, bo wykonuje swoje zadania, podczas gdy inni – przez swoją głupotę<sup>89</sup>. Oprócz tego toczy się równolegle cyberwojna między hakerami prorosyjskimi i proukraińskimi;

- przekonywanie mieszkańców w regionach Doniecka i Ługańska, że mieszkać w tzw. DRL i LNR jest lepiej, bardziej obiecująco niż w Ukrainie; jest to droga „do lepszej przyszłości”;
- oddziaływanie na personel sił bezpieczeństwa: Sił Zbrojnych Ukrainy i innych formacji wojskowych i organów ścigania, przede wszystkim do tych zaangażowanych w ATO. Kreml zintensyfikował próby kontrolowania sieci społecznych, jego trolle zalewają sieć złośliwymi i wrogimi komentarzami wobec jakichkolwiek krytycznych wypowiedzi o polityce rosyjskich przywódców.

To tylko pięć głównych elementów – jeśli zwrócić szczególną uwagę na czwarty i piąty, możemy już teraz mówić o kilku ważnych projektach informacyjnych Kremla i DRL-LNR, które je wdrażają. Pracuje nad tym tzw. Ministerstwo Informacji DRL, tworzy i rozwija sieć swoich mediów; pracują też jednostki polityki informacyjnej Federacji Rosyjskiej na terytorium Ukrainy, które jest czasowo okupowane. Podejmuje się również próby transmitowania programów na Ukrainę<sup>90</sup>. Władze Kremla zachowują wystarczający dystans, by móc zaprzeczyć, że są zaangażowane w te ataki, jednocześnie odnoszą z tego strategiczne korzyści.

Kreml zawsze manipulował treścią informacji, a wraz z rozpoczęciem rewolucji godności manipulacja i dezinformacja nabrały niewyobrażalnego

---

<sup>89</sup> C. Галушко, *Информационно-психологическая война*, op. cit.

<sup>90</sup> Г. Скляревская, *Информационно-психологическая война: чего Россия хочет добиться в Украине с помощью пропаганды, и есть ли у Украины оружие защиты*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnopsikhologicheskaya\\_voyna\\_chego\\_rossiya\\_khochet\\_dobitsya\\_v\\_ukraine\\_s\\_pomoschyu\\_propagandy\\_i\\_est\\_li\\_u\\_ukrainy\\_oruzhie\\_zaschity/undefined/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnopsikhologicheskaya_voyna_chego_rossiya_khochet_dobitsya_v_ukraine_s_pomoschyu_propagandy_i_est_li_u_ukrainy_oruzhie_zaschity/undefined/) (dostęp 17.04.2016).

rozmachu. W machinie medialnej zaczęto oceniać Majdan jako negatywne wydarzenie, jako zamach stanu, czemu towarzyszyły komunikaty wzywające „wszystkich aktywnych ludzi do przeciwdziałania zamachowi stanu”. Naród Ukrainy pokazał jasno całemu światu swoją determinację, udowodnił, że pragnie budować nowe, bardziej sprawiedliwe społeczeństwo. Ale Rosja Putina z różnych powodów nie może na to pozwolić. Dla Putina trudno o czarniejszy scenariusz niż przekształcenie Ukrainy w zamożną, zintegrowaną z Zachodem demokrację przy jednoczesnym załamaniu poziomu życia w Rosji. Przykład Kijowa może okazać się zaraźliwym dla Rosjan i zmieść putinowską autokrację<sup>91</sup>, na co Putin pozwolić nie może.

Jeszcze Edward Bernays podkreślał, że:

świadoma i inteligentna manipulacja zorganizowanych przyzwyczajęń i przekonań mas jest ważnym elementem demokratycznego społeczeństwa... Jesteśmy rządzeni, nasz rozum jest kształtowany, nasze gusta i guściki kreowane, nasze idee są w większości sugerowane przez ludzi, o których myśmy nigdy nic nie słyszeli<sup>92</sup>.

Z chwilą agresji w sieci ujawniły się setki stron i grup społecznościowych, „obiektywnie” informujących o wydarzeniach. Przesłaniem kampanii informacyjnej stało się powstanie przeciwko nowej, legalnej władzy w Kijowie. Rosja cały czas twierdzi, że Ukraina to państwo „warunkowe” i „słabo rozwinięte”. Jednocześnie wypuszcza się do mediów komunikaty o poparciu Rosji dla takich działań, ubrane w „pomoc dla dyskryminowanych Rosjan”. Propaganda rosyjska zrobiła swoje, niektórzy w nią wierzyli, a są i tacy, którzy wierzą do dziś.

Taką samą retorykę uruchamiała białoruska telewizja, podkreślając, że ludzie na Majdanie to zbiorowisko narkomanów, amerykańskich agentów, terrorystów itp. Białoruski rynek mediów jest zdominowany przez rosyjskie

---

<sup>91</sup> J. Bielecki, *Putin w kozim rogu – analiza Jędrzeja Bieleckiego*, <http://www.rp.pl/artykul/1129791-Putin-w-kozim-rogu---analiza-Jedrzej-Bieleckiego.html> (dostęp 23.04.2016).

<sup>92</sup> Э. Бернейс, *Пропанганда*, Издательский дом Н-Publishing, Москва 2010, s. 3.

kanały, a tamtejsze stacje korzystają z wielu audycji z rosyjskich ramówek, zostawiając np. tylko białoruskie serwisy informacyjne. Gdy ludzie oglądają na jednym kanale reportaż *Krym. Droga do ojczyzny*, a następnie białoruskie wiadomości, w których słyszą, że Białoruś nie akceptuje aneksji Krymu – wszystko im się miesza w głowie. Dla części z nich Łukaszenko jest już nawet „bänderowcem” i opozycjonistą. Część ludzi nie myśli bowiem kategoriami państwa białoruskiego, tylko *russskogo mira*<sup>93</sup>. Dla nich stolicą cywilizacyjną jest Moskwa, a nie Mińsk. Gdy pojawił się Putin, propaganda Łukaszenki znacznie się osłabiła, ponieważ nie była przygotowana na obronę niepodległości i podtrzymanie tożsamości narodowej. Władza nie ma pomysłu, jak się bronić przed dużo lepszą i bogatszą propagandą rosyjską<sup>94</sup>.

Putin stara się dokonać syntezy tradycji oraz idei pochodzących z różnych okresów Rosji. Upowszechniana przez władze jednolita wizja rosyjskiej historii opiera się na połączeniu elementów rosyjskich z radzieckimi, a nawet z okresu Rosji carskiej oraz na „restalinizacji” rosyjskiej pamięci historycznej<sup>95</sup>. Imperium w wersji lansowanej przez kremlowskich ideologów to „imperium liberalne”, którego działania nie są jedynie popisem siły, ale też mają charakter cywilizacyjnej „misji” ustanawiania nowego ładu. Imperium stanowi zabezpieczenie przed takimi zagrożeniami jak nacjonalizm, szowinizm czy terroryzm. Spod tej „liberalnej” maski zwykle jednak wysuwa się inna twarz – surowa i realistyczna twarz przemocy, która służy jedynie stałemu wzmacnianiu imperialnej władzy. Cecha szczególnie uwypuklana to mocarstwowość, która odrzuca wszystko to, co symbolizuje słabą Rosję,

<sup>93</sup> Więcej na ten temat: К. Аверьянов-Минский, В. Мальцев, *Белорусский национализм против русского мира. Итоговый доклад по деятельности националистических и экстремистских организаций в России и странах СНГ*, Выпуск 2, Международная мониторинговая организация „СIS-ЕМО”, Москва 2015.

<sup>94</sup> М. Занiewicz, *Łukaszenka przegrywa wojnę propagandową z Putinem*. Wywiad z *Frankiem Wiaczorką*, <http://www.eastbook.eu/blog/2015/08/03/lukaszenka-przegrywa-wojne-propagandowa-z-putinem/> (dostęp 16.04.2016).

<sup>95</sup> С. Кремлев, *Кремлевские пигмеи против титана Сталина, или Россия, которую надо найти*, Издательство Litres, Москва 2015, s. 17; *Rosjoznawstwo. Wprowadzenie do studiów nad Rosją. Podręcznik akademicki*, red. L. Suchanek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004, s. 337.

a przejmując wartości i aksjomaty odnoszące się do Rosji imperialnej. Nostalgia imperialna Putina za imperium rosyjskim wynika z tego, że Rosja straciła miano supermocarstwa<sup>96</sup>. Ta polityka wydaje się niespójna, gdy postrzegamy ją przez pryzmat aspektu ideologicznego, jednak w wymiarze budowy mocarstwowości jest ona jak najbardziej kompatybilna. Synteza różnych imperialnych okresów rosyjskiej historii służy uzasadnianiu ekspansji<sup>97</sup>. Z punktu widzenia idei jest to albo cyniczny nihilizm, albo typowa dla komunistów dialektyka tezy i antytezy w celu wypracowania nowej wartości. Wedle trafnej uwagi profesora historii Rosji w School of Slavonic & East European Studies na University College of London Geoffreya Hoskinga, w odróżnieniu od Francji, Hiszpanii, czy Anglii – Rosja nie miała imperium, ale Rosja była imperium<sup>98</sup>.

Jak natomiast podkreślał Andrzej Nowak:

Wyrzeczenie się imperium musiałyby oznaczać konflikt z samą tożsamością rosyjskiej wspólnoty. Państwo narodowe oznacza jednak zawsze, jak zgadzają się dziś badacze jego genezy, wymyślenie pewnej tradycji, na której opiera się nowa, zdemokratyzowana przez unarodowienie wspólnota. Wymyślał taką tradycję (mającą objąć jednak nie samą Rosję, ale także dwie jej „młodsze siostrzy” - Ukrainę i Białoruś) Aleksander Sołżenicyn, wymyślali demokraci, szukający natchnienia w micie demokracji kupieckiej Nowogrodu i Pskowa, wymyślali geopolitycy usiłujący opisać tożsamość Rosji jako... wyspy na peryferiach euroazjatyckiego super kontynentu<sup>99</sup>.

Marian Broda z kolei zwraca uwagę, że Rosjanie od wieków próbują rozpoznać i określić własną tożsamość i samych siebie. Z kwestią charakteru, specyfiki, poznawalności i znaczenia rozpatrywanych zjawisk w dziejach Rosji

---

<sup>96</sup> J. Potulski, *Rola i znaczenie tradycji w funkcjonowaniu współczesnych instytucji politycznych w Rosji*, Europejskie Centrum Edukacyjne, Toruń–Łysomice 2005, s. 472.

<sup>97</sup> *Rosja i Europa Wschodnia*, red. A. Nowak, Instytut Historii PAN, Warszawa 2006, s. 13.

<sup>98</sup> G. Hosking, *Slavophiles and Westernizers in Russia*, [http://valdaiclub.com/opinion/highlights/slavophiles\\_and\\_westernizers\\_in\\_russia/](http://valdaiclub.com/opinion/highlights/slavophiles_and_westernizers_in_russia/) (dostęp 12.03.2016).

<sup>99</sup> A. Nowak, *9 maja w Rosji*, <http://www.newsweek.pl/9-maja-w-rosji,45550,1,1.html> (dostęp 15.05.2016).



i w życiu jej mieszkańców wiąże się wiele utrwalonych i rozpowszechnionych, często równie apodyktycznie sformułowanych, co wzajemnie przeciwstawnych, poglądów i stanowisk, wyrażanych przez uczestników prowadzonych tam dysput, a nierzadko również przez badaczy rzeczywistości rosyjskiej<sup>100</sup>.

Według innej myśli na ten temat, autorstwa Michaela A. Hoffmana:

Tym ślepych niewolnikom wmówiono, że są „wolni” i „wysoko wykształceni”, nawet kiedy maszerują za znakami, które u każdego średniowiecznego chłopca wywołałyby paniczny strach i ucieczkę w popłochu. Symbole te, które współczesny człowiek ogarnia z naiwną ufnością niemowlęcia, mogłyby być równoznaczne z czytaniem billboardów – „Tą drogą do śmierci i zniewolenia” – równoznaczne ze zrozumieniem tradycjonalistycznego chłopca starożytności<sup>101</sup>.

Badacze tożsamości narodowej wskazują, że jest ona procesem i musi być ciągle definiowana na nowo. Ta dynamika sprzyja kumulatywności – procesy z poszczególnych odcinków czasowych wpływają na siebie. Samuel Huntington wskazuje, że narody:

odpowiadają na nie w sposób tradycyjny, tak jak zawsze ludzie to czynili, odwołując się do tego, co najwięcej dla nich znaczy. Określają się w kategoriach pochodzenia, religii, języka, historii, wartości, obyczajów i instytucji. Identyfikują się z grupami kulturowymi, plemionami, grupami etnicznymi, wspólnotami religijnymi, narodami, a także w najszerszym wymiarze z cywilizacjami. Polityka służy nie tylko promowaniu interesów, ale i określeniu tożsamości. Wiemy, kim jesteśmy, tylko wtedy, kiedy sobie uzmysłowimy, kim nie jesteśmy, nierzadko zaś tylko wtedy, kiedy wiemy, przeciw komu występujemy<sup>102</sup>.

---

<sup>100</sup> M. Broda, „Zrozumieć Rosję”? O rosyjskiej zagadce-tajemnicy, Wydawnictwo Ibidem, Łódź 2011, s. 465.

<sup>101</sup> *Teorie kontroli umysłu i techniki używane przez mass media*, <http://wolna-polska.pl/wiadomosci/teorie-kontroli-umyslu-2015-03> (dostęp 16.04.2016), za: M.A. Hoffman II, *Secret Societies and Psychological Warfare*, Independent History & Research Company, New York 2001.

<sup>102</sup> S. Huntington, *Zderzenie cywilizacji i nowy kształt ładu światowego*, tłum. H. Jankowska, Muza, Warszawa 2000, s. 16.

Stosując różne techniki propagandowo-informacyjne i rozpowszechnianie pewnych informacji, Kreml manipuluje zarówno świadomością zbiorową, jak i indywidualną. Przekaz informacyjny może odbywać się na tle szumu informacyjnego oraz w próżni informacyjnej. Informacje te obejmują przeinaczenia faktów albo są emocjonalnie relacjonowanie. Zazwyczaj metodami wojny informacyjnej są uwolnienie dezinformacji lub podanie informacji w korzystny sposób dla agresora. Metody te pozwalają na zniekształcenie oceny tego, co się dzieje, demoralizację obywateli i (potencjalnie) ich przejście na stronę agresora informacyjnego.

Od czasu wojny w Donbasie Ukraina ma do czynienia z wrogą rosyjską propagandą i z tym, co eksperci nazywają wojną znaczeń. Uważa tak Władimir Gorbunin, doradca prezydenta Ukrainy i dyrektor Narodowego Centrum Badań Strategicznych. Jego zdaniem podstawowym elementem tych działań są symulakry<sup>103</sup>, czyli „obrazy tego, co w rzeczywistości nie istnieje”. Przykładem takich symulakrów są „faszyści w Kijowie”, „okrucieństwo ochotniczych batalionów”, „ukrzyżowani chłopcy”, „stosowanie przez Ukrainę zakazanych typów broni”. W ten sposób obiektywizm zostaje całkowicie zastąpiony przez informacyjne fantomy zgodne z potrzebami agresora<sup>104</sup>.

W nowoczesnych działaniach wojennych broni informacyjnej używa się znacznie bardziej aktywnie niż tradycyjnej, ponieważ przynosi nie mniej

---

<sup>103</sup> Symulakr, symulakrum (łac. *simulacrum* – podobieństwo, pozór) – obraz, który jest czystą symulacją, pozorującą rzeczywistość albo tworzącą własną rzeczywistość. Termin ten pojawił się po raz pierwszy w dziele Jeana Baudillarda *Symulakry i symulacja*. Odnosi się on – wraz z terminem symulacji – do niejednoznacznego ontologicznie statusu znaków niezależnianiających się, które z jednej strony nie istnieją materialnie w czasoprzestrzeni, z drugiej nie funkcjonują jako abstrakcyjne elementy systemu znaczeniowego. Zamiast tego według słów autora symulują one rzeczywiste istnienie, podobnie jak chory symuluje chorobę, tzn. wywołują realne symptomy przynależne zjawiskom rzeczywistym, wchodzą ze światem w interakcję. Pozorne istnienie prowadzi do symulakrów swoistego podwojenia rzeczywistości, a w konsekwencji niemożliwości odgraniczenia zjawisk porządku ontologicznego i znakowego. Stanowi to podstawę dla Baudrillardowskiego pojęcia hiperrzeczywistości.

<sup>104</sup> В.П. Горбулін, „Гібридна війна” як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу, „Стратегічні пріоритети” – науково-аналітичний щоквартальний збірник Національного інституту стратегічних досліджень 2014, № 4, s. 9.

zauważalne wyniki przy niewielkich wysiłkach. Potwierdzają to zarówno cyberataki Kremla, jak i rosyjskie próby wpływania na opinię publiczną podczas wyborów w USA, Francji i innych krajach oraz wykorzystanie problemu migrantów w Europie.

Na początku rosyjskiej agresji wojskowej przeciwko Ukrainie wszystkie massmedialne operacje informacyjne Kremla miały na celu popularyzację *russskogo mira*<sup>105</sup> i zaprzeczenie możliwości istnienia Ukrainy jako państwa. Ale te próby w praktyce zawiodły. Przeciwnie, naród ukraiński skonsolidował się i nadal dynamicznie oddziela się od Moskwy. Według sondażu Centrum Razumkova, przeprowadzonego 3–9 marca 2017 roku, 92% obywateli uważa się za Ukraińców etnicznych, a 68% Ukraińców uważa język ukraiński za swój język ojczysty. Tylko 6% zaznaczyło, że są etnicznymi Rosjanami. Kolejne 1,5% zgłosiło przynależność do innych grup etnicznych. Przypomnijmy, że zgodnie z wynikami ogólnoukraińskiego spisu ludności z 2001 roku Ukraińcy stanowili 77,8% składu etnicznego ludności, a Rosjanie 17,3%. Zmiana proporcji w podziale etnicznym wiąże się oczywiście z okupacją najbardziej zrusyfikowanych regionów. Tak więc według spisu z 2001 roku Rosjanie stanowili 58,3% populacji na Krymie, 39% w Ługańsku i 38,2% w obwodzie donieckim<sup>106</sup>. Według sondażu przeprowadzonego przez Centrum Razumkova w grudniu 2016 roku większość obywateli Ukrainy (69%) uznawało język ukraiński za ojczysty, 27% – rosyjski, a 2% – inny język.

Kreml musiał zmienić taktykę i podejście, by wpłynąć na umysły Ukraińców. Moskwa przez mass media zaczęła podważać legitymizację władzy w Ukrainie, wykorzystując ukraińskich liderów opinii publicznej, dziennikarzy i polityków. Największy ośrodek propagandy i manipulacji w Sankt Petersburgu też przebudował retorykę – zamiast otwarcie prorosyjskich botów pojawiły się pseudoukraińskie, które wpajają obywatelom „efekt przyłączenia do większości”. Zamiast tezy „Ukraina nigdy nie istniała” Kreml zaczął używać „Chwała Ukrainie, Poroszenko zdrajca” i „Ukraina istnieje,

<sup>105</sup> O. Wasiuta, „*Russkij mir*” jako narzędzie imperialnej polityki Kremla, „Przegląd Geopolityczny” 2017, nr 21, s. 67–87.

<sup>106</sup> М. Міщенко, *Українці зліва направо*, <http://razumkov.org.ua/statti-ta-interviu/ukraintsi-zliwa-napravo>.

ale nikomu nie jest potrzebna – Europa i Ameryka rzuciły Ukrainę”. Zamiast pokazywać radykalne obrazki „junty” Kreml zaczął twierdzić, że „Ukraińców milionami zabijają w Donbasie – musimy powstrzymać wojnę”; „Dla kogo obrońcy muszą umierać w tej wojnie, gdy oligarchowie na kościach niebiańskiej setki przyszli do władzy”. Kreml przeszedł od agresywnej i niezdarnej komunikacji, która całkowicie straciła skuteczność wśród Ukraińców, do podstępnej komunikacji z naciskiem na tłumienie optymizmu i zwycięskiego poczucia zwycięstwa, a także zaostrenie pesymizmu, rozpowszechnianie panicznych nastrojów.

Dobrym przykładem jest wprowadzenie bezwizu dla Ukraińców. Cały czas przeciwko Ukrainie odbywała się długofalowa kampania informacyjna pod hasłem: „Ukraina nie otrzyma bezwizu – nikomu nie jesteście potrzebni”. Kiedy jednak okazało się, że Ukraina go otrzyma, wojska informacyjne wroga gwałtownie zmieniły komunikaty, wprowadziły nową tezę: „Teraz Ukraińcy opuszczają Ukrainę”, „Bezwiz jest tylko na papierze, a do przekroczenia granicy potrzebne są dodatkowe dokumenty, więcej niż do otrzymania wizy”; „Otrzymaliśmy bezwiz, ale nadal nie możemy jeździć za granicę przez biedę i niską pensję”<sup>107</sup>.

Jako jeszcze jeden przykład można podać sankcje, które Ukraina wprowadziła od 15 maja 2017 roku wobec rosyjskich sieci społecznościowych<sup>108</sup>. Wróg szybko rozpoczął kampanię informacyjną, dosłownie kilka godzin po ogłoszeniu wiadomości. Jego głównym celem była próba zastąpienia obiektywnie nałożonych sankcji za nieuzasadnione i nielegalne zablokowanie sieci społecznościowych i ogółem internetu. Wykorzystywano do tego tezy

---

<sup>107</sup> *Український безвіз: міфи росіян зазнали фіаско*, <https://m.znaj.ua/society/ukrayinskyj-bezviz-mify-rosiyan-zaznaly-fiasko>.

<sup>108</sup> *Порошенко ввів санкції проти Яндексa, Вконтакте, Однокласників та інших*, <https://www.pravda.com.ua/news/2017/05/16/7144033/>; *Порошенко ввів у дію санкції проти „Яндексa”, mail.ru, російських соцмереж, програмних розробників і телерадіокомпаній*, <http://detector.media/infospace/article/125989/2017-05-16-poroshenko-vviv-u-diyu-sanktsii-proti-yandeksa-mailru-rosiiskikh-sotsmerezh-progra-mnikh-rozrobnikiv-i-teleradiokompanii-dopovнено/>; *Заборона російських соцмереж почне діяти в Україні до 1 червня. Указ президента про введення в дію санкцій проти Росії буде опублікований впродовж 15 днів*, <http://tyzhden.ua/News/192394>.

takie, jak „domajdanyliasia i zbudowali dyktaturę”, „wszystko jest skierowane przeciwko zwykłemu Ukraińcom”, „Zachód potępił cenzurę w Ukrainie”, „powtarzamy ścieżkę Rosji i Korei Północnej” itd.<sup>109</sup>

Temat zakazania w Ukrainie rosyjskich sieci społecznościowych nie schodzi ze stron prorosyjskich mass mediów i portali internetowych. Podkreśla się, że jest to narzędzie rosyjskich służb wywiadowczych do zbierania danych o Ukraińcach. Dane te rosyjskie oddziały informacyjne wykorzystywały do formułowania komunikatów adresowych do ukraińskich żołnierzy w strefie ATO, a także ich krewnych i przyjaciół. Zakaz w końcu wyciąga Ukrainę poza granice *russskogo mira*, co jest strategicznym krokiem. Część Ukraińców żyjących fizycznie w Ukrainie żyła psychicznie w Rosji, zatruta jej potężną szowinistyczną propagandą. Tak rozszczępiona osobowość była szkodliwa dla obywateli Ukrainy, nie przyczyniała się do formowania społeczeństwa ukraińskiego, ale je dzieliła.

Wywrotowa działalność rosyjskich portali społecznościowych to kwestia tożsamości obywateli Ukrainy destrukcyjnego informacyjno-psychologicznego oddziaływania, którego nie da się wyprowadzić ze społeczeństwa przez krótki czas. To proces długi i bolesny. Z rosyjskimi sieciami społecznymi Kreml miał nadzieję i szansę „wysadzić” Ukrainę od wewnątrz, teraz takie niebezpieczeństwo jest odepchnięte na maksymalną odległość. Trzeba było już dawno mentalnie oderwać się od *russskogo mira*, by rozwijać swoją narodową kulturę. Co więcej, dzisiejsza Rosja cierpi z powodu imperialnej mentalności, która kształtowała się nie przez jedno stulecie. Sprzyjał temu zacofany patriarchalny układ nieakceptowania wszystkiego, co obce. Właściwie wszystko, co pochodzi z zagranicy, zdaniem przeciętnego rosyjskiego mieszczanina stanowi zagrożenie dla patriarchalnego układu w Rosji, która ma czym się pochwalić – zarówno w dziedzinie literatury, kina, jak i osiągnięć technicznych.

W rzeczywistości dzisiejsza wojna hybrydowa Rosji przeciwko Ukrainie jest wojną między dwiema kulturami – europejską i eurazjatycką, a granica między Ukrainą i Rosją Putina jest granicą tych dwóch kultur, dwóch różnych światów i mentalności. Wszelkie sukcesy Ukrainy są przerażające dla Kremla,

---

<sup>109</sup> О. Мінаков, Гібридна війна Росії. Трансформація маніпуляцій у соцмережах, <https://www.radiosvoboda.org/a/28498431.html>.

ponieważ on rozumie siłę pozytywnego przykładu sąsiadów dla destabilizacji sytuacji w wielonarodowym, starzejącym się autorytarnym państwie.

W Ukrainie nie ma regionów, które wojna informacyjna ominęła: linia frontu znajduje się w każdej miejscowości. Czas nazywać rzeczy po imieniu: „agresja Rosji przeciwko Ukrainie”, „okupacja Krymu i części Ukrainy Wschodniej”, „wojna rosyjsko-ukraińska”, i prawidłowo używać terminów takich jak „separatyści”, „bojownicy”, „terroryści”, „kolaboranci”. Konieczna jest jednolita semantyczna interpretacja terminologii używanej w konflikcie rosyjsko-ukraińskim, co umożliwi obywatelom nie tylko Ukrainy uświadomić sobie sytuację, w jakiej znalazła się Ukraina, i zrozumieć niejednoznaczną i skomplikowaną informację, którą otrzymują od mediów na co dzień.

Do niedawna negatywne informacyjno-psychologiczne wpływy były wykorzystywane przez Federację Rosyjską jako pomocniczy środek do osiągnięcia korzyści ekonomicznych, politycznych lub innych, obecnie zaś w warunkach nieogłoszonej:

wojny hybrydowej broń informacyjną wykorzystuje się tak samo jak prawdziwą broń. Ten nowy rodzaj wojny polega na tworzeniu poprawnego z punktu widzenia agresora wizerunku ofiary i wykorzystanie cywilów do wzbudzenia hysterii i oporu władzy. Dlatego w wojnie informacyjnej przeciwko Ukrainie Rosja ucieka się do wszelkich dostępnych metod tradycyjnych i nowoczesnych wojny hybrydowej<sup>110</sup>.

Zaliczyć można do nich propagandę, agitację, tendencyjną informację, półprawdę i bezwarunkowe kłamstwa. Przykładami półprawdy są komunikaty z czasu aneksji Krymu, kiedy rosyjskie media mówiły o masowych zdradach przedstawicieli ukraińskich sił bezpieczeństwa i przejściu na stronę Federacji Rosyjskiej lub dobrowolnym oddaniu jednostek wojskowych, magazynów, broni i innych obiektów wojskowych armii rosyjskiej.

Do tej pory główne cele Moskwy na polu bitwy informacyjnym z Ukrainą to zdyskredytowanie „idei Majdanu” (wybór europejski, demokracja, wolność

---

<sup>110</sup> В. Петрик, Ю.Канарський, *Методи гібридної війни Росії проти України. Напрями протидії*, „Information Technology and Security” 2015, vol. 3, № 1, s. 30–37.

słowa, itd.); zdyskredytowanie wojny w Donbasie jako wojny wyzwolenczej przeciwko rosyjskim najeźdźcom i zastraszanie Ukraińców brakiem perspektywy. Sprzeciwiać się takim narracjom w sieciach społecznościowych i innych kanałach komunikacji można tylko proaktywną polityką informacyjną, której Ukrainie wciąż nie udało się sformować i wdrożyć. Wraz z niedostatecznym rozwojem krytycznego myślenia sprawia to, że Ukraińcy są podatni na dezinformację i manipulację, codziennie używane przez wroga w formie zawoalowanej.

#### 4.3. System symboliczny rosyjskich działań propagandowych

Działaniom militarnym wojny hybrydowej towarzyszą intensywne działania propagandowe o wcale nie mniejszym znaczeniu, których głównymi narzędziami to internet i telewizja. Wojna propagandowa ma uzasadnić najazd rosyjskiej armii na Krym z naruszeniem licznych umów i prawa międzynarodowego i wojnę w Ukrainie Wschodniej. Kreml wzorem ZSRR i hitlerowskich Niemiec posługuje się dezinformacją, techniką wojny ideologicznej i kształtowania umysłów w wojnie, którą prowadzi. Dezinformacja utożsamiana jest z procesem mylnego informowania, sytuacją, w której brakuje informacji rzetelnych<sup>111</sup>, także z przekazem treści zamierzonych<sup>112</sup>. Niektórzy uważają, że definicja dezinformacji sytuuje się między wprowadzaniem w błąd a wpływaniem<sup>113</sup>. Strategiczna dezinformacja jest instrumentem rosyjskiej polityki zarówno w czasie wojny, jak i pokoju. Wyspecjalizowanymi organami realizującymi zadania z zakresu dezinformacji są organy wojny psychologicznej, a także cywilne i wojskowe służby specjalne<sup>114</sup>. Dezinformacja obejmuje czynności podejmowane

---

<sup>111</sup> *Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. 1, red. S. Dubisz, PWN, Warszawa 2003, s. 601.

<sup>112</sup> А.Г. Шаваев, *Галерея шпионажа*, Издательство Инфра-М, Москва 2009, s. 296.

<sup>113</sup> V. Volkoff, *Dezinformacja – oręż wojny*, tłum. A. Arciuch, Delikon, Warszawa 1991.

<sup>114</sup> A. Żebrowski, *Ewolucja polskich służb specjalnych. Wybrane obszary walki informacyjnej (wywiad i kontrwywiad w latach 1989–2003)*, Abrys, Kraków 2005, s. 113; A. Zwoliński, *Słowo w relacjach społecznych*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2003, s. 210.

z zaangażowaniem poważnych środków, jest prowadzona systematycznie i fachowo, zawsze za pośrednictwem mass mediów i jest adresowana do opinii publicznej<sup>115</sup>.

Dziś rosyjska agresja informacyjna dotyczy nie tylko Ukrainy i republik byłego ZSRR, ale również całej Europy i świata. UE nie posiada jednolitej polityki informacyjnej, chociaż oddzielne państwa próbują taką politykę stworzyć. Ukraińskie i europejskie media do tego czasu praktycznie tylko reagują na ataki informacyjne Rosji, próbując oddzielić propagandę i manipulację od prawdy. Tylko polityka asymetryczna i wyprzedzenie ataków informacyjnych, w tym na terytorium Rosji i jej sojuszników, może zrównoważyć i prędzej czy później naprawić sytuację.

Autorytarny Kreml ma pozycję międzynarodową, uznanie międzynarodowe, środki, którymi korumpuje wiele osób w wolnym świecie i którymi jest w stanie opłacać dezinformację, otwarte kłamstwa i propagandę. W krajach demokratycznych zaś nie ma instytucji państwowych, których głównym celem byłoby prostowanie dezinformacji z zewnątrz. Celem każdej wojny informacyjnej jest sianie strachu, wątpliwości, niepewności, a w telewizji – wprowadzanie równoległej rzeczywistości<sup>116</sup>. Model rosyjskiego ustroju społecznego w porównaniu z zachodnim stylem życia nie wzbudza zainteresowania w żadnym z państw sąsiadujących z Rosją, co doprowadziło do pragnienia dołączenia się do polityki i gospodarki zachodniej wśród narodów europejskich. Zarazem ci, którzy krytykują politykę Kremla albo rosyjski styl życia, od razu zostają okrzyknięci rusofobami albo wrogami Rosji. Powielanie obrazów wroga, orwellowska mieszanka kłamstwa i prawdy – wszystko to przeznaczone jest przede wszystkim dla obywateli Rosji.

---

<sup>115</sup> A. Januszko-Szakiel, *Dezinformacja jako narzędzie medialnej manipulacji świadomością*, [w:] *Manipulacja. Pedagogiczno-społeczne aspekty*, cz. 1: *Interdyscyplinarne aspekty manipulacji*, red. J. Aksman, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, – Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2010, s. 211.

<sup>116</sup> *Wiceminister edukacji Ukrainy: trwa agresja informacyjna ze strony Rosji*, <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/wiceminister-edukacji-ukrainy-trwa-agresja-informacyjna-ze-strony-rosji/tnr6hf> (dostęp 12.01.2016).



Rosyjska propaganda rządzi masową świadomością za pomocą symboli emocjonalnych, które wciąż się zmieniają, mieszając znaki religijne i pogańskie, prawicowe i nacjonalistyczne, np. swastykę słowiańską z krzyżem katolickim. Kreml wykorzystuje emocje, aby zmienić sposób myślenia o sprawach podstawowych. To również element manipulacji podświadomej, zasada: rozpuść, zamieszaj i zwiąż z powrotem po swojemu. Symbolika ujawnia mechanizmy agresji i synkretyzmu. Im ich więcej, tym większy zasięg. Lista takich symboli, które mogą dotrzeć do wszystkich, nie jest długa. Powinny być wprowadzone do świadomości społecznej na długo przed tym, kiedy one rzeczywiście będą potrzebne. Rosyjska strona zaczęła wykorzystywać symbole przeciwko Ukrainie co najmniej dwa lata przed rewolucją godności<sup>117</sup>. Wtedy rosyjskie służby specjalne za pomocą agencji prasowych, stacji telewizyjnych i stron internetowych prowadziły agresywną kampanię propagandową przeciwko Ukrainie, aby zakłócić podpisanie umowy stowarzyszeniowej między Ukrainą a UE, a po ucieczce Wiktora Janukowycza – podzielić kraj i stworzyć informacyjne podstawy dla wojny z Ukrainą. Obrazy pokazywane w rosyjskiej telewizji państwowej i w internecie przez propagandzistów Kremla przybrały w ciągu ostatnich dwóch lat formy groteskowe. Manipulacja medialna z wykorzystaniem psychosocjotechnik stała się bardzo groźną bronią w walce z patriotyzmem, tożsamością i wartościami europejskimi.

Propaganda Kremla działa z użyciem symboli, za którymi tak naprawdę stoi programowanie neurolingwistyczne<sup>118</sup>, czyli zbiór technik komunikacji nastawiony na tworzenie i modyfikowanie wzorców ludzkiego

---

<sup>117</sup> С. Галушко, *Информационно–психологическая война: чего Россия хочет добиться в Украине с помощью пропаганды, и есть ли у Украины оружие защиты*, op. cit.

<sup>118</sup> Termin został stworzony przez Johna Grindera i Richarda Bandlera z potrzeby znaczenia zależności między procesami neurologicznymi, językiem oraz wzorcami zachowań, którymi ludzie się kierują (tzw. programowanie). R. Bandler, J. Grinder, *The Structure of Magic, vol. 1: A Book About Language and Therapy*, Science and Behavior Books, Palo Alto 1975; eadem, *The Structure of Magic, vol. 2: A Book About Communication and Change*, Science and Behavior Books, Palo Alto 1975; eadem, *Struktura magii. Kształtowanie ludzkiej psychiki, czyli więcej niż NLP*, cz. 1, tłum. J. Krzemień-Rusche, cz. 2, tłum. W. Sztukowski, Helion, Gliwice 2008.

postrzegania, zachowania oraz myślenia. Wszystko po to, aby adresat nie zdawał sobie sprawy z tego, iż podlega pewnego rodzaju oddziaływaniom i manipulacji. Nazywając kogoś „faszystą”<sup>119</sup>, propagandysta aktywuje automatycznie negatywną reakcję (odpowiedź), gdyż II wojna światowa jest zapisana w świadomości społeczności jako wielkie symboliczne wydarzenie XX wieku. Tak postępowała zarówno radziecka, jak i postradziecka telewizja, a teraz propaganda rosyjska, wykorzystując wszystkie środki masowego przekazu, aby dotrzeć do jak największej liczby odbiorców. Obejmuje to telewizję, filmy<sup>120</sup>, radio, czasopisma, magazyny, książki, nagrania, gry wideo i internet. Symbolami nasycy się cały zestaw komunikatów, które przenosi się na masową świadomość. Zazwyczaj wywieranie wpływu jest zakamuflowane, tak by osoby poddane manipulacji z własnej woli realizowały cele manipulatora.

Ponadto, o ile wiadomości zazwyczaj nie przyciągają wiele uwagi, o tyle w trakcie konfliktu w Ukrainie rosyjskie wiadomości telewizyjne zaczęły funkcjonować na zasadzie serialu telewizyjnego, w którym różnica między faktem a fikcją była niewyraźna, który przyciągał widza, zmuszając go, by codziennie oglądał wiadomości. Właśnie stworzenie takiej potrzeby doprowadziło do tego, że rosyjska telewizja musiała używać nawet „wiadomości” o ukrzyżowanym chłopcu<sup>121</sup>. To znaczy, że utrzymanie osoby obok ekranu wymaga jej rosnącego zaangażowania emocjonalnego, jeśli nie, ludzie odwracają się od ekranu, a właśnie tego nie chcą propagandyści Kremla.

Mass media i propaganda mają być zatem wykorzystane przez elity do rządzenia społeczeństwem bez przymusu fizycznego, przez manipulowanie opinią publiczną w celu ogólnej akceptacji przedsięwzięć elit. Dlatego ważne

---

<sup>119</sup> Tutaj trzeba przypomnieć Winstona Churchilla, który podkreślał, że „faszyści w przyszłości będą sami nazywali siebie antyfaszystami”. Niestety, te słowa okazały się proce dla ziemi ukraińskiej.

<sup>120</sup> *Рада запретила все новые российские фильмы*, <http://www.ukraine-today.com.ua/2016/03/> (dostęp 11.04.2016).

<sup>121</sup> P. Pomerantsev, *A Digital Flashmob Dares Putin*, [www.politico.eu/article/digital-flash-mob-dares-putin-protest-facebook/](http://www.politico.eu/article/digital-flash-mob-dares-putin-protest-facebook/) (dostęp 12.01.2016).

jest, by to elity podejmowały decyzje „dla ich własnego dobra”, a potem „sprzedawały” je masom jako ich własny wybór<sup>122</sup>.

Ukrytym symbolem aneksji Krymu był pomysł, że „Rosja podnosi się z kolan”, a „Krym jest odwiecznie rosyjski” i prześladowani są na nim etniczni Rosjanie. To było psychologicznie zrozumiałe uczucie dla każdego obywatela Federacji Rosyjskiej, któremu narodowy lider udowodniał, że tylko jego osobiste działania umożliwiły oderwanie półwyspu od Ukrainy. W Doniecku natomiast popierano „aspiracje Krymu przyłączenia się do Rosji” oraz potępiono „przewrót w Kijowie”.

Ciekawą cechą przestrzeni informacyjnej podczas aneksji Krymu i inwazji na Donbas stał się jego szybki rozwój z dużą ilością sprzecznych wersji. Różne etapy i okresy w ciągu lat 2013–2016 miały swój własny zestaw słów-symboli<sup>123</sup>. Na przykład „zielone ludziki” z bronią zachowywały się nie jak wojskowi, ich uderzenie było skierowane nie na wroga, a na budynki cywilne (administrację miasta), wojskowi ubrani w formę zaatakowanych przez nie wojska lub policji. Wszystko to tworzy chaos w umysłach zaatakowanego wroga. Celem takiego działania jest blokowanie aktywnych działań w odpowiedzi. Sama sytuacja w Donbasie i na Krymie była modelowana nie jako obca, choć pośrednia interwencja wojskowa, ale jako wola własnych obywateli przeciwko własnemu państwu.

Informacyjny hałas towarzyszy wszystkim działaniom, jednocześnie cele tych działań często różnią się od tego, co widzimy w przestrzeni fizycznej. „Zielone ludziki”, ale z bronią, mogą użyć tej broni w dowolnym czasie. To dwulicowy Janus, który może blokować zbrojny opór swoim „pokojowym” wyglądem, ale i może zacząć strzelać w każdej chwili. Jego pojawienie się było potrzebą telewizyjną, zapotrzebowaniem na tego typu wiadomość, pokazującą pokojowy rozwój wydarzeń. Oznacza to, że „zielone ludziki” miały także inne zadanie – czysto informacyjne.

---

<sup>122</sup> *Propaganda. Jak to działa?*, [http://www.prisonplanet.pl/nauka\\_i\\_tehnologia/propaganda\\_jak\\_to\\_dziala\\_4,p796456330](http://www.prisonplanet.pl/nauka_i_tehnologia/propaganda_jak_to_dziala_4,p796456330) (dostęp 15.01.2016).

<sup>123</sup> Є. Магда, *Гібридна війна. Вижити і перемогти*, Видавництво Віват, Харків 2015, s. 39.

Zarazem wszyscy, którzy zjawili się na Krymie w celu aneksji, i ci, którzy im pomagali, chcieli wyglądać i przedstawiać się jako siły pokojowe. Przyniosło to konieczność prowadzenia właśnie hybrydowej, a nie konwencjonalnej wojny, ponieważ swoich wojskowych w tym przypadku można nie reklamować, a rozmawiać i przekonywać do pokoju. Krym i Donbas są najlepszym przykładem tego zjawiska.

Rosja była w stanie przekonać własnych obywateli o potrzebie aneksji Krymu. Operacja „Krym jest nasz” podniosła ranking Putina. Putin w orędziu podkreślił:

Krym jest od wieków naszą historią i dumą... tam bije serce Rosji, Sewastopol jest rosyjskim miastem, każde z miejsc na Krymie to miejsce święte, tam są symbole chwały rosyjskiego oręża i kultury... Kiedy Krym pozostał w granicach innego państwa, wówczas Rosja czuła się okradziona i oszukana... mieszkańcy Krymu zwrócili się do Rosji po to, abyśmy uchronili ich przed niebezpieczeństwem.

A referendum zorganizowano po to, by ci, którzy na Krymie mieszkają, „w pokojowy sposób mogli zdecydować o swoim losie”. Jeżeli miejscowe siły samoobrony na Krymie nie wzięłyby spraw w swoje ręce, to i tam byłyby ofiary w ludziach – powiedział Putin<sup>124</sup>.

Przyłączając Krym, Putin ustanowił zasadę, że Rosja ma prawo do ochrony etnicznych Rosjan, a nawet rosyjskojęzycznych obywateli za granicą. Zasada ta zagraża wielu krajom z rosyjskojęzyczną ludnością (Kazachstan, Estonia, Łotwa)<sup>125</sup>.

W trakcie tych wydarzeń Putin urósł do kategorii nadczłowieka: piszą o nim wiersze, poświęcają mu pieśni, natomiast liczne portrety, fotografie<sup>126</sup>,

---

<sup>124</sup> *Krym już rosyjski; Putin: tam bije nasze serce*, <http://www.tvp.info/14434500/krym-juz-rosyjski-putin-tam-bije-nasze-serce> (dostęp 15.01.2016).

<sup>125</sup> *Ambassador John Herbst on Ukraine Crisis*, [AtlanticCouncil.org, http://www.atlanticcouncil.org/publications/articles/amb-john-herbst-on-ukraine-crisis](http://www.atlanticcouncil.org/publications/articles/amb-john-herbst-on-ukraine-crisis) (dostęp 15.01.2016).

<sup>126</sup> *К дню рождения Путина в магазинах Петербурга появились новые кружки и чехлы с его портретом*, <http://www.gazeta.spb.ru/1898049-0/> (dostęp 12.01.2016).

rzeźby<sup>127</sup>, posągi<sup>128</sup> stały się symbolami podobnymi do sakralnej ikony<sup>129</sup>. Ponadto Putin stał się obiektem kultu jednostki<sup>130</sup>, marką, na której aktywnie się zarabia: odniesienie do niego w piosence popowej przynosi rozgłos, jego obraz na T-shirtcie lub kieliszku skutkuje wzrostem sprzedaży<sup>131</sup>.

Propaganda była i jest jednym z najbardziej zaawansowanych mechanizmów ustanowionych przez władzę rosyjską. Zmusiła Rosjan do przekonywania, że bez Krymu Rosja istnieć nie może, a Ukraina stała się „ruiną”, oazą banderowców. Jeszcze niedawno tłumy Rosjan w Moskwie wznosiły okrzyki „Krym nasz”. I nawet niektórzy Rosjanie pozdrawiali się tym zawołaniem. Jest to przejaw dumy rosyjskiego narodu z niby-wejścia Rosji na drogę imperialnej wielkości pod przywództwem Putina. Wiadomości mogły ugasić smutek – nie ma kryzysu, to nieważne, że ceny wzrosły. Rosję jak niedźwiedzia okrążyli wrogowie i wszyscy będziemy musieli zaciskać pasa. Narodowi bardzo łatwo da się wyjaśnić, że dla imperialnej wielkości Rosji można pocierpieć.

<sup>127</sup> *Академик РАЕН создал портрет Путина на огромном сапфире*, <http://saint-petersburg.ru/m/society/apaley/343325/>; *В России сделали большого шоколадного Путина*, <http://apostrophe.com.ua/news/world/ex-ussr/2015-11-26/v-rossii-sdelali-bolshogo-shokoladnogo-putina-opublikovano-foto/42534/>; *В Петербурге представляют скульптуру Путина из чистого шоколада*, <http://ianews.ru/articles/71463/>; *Скульптуры Путина и Сталина попали в набор для подарка чиновнику за 3 млн рублей*, <http://www.znak.com/urfo/news/2015-04-14/1038445.html>; *Художник в Петербурге изваял скульптуры Путина и Обамы*, <http://www.metronews.ru/novosti/hudozhnik-v-peterburge-izvajal-skul-ptury-putina-i-obamy/Tpooja---xP0RkSLgYFcWA/>; *Памятник Путину в Москве*, <http://foretime.ru/pamyatnik-putinu-v-moskve/> (dostęp 19.01.2016).

<sup>128</sup> *В России установили памятник Путину в образе римского императора*, [http://sensor.net.ua/photo\\_news/336507/v\\_rossii\\_ustanovili\\_pamyatnik\\_putinu\\_v\\_obraze\\_rimского\\_imperatora](http://sensor.net.ua/photo_news/336507/v_rossii_ustanovili_pamyatnik_putinu_v_obraze_rimского_imperatora) (dostęp 11.01.2016).

<sup>129</sup> Ciekawą analogię między komunizmem a religią zauważa Marcin Kula w pracy *Religiopodobny komunizm*.

<sup>130</sup> *Воинскому 6 Бригады I Армии Панцерной росыjskiej jednostки wojskowej Nr54096 z miasta Dzierżyńska zostali nagrodzeni pamiątkowymi popiersiami Putina – „Культ особи”: російських танкістів із Муліно нагородили бюстами Путіна*, [http://ua.sensor.net.ua/photo\\_news/394489/kult\\_osoby\\_rosiyiskyh\\_tankistiv\\_iz\\_mulino\\_nagorodyly\\_byustamy\\_putina](http://ua.sensor.net.ua/photo_news/394489/kult_osoby_rosiyiskyh_tankistiv_iz_mulino_nagorodyly_byustamy_putina) (dostęp 19.01.2016).

<sup>131</sup> *Скульптура Путина в новой интерпретации*, <http://www.uznat.info/766-skulptura-putina-v-novoy-interpritiicii.html> (dostęp 19.01.2016).

Symboliczny system przesłań propagandowych Rosji jest zbudowany nielogicznie z punktu widzenia historii, ale logicznie z punktu widzenia psychologii, ponieważ nie używa racjonalnych argumentów. Uderza za to bezpośrednio w najbardziej pierwotne ludzkie potrzeby i instynkty, aby wygenerować emocjonalne i irracjonalne odpowiedzi. Kreml i jego mass media pracują nad tym, by przez propagandę wydobyć z narodowego charakteru to, co najgorsze. Na przykład termin „faszysta” jest wyraźnie zawarty w przeszłości, trudno go zastosować do współczesnych wydarzeń, tymczasem określenia typu „kijowska junta” lub „kijowska faszystowska junta” wobec władz ukraińskich używane są do dziś<sup>132</sup>.

Nowoczesna mitologia rosyjskiej propagandy w stosunku do Ukrainy wpływa na destrukcyjne uczucie Rosjan i innych konsumentów mitów, wzbudzając nienawiść do narodu ukraińskiego, kultury i ogólnie wszystkiego, co ukraińskie. Ważnym aspektem ataku informacyjnego Federacji Rosyjskiej jest pogłębianie kompleksu niższości wśród Ukraińców, który wywodzi się jeszcze z czasów Rosji carskiej i sowieckiego totalitaryzmu. Dziś zamiast „chochołów” pojawiły się memy<sup>133</sup> „ukropy” albo „ukry”<sup>134</sup>. Podczas tworzenia memu „ukrop” (koper) Rosjanie mieli nadzieję zaktualizować negatywne uczucia

---

<sup>132</sup> Wkrótce po atakach we Francji jesienią 2015 roku Siergiej Markow, były rosyjski poseł, reprezentant prezydenta, wyjawiał swoje specyficzne pomysły na ustabilizowanie sytuacji: „Należy natychmiastowo zakończyć konflikt Rosji z Zachodem w Ukrainie. Kijowska junta powinna być zastąpiona marionetkowym rządem, konstytucję należy zmienić, usunąć neonazistów i przeprowadzić nowe, wolne wybory. Kijowska junta jest główną przeszkodą w walce USA, Rosji i Unii Europejskiej z terroryzmem” – napisał Markow na Facebooku.

<sup>133</sup> Mem internetowy to dowolna, chwytliwa porcja informacji, która może przybrać wiele form. Stąd memy występują pod postacią obrazków, filmików, zdań, a nawet słów. Niezależnie od kształtu i wzoru wszystkie spełniają jeden warunek – popularności w sieci. „Zaraźliwe wzorce” są regularnie powielane przez internautów i rozprzestrzeniane za pośrednictwem portali społecznościowych, forów internetowych czy komunikatorów. Z reguły ich żywot nie kończy się szybko, jednak często ulegają modyfikacjom.

<sup>134</sup> Termin „ukrop” w Ukrainie stopniowo przestano postrzegać negatywnie i w czerwcu 2014 roku została utworzona partia UKROP – Ukraińskie Zjednoczenie Patriotów (<http://www.ukrop.com.ua>) – *Na ukraińskiej scenie politycznej pojawi się nowa partia – Ukrop*, [http://zik.ua/pl/news/2015/06/18/na\\_ukraiskiej\\_scenie\\_politycznej\\_pojawi\\_si\\_nowa\\_partia\\_\\_ukrop\\_600081](http://zik.ua/pl/news/2015/06/18/na_ukraiskiej_scenie_politycznej_pojawi_si_nowa_partia__ukrop_600081) (dostęp 19.01.2016).

(upokorzenie, obrażę) i identyfikację osoby z prymitywną, pozbawioną inteligencji rośliną. Natomiast świadomość publiczna Ukraińców przyjęła tę nazwę z pozytywnym zabarwieniem emocjonalnym. Dziś mem „ukrop” jest używany z godnością, jako „ukraiński opór”.

Konflikt w Donbasie wymaga od kremłowskiej propagandy wdrożenia symbolicznego „pospolitego ruszenia”, ponieważ ukrywa fakty rosyjskiej okupacji za sztyldem pomocy międzynarodowej lub operacji „zmuszenia do pokoju” i „leczenia kijowskiej junty”. Dlatego ci, którzy byli przeciwko, zostali nazwani „bandytami”, „ukropami”. Ukraina zaczęła nazywać swoich przeciwników „terrorystami”, „separatystami” albo „prorosyjskimi separatystami”, samozwańczą władzę. Rosja swoich zwolenników – „ochotniczymi batalionami”, „powstańcami walczącymi z banderowcami”, chociaż w samej Rosji za każdy przejaw separatyzmu grozi kara pięciu lat więzienia<sup>135</sup>.

Przestrzeń informacyjna wojny hybrydowej między Rosją i Ukrainą spełnia zupełnie nowe funkcje:

- trzeba z niczego stworzyć obraz wroga (wszyscy Ukraińcy to „ukropy”, „faszyści” i „nacyści”, „banderowcy”, niebanderowscy albo nacjonaliści ukraińscy);
- trzeba z niczego stworzyć obraz sprawiedliwego wojownika, który walczy z wrogami; właśnie dlatego wszystkich w Ukrainie nazywano „banderowcami”, a władzę legitymizowaną, wybraną – „kijowską juntą”;
- trzeba z niczego utworzyć społeczeństwo, które należy chronić przed wrogiem; (*russkij mir*);
- trzeba z niczego stworzyć nie tylko wizerunek bohatera, ale i wizerunki zdrajców, którzy nie chcą podążać śladami bohaterów („odrodzenie się nazizmu w Ukrainie”);

---

<sup>135</sup> *Пять лет лишения свободы грозит за призывы к сепаратизму в России*, <http://ria.ru/politics/20131229/987168242.html>; *Ответственность за призывы к сепаратизму*, [http://www.mmdc.ru/consulting/common/otvetstvennost\\_za\\_prizvyvy\\_k\\_separytizmu/](http://www.mmdc.ru/consulting/common/otvetstvennost_za_prizvyvy_k_separytizmu/); W. Radziwinowicz, *Rosja swoich separatystów tępi, cudzych hołubi*, <http://wyborcza.pl/1,75477,18843791,rosja-swoich-separatystow-tepi-cudzych-holubi.html> (dostęp 11.01.2016).

- trzeba z niczego stworzyć poparcie dla bohaterów, którzy nazywani są bohaterami przez propagandę rosyjską.

Intensywność propagandy wynika z potrzeby szybkiego utworzenia takiej mentalności społeczeństwa, w której można uniewinnić wszystkie działania Kremla. Jeszcze Mikołaj Bierdiajew twierdził:

Naród rosyjski – zarówno w swej metafizycznej naturze, jak i w swojej ziemskiej misji, jest narodem końca. (...) Rosjanie pragną zawsze innego życia, innego świata, są wiecznie niezadowoleni z tego, co jest. Orientacja eschatologiczna należy do struktury duszy rosyjskiej<sup>136</sup>.

Rosja, wykorzystując przekształcenie słów w broń (*weaponization of words*), rozwija równoległą rzeczywistość, która nie tylko szkodzi dziennikarstwu i wprowadza w błąd ludzi, ale także jest zagrożeniem dla podstawowych zasad demokracji świata zachodniego. Ukraina jest zaangażowana w podwójną wojnę: realną, z prawdziwymi nabojami, krwią i śmiercią, i wojnę informacyjną, którą nie zawsze można rozpoznać i zrozumieć.

Wykorzystanie symboli werbalnych, którymi rosyjska telewizja opisywała sytuację w Ukrainie (nacyści, banderowcy, neonacyści, junta, nielegalny rząd), z jednej strony spotkało się z zaufaniem większości społeczeństwa rosyjskiego, ale z drugiej całkowicie zachwiało zaufaniem w Ukrainie, ponieważ ono odpowiadało rzeczywistości. Propaganda stała się mieczem zarówno na rosyjskich, jak i ukraińskich odbiorców, tylko z różnymi wynikami.

Ukraina po raz pierwszy spotkała się z wojną, którą nie tak łatwo rozpoznać. Właśnie wojna hybrydowa uniemożliwiła przyjęcie odpowiednich decyzji sprzeciwu w stosunku do agresora, ponieważ walczyć „nie z wojną” nie jest tak łatwo. Ale stało się zrozumiałe, że Ukraina nie ma odpowiedniej ochrony informacji (wiadomości) i wirtualnej rzeczywistości państwa (literatura, kultura, ideologia). Przez cały czas niepodległości Ukrainy państwo nie stworzyło własnej polityki informacyjnej, która by konkurowała z rosyjską.

---

<sup>136</sup> M. Бердяев, *Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века*, [w:] *О России и русской философской культуре: Философы русского послеоктябрьского зарубежья*, Издательство Наука, Москва 1990, s. 214, 217.



Brak systemowej ochrony sprawił, że ukraińska informacyjna i wirtualna przestrzeń była tylko częścią rosyjskiej. Dlatego fundusze trzeba inwestować nie tylko w bezpośrednie zadania wojskowe, ale także w te, które pośrednio wpływają na nie, takie jak tworzenie własnej polityki informacyjnej i wirtualnej przestrzeni, które miałyby przewagę konkurencyjną.

Inną konsekwencją wojny stała się aktywizacja quasi-imperialnego dyskursu w Rosji, ponieważ właśnie na nim opiera się środowisko „ekspertów”, które wspiera wojnę. Ukraina natomiast aktywizowała antyimperialny dyskurs w całym społeczeństwie, który wcześniej był własnością tylko wąskiej grupy niektórych ekspertów.

Imperium zawsze generuje symbole własnymi siłami, a w Ukrainie większość pola informacyjnego i wirtualnego było rosyjskie, co niosło ze sobą odpowiedni model świata. Rozstanie z tym modelem w przypadku braku odpowiedniego własnego będzie miało negatywne konsekwencje, ale proces ten prędzej czy później Ukraina powinna przejść. Państwo powinno inwestować w tworzenie własnego produktu, który spełni nowe wymagania nowego świata, będzie odpowiadać na własne i obce problemy.

Uwagę obywateli starają się utrzymać trzema głównymi nurtami: postęp w dziedzinie ATO, wyższe ceny i negatywne informacje na temat Rosji i sił prorosyjskich. Od czasu od czasu pojawia się informacja o zbliżaniu się i możliwej inwazji rosyjskich sił zbrojnych. To nie wystarczy, aby zrozumieć złożoną sytuację Ukrainy. Ponadto na żadne ostre pytanie w polu informacyjnym nie ma odpowiedzi, ponieważ ich nie ma w działalności rządzącej elity.

Wojnie informacyjnej wobec Ukrainy towarzyszą podobne działania w Europie i na świecie. Rosja prowadzi szeroko zakrojoną kampanię informacyjną mającą na celu wzmocnienie podziałów w UE i NATO co do konieczności i zakresu pomocy dla Kijowa oraz zasadności sankcji wobec Moskwy<sup>137</sup>.

---

<sup>137</sup> ЕС набирає фахівців для „руйнування міфів” російської пропаганди, <http://tsn.ua/svit/yes-nabiraye-fahivciv-dlya-ruynuvannya-mifiv-rosiyskoyi-propagandi-zmi-421912.html>; Російським медіа в Фінляндії протидіятиме сотня чиновників, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/do\\_grupi\\_protidii\\_rosiyskim\\_media\\_v\\_finlyandii\\_uviyde\\_sotnya\\_chinovnikiv/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/do_grupi_protidii_rosiyskim_media_v_finlyandii_uviyde_sotnya_chinovnikiv/); Путін на Генасамблеї ООН спробує

Potencjał propagandowy skierowany jest na prezentację rosyjskiej wersji wydarzeń, a generalnym celem jest zróżnicowanie opinii publicznej. Ważnym punktem takiej strategii jest kształtowanie obrazu Rosji jako ofiary cynicznej gry zachodniego establishmentu, oskarżanego przy tej okazji o całkowite zniekształcanie wizerunku Putina oraz przyczyn konfliktu ukraińskiego i jego przebiegu.

Obecnie jest zagrożona nie tylko Ukraina, ale i każde państwo, które zamieszkuje mniejszość rosyjska, a więc Mołdawia, republiki bałtyckie, Białoruś i Kazachstan. Przez ponad dwie dekady, od początku lat dziewięćdziesiątych Moskwa konsekwentnie wykorzystywała rosyjskie mniejszości w krajach sąsiednich w celu spełnienia swoich ambicji terytorialnych.

Co by się nie stało, notowania władzy wzrastały. Zwolennicy Noworosji przyjeżdżali do Donbasu po wiadomościach o „ukrzyżowanym chłopcu” czy wymordowanej przez wojska ukraińskie wsi. Te kłamliwe informacje wywołały pierwszą falę ochotników służących za mięso armatnie. Większość z nich wróciła już do domów, rozumiejąc, do czego to wszystko zmierza. Oczywiście do zbuntowanych republik przyjechało wielu najemników, którzy obejmowali dowództwo. Im wszystko jedno, gdzie walczą. Wcześniej strzelali w Gruzji, teraz większość wyjechała do Syrii<sup>138</sup>.

Jeszcze bardziej zaskakujące jest to, że jeszcze niedawno Donbas zajmował główne miejsce we wszystkich rosyjskich wiadomościach, a następnie został zastąpiony wydarzeniami w Syrii. Analizując sytuację w Syrii, pokazuje się unoszące się w niebo samoloty, uśmiechniętych pilotów i kuchnie polowe na ziemi. Analizując sytuację na Ukrainie, pokazuje się walki w sejmie, kłótnie oligarchów; DRL – porządkowanie sytuacji przez Zakcharczenkę, ludzi, którzy są gotowi znieść wszystko, ażeby nie być „pod ukropem”; sankcje – protesty rolników europejskich, którzy nie mają gdzie sprzedać swoich produktów.

---

*дискредитувати Україну черговим „розп’ятим хлопчиком” – „Інформаційний спротив”*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/putin\\_na\\_genasamblei\\_oon\\_sprobue\\_diskredituvati\\_ukrainu\\_chergovim\\_rozipyatim\\_khlopchikom\\_informatsiyniy\\_sprotiv/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/putin_na_genasamblei_oon_sprobue_diskredituvati_ukrainu_chergovim_rozipyatim_khlopchikom_informatsiyniy_sprotiv/) (dostęp 19.01.2016).

<sup>138</sup> *Wezmą cię do piwnicy i zastrzelą*, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/swiat/1641065,1,separatysci-w-donbasie--kim-sa-i-czego-chca.read> (dostęp 11.01.2016).

Każdy minimit ma swój temat, który powinien zostać ujawniony, wykorzystując pewne kanony: obowiązkowo powinna być nazwana przyczyna, ilustracje do wydarzenia powinny być spójne, tym bardziej nie powinno być żadnych innych wersji wydarzeń. Na przykład widz powinien być przekonany, że w Ukrainie żyje się bardzo źle. Nazywa się przyczynę – są sami winni, wyszli na Majdan, pomógł Departament Stanu. Potem przedstawiają kadry na ten temat: nie pracują przedsiębiorstwa, kłócą się deputowani. Prognozują, że tak długo Ukraińcy nie wytrzymają<sup>139</sup>.

W wydarzeniach o DRL jest wymagane obowiązkowo zdanie, że w republikach nie chcieli widzieć u siebie banderowców (powód), Ukraina czasem bombarduje, ale dzięki kierownictwu republiki życie jest coraz lepsze.

Propaganda jest w stanie zbudować projekty przyszłości, sformatować współczesność, ale poradzić sobie z przeszłością nie może, choć próbuje to robić. Jeśli Rosjanie nie walczą w Donbasie, tylko sami rosyjskojęzyczni Ukraińcy, to z czasem jak wyjaśnić swoim obywatelom, dlaczego tak się stało i jak wyjść z tej sytuacji?

Cały ten chaos w umysłach społeczeństwa, które przyjmuje to wszystko z całą powagą, można wytłumaczyć tym, że ludzie przestali czytać. Ze względu na wizualnie zorientowane postrzeganie świata przy wykorzystaniu środków komunikacji telewizyjnej został uproszczony obraz świata współczesnego człowieka, który stał się bardziej emocjonalny niż racjonalny. Ten rodzaj osobnika nie musi mieć żadnej własnej analizy sytuacji ani własnych argumentów do rozmowy, wszystko to daje mu telewizor. Im bardziej intensywnie pracuje telewizja, tym mniej ludzi ma swoją analizę sytuacji. Telewizyjne show staje się dominującym wyjaśnieniem.

Według obliczeń analitycznego eksperta bezpieczeństwa informacyjnego Wiaczesława Husarowa Federacja Rosyjska corocznie wydaje na wojnę informacyjną przeciwko Ukrainie nie mniej niż 3,5 mld dolarów<sup>140</sup>. Nie zapominajmy, że rosyjska maszyna informacyjna działa w takim tempie przez ostatnie trzy lata.

---

<sup>139</sup> О. Чекмишев, *Хроніка інформаційної війни. Звіт результатами моніторингу українських та російських медіа*, Київ, 19.03.2014.

<sup>140</sup> *Ile Rosja wydaje na wojnę informacyjną przeciwko Ukrainie?*, <https://informnapalm.org/pl/ile-rosja-wydaje-na-wojne-informacyjna-przeciwko-ukrainie/> (dostęp 11.01.2016).

Ukraina wygrała opinię publiczną na Zachodzie, ale nie dlatego, że prowadziła odpowiednią politykę informacyjną, a dlatego że obraz Rosji jako wroga jest bardziej adekwatny do modelu świata zachodniego. Ukraina otrzymała rezultat, dla którego zrobiła niewiele. Rosja miała doświadczenie w wojnach informacyjnych na postradzieckiej przestrzeni<sup>141</sup>, z których najbardziej znane jest kilka rosyjsko-ukraińskich wojen gazowych lub handlowych, wojna rosyjsko-gruzińska w 2008 roku, cyberwojna rosyjsko-estońska. Oprócz tego:

- ludność Ukrainy zna język rosyjski, natomiast nie możemy powiedzieć o Rosjanach, że znają język ukraiński, dlatego rosyjski informacyjny produkt ma zasadniczo więcej możliwości rozprzestrzeniania niż ukraiński;
- naród Ukrainy ogląda rosyjskie seriale, noszące rosyjski model świata; jeszcze w 1928 roku Edward Bernays dostrzegał ogromny potencjał w wykorzystaniu filmów do ujednoczenia myśli:

Film może standaryzować idee i zwyczaje narodu. Ponieważ obrazy tworzone są, by odpowiadać na wymagania rynku, odzwierciedlają one, podkreślają, a nawet wyolbrzymiają tendencje szerokich kręgów społeczeństwa, raczej zamiast stymulować nowe pomysły i opinie. Przemysł filmowy skorzysta jedynie z idei i faktów, które są w modzie. Tak, jak gazeta stara się dostarczać wiadomości, tak stara się też dostarczać rozrywkę<sup>142</sup>.

- naród Ukrainy ma ponad 300 lat wspólnej historii z Rosją, co znacznie ułatwia wpływ na nią;
- Rosja od dawna prowadziła wojnę z Ukrainą w literaturze i filmach.

Ideolodzy wojny propagandowo-informacyjnej najbardziej nienawidzą samych siebie, własnych korzeni i własnej kultury. I to właśnie Rosjanie są najbardziej przegranym narodem w tej wojnie, ponieważ uważają, że wokół nich są sami wrogowie, jednocześnie nienawidząc demokracji, wolności, patriotyzmu, własnej tożsamości i wartości europejskich. Zdecydowana większość Rosjan zahipnotyzowana telewizyjną propagandą wierzy Putinowi, który obiecuje, że kłopoty potrwałają dwa lata, po czym Rosja podniesie się

---

<sup>141</sup> *Україна: перша інформаційна війна*, <https://ukr.media/222530/> (dostęp 11.01.2016).

<sup>142</sup> Э. Бернейс, *op. cit.*, s. 55.

z kolan i będzie supermocarstwem. Oczywiście są tacy, którzy nie wierzą, ale większość społeczeństwa trwa w stanie hibernacji i szybko się nie ocknie.

#### 4.4. Rosyjska massmedialna manipulacja informacją w wojnie hybrydowej przeciwko Ukrainie

Mass media są najpotężniejszym narzędziem używanym przez Federację Rosyjską do manipulowania świadomością społeczeństwa. Kształtują i formują opinie i postawy oraz definiują, co jest normalne i akceptowalne. Środki masowego przekazu mają dotrzeć do jak największej liczby odbiorców. Obejmuje to telewizję, filmy, radio, czasopisma, magazyny, książki, nagrania, gry wideo i internet. Mass media i propagandę wykorzystuje się do rządzenia społeczeństwem bez przymusu fizycznego.

Media, stosując manipulacje, są bardzo silną bronią w walce politycznej. W samej Rosji nie pozostawiono wolnych mediów, stąd skutki takiego działania są o wiele bardziej drastyczne dla samych Rosjan. Media rosyjskie posługują się dyskredytacją wszystkiego, co jest wartościowe dla Ukraińców, dyskredytują przywódców, dezorganizują życie społeczne poprzez wymyślone fakty i wydarzenia, ośmieszają wartości europejskie, kulturę i tradycję, demoralizują społeczeństwo przez propagowanie alkoholu, narkotyków, popkultury, rozwiązłości seksualnej; penetrują środowisko ukraińskiej elity w poszukiwaniu „sensacji”, inwigilują dziennikarzy w celu znalezienia „haka” na przeciwników.

Współcześnie Rosja wykorzystuje różne techniki manipulacji, w tym wojnę propagandowo-informacyjną, przez rozpowszechnianie pewnych informacji. Obiektem wojny informacyjnej jest zarówno świadomość zbiorowa, jak i indywidualna. Przekaz informacyjny może odbywać się na tle szumu informacyjnego oraz w próżni informacyjnej. Informacje te obejmują przeinaczenia faktów lub dotyczą emocjonalnego postrzegania, wygodnego dla agresora. Zazwyczaj metodami wojny informacyjnej są uwolnienie dezinformacji lub podanie informacji w korzystny sposób dla agresora. Metody te pozwalają na zniekształcenie oceny tego, co się dzieje, demoralizację obywateli i ich potencjalne przejście na stronę agresora informacyjnego.

Wojna informacyjna prowadzona przez Rosję przeciwko Ukrainie w XXI wieku może być traktowana jako droga wskazująca kierunek dalszych wydarzeń politycznych. W zależności od sposobu prowadzenia wojny (psychologiczno-informacyjnej) możemy określić stopień zainteresowania Rosji sytuacją w Ukrainie. Aby moralnie przygotować społeczeństwo rosyjskie do tego, że wobec Ukraińców może być wykorzystana potęga militarna, w ciągu kilku miesięcy został zbudowany obraz wroga, ale nie wroga-Ukraińca, a „faszysty” i „żydobanderowca”. Dziś w Rosji o Ukrainie mówią nie tylko w mediach, ale także w różnych analitycznych programach i *talk show*. W takich programach są zaangażowani byli urzędnicy i politycy ukraińscy oraz eksperci, którzy po rewolucji godności opuścili Ukrainę i mieszkają w Rosji. Były premier Ukrainy Mykoła Azarow, który w Moskwie założył i stał na czele Komitetu Zbawienia Ukrainy, twierdzi, że władze ukraińskie naruszają konstytucję, stosując do zwalczania bojowników w Donbasie siły zbrojne. Jednocześnie, zgodnie z jego myślą, to właśnie Kijów narusza umowy mińskie, a politykę władz ukraińskich w stosunku do Ukraińców nazywa „ludobójstwem”<sup>143</sup>.

Analizując rosyjski internet, można zauważyć, że w okresie od października 2013 do listopada 2014 roku rosyjskie wiadomości były poświęcone wydarzeniom w Ukrainie w 85–90%. Moskwa bardzo skrupulatnie monitorowała wszystkie ukraińskie wydarzenia. Wszystko to może być postrzegane jako aktywna faza kampanii informacyjnej Kremla.

Od grudnia 2014 do kwietnia 2015 roku agresja w przestrzeni informacyjnej trochę wyblakła. Objętość informacyjnych doniesień o ukraińskich wydarzeniach spadła do ok. 40%, co może być skutkiem kilku przyczyn, takich jak:

- polityczna ideologia Kremla w kwestii wydarzeń w Ukrainie została przekazana rosyjskiemu społeczeństwu;
- rosyjski rząd osiągnął swoje cele w zakresie zyskania częściowej kontroli nad sytuacją polityczną i gospodarczą w Ukrainie;
- nastąpiła zmiana wektora polityki zagranicznej Rosji z Europy do Azji i na Wschód zmieniła kierunek przepływu informacji;

---

<sup>143</sup> *На службе пропаганды: как „попередники” помогают Кремлю рисовать „страшилки” про Украину*, op. cit.

- sankcje państw zachodnich przeciwko Rosji osiągnęły poziom, na którym Rosja być może chciała wycofać się z konfliktu w Ukrainie, ale z wielu powodów nie da się tego zrobić.

W pierwszej połowie maja 2015 roku nastąpił niewielki wybuch działalności informacyjnej rosyjskich mediów dotyczący Ukrainy, co było związane z reakcją Kijowa na uroczystości w Moskwie poświęcone 70. rocznicy zakończenia II wojny światowej.

W ciągu całego 2014 roku i w pierwszej połowie 2015 roku rosyjskie kanały telewizyjne zmieniały metody informowania widzów o wydarzeniach w Ukrainie na narzucenie propagandowych tez, podżeganie do nienawiści, rozpowszechnianie niesprawdzonych plotek i otwartego kłamstwa, wykorzystując przy tym różne instrumenty: wybiórczość faktów i zdarzeń; wybór korzystnych komentatorów i ekspertów (najczęściej opłaconych)<sup>144</sup>; manipulowanie cytatami<sup>145</sup>; subiektywne wnioski, a nie obiektywne fakty.

Przez co najmniej dwa lata przed rewolucją godności rosyjskie służby specjalne za pomocą agencji prasowych, stacji telewizyjnych i stron internetowych prowadziły agresywną kampanię propagandową przeciwko Ukrainie, aby zakłócić podpisanie umowy stowarzyszeniowej między Ukrainą a UE, a po ucieczce Wiktora Janukowycza – podzielić kraj i założyć informacyjne podstawy do wojny z Ukrainą. Obrazy pokazywane w rosyjskiej telewizji państwowej i w internecie przez propagandzistów Kremla przybrały w ciągu ostatnich dwóch lat formy groteskowe. Manipulacja medialna z wykorzystaniem psychosocjotechnik stała się bardzo groźną bronią w walce z patriotyzmem, tożsamością i wartościami europejskimi.

---

<sup>144</sup> T. Назарук, *Рік фейків: як брехала російська пропаганда*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/rik\\_feykiv\\_yak\\_brekhala\\_rosiyska\\_propaganda/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/rik_feykiv_yak_brekhala_rosiyska_propaganda/) (dostęp 16.12.2015).

<sup>145</sup> W rosyjskich mediach i na blogach często przejawia się rzekomy cytat z Otto von Bismarcka o tym, że Zachód ponoć miał zamiar „rozcłonkować Rosję”. W szczególności mowa o słowach: „Moc Rosji może zostać podważona jedynie oddzieleniem od niej Ukrainy... trzeba nie tylko oddzielić, ale i przeciwstawić Ukrainę Rosji, trzeba zetknąć łbami dwie części jednego narodu i patrzeć, jak brat będzie zabijać brata”. Oczywiście Otto von Bismarck nic podobnego nie mówił, co potwierdzili przedstawiciele Fundacji Bismarcka. Brzmi to tak, jak gdyby cytat został napisany przez rosyjskich ideologów już w XX wieku, a nawet w XXI wieku, a nie w połowie XIX wieku. Ibidem.

W rosyjskich mediach, na portalach społecznościowych i w serialach telewizyjnych pojawia się coraz więcej antyukraińskiej propagandy. Niejednokrotnie wykorzystywane są w niej manipulacje faktami i zdjęciami. Na początku marca 2014 roku, w przededniu referendum na Krymie, pierwszy kanał państwowej telewizji rosyjskiej poinformował, że obywatele Ukrainy masowo stają się uchodźcami, i pokazał sznur samochodów przed przejściem granicznym z Rosją. Materiał filmowy miał zilustrować lawinową falę ukraińskich uchodźców szukających schronienia w Rosji. Przedstawiciele władz centralnych Federacji Rosyjskiej mówili o 600 tys. ukraińskich uchodźców, ale kadry pokazywały przejście graniczne Medyka–Szeginie – polsko-ukraińskie drogowe przejście położone w województwie podkarpackim, w powiecie przemyskim na granicy ukraińsko-polskiej<sup>146</sup>.

Jako jeden z powodów inwazji na Ukrainę prezydent Rosji Władimir Putin podał zagrożenie dla życia obywateli Rosji na Krymie. Na temat mordstw wypowiedziała się marszałek Rady Federacji Rosji Walentina Matwienko. To właśnie Rada Federacji zatwierdziła wniosek Putina o interwencję wojskową w Ukrainie. W celu utrzymania mitu o zmarłych i ekstremistach na Krymie rosyjska telewizja zrelacjonowała historię o rzekomej strzelaninie w Symferopolu. Mężczyźni w czarnych ubraniach banderowców przyjechali na Krym autobusami z numerami krymskimi i emblematami krymskiego przedsiębiorstwa Taigan (zoo i park lwów), znajdującego się w Belogorsku w pobliżu Symferopola. Ponadto mieli być uzbrojeni w najnowsze rosyjskie automaty AK z 100 serii z granatnikami RG-94, które są używane tylko w armii rosyjskiej<sup>147</sup>.

Jawne manipulowanie informacją dodaje oliwy do ognia konfliktu, w którym na co dzień giną Ukraińcy. Zabici przez ukraińskich wojskowych i banderowców, zamordowane dzieci, zbombardowane miasta Donbasu i inne

---

<sup>146</sup> Як дезінформує „Перший канал”: польський КПП видають за російський, <http://www.unian.ua/politics/891927-yak-dezinformue-pershiy-kanal-polskiy-kpp-vidayut-za-rosiyskiy.html> (dostęp 16.12.2015).

<sup>147</sup> Информационная война: пять примеров российской пропаганды, [http://news.liga.net/articles/politics/993677-informatsionnaya\\_voyna\\_pyat\\_primerov\\_rossiyskoy\\_propagandy.htm/section1/](http://news.liga.net/articles/politics/993677-informatsionnaya_voyna_pyat_primerov_rossiyskoy_propagandy.htm/section1/) (dostęp 17.11.2015).



okropności – informacje i obrazy te stale pojawiają się w rosyjskich mediach. Wszystkie są tak straszne, że ich autorów trudno podejrzewać o kłamstwo. Jest to przede wszystkim świadoma taktyka manipulowania tak, by manipulowany nie był świadomy, że jest poddawany manipulacji.

Czasopismo „Nowoje Wremia” zgromadziło 20 najbardziej rażących przykładów manipulacji i kłamstw rosyjskich mediów. Przedstawmy kilka z nich. Na stronie internetowej Nawigator 26 maja 2014 roku pojawiła się wiadomość, że w Doniecku rozszerza się strefa działań wojennych, ludzie opuszczają domy, podpada się samochody, a liczba rannych rośnie. Wiadomościom towarzyszyło zdjęcie pożaru w pobliżu mostu Putilow. W rzeczywistości wybuchy i dym pojawiły się w Doniecku na zdjęciu dzięki programowi Photoshop. Jeszcze jeden przykład: w serwisie społecznościowym VKontakte Igor Strelkow, minister obrony samozwańczej Donieckiej Republiki Ludowej, umieścił zdjęcie płonącego pancernego transportowca, jednak zapomniał wspomnieć, że został on spalony w Chinach 3 czerwca 1989 roku na obrzeżach placu Tiananmen. W telewizyjnym kanale Rossija-1, w wydaniu wieczornym „Westi” 16 maja 2014 roku, mówiąc o wydarzeniach w Słowiańsku, pokazano zamordowanego człowieka – używając filmu, który został nakręcony w 2012 roku w Rosji po operacji antyterrorystycznej na terytorium dzielnicy Baksanskoj w Kabardyno-Bałkarii. 17 maja 2014 roku rosyjska strona Rolitikus.ru opublikowała wiadomość, że Kostnica Słowiańska jest przepelniona zwłokami rzekomo ukraińskich wojskowych, wojowników Gwardii Narodowej i Prawego Sektora. Wiadomości towarzyszyło zdjęcie z 18 lutego 2009 roku. Na zdjęciu widniały natomiast ciała oczekujące na sekcję zwłok w kostnicy meksykańskiego miasta Ciudad Juarez<sup>148</sup>.

Głównymi narzędziami w operacjach psychologicznych agresora są starannie wybrane wiadomości kierowane do różnych grup odbiorców (wewnętrznych, ukraińskich, zachodnioeuropejskich i amerykańskich – służy to destabilizacji każdej z tych grup)<sup>149</sup>. Te narzędzia to:

---

<sup>148</sup> *Топ-20 випадків нахабної брехні російської пропаганди*, <http://www.myvin.com.ua/ua/news/events/27599.html> (dostęp 17.11.2015).

<sup>149</sup> *Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії*, Аналітична доповідь, ред. А. Баровська, Видавництво НІСД, Київ 2016, s. 66–67.

- wprowadzenie w błąd;
- publikowanie oraz rozpowszechnianie fejkowych zdjęć i filmów: zdjęcia wykonane w innych warunkach wojskowych; kadry z filmów fabularnych, które mają rzekomo być dowodami brutalnego zachowania ukraińskiej armii;
- chwalenie przywództwa politycznego Kremla i siły militarnej Rosji;
- aktywne wykorzystanie narracji, według której upadek ZSRR jest katastrofą geopolityczną XX wieku;
- czynienie bohaterów z rosyjskich wojskowych („uprzejmi ludzie”);
- aktywne używanie tezy o nacjonalistycznych czy faszystujących postawach społeczeństwa ukraińskiego, co bardzo skutecznie oddziałuje na odbiorców zachodnich (powrót do ożywienia faszyzmu i antysemityzmu to kwestie szczególnie drażliwe dla europejskiego społeczeństwa);
- wykorzystanie wizerunku płaczącego dziecka ma znaczący wpływ na każdą publiczność (rosyjskie media zawsze skupiają się na tym, że w Donbasie giną dzieci)<sup>150</sup>;
- wprowadzenie do dyskusji w mediach pytania o możliwość wykorzystania przez Kreml broni jądrowej itd.<sup>151</sup>

Należy stwierdzić, że reakcja ukraińskich i zagranicznych mass mediów na informacyjno-psychologiczną agresję Federacji Rosyjskiej jest znacząco opóźniona i nie spełnia oczekiwań społeczeństwa w kwestii prawdziwej, pełnej i wiarygodnej informacji.

W internecie oraz mediach społecznościowych dominuje obecnie manipulowanie informacjami mającymi za zadanie zafałszowanie aktualnej sytuacji i nastawienie społeczeństwa rosyjskiego przeciwko Ukraińcom, Polakom oraz przedstawicielom państw bałtyckich. Rosjanie manipulują opinią

---

<sup>150</sup> Szeroko rozpowszechnione zdjęcie małego dziecka ze swastyką na rączce opublikowane na stronie internetowej prokremlowskiej grupy Antymajdan wraz z wyjaśnieniem, że pracownicy służby społecznej w Ukrainie tak chcieli upokorzyć mamę dziecka, wdowę po prorosyjskim separatyście.

<sup>151</sup> O. Wasiuta, *Militarne i niemilitarne metody prowadzenia wojny hybrydowej Rosji przeciwko Ukrainie*, [w:] *Wojna hybrydowa na Ukrainie. Wnioski i rekomendacje dla Europy i świata*, red. B. Pacek, J.A. Grochocka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Piotrków Trybunalski, 2017, s. 78–96.

publiczną, pokazując wojnę w Ukrainie kłamliwie. Podmieniają zdjęcia i ich opisy, chcąc uwiarygodnić swoje działania i skompromitować stronę przeciwną, co z rzetelną informacją nie ma wiele wspólnego. Propagandziści posuwają się nawet do tego, że zdjęcia wykonane w 2009 roku w Czeczenii opisują jako pokazujące działania ukraińskiej armii.

Fot. 1. Zdjęcie z Bośni, którego użyto jako dowodu bestialstwa ukraińskiej armii



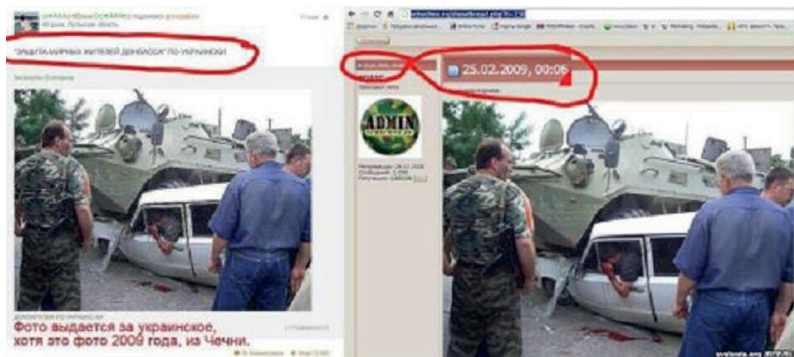
Źródło: *ТОП-10 маніпуляцій російських ЗМІ та соціальних мереж про Україну (ФОТО)*, [http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/TOP10\\_manipulacij\\_rosijskych\\_ZMI\\_ta\\_socialnyh\\_merezh](http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/TOP10_manipulacij_rosijskych_ZMI_ta_socialnyh_merezh); *Kłamstwa, manipulacja, przeróbka zdjęć. Tak rosyjska propaganda pokazuje wojnę w Ukrainie*, <http://niezalezna.pl/58108-klamstwa-manipulacja-przerobka-zdjec-tak-rosyjska-propaganda-pokazuje-wojne-na-ukrainie> (dostęp 17.11.2015).

Fot. 2. Zdjęcie małej dziewczynki obok zamordowanej kobiety, opisywane jako dowód wydarzeń z Donbasu. Tymczasem jest to kadr z rosyjsko-białoruskiego filmu z 2010 roku pt. *Twierdza brzeska*



Źródło: *ТОП-10 маніпуляцій російських ЗМІ та соціальних мереж про Україну (ФОТО)*, [http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/TOP10\\_manipulacij\\_rosijskyh\\_ZMI\\_ta\\_socialnyh\\_merezh](http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/TOP10_manipulacij_rosijskyh_ZMI_ta_socialnyh_merezh); *Кłamstwa, manipulacja, przeróbka zdjęć. Tak rosyjska propaganda pokazuje wojnę w Ukrainie*, <http://niezalezna.pl/58108-klamstwa-manipulacja-przerobka-zdjec-tak-rosyjska-propaganda-pokazuje-wojne-na-ukrainie> (dostęp 17.11.2015).

Fot. 3. Zdjęcie wykonane w 2009 roku w Czeczenii, podpisane jako opis działań armii ukraińskiej



Źródło: ТОП-10 маніпуляцій російських ЗМІ та соціальних мереж про Україну (ФОТО), [http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/ТОП10\\_маніпуляци\\_російських\\_ЗМІ\\_та\\_соціальних\\_мереж](http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/ТОП10_маніпуляци_російських_ЗМІ_та_соціальних_мереж) (dostęp 17.11.2015).

Fot. 4. Rosyjska telewizja „Mir 24” pokazała na Facebooku uchodźców z Kosowa w 1999 roku jako uchodźców z Ukrainy w 2014 roku. Teraz to zdjęcie zostało usunięte. Jeszcze wcześniej użyto go na stronie czasopisma „Внешнеэкономические связи России” (Zagraniczne Stosunki Gospodarcze Rosji)<sup>152</sup>



Źródło: ТОП-10 маніпуляцій російських ЗМІ та соціальних мереж про Україну (ФОТО), [http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/ТОП10\\_маніпуляцій\\_російських\\_ЗМІ\\_та\\_соціальних\\_мереж](http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/ТОП10_маніпуляцій_російських_ЗМІ_та_соціальних_мереж) (dostęp 17.11.2015).

W wywiadzie dla „Le Monde” rosyjska pisarka Ludmiła Ulicka powiedziała, że krajowe media manipulują zbiorową świadomością Rosjan. W szczególności zaś robią to kanały telewizyjne. Inteligencja rosyjska nie może nic zrobić, ponieważ według słów Ulickiej wolności słowa w Rosji nie ma. Pisarka jest zdania, że rosyjskie media manipulują wydarzeniami w Ukrainie i pobili już „rekord świata” w kłamstwach. Ostatnio pojawiły się doniesienia, że kadry rannych dziecka i kobiety leżących w kałużach krwi, pokazane przez niektóre kanały jako dowód barbarzyństwa ukraińskiego wojska w Doniecku, zostały wykonane w Syrii i Wenezueli. Zdaniem Ulickiej materiał pokazano specjalnie dla podsycania nienawiści między Rosjanami i Ukraińcami. Stwierdziła ona:

<sup>152</sup> Ibidem.

Dzisiaj jesteśmy świadkami bezprecedensowej manipulacji zbiorowej świadomości. Odpowiedzialność dziennikarzy nigdy nie była tak wysoka, jak to ma miejsce teraz, zwłaszcza tych, którzy próbują przestrzegać obiektywizmu, mimo nacisków ze strony rządu. Niektóre serwisy informacyjne były zamknięte, blogerzy są kontrolowani, wolność słowa jest tłumiona jak nigdy w ciągu ostatnich 20 lat<sup>153</sup>.

Im dłużej trwa konflikt, tym bardziej rośnie fanatyzm i gotowość do bezkrytycznej wiary w każdy rodzaj agitacyjno-propagandowej dezinformacji, potwierdzającej stereotypowy wizerunek wroga. W niewypowiedzianej wojnie przeciwko Ukrainie Rosja aktywnie stosuje metody wojny psychologiczno-informacyjnej<sup>154</sup>, próbuje zniszczyć morale ukraińskich żołnierzy i cywilów. Tak zwani dziennikarze rosyjskich kanałów Life News, Russia Today i innych służą do formowania „prawidłowego obrazu” w celach propagandowych oraz potrzebom wywiadowczym służb specjalnych Rosji.

Manipulacja na niespotykaną skalę jest prowadzona we wszystkich dziedzinach życia społecznego z udziałem różnych sił i środków, przez tworzenie i wdrażanie nowych jednostek informacji. W serwisie Sobaka.ru w lutym 2015 roku opublikowano interesujące zwierzenia byłej pracownicy jednej z rosyjskich „agencji medialnych”, której zadaniem było zalewanie internetu przekłamanymi informacjami, manipulując informacją w ramach prowadzonego przez Rosję konfliktu zbrojnego z Ukrainą<sup>155</sup>.

Agencja propagandowa, która prowadzi taką działalność, oficjalnie nazywa się FAN (Federalna Agencja Informacyjna) i działa co najmniej od lipca 2013 roku. Kryje się z faktycznym celem swoich działań, posługuje różnymi pretekstami i oficjalnie nie przyznaje się do bycia finansowaną z rosyjskich prorządowych źródeł. Skupia 12 innych firm (w różnych

---

<sup>153</sup> Л.Улицкая, *Российские СМИ побили мировой рекорд по вранью*, <http://russian.rt.com/inotv/2014-06-12/Ulickaya-Rossijskie-SMI-pobili-mirovoj> (dostęp 20.11.2015).

<sup>154</sup> K. Liedel, *Bezpieczeństwo informacyjne w dobie terrorystycznych i innych zagrożeń bezpieczeństwa narodowego*, op. cit., s. 23–24.

<sup>155</sup> *Городской тунаж: блогер-пропагандист*, <http://www.sobaka.ru/city/city/32942/> (dostęp 20.11.2015).

lokalizacjach, w tym ukraińskich – np. stroną internetową Antymajdan). Większość z nich przygotowuje materiały dotyczące konfliktu z Ukrainą, polityki Ukrainy lub polityki rosyjskiej dotyczącej Ukrainy, ale propagować wiadomości muszą w określony sposób, zwracając uwagę na pozytywną rolę Rosji w „rozwiązywaniu” konfliktu w Ukrainie. O Putinie nie można pisać źle, separatyści nie są terrorystami, tylko bohaterami, a ich działalność we wschodniej Ukrainie przedstawia się jako zbrojny opór przeciwko „nielegalnej” władzy w Kijowie i uznaje się prawo miejscowej ludności do samostanowienia. Partyzantka ukraińska jest nazywana faszystowskimi buntownikami. Główne, codzienne wiadomości na wszystkich stronach internetowych to Putin, Krym, „Noworosja”.

Oferują atrakcyjną płacę (jak na lokalne warunki) – 45 tys. rubli (ok. 2,5 tys. zł). Zatrudniają tych, którzy nie zadają pytania „dlaczego?”. Tak wygląda praca rosyjskich trolli internetowych opłacanych przez Moskwę. Każdego dnia trzeba stworzyć 20 utworów (artykułów, newsów itp.) i umieścić je na stronach kontrolowanych przez agencję. Większość pracowników to osoby inteligentne, wykształcone, które przyjechały z innych miast, gdzie nie mogły znaleźć pracy, i doskonale zdają sobie sprawę, w czym uczestniczą. Dlatego, jak pisze były troll, z reguły można ich podzielić na 3 grupy:

- „płacą mi, więc nic więcej mnie nie obchodzi – nie wnikam w to, kim jest mój pracodawca”;
- „wiem, że mój pracodawca jest prorosyjską fabryką trolli, ale płaci mi, więc jest OK”;
- walczę w internecie przeciwko faszystowskim buntownikom.

Tych ostatnich jest jednak bardzo mało. W 30-osobowym zespole były troll doliczył się tylko dwóch osób o tak ortodoksyjnych poglądach<sup>156</sup>. Podobno zatrudnia się wszystkich, którzy mówią i piszą poprawnie po rosyjsku. Po wstępnej rozmowie można zostać przydzielonym do jednego z kilku zespołów:

- content managerzy – osoby, które „przepisują na nowo” prawdziwe newsy agencyjne, tak aby ich wydźwięk był prorosyjski i antyukraiński;

---

<sup>156</sup> Ibidem.



newsy umieszczają w kontrolowanych przez agencję serwisach internetowych;

- blogerzy – osoby, które tworzą wpisy w mediach społecznościowych i na platformach blogowych;
- ilustratorzy – osoby, które np. wymyślają tematyczne demotywatory;
- specjaliści od SEO – osoby, które spamują linkami do treści w innych miejscach.

Ten największy ośrodek propagandy i manipulacji, zaangażowany w szerzenie prowokacyjnych postów i komentarzy i promowanie interesów Kremla, znajduje się na ulicy Sawuszkina 55 w Sankt Petersburgu, w tym samym budynku co gazeta „Niewskie Nowosti”, która należy do byłego osobistego kucharza Putina, aktualnie biznesmena Jewgienija Prigożyna. Pod koniec października 2016 roku ośrodek został zaatakowany przez nieznaną parę przestępców, którzy obrzucili go koktajlami Mołotowa<sup>157</sup>.

Warunki sprzyjające rozprzestrzenianiu się wojny hybrydowej na terytorium Ukrainy stworzył upadek instytucji, do którego konsekwentnie prowadziły obce siły w ostatnich latach. Majdan stał się w istocie kulminacyjnym momentem delegitymizacji władzy, która z niepoohamowaną żądzą wzbogacenia, korupcją, kontrowersyjną polityką rządziła, bazując nie na strategii rozwoju, a na prymitywnym populizmie.

Agresja Rosji stała się możliwa przede wszystkim nie dzięki rzekomemu brakowi legitymizacji władz porewolucyjnych w Kijowie, a dzięki niemożliwości adekwatnego przeciwstawiania się frontalnemu atakowi Rosji w postaci informacyjnej i propagandowej agresji, organizacji protestów, zakłócenia pracy organów władzy. Pierwotnym celem wojny hybrydowej było wykorzystanie wschodu Ukrainy jako centrum niestabilności, aby ostatecznie zniszczyć atrakcyjność inwestycyjną Ukrainy, podtrzymywać stały konflikt

---

<sup>157</sup> В Петербурге подожгли „фабрику троллей”, <http://www.fontanka.ru/2016/10/27/024/>; „Фабрику троллей” в Петербурге закидали „коктейлями Молотова”, <https://meduza.io/news/2016/10/27/fabriku-trolley-v-peterburge-zakidali-kokteylyami-molotova>; В Питере здание „фабрики троллей” закидали коктейлями Молотова, <http://news.bigmir.net/world/1034574-V-Pitere-zdanie--fabriki-trolley--zakidali-kokteyljami-Molotova> (dostęp 30.10.2016).

społeczny, wyrządzić maksymalne szkody gospodarce i spowodować jej głęboką destabilizację. Celem finalnym zaś stworzenie niezbędnych warunków do powrotu kraju na łono *russkogo mira*, czy bardziej prozaicznie – do unii celnej. Służyło temu tworzenie na terytorium Ukrainy różnych marionetkowych minipaństw na wzorec Abchazji czy Naddniestrzańskiej Republiki Mołdawskiej.

Jednak Putin nie miał przekonania, że sami Ukraińcy i cały cywilizowany świat staną po stronie demokratycznych wartości. Kreml oczekiwał, że tak jak na Krymie, po destabilizacji władz centralnych i samorządowych, po celowej dezinformacji społeczeństwa, aneksja zostanie przedstawiona jako legalna. W Donbasie przekształcenie protestu przeciwko Majdanowi w ruch prorosyjski na dużą skalę nie zostało uwieńczone sukcesem. Wraz z rozwojem sytuacji w Donbasie małe ugrupowania rozpadają się albo zostają zlikwidowane przez rosyjskie służby specjalne<sup>158</sup>. 2 stycznia 2015 roku w rezultacie walki między prorosyjskimi gangami został zabity jeden z przywódców Ługańskiej Republiki Aleksander Bednow („Batman”), a jego współnicy zostali spaleni żywcem w samochodzie<sup>159</sup>. W tym samym czasie lider inicjatywy społecznej Prawe Dzieło, koordynator Narodowego Bloku Sił Ługańska Dmitrij Snegirew napisał na swojej stronie na Facebooku, że szef sztabu czwartej brygady ŁRL Alexander Bednow, który przewodził ok. 1,5 tys. bojowników, został wyeliminowany przez rosyjskie siły specjalne<sup>160</sup>.

Taka sytuacja odsuwa od polityki zmęczonych wojną cywilów (wszystko jedno kto, byle tylko nie strzelał) i na pewno nie sprzyja reorganizacji władzy

---

<sup>158</sup> Гиркин призвал боевиков покинуть Донбасс после убийства „Бэтмена”, [http://news.liga.net/news/politics/4637129-girkin\\_prizval\\_boevikov\\_pokinut\\_donbass\\_posle\\_ubiystva\\_betmena.htm](http://news.liga.net/news/politics/4637129-girkin_prizval_boevikov_pokinut_donbass_posle_ubiystva_betmena.htm) (dostęp 19.11.2015).

<sup>159</sup> Боевики Плотницкого отчитались о ликвидации террориста „Бэтмена”, [http://news.liga.net/news/politics/4615713-boeviki\\_plotnitskogo\\_otchitalis\\_o\\_likvidatsii\\_terrorista\\_.htm](http://news.liga.net/news/politics/4615713-boeviki_plotnitskogo_otchitalis_o_likvidatsii_terrorista_.htm) (dostęp 19.11.2015).

<sup>160</sup> Д. Снегирев, *Что на самом деле случилось с полевым командиром ЛНР „Бетменом”*, <http://hvylyu.net/analytics/politics/chto-na-samom-dele-sluchilos-s-polevyim-komandiro-m-lnr-betmenom.html>; Луганске российские спецназовцы добивают остатки отряда Бэтмена, <http://ru.tsn.ua/ukrayina/v-luganske-rossiyskie-specnazovcy-dobivayut-ostatki-otryada-betmena-istochnik-403753.html> (dostęp 19.11.2015).

w regionie. Bezpośrednia interwencja wojskowa, która była potrzebna do podtrzymania samozwańczych „republik”, doprowadziła do tego, że między oddzielnymi grupami toczą się walki o wpływy w regionie i o rosyjskie wpływy finansowe. Jednocześnie niezdolność czy niechęć do wdrażania umów międzynarodowych zarówno ze strony bojowników-terrorystów, jak i samej Rosji to wyraźny dowód na to, że wojna hybrydowa przeciwko Ukrainie wchodzi w impas.

Ta nowa wojna opiera się również na wpojeniu ludności cywilnej masowej hysterii i sprzeciwu wobec prawowitej władzy. Używa się ich jako „żywych tarcz” przykrywających działania uzbrojonych bojowników. Tak oto media odgrywają chyba najważniejszą rolę w tworzeniu prawidłowego z punktu widzenia agresora obrazu ofiar tej wojny, co jest o wiele ważniejsze niż samo zwycięstwo. Zabijanie obcych żołnierzy przestaje być głównym celem – w wojnie hybrydowej wystarczy zabijać swoich żołnierzy i zapewniać przy tym niezbędne wsparcie informacyjne.

Trzeba zatem podkreślić, że coraz więcej państw europejskich dochodzi do wniosku, że Rosja na tym nie poprzestanie i jej polityka propagandowa będzie rozpowszechniać się na inne kraje. W październiku 2016 roku Finlandia wyraziła zaniepokojenie nasileniem się kampanii propagandowej Kremla w tym kraju. Podsekretarz stanu Finlandii Jori Arvonon poinformował, że Finlandia prowadzi rozmowy o utworzeniu „centrum walki z propagandą” z USA, Wielką Brytanią, Niemcami, Francją, Włochami, Hiszpanią, Polską, Szwecją i krajami bałtyckimi, a także z przedstawicielami UE i NATO<sup>161</sup>, którzy wyrazili silne poparcie dla otwarcia tego centrum.

Również w październiku 2016 roku Czechy ogłosiły utworzenie centrum przeciwdziałania rosyjskiej propagandzie i oskarżyły Rosję o prowadzenie wojny informacyjnej<sup>162</sup>. Oprócz tego Ministerstwo Spraw Wewnętrznych Republiki Czeskiej powołało jednostkę do walki z rosyjską propagandą i innych krajów, które mają wpływ na opinię publiczną w państwach członkowskich

---

<sup>161</sup> *Finland Plans to Set Up Centre to Counter „Hybrid” Threats*, Reuters.com, <http://uk.reuters.com/article/uk-eu-defence-finland-hybrid-idUKKBN13GIF2?il=0>, (dostęp 24.11.2016).

<sup>162</sup> *У Чехії створили підрозділ для боротьби з російською пропагандою*, <http://www.eurointegration.com.ua/news/2016/10/21/7056242/> (dostęp 24.11.2016).

UE i NATO. Pracuje w niej 20 osób, których zadaniem jest przeciwdziałanie dezinformacji w przestrzeni publicznej i szkolenie urzędników do odpowiedniej reakcji na dezinformację. Kontrwywiad Czech we wrześniu 2016 roku oficjalnie potwierdził, że Rosja prowadzi wojnę informacyjną w Czechach i tworzy sieć grup marionetkowych ośrodków propagandowych, które mogą być wykorzystywane w celu destabilizacji sytuacji w kraju<sup>163</sup>.

Pod koniec listopada 2016 roku Parlament Europejski przyjął rezolucję *O polityce informacyjnej UE w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich*, której autorką jest europosłanka PiS Anna Fotyga. Dokument wskazuje m.in., że rosyjska propaganda jest zagrożeniem dla UE i ma na celu:

(...) zniekształcając prawdę, zasiać wątpliwości i niezgodę między krajami UE, osłabienie strategicznej jedności UE i jej północnoamerykańskich partnerów oraz sparaliżowanie procesu decyzyjnego, zdyskredytowanie instytucji UE i partnerstwa transatlantyckiego, wzbudzanie lęku i niepewności wśród obywateli UE<sup>164</sup>.

Europosłowie zwrócili uwagę, że wraz z aneksją Krymu i rozpoczęciem wojny hybrydowej w Donbasie Kreml nasilił propagandę skierowaną przeciwko UE. Władze rosyjskie agresywnie stosują szeroki wachlarz narzędzi, takich jak działanie centrum analitycznego i funduszy specjalnych (np. Russkij Mir), wielojęzyczne stacje telewizyjne (np. Russia Today, RIA Novosti), prorządowe pseudoagencje informacyjne, kanały nadające w różnych językach (np. Sputnik), oficjalne organizacje (Rossotrudnichestvo), transgraniczne grupy społeczne i religijne (dzięki którym reżim Putina przedstawia się jako jedyny obrońca tradycyjnych wartości chrześcijańskich), media społecznościowe i trolling w nich oraz na innych stronach internetowych<sup>165</sup>.

---

<sup>163</sup> Ibidem.

<sup>164</sup> *Ostrzeżenie przed rosyjską propagandą. Europarlament przyjął ważną rezolucję*, <https://dorzeczy.pl/swiat/15254/Ostrzezenie-przed-rosyjska-propaganda-Europarlament-przyjal-wazna-rezolucje.html> (dostęp 8.12.2016).

<sup>165</sup> Ю.Вендик, *Европарламент призвал к борьбе с пропагандой Кремля*, <http://www.bbc.com/russian/news-38080562> (dostęp 9.12.2016).

Wszystko po to, aby zakwestionować zachodnie wartości demokratyczne, wprowadzić rozłam w Europie, zyskać poparcie wewnętrzne oraz stworzyć wizerunek państw we wschodnim sąsiedztwie UE jako niewydolnych<sup>166</sup>. „Propaganda Kremla skierowana jest bezpośrednio na konkretnych dziennikarzy, polityków i osoby fizyczne w UE” – mówi tekst sprawozdania. Europosłowie również podkreślają, że fałszowanie historii jest jedną z kluczowych strategii Rosji<sup>167</sup>.

Wskazują też, że „Kreml finansuje partie polityczne i inne organizacje w UE”, oraz krytykują wspieranie przez Rosję sił antyeuropejskich w UE, w szczególności partii skrajnie prawicowych i ruchów populistycznych „negujących podstawowe wartości liberalnych demokracji”. „Rosyjska propaganda stosuje więc narzędzia, które są idealnie dostosowane do jej adresatów”.

Raport Fotygi sugeruje także pogłębienie współpracy UE i NATO w zakresie strategii komunikacyjnej, wzmocnienie istniejącej przy Europejskiej Służbie Działań Zewnętrznych dziewięcioosobowej grupy zadaniowej ds. komunikacji strategicznej UE oraz zapewnienie większego wsparcia mediom w krajach sąsiadujących z UE, aby zwiększyć ich odporność na propagandę<sup>168</sup>.

Jak mówi raport Anny Fotygi:

Rosyjska propaganda stosuje więc narzędzia, które są idealnie dostosowane do jej adresatów. Dzięki nim Władimir Putin umiejętnie przedstawia się m.in. jako jedyny obrońca tradycyjnych chrześcijańskich wartości. Kreml, stosując wrogą Stratcom, dąży także do podzielenia Europy, uzyskania krajowego poparcia, a także stworzenia wizerunku upadających państw we wschodnim sąsiedztwie UE.

---

<sup>166</sup> *Parlament Europejski wzywa UE do działania ws. Rosji. Przyjęto rezolucję Anny Fotygi*, <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1695772,Parlament-Europejski-wzywa-UE-do-dzialania-ws-Rosji-Przyjeto-rezolucje-Anny-Fotygi> (dostęp 8.12.2016).

<sup>167</sup> *Sprawozdanie nt. raportu w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich*, Bruksela, 11 października 2016 r. Sprawozdanie nr 97/2016, <https://www.senat.gov.pl/download/gfx/senat/pl/defaultopisy/296/8/1/097.pdf> (dostęp 24.11.2016).

<sup>168</sup> *Ibidem*.

Dokument zwraca też uwagę na finansowanie przez Kreml partii i organizacji politycznych oraz indywidualnych polityków, zarówno po skrajnie lewej, jak i prawej stronie europejskiej sceny politycznej. Fotyga twierdzi także, że:

Kreml, zabiegając o narzucenie hegemonii w Europie Środkowej i Wschodniej, często sięga po argumenty natury historycznej, fałszując fakty. Federacja Rosyjska przedstawia je jako należące do tradycyjnej strefy wpływów Rosji. Wszystko po to, by osłabić ich suwerenność<sup>169</sup>.

UE jest poważnie zaniepokojona szybko rosnącą aktywnością Rosji w Europie, próbując zwiększyć swoje wpływy i hegemonię; podkreśla, że znaczna część rosyjskiej komunikacji strategicznej ma na celu opisanie krajów Europy Środkowo-Wschodniej jako należących do tradycyjnej strefy wpływów Rosji, osłabiając tym samym ich suwerenność; zauważa, że zakłamywanie historii jest jedną z głównych strategii Rosji. Rosja wykorzystuje brak międzynarodowych ram prawnych w obszarach takich jak bezpieczeństwo cybernetyczne, a wszelkie dwuznaczności w tych kwestiach obraca na swoją korzyść<sup>170</sup>.

Dzięki wpływowi informacyjnemu Rosji udało się połączyć w Ukrainie to, co pozornie nie do połączenia – narzucić pewnej części jej obywateli zupełnie obce wartości i ideały *rusckiego mira*. To połączenie, które zresztą można nazwać hybrydowym, jest jeszcze jedną cechą tej wojny. Obowiązkowe wychowanie lub zmiana nastawień przedstawicieli jednego narodu do tradycji kulturowych innego, wrogo nastawionego narodu, a także wykorzystanie takich ludzi, by działali przeciwko swojemu narodowi, nie są wyjątkowymi praktykami – przypomnijmy chociażby janczarów. Ale na janczarów imperium osmańskie wychowywało chrześcijańskich jeńców lub dzieci podbitych narodów. W tej wojnie zaś Kreml wychował swoich „janczarów” bezpośrednio na terytorium niepodległej Ukrainy. Zrozumienie jego narzędzi i technik jest niezwykle ważne, ponieważ tylko analizując i rozumiejąc Rosjan, można im się oprzeć, aby nie trafić w tę samą pułapkę.

---

<sup>169</sup> *Sprawozdanie nt. raportu w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich*, op. cit.

<sup>170</sup> Ibidem

Podsumowując, żyjemy dziś w świecie, w którym rzeczywistość alternatywna rozprzestrzeniła się daleko poza granicami byłego ZSRR. To, co dzieje się we wschodniej i południowej Ukrainie, było pierwszym naprawdę intensywnym kryzysem; opisywano to z pomocą dezinformacji, która rozeszła się we wszystkie strony. Wybór ilustracji, terminologii, informacji w wielu międzynarodowych mass mediach jest jednym z powodów, dla których zajścia na Krymie i ich przebieg oraz przyczyny nadal są przedmiotem dyskusji. Dla niewtajemniczonych słuchaczy nie było jasne, czy naprawdę Kreml bronił tam etnicznych Rosjan przed „prześladowaniem faszystowskiego, nacjonalistycznego rządu w Kijowie”, czy była to inwazja jednego suwerennego państwa na inne.

Naukowcy uważają, że wojna w Ukrainie jest ponad wszelką wątpliwość zbyt mało pokazywana i analizowana w prasie. Istotnie, wydarzenia tej wojny były prezentowane często, ale z typowym dla mass mediów przełączeniem uwagi na wydarzenia rozgrywające się gdzieś indziej.

Pierwszym wnioskiem z wydarzeń w Ukrainie, jest to, że w czasach, gdy informacja stała bronią, dziennikarskie pytania „kto?” i „dlaczego?” powinny stanowić priorytet wraz z pytaniami „kiedy?” i „co?”. Odpowiedzi na „kto?” i „dlaczego?” będą okazją do przełamania hałasu i kłamstwa oraz możliwością wykroczenia poza powierzchowność codziennych wiadomości w celu przedstawienia dogłębnej informacji i stworzenia przeszkody dla dezinformacji.

Drugim wnioskiem jest to, że kiedy dziennikarze i eksperci dyskutują nad fejkami, niektórzy zastanawiają się, czy trzeba się takim wiadomościom opierać. Jednym z rozwiązań tego problemu jest sprawdzanie faktów i ich prawdziwe prezentowanie.

Niebezpieczeństwo fejków, szczególnie tych finansowanych przez Rosję, polega na tym, że zakłócają rzeczywistość, budzą wątpliwości i podważają sprawiedliwe argumenty. W czasach sowieckich celem Kremla było przekonanie ludzi do stania po jego stronie, dziś zaś jego celem jest przekonanie ich o tym, że „wszędzie są wrogowie i wszyscy są źli”. Dezinformacja zawsze ma ten sam efekt: zaciera narracje oparte na faktach i tworzy alternatywną rzeczywistość, kaleczy prawdę i pozwala politykom nazywać coś lub kogoś „fejkiem”.

Warto podkreślić, że działania propagandowe Kremla nie ustaną. Nie zatrzyma ich żadna z agencji powołanych przez NATO czy UE. Dobrze sfinansowany i zmanipulowany obraz moskiewskich interesów poskutkowało mobilizacją rosyjskich mniejszości za granicą, zmotywował je w dążeniu do samostanowienia i uzasadnił żądania pod adresem rządów państw, w których mieszkają. Jeśli te żądania nie zostają spełnione, Kreml zyskuje *casus belli* oraz powód, by wspomóc i wyzwolić uciśnionych Rosjan – a w przyszłości może i przyłączyć terytorium, na którym mieszkają.

Nie wystarczy równoważyć wywrotowej propagandy Rosji – duża część tamtejszego społeczeństwa ma ograniczony dostęp do internetu czy prawników i ograniczone środki finansowe na budowanie kompleksowych i wydajnych platform medialnych oraz działania promujące społeczeństwo obywatelskie czy krytykę obecnego reżimu. UE musi założyć nowe niezależne demokratyczne media, które będą nadawać wiadomości po rosyjsku i w językach największych mniejszości narodowych Federacji Rosyjskiej, a także dbać o rozpowszechnianie tych wiadomości. Trzeba również zapewnić zwiększenie finansowania dla konsorcjum niezależnych dziennikarzy śledczych oraz okazać wsparcie niezależnemu monitoringowi mass mediów w krajach byłego ZSRR, aby ocenić skalę rosyjskojęzycznego audytorium.



ROZDZIAŁ V

MEDIALNE OBRAZY POLITYKI W SPOŁECZEŃSTWIE  
DEMOKRATYCZNYM

---

### 51. Źródła informacji o polityce a wiedza i postawy polityczne

Manipulowanie informacją w mediach nie jest domeną jedynie wojen informacyjnych oraz propagandowych działań prowadzonych w ramach wojny hybrydowej Rosji przeciwko Ukrainie. Także w innych krajach media mogą formułować przekaz w taki sposób, by posłużył on celowi założonemu przez nadawcę, niezależnie od zgodności z faktami – w szczególności zniekształcając prawdziwe informacje czy prezentując je tak, aby zbliżyć nadawcę do realizacji jego dążeń. Informacje zaś wiążą się z ogromną rolą, jaką media odgrywają w społeczeństwach demokratycznych, w których wiedza na temat rządzących, opozycji, problemów społecznych czy polityki międzynarodowej jest kluczowa dla kształtowania ocen i postaw przekładających się na decyzje wyborcze.

Współcześnie obywatele, niezależnie od tego, jak bardzo zaangażowani w aktywne zdobywanie informacji o zjawiskach społecznych w otaczającym ich świecie, w znacznym stopniu skazani są na czerpanie wiedzy z mediów. Adam Shehata i Jesper Strömbäck wskazują, że dowiedzieć się czegoś o świecie możemy dzięki własnym doświadczeniom, komunikacji interpersonalnej oraz mediom<sup>1</sup>. Dowodzą oni jednocześnie, że to te ostatnie

---

<sup>1</sup> A. Shehata, J. Strömbäck, *Mediation of Political Realities. Media as Crucial Sources of Information*, [w:] *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of*

są najważniejszym źródłem informacji. Zasięg naszych doświadczeń jest bowiem mocno ograniczony, tak samo jak większości osób, z którymi rozmawiamy. Większość tego, co wiemy o polityce i funkcjonowaniu społeczeństwa, wiemy z mediów. Nawet gdy mamy własne doświadczenia, bez informacji ze środków przekazu nie byłibyśmy w stanie oszacować, czy są one reprezentatywne lub typowe dla interesującego nas zjawiska<sup>2</sup>. Dla przykładu – indywidualne doświadczenia z miejscowego ośrodka pomocy społecznej nie mówią nam o jakości działania takich ośrodków w ogóle, a tym bardziej nie poszerzają naszej wiedzy o czynnikach wpływających na system pomocy społecznej ani o tym, jakie propozycje są wysuwane, by poprawić obecny stan rzeczy.

Tradycyjne metody przekazywania i pozyskiwania informacji o polityce – takie jak kampanie wyborcze od drzwi do drzwi czy organizowanie imprez politycznych i ruchów społecznych wykorzystujących jedynie komunikację bezpośrednią – w dalszym ciągu są popularne. Ludzie nadal angażują się w bezpośrednią dyskusję polityczną. Istotna pozostaje jednak skala takich działań. Jak utrzymują W. Lance Bennett i Robert M. Entman, wiele dziedzin polityki osiągnęło punkt, w którym komunikowanie się z odbiorcami i szereg powiązanych z tym procesów, takich jak kreowanie opinii, nie mogłyby wyglądać tak jak obecnie bez różnego typu zastosowania mediów<sup>3</sup>.

Twierdzenie o dominującym charakterze mediów jako źródła informacji o polityce potwierdzają liczne badania empiryczne, problematyka ta jest także przedmiotem teoretycznych naukowych analiz. Z badań sondażowych jasno wynika, że znaczenie mediów stopniowo rośnie. Mimo iż w różnych państwach naukowcy prowadzą je, posługując się odmiennymi

---

*Western Democracies*, red. F. Esser, J. Strömbäck, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2014, s. 93.

<sup>2</sup> D.C. Mutz, *Impersonal Influence. How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*, Cambridge University Press, New York 1998, s. 62 i n.

<sup>3</sup> W.L. Bennett, R.M. Entman, *Mediated Politics. An Introduction*, [w:] *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*, ed. eidem, Cambridge University Press, New York 2001, s. 1.

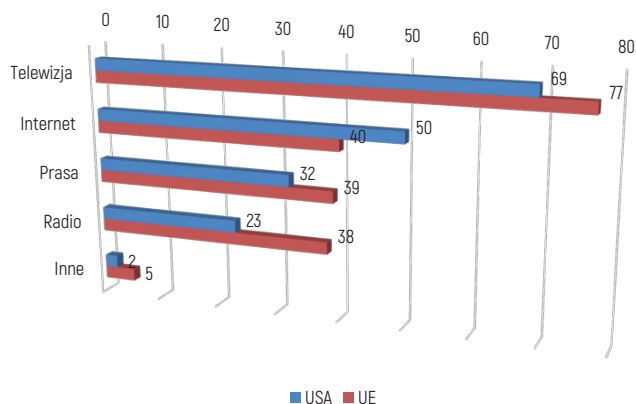
metodologiami, i zadają respondentom inne pytania – opisana tendencja jest niezależnie zauważalna i nie budzi wątpliwości.

Badania dotyczące źródeł, z których ludzie czerpią informacje o polityce, prowadzone są regularnie w Stanach Zjednoczonych oraz w państwach Unii Europejskiej. Zarówno dane pochodzące z Pew Research Center, niezależnego amerykańskiego think tanku, jak i z Eurobarometru dowodzą, że telewizja stanowi najpopularniejsze źródło informacji, odpowiednio dla 69% mieszkańców USA i 77% mieszkańców Unii. Drugie miejsce zajmuje internet (odpowiednio 50% i 40%), na trzecim miejscu znajduje się prasa (32% i 39%), a na czwartym radio (23% i 38%). Jednocześnie inne niż media źródła pochodzenia informacji o polityce wskazało odpowiednio 2% badanych w USA oraz 5% w Europie<sup>4</sup>. Szczegółowe dane prezentuje poniższy rysunek.

---

<sup>4</sup> *Pew Research Center for the People & the Press, July 2013 Political Survey, Final Topline*, <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/5/legacy-questions/8-8-2013%20Media%20Attitudes%20Topline%20for%20Release.pdf> (dostęp 5.02.2018); *Standard Eurobarometer 86 Autumn 2016. Report. Media Use in the European Union*, <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/79405> (dostęp 5.02.2018).

Rysunek 1. Odpowiedzi na pytanie o najważniejsze dla mieszkańców USA i UE źródła informacji o polityce (procent wskazań)



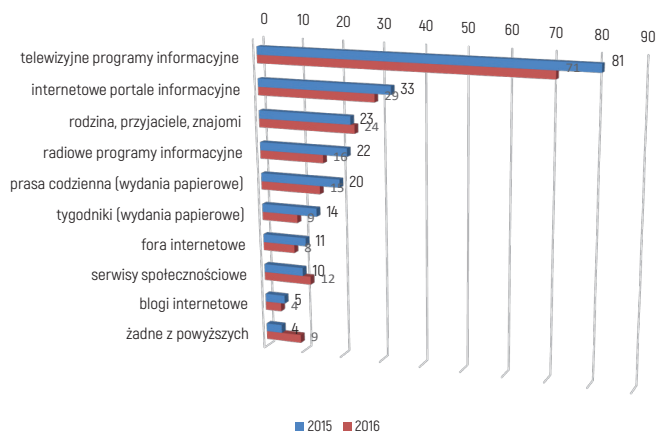
Źródło: *Pew Research Center for the People & the Press, July 2013 Political Survey, Final Topline*, s. 1, <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/5/legacy-questionnaires/8-8-2013%20Media%20Attitudes%20Topline%20for%20Release.pdf> (dostęp 5.02.2018); *Standard Eurobarometer 86 Autumn 2016. Report. Media Use in the European Union*, s. 38, <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/79405> (dostęp 5.02.2018).

Wskazania Polaków były bardzo podobne do wskazań mieszkańców USA i UE. Z badań sondażowych przeprowadzonych przez TNS OBOP w 2016 roku na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie 1011 mieszkańców Polski wynika, że także w naszym kraju informacje najczęściej czerpie się z mediów. Dokładnie 71% respondentów wskazało telewizyjne programy informacyjne, 29% – internetowe portale informacyjne, 24% – rodzinę, przyjaciół i znajomych, 16% – radiowe programy informacyjne, 16% – prasę codzienną, 9% – tygodniki<sup>5</sup>. Dla części Polaków jednym ze źródeł, niewskazywanym

<sup>5</sup> *Raport z badań TNS OBOP. Wiarygodne informacje – czy są dziś w cenie?*, [http://www.tnsglobal.pl/wp-content/blogs.dir/9/files/2016/05/K.023\\_Wiarygodne\\_informacje\\_O03a-16.pdf](http://www.tnsglobal.pl/wp-content/blogs.dir/9/files/2016/05/K.023_Wiarygodne_informacje_O03a-16.pdf) (dostęp 1.02.2017).

jako pierwsze, pozostają kontakty niezwiązane bezpośrednio z mediami. Ponadto uwagę zwraca zmiana dostrzegalna przy porównaniu wyników badań z 2016 roku z poprzednimi, pochodzącymi z 2015 roku. W stosunku do poprzedniego roku jako źródło informacji aż 10 punktów procentowych traci telewizja, zyskują natomiast nieznacznie rodzina, znajomi, przyjaciele oraz serwisy społecznościowe. Szczegółowe dane przedstawia poniższy wykres.

Rysunek 2. Odpowiedzi na pytanie o najważniejsze dla Polaków źródła informacji o polityce (procent wskazań)



Źródło: *Raport z badań TNS OBOP. Wiarygodne informacje – czy są dziś w cenie?*, [http://www.tnsglobal.pl/wp-content/blogs.dir/9/files/2016/05/K.023\\_Wiarygodne\\_informacje\\_O03a-16.pdf](http://www.tnsglobal.pl/wp-content/blogs.dir/9/files/2016/05/K.023_Wiarygodne_informacje_O03a-16.pdf) (dostęp 1.02.2017).

By uświadomić, w jakim stopniu to media kreują wiedzę o ofercie politycznej, warto przywołać wyniki badań Hansa Mathiasa Kepplingera, który wskazał już na podstawie analizy kampanii wyborczej z 1990 roku w Niemczech, że w imprezach wyborczych uczestniczyło 7% obywateli, 18% miało styczność z kandydatami i pomocnikami ze sztabów wyborczych na ulicach lub na wiecach, przekazy na temat kampanii w prasie codziennej śledziło zaś regularnie

72%, a analogiczne przekazy telewizyjne – aż 95% obywateli<sup>6</sup>. Strömbäck zaś podobną analizę przeprowadził w trakcie kampanii wyborczej do parlamentu narodowego w Szwecji w 2006 roku. Postawił on swoim ankietowanym nieco inne pytanie. Poprosił, aby wskazali główne źródło informacji o kampanii wyborczej, a respondenci otrzymali listę nie tylko tradycyjnych i nowych mediów, ale także możliwość wybrania komunikacji interpersonalnej oraz osobistych kontaktów z politykami i partiami. Bardzo niewielu badanych uznało jednak te niezapośredniczone źródła za najważniejsze. Telewizja znalazła się na pierwszym miejscu w przypadku 54% ankietowanych, następne okazały się gazety (25%), dalej internet (8%) i radio (6%). Jednocześnie kontakty z partiami i politykami (4%) oraz komunikacja z przyjaciółmi i członkami rodziny (3%) były najmniej istotnymi źródłami informacji związanych z kampanią<sup>7</sup>.

Interesujących danych dostarczają także dane Eurobarometru na temat pierwszego źródła informacji, z którego badani czerpią informacje o polityce. 57% respondentów wymienia telewizję, 18% – internet, 10% – prasę papierową, 8% – radio, 7% twierdzi, że nie poszukuje informacji o polityce, a mniej niż 1% nie potrafi odpowiedzieć na pytanie, brak natomiast wskazań „inne”<sup>8</sup>. Wyniki te pozwalają przypuszczać, że nawet jeśli rodzina, znajomi i przyjaciele bywają źródłem wiedzy o polityce, to z całą pewnością nie pierwszym ani głównym. Mimo rosnącej roli internetu wciąż bardzo wysoką pozycję zajmuje telewizja, w której upatrywać należy najważniejszego źródła.

Badacze zajmujący się komunikowaniem politycznym starają się nakreślić rolę mediów w informowaniu o polityce oraz w spełnianiu ich pozostałych funkcji. Brian McNair wskazuje takich funkcji pięć – w warunkach idealnego demokratycznego społeczeństwa media:

- muszą informować obywateli o tym, co dzieje się wokół nich (funkcja nadzoru/monitorowania);

---

<sup>6</sup> H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, tłum. A. Koźuch, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 5.

<sup>7</sup> J. Strömbäck, *Att studera valrörelser*, [w:] *Väljarna, partierna och medierna. En studie av politisk kommunikation i valrörelsen 2006*, ed. idem, SNS Förlag, Stockholm 2009, s. 16 i n.

<sup>8</sup> *Standard Eurobarometer 86 Autumn 2016*, op. cit., s. 42.

- muszą edukować co do rozumienia i oceny znaczenia faktów, dlatego istotny jest profesjonalizm dziennikarzy, ich obiektywizm i umiejętność obrania dystansu do analizowanych zagadnień;
- muszą być platformą publicznego dyskursu politycznego, ułatwiającego formowanie opinii publicznej oraz prezentowanie tej opinii społeczeństwu, które ją wyraziło;
- powinny upubliczniać skandale i zjawiska łamania prawa przez aktorów politycznych, czego najlepszym przykładem były działania amerykańskich dziennikarzy w aferze Watergate;
- służą jako kanał wyrażania poglądów politycznych, dzięki któremu wszyscy aktorzy polityczni, tacy jak partie czy stowarzyszenia, mogą proponować i przedstawiać idee, bronić swoich punktów widzenia, przekonywać co do ich słuszności<sup>9</sup>.

Jednocześnie brytyjski badacz podkreśla normatywny charakter tych funkcji mediów i wskazuje, że w rzeczywistości tylko do pewnego stopnia udaje się je pełnić. Najdalej idący rozdźwięk pomiędzy ideałami a rzeczywistością występuje w przypadku funkcji edukacyjnej, której deficyt objawia się niewielką wiedzą z zakresu życia obywatelskiego oraz niską frekwencją wyborczą. Media przede wszystkim starają się dążyć do zysków, czego wyrazem jest choćby popularność pseudowydarzeń – informacji wywołujących sensację, niemających jednak dużego znaczenia społecznego lub politycznego, a kolejną ich niedoskonałością pozostaje sprzeniewierzenie się idei dziennikarstwa obiektywnego<sup>10</sup>.

Jeszcze szersze oczekiwania sformułowali Jay G. Blumler i Michael Gurevitch, określając je jako funkcje i usługi dla systemu politycznego, które media powinny realizować w demokracji. Są to:

- nadzorowanie rzeczywistości społeczno-politycznej, informowanie o zmianach, które mogą pozytywnie lub negatywnie wpłynąć na dobrobyt obywateli;

---

<sup>9</sup> B. McNair, *An Introduction to Political Communication*, Routledge, Taylor & Francis Group, London–New York 2011, s. 18 i n.

<sup>10</sup> *Ibidem*, s. 21 i n.

- formułowanie agendy identyfikującej kluczowe problemy dnia, w tym wskazanie podmiotów, które doprowadziły do ich powstania i mogą je rozwiązać;
- stanowienie platformy zrozumiałego i pouczającego prezentowania poglądów przez polityków i rzeczników innych grup interesu;
- prowadzenie dialogu dopuszczającego różnorodne poglądy, także pomiędzy rządzącymi (obecnymi i przyszłymi) a publicznością masową;
- kreowanie mechanizmu pozwalającego rządzącym rozliczać się z tego, jak sprawowali władzę;
- tworzenie systemu zachęcania obywateli do uczenia się, uczestnictwa w wyborach oraz politycznego zaangażowania, a nie tylko obserwowania i kibicowania wybranym aspektom procesu politycznego;
- wyrażanie zasadniczego oporu wobec wysiłków jakichkolwiek sił działających w celu obalenia niezależności mediów, ich uczciwości i dążenia do służenia publiczności;
- wyrażanie szacunku dla publiczności jako potencjalnie zainteresowanej i zdolnej do rozumienia środowiska politycznego<sup>11</sup>.

W dalszej części rozważań amerykańscy badacze, podobnie jak McNair, podkreślają, że oczekiwania te są wyidealizowane i w rzeczywistości trudne do zrealizowania. Wymieniają też cztery główne powody tej trudności:

- konflikty między wartościami demokratycznymi wymagającymi kompromisów a naturalnymi celami działania mediów. Jako przykład wskazać można napięcia pomiędzy zasadą autonomii redakcyjnej a ideałem oferowania jednostkom i grupom szerokiego dostępu do mediów. Cel służenia społeczeństwu przez zaspokajanie jego gustów i interesów może dramatycznie kolidować z celem dostarczania niezbędnej wiedzy o polityce. Organizacje medialne stoją także w obliczu konfliktu między koncentrowaniem się na głównych opiniach i punktach widzenia wyrażanych przez większość społeczeństwa a prawami rzeczników mniejszości, którzy powinni być wysłuchani;

---

<sup>11</sup> J.G. Blumler, M. Gurevitch, *The Crisis of Public Communication*, Routledge, London–New York 1995, s. 97.



- fakt, że czołowi dziennikarze polityczni często zdają się egzystować w elitarnym świecie, oderwanym od okoliczności i perspektywy życia zwykłych ludzi. Jeśli komunikację polityczną pojmować jako przekazywanie wiadomości i nacisków do i od jednostek, trzeba podkreślić, że statusy nadawców i odbiorców są ewidentnie nierówne: wysoce poinformowani vs. nieświadomi, potężni vs. bezsilni, wysoce zaangażowani vs. błogo obojętni. Sama struktura relacji dziennikarze/komentatorzy–odbiorcy pozostaje asymetryczna. Ci pierwsi poruszają się wśród elit politycznych, drudzy znajdują się zdecydowanie niżej w strukturze społeczno-politycznej, co tłumaczy ich ograniczenia w zakresie partycypacji w życiu społeczno-politycznym;
- nie wszyscy odbiorcy mediów są aktywni politycznie (*zoa politica*), nie są oni też do tego zobowiązani. Z jednej strony prawdziwa demokracja zakłada zaangażowanie obywateli, z drugiej – jedną z wolności, jakimi cieszą się członkowie liberalnego społeczeństwa, jest określenie własnego stanowiska wobec systemu politycznego, w tym prawo do politycznej apatii. W rezultacie wiadomości polityczne mają dwie przeszkody na drodze do odbiorcy. Po pierwsze, muszą przepychać się i konkurować o ograniczony czas i przestrzeń z innymi, często bardziej zabawnymi i urzekającymi rodzajami treści. Nie mają one gwarancji uprzywilejowanego udziału w uwadze widzów. Po drugie, ich ostateczna zależność od wygrywania i utrzymywania uwagi heterogenicznej publiczności może powstrzymywać media przed pełnym zaangażowaniem się w ich przedstawione wcześniej powinności;
- media mogą realizować demokratyczne wartości tylko zgodnie ze społeczno-politycznym i gospodarczym środowiskiem, w którym działają. Porozumienia polityczne w zakresie zasad komunikacji politycznej podążają często także zgodnie z nieformalnymi umowami, charakterystycznymi dla danej kultury politycznej społeczeństwa. Nawet gdy media pozostają formalnie autonomiczne i chronione prawnymi gwarancjami, stanowią nieodłączną część większego systemu społecznego, wykonują dla niego zadania i zmuszają się do

reagowania na dominujące w nim trendy. Na przykład w Stanach Zjednoczonych organizacje medialne są dużymi przedsiębiorstwami, które muszą przede wszystkim prosperować na wysoce konkurencyjnym rynku. Ten nadrzędny cel nieuchronnie kształtuje poziom ich dążenia do odgrywania roli w demokracji. Również politycznie instytucje medialne są nierozzerwalnie związane z instytucjami rządzącymi społeczeństwem, m.in. ze względu na wzajemną zależność jako dostawcy treści (rząd wobec mediów) i kanały reklamy (media dla rządu)<sup>12</sup>.

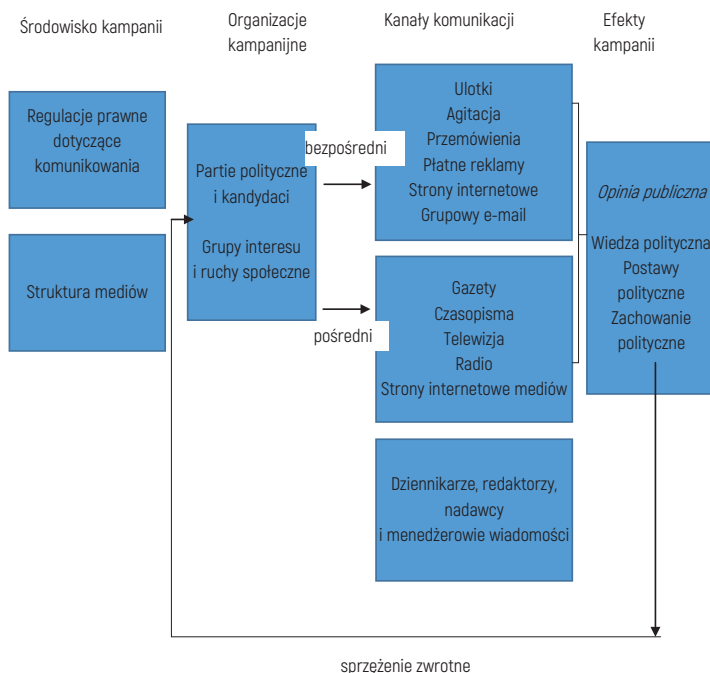
Stojące przed mediami wyzwania, które udaje się realizować z różnym powodzeniem, aktywizują się szczególnie w okresie wyborów. Głównymi celami kampanii komunikacyjnej są wtedy informowanie, perswazja i mobilizacja. Odbiorcy stają się narażeni na największy zakres manipulacji<sup>13</sup>. Na efekty kampanii wpływ mają uwarunkowania jej środowiska i kontekstu, organizacje biorące w niej udział oraz kanały komunikacji. Model działania kampanii komunikacyjnej zaprezentowano na poniższym rysunku.

---

<sup>12</sup> Ibidem, s. 98 i n.

<sup>13</sup> P. Norris, *Campaign Communications*, [w:] *Comparing Democracies, 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*, ed. L. LeDuc, R.G. Niemi, P. Norris, Sage Publications, London–Thousand Oaks–New Delhi 2002, s. 127.

Rysunek 3. Model kampanii komunikacyjnej



Źródło: P. Norris, *Campaign Communications*, [w:] *Comparing Democracies, 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*, ed. L. LeDuc, R.G. Niemi, P. Norris, Sage Publications, London–Thousand Oaks–New Delhi 2002, s. 127.

W okresie kampanii wyborczej komunikacja pośrednia, przez media – od programów informacyjnych po rozrywkowe – ma wyjątkowe funkcje. Dostarcza informacji o kandydatach i programach i kreuje perspektywy oceny rozmaitych kwestii społecznych<sup>14</sup>. Przekazy medialne w tym okresie

<sup>14</sup> D. Dumitrescu, A. Mughan, *Mass Media and Democratic Politics*, [w:] *Handbook of Politics. State and Society in Global Perspective*, ed. K.T. Leicht, J.C. Jenkins, Springer, New York–Dordrecht–Heidelberg 2010, s. 486.

stymulują także rozmowy między przyjaciółmi, ale i nieznanymi w miejscach publicznych. Tworzą platformę przedstawiania ofert politycznych oraz stanowią autorytatywne źródło; stawiają też ramy kampanijnych tematów będących przedmiotem debaty publicznej<sup>15</sup>.

Zaprezentowany schemat modelu komunikacyjnego kampanii uwzględnia sprzężenie zwrotne pomiędzy efektami kampanii a organizacjami biorącymi w niej udział. Analizując zagadnienie mediów jako źródła informacji o polityce, należy podkreślić wagę pierwszego z elementów określonych przez Pippę Norris jako efekty kampanii, czyli wiedzy politycznej. Jest ona konsekwencją oddziaływań kanałów komunikacji, a jednocześnie wraz z postawami i zachowaniami politycznymi oddziałuje zwrotnie na organizacje kampanijne. Pamiętając, że każdy model stanowi uproszczone odzwierciedlenie zachodzących procesów, warto zwrócić uwagę na użyte określenie „wiedza o polityce”, którego nie należy utożsamiać z informacjami o polityce. Rozróżnienie między tymi pojęciami wydaje się niezbędne dla właściwego rozumienia roli mediów w informowaniu o polityce. Nie ulega wątpliwości, że od zakresu wiedzy, jaki posiada odbiorca mediów, zależy prawdopodobieństwo odkrycia przez niego medialnych manipulacji.

Giovanni Sartori określa wiedzę o polityce jako właściwe rozumienie, dzięki któremu informacje mogą, ale nie muszą stać się znaczące. Wiedza zakłada z góry istnienie informacji, nie oznacza to jednak z definicji, że osoba posiadająca informacje ma też wiedzę. Jako minimum założyć należy, że ten, kto posiada wiedzę, jest w stanie zrozumieć informacje i ich właściwy kontekst<sup>16</sup>. Wiedza stanowi zatem istotną podstawę tego, w jaki sposób przyjęta zostanie informacja, zarazem ta sama informacja odpowiednio poszerzy wiedzę, którą jednostka już posiada. Oczywiście nastąpi to także wówczas, gdy wiedza jednostki jest niedostateczna, by właściwie zrozumieć informację.

Kimmo Elo i Lauri Rapeli odnoszą powyższe rozstrzygnięcia do specyfiki informacji medialnej. Wskazują, że informacja jest atrakcyjnie

---

<sup>15</sup> W.L. Bennett, R.M. Entman, *Mediated Politics. An Introduction*, op. cit., s. 5.

<sup>16</sup> G. Sartori, *The Theory of Democracy Revisited*, vol. 1: *The Contemporary Debate*, Chatham House Publishers, Chatham 1987, s. 117.

zapakowaną, oczyszczoną, maksymalnie zredukowaną i skoncentrowaną porcją wiedzy. Jednocześnie, mimo że informacja jest zawsze uwarunkowana kontekstowo, sam kontekst nie jest w niej uwzględniony. Bez odpowiednich ram i struktury wiedzy informacja albo pozostaje niezwiązana z jej kontekstem, a przez to bezużyteczna, albo odbiorca musi, w celu wykorzystania informacji, zbudować strukturę powiązań, relacji i kategorii do przetwarzania informacji. Fińscy badacze ilustrują tę zależność metaforą: zgromadzone informacje są jak kawa – mając tylko ziarna, nie możemy stać się konsumentami napoju, aby się go napić, potrzebujemy też gorącej wody. Taka jest też relacja między informacją a wiedzą: aby przemienić informacje w wiedzę, przetwarzać dane wejściowe, niezbędne są znaczące ramy dla odkrywania powiązań między różnymi rodzajami informacji<sup>17</sup>. Jednocześnie na potrzeby badań empirycznych przywołani autorzy skonstruowali kwestionariusz, który pozwalał mierzyć relacje pomiędzy wiedzą a informacjami, jakie posiadali ankietowani. Pytania z kwestionariusza, zamieszczone w poniższej tabeli, pozwalają uchwycić różnice między istotą wiadomości a informacji o polityce.

**Tabela 1. Pytania mierzące znajomość informacji politycznych i wiedzy strukturalnej o polityce**

Informacje polityczne	Wiedza strukturalna o polityce
Nazwa burmistrza własnej gminy Partia posiadająca większość miejsc w radzie lokalnej	Zasada parlamentaryzmu Uprawnienia państwa należą do...
Nazwisko i partia premiera	Czym jest reprezentacja proporcjonalna?
Partie tworzące obecny rząd	Co to są okręgi wyborcze?
Nazwisko przewodniczącego parlamentu	Na czym polega idea przedstawicielstwa w wyborach parlamentarnych?

<sup>17</sup> K. Elo, L. Rapeli, *Determinants of Political Knowledge. The Effects of the Media on Knowledge and Information*, „Journal of Elections, Public Opinion and Parties” 2010, vol. 20, no. 1, s. 134 i n.

Informacje polityczne	Wiedza strukturalna o polityce
Przewodniczący zwycięskiej partii w parlamencie	Zadania parlamentu
	Mechanizm systemu wyborczego
	Zadania premiera

Źródło: K. Elo, L. Rapeli, *Determinants of Political Knowledge. The Effects of the Media on Knowledge and Information*, „Journal of Elections, Public Opinion and Parties” 2010, vol. 20, no. 1, s. 134 i n.

Problem zależności pomiędzy medialnymi informacjami o polityce a wiedzą polityczną jest złożony, a badania empiryczne nie przynoszą satysfakcjonujących dowodów, które jednoznacznie weryfikowałyby formułowane hipotezy. Niezwykle trudno potwierdzić choćby relację przyczynowości, a więc uznać bez większych wątpliwości, czy to raczej wiedza polityczna warunkuje odbiór informacji, czy przeciwnie, to raczej informacje czerpane z mediów odpowiadają za wiedzę o polityce<sup>18</sup>. Nie udało się też jednoznacznie ocenić, czy dominacja mediów komercyjnych nad publicznymi rzeczywiście, jak często się zakłada, sprzyja tabloidyacji i spadkowi poziomu wiedzy o polityce w stosunku do systemów medialnych, w których media publiczne mają szczególnie silną pozycję<sup>19</sup>. Obiegowa opinia, że większą wiedzą o polityce mogą pochwalić się osoby, które czerpią informacje z gazet, a nie z telewizji, posługującej się uproszczoną kulturą obrazu, również nie znajduje wyraźnego potwierdzenia w badaniach empirycznych<sup>20</sup>.

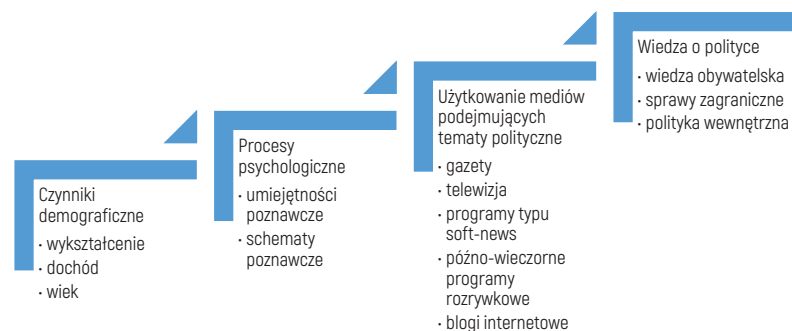
<sup>18</sup> W.P. Eveland Jr et al., *Understanding the Relationship Between Communication and Political Knowledge. A Model Comparison Approach Using Panel Data*, „Political Communication” 2005, vol. 22, no. 4, s. 423 i n.

<sup>19</sup> J. Curran et al., *Media System, Public Knowledge and Democracy. A Comparative Study*, „European Journal of Communication” 2009, vol. 24, no. 1, s. 5 i n.

<sup>20</sup> J.N. Druckman, *Media Matter. How Newspapers and Television News Cover Campaigns and Influence Voters*, „Political Communication” 2005, vol. 22, no. 4, s. 463 i n.; R.L. Holbert, *Intramedia Mediation. The Cumulative and Complementary Effects of News Media Use*, „Political Communication” 2005, vol. 22, no. 4, s. 447 i n.

Co więcej, na kształtowanie się wiedzy o polityce mają wpływ informacje medialne, nie są one jedynym czynnikiem; nie wszystkie jednostki odbierają przekaz z mediów tak samo. Przeprowadzono liczne badania próbujące wyodrębnić i scharakteryzować czynniki wyjaśniające sposób, w jaki obywatele przyjmują wiedzę na temat polityki. Richard M. Perloff podkreśla, że poza użytkowaniem mediów na proces przyswajania wiedzy o polityce wpływają czynniki demograficzne oraz psychologiczne procesy poznawcze<sup>21</sup>, co w uproszczeniu zaprezentowano na poniższym rysunku.

Rysunek 4. Czynniki determinujące wiedzę o polityce



Źródło: R.M. Perloff, *The Dynamics of Political Communication. Media and Politics in a Digital Age*, Routledge, New York–London 2014, s. 87.

Badania empiryczne zrealizowane w różnych państwach prowadzą do wniosku, że na kształtowanie wiedzy o polityce i sposób odbioru informacji medialnych największy wpływ ma poziom formalnej edukacji danej osoby oraz jej miejsce w strukturze społecznej, w mniejszym zaś zakresie wiek oraz

<sup>21</sup> R.M. Perloff, *The Dynamics of Political Communication. Media and Politics in a Digital Age*, Routledge, New York–London 2014, s. 82 i n.

pleć<sup>22</sup>. Wyniki te tłumaczy i rozwija koncepcja luk wiedzy. Łączy ona perspektywę socjologiczną i rezultaty badań na temat komunikacji masowej. Jako jedno z trwałych ustaleń w badaniach nad komunikacją polityczną wskazać można istnienie luk w wiedzy, które są jedynie powiększane przez informacje medialne. Zjawisko to wywołują dwa czynniki socjologiczne: dochód i wykształcenie, a więc status społeczno-ekonomiczny. Zgodnie z koncepcją luk wiedzy osoby o wyższym statusie mają na początku więcej wiedzy o polityce niż te o niższym. Najlepiej byłoby, gdyby informacje z mediów dostarczały osobom o niższym statusie więcej treści, wyrównując różnice. Jednak hipoteza luki w wiedzy dowodzi, że dzieje się odwrotnie: osoby o wyższym statusie, dobrze poinformowani obywatele zdobywają więcej danych i czynią to szybciej niż osoby o statusie niższym, zdecydowanie słabiej poinformowane. W efekcie różnice rosną, a nie maleją – lepiej zorientowani wiedzą jeszcze więcej, a gorzej zorientowani zostają z jeszcze mniejszą wiedzą<sup>23</sup>. Koncepcję tę ilustruje poniższy rysunek.

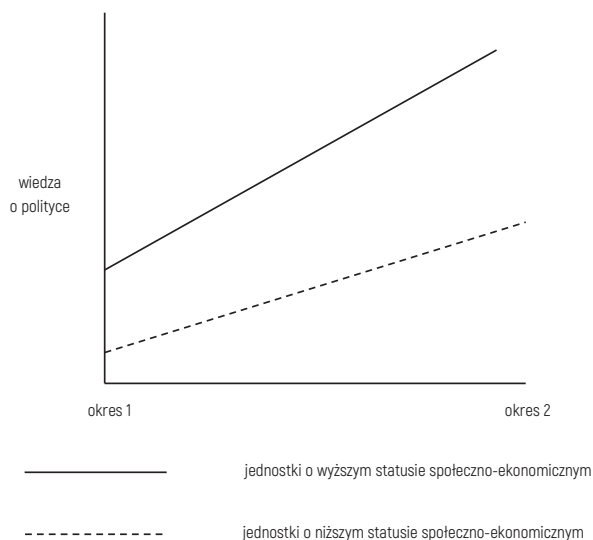
---

<sup>22</sup> K. Elo, L. Rapeli, *Determinants of Political Knowledge*, op. cit., s. 141; B. Tranter, *Political Knowledge and Its Partisan Consequences*, „Australian Journal of Political Science” 2007, vol. 42, no. 1, s. 86.

<sup>23</sup> R.M. Perloff, *The Dynamics of Political Communication*, op. cit., s. 86.



Rysunek 5. Luka wiedzy w komunikacji politycznej



Źródło: R.M. Perloff, *The Dynamics of Political Communication. Media and Politics in a Digital Age*, Routledge, New York–London 2014, s. 85.

Uczeni poszukujący zależności między opiniami społeczeństwa na temat polityki oraz będącymi ich konsekwencją decyzjami wyborców a komunikowaniem medialnym mają przed sobą wiele ważnych obszarów eksploracji naukowej, prowadzenia badań szczególnie empirycznych. Bennett i Entman podkreślają, że zrozumienie zależności empirycznych między informacjami z mediów a dyspozycjami i zachowaniami politycznymi jest ważne, podobnie jak zrozumienie szeregu innych cech środowiska komunikacji politycznej, w tym:

- zakresu i różnorodności informacji i źródeł informacji o polityce;
- częstotliwości podejmowania wybranych problemów i tematów;
- formatów, w jakich prezentowane są informacje istotne politycznie, w tym szczegółowości prezentacji;

- wykorzystania stylu tabloidowego i rozrywkowego;
- posługiwania się określonymi narracjami czy wierności konkretnej ideologii, możliwości podporządkowania jej doboru danych i faktów;
- równowagi między kontekstami o szerokim społecznym charakterze a partykularnymi informacjami o jednostkowym wymiarze;
- dostępności sposobów na to, by obywatele mogli angażować się i komunikować swoje reakcje na wiadomości polityczne, które pozyskali z mediów<sup>24</sup>.

W społeczeństwie demokratycznym manipulacja może dokonywać się zwłaszcza za pośrednictwem mediów. Stanowią one główne źródło wiedzy o polityce. Od zawartości przekazu oraz przygotowania odbiorców do właściwego zrozumienia jego treści zależy, czy ewentualna manipulacja przyniesie skutek w postaci decyzji wyborczej, zmiany opinii czy postawy. Nie ulega wątpliwości, że okres wyborczy to szczególny czas, w którym obecni i potencjalni przedstawiciele polityczni za pomocą środków masowego przekazu chcą zaprezentować szerokiemu gronu osób swoją ofertę wraz z wachlarzem towarzyszących jej zagadnień politycznych i społecznych. Media pozostają wtedy, jak tu już wskazywano, platformą umożliwiającą obywatelom zbieranie informacji dotyczących kandydatów i partii politycznych, którzy będą reprezentować ich w sferze politycznej w nadchodzącej kadencji<sup>25</sup>. Zakres roli mediów w procesie dostarczania informacji, kształtowania wiedzy, postaw i decyzji politycznych jest coraz szerszy, co próbują wyjaśnić teorie mediatyzacji polityki.

## 5.2. Mediatyzacja polityki i jej konsekwencje

Badacze nie mają wątpliwości – media coraz częściej dostarczają wiedzy o polityce. Wytlumaczeniu tego fenomenu, jego przyczyn, uwarunkowań

---

<sup>24</sup> W.L. Bennett, R.M. Entman, *Mediated Politics. An Introduction*, op. cit., s. 6.

<sup>25</sup> D. Ward, *Conclusion*, [w:] *The Media and Elections. A Handbook and Comparative Study*, ed. B.P. Lange, D. Ward, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah-London 2004, s. 197.

i możliwych konsekwencji służą liczne koncepcje. Najczęściej trend ten określa się zapośredniczeniem lub medializacją polityki oraz mediatyzacją polityki (*mediation, mediatization of politics*), przy czym Gianpietro Mazzoleni i Winfried Schulz podkreślają, że obydwu pojęć nie należy traktować jako synonimów<sup>26</sup>. Medializacja polityki to sytuacja, w której media stały się najważniejszym źródłem informacji i środkiem komunikacji pomiędzy rządzącymi i rządzonymi – ludzie polegają na mediach, gdy chcą uzyskać informacje o polityce i społeczeństwie w ogólnym sensie, a politycy i szeroko pojmowane elity polegają na mediach, gdy potrzebują informacji na temat opinii i tendencji w zachowaniach i oczekiwaniach społecznych. Innymi słowy, media pośredniczą między obywatelami a instytucjami zaangażowanymi w rządzenie państwem, procesami wyborczymi lub – ogólniej – w tworzenie opinii. Wiedza o polityce może być zatem opisywana jako zapośredniczona, gdyż to głównie dzięki środkom masowego przekazu wiadomości o polityce są przekazywane, a w konsekwencji – sposób prezentowania rzeczywistości politycznej w mediach ma wpływ na to, jak ludzie rzeczywistość tę postrzegają.

Wspomniany już Strömbäck wskazuje zasadnicze uwarunkowania medializacji. Podkreśla, że dla określenia, czy polityka w danym społeczeństwie jest zapośredniczona czy nie, nie ma znaczenia, czy rynek mediów zdominowany jest przez radio, prasę, telewizję lub internet. Nie ma też znaczenia, czy media są niezależne czy kontrolowane przez rząd bądź podmioty polityczne, takie jak partie polityczne; ani czy istnieją i są przestrzegane zawodowe normy i wartości, którymi dziennikarze kierują się w pracy. Liczy się jedynie to, czy środki masowego przekazu są najważniejszymi kanałami wymiany informacji i komunikacji między społeczeństwem a aktorami politycznymi. Medializację polityki należy zatem rozumieć jako przeciwieństwo sytuacji, w której obywatele doświadczają zjawisk politycznych głównie w toku komunikacji interpersonalnej z innymi obserwatorami polityki lub bezpośrednio uczestnicząc w wydarzeniach politycznych<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> G. Mazzoleni, W. Schulz, „*Mediatization*” of Politics: A Challenge for Democracy?, „Political Communication” 1999, vol. 16, no. 3, s. 249 i n.

<sup>27</sup> J. Strömbäck, *Four Phases of Mediatization. An Analysis of the Mediatization of Politics*, „The International Journal of Press/Politics” 2008, vol. 13, no. 3, s. 231.

Rozpatrując wzrost znaczenia mediów, Jay G. Blumler i Dennis Kavanagh zaproponowali koncepcję trzech epok komunikacji<sup>28</sup>. W pierwszej z nich, obejmującej dwie dekady po II wojnie światowej, znaczenie mediów było ograniczone. Silne partie polityczne oraz względnie stabilne podziały socjopolityczne sprawiały, że media w zasadzie jedynie powtarzały treści płynące od polityków. Odbiór mediów nie miał ponadto masowego charakteru – docierały one jedynie do zainteresowanych i najbardziej aktywnych. Druga epoka nastąpiła w latach sześćdziesiątych ubiegłego stulecia wraz z rozwojem telewizji, która stawała się dominującym medium także w dziedzinie komunikacji politycznej. Jednocześnie lojalność wobec partii politycznych słabła, a telewizja nastawiona była na prezentowanie możliwie szerokiego wachlarza opinii i możliwych kierunków działania. Telewizja włączała do dyskursu politycznego coraz większe rzesze osób, które angażowała bardziej niż uprzednio prasa, a przy tym stawała się siłą wywierającą krótkotrwały wpływ na odbiorców, zastępując przywiązanie do partii czy socjalizację polityczną, uprzednio główne determinanty postaw politycznych.

Trwająca obecnie trzecia epoka komunikacji cechuje się rozprzestrzenianiem się mediów jako głównych środków komunikacji, ich obfitością, wszechobecnością, zwiększeniem zasięgu odbioru oraz poszerzeniem zakresu działania. W szczególności telewizja, która w poprzedniej fazie do pewnego tylko stopnia koncentrowała się na problemach politycznych, obecnie staje się szeroko rozbudowanym medium, w którym dziennikarze zyskują wyższą pozycję, prezentuje się rozmaite formaty wiadomości oraz dziesiątki innych typów materiałów na temat polityki. Nowością zasługującą na szczególną uwagę są przy tym 24-godzinne serwisy informacyjne. Rozwój komunikacji medialnej wynika nie tylko z mnożenia się kanałów telewizyjnych i stacji radiowych, możliwego dzięki technologii kablowej i satelitarnej oraz ciągłej digitalizacji wszystkich sygnałów. Bardzo istotny jest także wzrost ilości sprzętu elektronicznego w domach – zestawów telewizyjnych i radiowych, magnetowidów, odtwarzaczy płyt kompaktowych, gier wideo i rejestratorów cyfrowych. Typowe dla aktualnej epoki

---

<sup>28</sup> J.G. Blumler, D. Kavanagh, *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*, „Political Communication” 1999, vol. 16, no. 3, s. 211 i n.

jest również to, że poza znanymi wcześniej środkami masowego przekazu wiadomości polityczne, informacje i idee można rozpowszechniać za pośrednictwem komputera<sup>29</sup>.

Zaprezentowana koncepcja medializacji polityki jest zasadniczo opisowa i statyczna, dotyczy tego, czy media są najważniejszymi kanałami wymiany informacji i komunikacji między ludźmi a podmiotami politycznymi. Druga ze wspomnianych koncepcji, mediatyzacja polityki, stara się natomiast uchwycić dynamikę współczesnych procesów komunikacji politycznej i ich ewolucji. Samo określenie „mediatyzacja” zostało ukute wzorem nazw wielu innych wielkich procesów, takich jak globalizacja czy komercjalizacja, co już sugeruje skalę i znaczenie zmian, jakie proces ten wnosi do życia politycznego i innych sfer życia społecznego. Stig Hjarvard w pracy *The Mediatization of Culture and Society* wskazuje, że poziom zależności pomiędzy sferą kultury i społeczeństwem a mediami i ich logiką wzrasta, przy czym media zyskują status na wół niezależnych instytucji społecznych, a zarazem stają się integralną częścią życia zbiorowego i innych instytucji społecznych<sup>30</sup>. W poniższej tabeli zestawiono przykładowe konsekwencje mediatyzacji w takich dziedzinach jak polityka, a także religia, zabawa czy zachowania społeczne, co pozwala uzmysłowić sobie skalę i charakter omawianego procesu.

---

<sup>29</sup> D. Wring, *Power as well as Persuasion. Political Communication and Party Development*, [w:] *Political Communications Transformed. From Morrison to Mandelson*, ed. J. Bartle, D. Griffiths, Palgrave Macmillan, Basingstoke–New York 2001, s. 36 i n.

<sup>30</sup> S. Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society*, Routledge, London–New York 2013, s. 153.

**Tabela 2. Mediatyzacja i jej przykładowe konsekwencje w wybranych obszarach życia społecznego**

Mediatyzacja polityki	<ul style="list-style-type: none"> <li>– media stają się częścią przemysłu opinii publicznej i arbitrem decydującym o nagłaśnianiu wybranych punktów widzenia;</li> <li>– media wpływają na ustalenie, co będzie częścią agendy politycznej;</li> <li>– media poszerzają sieci komunikacji politycznej;</li> <li>– następuje konwencjonalizacja i personalizacja polityki;</li> <li>– wzrasta rola medialnych komentatorów politycznych</li> </ul>
Mediatyzacja religii	<ul style="list-style-type: none"> <li>– media stały się dominującym źródłem informacji na temat religii, co wiąże się z:             <ul style="list-style-type: none"> <li>· rozwojem mediów religijnych;</li> <li>· powstaniem dziennikarstwa religijnego;</li> <li>· banalizacją religii.</li> </ul> </li> <li>– media zastępują integracyjne funkcje społeczne dotychczas przypisywane Kościołom, takie jak budowanie społeczności, dbanie o rytuały, udzielanie porad moralnych itp.</li> </ul>
Mediatyzacja zabawy	<ul style="list-style-type: none"> <li>– wzrost zależności między sektorem mediów, branżą producentów zabawek i przemysłem reklamowym;</li> <li>– wzrost znaczenia wizerunków zabawek;</li> <li>– wzrost roli narracji w zabawie;</li> <li>– wirtualizacja zabawy</li> </ul>
Mediatyzacja zachowań społecznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zintensyfikowane monitorowanie coraz szerszych obszarów współczesnego świata;</li> <li>– integracja społeczna dokonuje się głównie za pośrednictwem sieci, a nie kontaktów osobistych;</li> <li>– spadek roli indywidualizmu;</li> <li>– spadek znaczenia tradycyjnych więzi społecznych</li> </ul>

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie S. Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society*, Routledge, London–New York 2013, s. 153.

Interesującą koncepcję próbującą ukazać zależność między zmianami społecznymi a zmianami samych mediów proponuje Schulz. Procesy przemian, w których media odgrywają kluczową rolę, określa on jako zjawiska

ekstensji, substytucji, amalgamacji oraz akomodacji<sup>31</sup>. Pojęcia te zdefiniowano w poniższej tabeli.

Tabela 3. Procesy zmian społecznych składające się na mediatyzację i ich znaczenie

Ekstensja	Rozszerzenie – media są wciąż coraz częściej obecne w naszym życiu, pokonują odległości przestrzenne i czasowe, przewyżniają ograniczenia w zakresie kodowania informacji. Także rozwój techniki sprzyja rozprzestrzenianiu się nowych technologii i form mediów (e-booki, e-czasopisma)
Substytucja	Zastępowanie – media zajmują miejsce wielu działań i rytuałów społecznych, które dotąd odbywały się bez ich udziału. Spotkania towarzyskie zastępowane są przez czaty czy media społecznościowe, korzystanie z tradycyjnych ksiązek i bibliotek – przez poszukiwanie informacji w internecie oraz korzystanie z bibliotek cyfrowych
Amalgamacja	Łączenie – działania związane z mediami (częściowo) zastępują działania niezwiązane z mediami, a także łączą się i mieszają ze sobą. Używanie mediów jest wplecione w tkankę życia codziennego, media przenikają sferę zawodową, gospodarkę, kulturę, politykę i sferę publiczną. Działania medialne i działania niezwiązane z mediami łączą się: możemy słuchać radia, prowadzić samochód, czytać gazetę w metrze, oglądać telewizję w czasie kolacji
Akomodacja	Przystosowanie – pod wpływem mediów wiele sfer ludzkiego życia zmienia się w kierunku przez nie wyznaczonym, dostosowując się do reguł ich funkcjonowania. Podmioty polityczne działają tak, by media przedstawiły je w korzystnym świetle. Podobnie gwiazdy sportu czy muzyki dostosowują formę czy choćby czas swojego działania do logiki mediów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie W. Schulz, *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*, „European Journal of Communication” 2004, vol. 19, no. 1.

Można wskazać cztery aspekty, które określają, w jakim stopniu polityka jest zmediatyzowana:

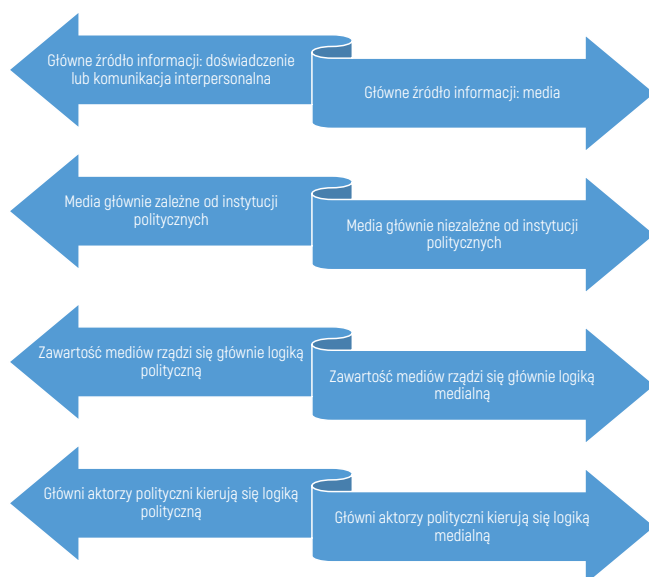
- na ile media stanowią najważniejsze lub dominujące źródło informacji o polityce i społeczeństwie;
- na ile są one niezależne od polityki i instytucji politycznych regulujących sposób zarządzania mediami;

<sup>31</sup> W. Schulz, *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*, „European Journal of Communication” 2004, vol. 19, no. 1, s. 88.

- na ile treściami pojawiającymi się w mediach rządzi logika polityczna lub logika medialna;
- na ile aktorzy polityczni kierują się logiką polityczną lub logiką medialną.

Koncepcja czterech wymiarów nie zakłada, że mediatyzacja polityki musi przebiegać liniowo lub jednokierunkowo we wszystkich czterech aspektach<sup>32</sup>. Szczegółowo przedstawia to poniższy rysunek.

Rysunek 6. Czterowymiarowa konceptualizacja mediatyzacji polityki



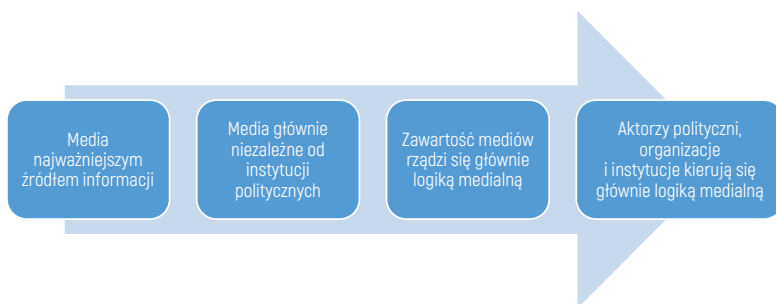
Źródło: J. Strömbäck, *Mediatization of Politics: Toward a Conceptual Framework for Comparative Research*, [w:] *The Sourcebook for Political Communication Research: Methods, Measures, and Analytical Techniques*, ed. E.P. Bucy, R.L. Holbert, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2011, s. 376.

<sup>32</sup> J. Strömbäck, *Mediatization of Politics. Toward a Conceptual Framework for Comparative Research*, [w:] *The Sourcebook for Political Communication Research. Methods, Measures, and Analytical Techniques*, ed. E.P. Bucy, R.L. Holbert, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2011, s. 376 i n.



Akcentując pojmowanie mediatyzacji polityki jako dynamicznego procesu, który wywołuje zmiany w różnych epokach i państwach, zasadne wydaje się pytanie o możliwy sposób oceny, w jakim stopniu polityka w określonym otoczeniu jest zmediatyzowana. Strömbäck, odnosząc się do przedstawionych wyżej wymiarów mediatyzacji, wskazuje na możliwość zidentyfikowania czterech jej faz – z zastrzeżeniem, że analiza ta dotyczy głównie zachodnich demokracji po II wojnie światowej<sup>33</sup>. Mediatyzację polityki rozumie on jako proces, w którym droga wiedzie od niezależności polityki i społeczeństwa od mediów do niezależności mediów od polityki i społeczeństwa. Szwedzki badacz nadmienia, że wyodrębnione cztery fazy mediatyzacji są w pewien sposób uogólnione i, jak we wszystkich tego typu rozróżnieniach, granice między fazami są mniej ostre w rzeczywistości niż w teorii. Zaproponowana koncepcja może jednak prowadzić operacjonalizacji czterech wskazanych faz, która umożliwi prowadzenie badań empirycznych<sup>34</sup>. Kolejne fazy przedstawia poniższy rysunek.

Rysunek 7. Związek między czterema wymiarami mediatyzacji polityki



Źródło: J. Strömbäck, F. Esser, *Making Sense of the Mediatization of Politics*, „Journalism Studies” 2014, vol. 15, no. 3, s. 245.

<sup>33</sup> J. Strömbäck, *Four Phases of Mediatization*, op. cit., s. 235 i n.

<sup>34</sup> J. Strömbäck, F. Esser, *Making Sense of the Mediatization of Politics*, „Journalism Studies” 2014, vol. 15, no. 3, s. 245.

Koncepcja czterech faz mediatyzacji polityki, zakładająca wzrost znaczenia mediów w informowaniu o polityce w ostatnich dekadach oraz ich stopniową autonomizację, poddana została wielokrotnie weryfikacji empirycznej w licznych państwach. Przykładowo badania Josefa Seethalera i Gabriele Melischek dotyczące pięciu austriackich kampanii wyborczych w latach 1970, 1983, 1990, 1999 i 2008 prowadzą do wniosku, że stopniowo walka między partiami politycznymi a mediami o to, kto będzie kontrolować porządek kampanii, wymusiła na politykach konieczność przystosowania się i przyjęcia logiki medialnej<sup>35</sup>. Inne badania, przeprowadzone przez Shannon Sampert, Lindę Trimble, Angelię Wagner i Bailey Gerrits, dotyczyły zmian, jakie zaszły w latach 1975–2012 w przedstawianiu w gazecie „The Globe and Mail” zmagających wyborczych kanadyjskich liderów partyjnych. Ich konkluzje są stosunkowo podobne – potwierdzają przejście od logiki politycznej do logiki medialnej jako zasady organizowania komunikacji politycznej w Kanadzie<sup>36</sup>. Prowadzone badania potwierdzają także naczelną pozycję mediów jako źródła wiedzy o polityce.

### 5.3. Stronniczość polityczna mediów a manipulacja medialna

Manipulowanie przez media prezentowaniem zjawisk politycznych i społecznych objawia się często stronniczością. Od mediów oczekuje się szczególnie obiektywizmu, równowagi – na ogół rozumianej jako równoprawne pokazywanie wszystkich partii, stronnictw, polityków, a także odmiennych punktów widzenia, możliwych interpretacji czy analiz danego problemu. Bezstronność wiązać można także ze ścisłym oddzieleniem faktów od opinii i komentarzy albo z całkowitą rezygnacją z komentarza na rzecz wiernego opisu wydarzeń. Zagadnienie stronniczości medialnej i jej konsekwencji, jaką jest manipulowanie opiniami i decyzjami wyborczymi, to problem istotny zwłaszcza podczas kampanii wyborczych.

---

<sup>35</sup> J. Seethaler, G. Melischek, *Phases of Mediatization. Empirical Evidence from Austrian Election Campaigns since 1970*, „Journalism Practice” 2014, vol. 8, no. 3, s. 258 i n.

<sup>36</sup> S. Sampert et al., *Jumping the Shark: Mediatization of Canadian party leadership contests, 1975–2012*, „Journalism Practice” 2014, vol. 8, no. 3, s. 279 i n.

W kontekście znaczenia przekazów medialnych i tematyki podejmowanej przez media w okresie rywalizacji wyborczej nie może dziwić, że kandydaci startujący w każdych wyborach starają się za wszelką cenę, by mówiono lub pisano o nich w mediach jak najczęściej oraz by relacjonowanie przebiegu ich kampanii wyborczej miało możliwie najbardziej pozytywny wydźwięk. Sami kandydaci i ich sztaby wyborcze mają świadomość tego, jak ważna jest ilość czasu lub tekstu, jaką w mediach poświęcono danemu tematowi czy wydarzeniu towarzyszącemu kampanii, jaki był wydźwięk przekazu i w jakim miejscu dziennika, tygodnika lub serwisu informacyjnego się on pojawił<sup>37</sup>. Między innymi te czynniki pozwalają wyborcom określić, które zagadnienia są najważniejsze w kampanii i z którymi punktami widzenia najmocniej się utożsamiają<sup>38</sup>. Podobnie duże znaczenie ma ilość czasu oraz kontekst i wydźwięk materiałów w mediach poświęconych wybranym kandydatom.

Dyskusja na temat obiektywizmu mediów, zarzuty faworyzowania któregoś z kandydatów czy umniejszania innego pojawiają się w zasadzie w każdej kampanii wyborczej, w Polsce i innych demokratycznych państwach. John Street podaje przykłady takich zarzutów formułowanych przez polityków w Rosji, Wielkiej Brytanii, USA i Australii<sup>39</sup>. W przypadku Polski wspomnieć można spektakularny incydent, który zaszedł 3 maja 2015 roku, na krótko przed pierwszą turą wyborów prezydenckich, w studiu Telewizji Polskiej. Zaproszony w charakterze gościa „Wiadomości” TVP 1 oraz następującej po nim audycji „Dziś wieczorem” w TVP Info Marcin Mastalerek, ówczesny rzecznik PiS, demonstracyjnie opuścił studio, podkreślając, że „Wiadomości” są stronnicze i zbyt rzadko pokazują kandydata PiS na urząd Prezydenta RP Andrzeja Dudę. Mastalerek powiedział: „Za nami ostatni weekend kampanii,

<sup>37</sup> R. Klepka, *Bezpieczeństwo jako temat prezydenckiej i parlamentarnej kampanii wyborczej w relacjach Wiadomości TVP*, [w:] *Współczesne problemy bezpieczeństwa państwa*, red. O. Wasiuta, P. Mazur, Katolicki Uniwersytet Lubelski, Stalowa Wola 2017, s. 184 i n.

<sup>38</sup> Szerzej: T. Sheafer, *How to Evaluate It: The Role of Story-Evaluative Tone in Agenda Setting and Priming*, „Journal of Communication” 2007, vol. 57, no. 1, s. 21 i n.

<sup>39</sup> J. Street, *Mass Media, Politics and Democracy*, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2001, s. 15 i n.

trzy ważne dni. W tym czasie sześciokrotnie na żywo był pokazywany Bronisław Komorowski, a Duda, pomimo że miał wiele ważnych wystąpień, ani razu”. Wszedł przy tym w utarczkę słowną z prowadzącym program Piotrem Krašką, oświadczając: „My w takiej farsie nie będziemy brać udziału. Nawijcie TVP Info «Komorowski Info», bo tak po prostu nie można. My się na to nie godzimy”. Opisane wydarzenie, podobnie jak inne mające miejsce w pozostałych państwach, dowodzi, jak istotny dla kandydatów w wyborach jest sposób ich prezentowania w mediach.

Wśród polityków, dziennikarzy, a nierzadko także zwykłych obywateli powszechny jest pogląd, że kampania wyborcza w mediach powinna być relacjonowana bezstronnie i z zachowaniem równowagi. Aby tak było, należy przestrzegać zawodowych norm i standardów dziennikarskich, w tym w pierwszej kolejności niezależności i obiektywizmu. Pracownicy mediów nie powinni pozostawać w jakichkolwiek relacjach zależności z aktorami politycznymi. Obiektywizm polega natomiast na tym, że różne opinie i idee powinny być traktowane tak, aby żadna nie była nadmiernie faworyzowana ani dyskryminowana. Ponadto obiektywizm zakłada dążenie do tego, by dziennikarstwo informacyjne miało charakter wyłącznie informacyjny, kluczowe jest tu oddzielenie faktów od wartościowania<sup>40</sup>.

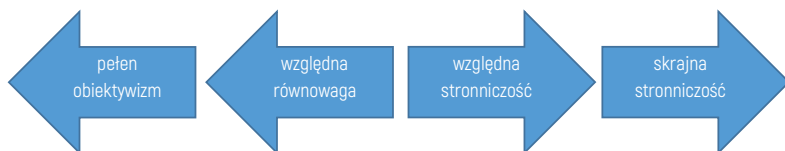
Ten pozornie łatwy do osiągnięcia przy odpowiednim poziomie dziennikarskiego profesjonalizmu stan obiektywizmu medialnego przekazu w rzeczywistości nie jest w zupełności możliwy. Już dobór materiału czy tematu, skrót wypowiedzi czy prezentacja konkretnego cytatu z rozmowy z politykiem z konieczności jest niezamierzonym odejściem od obiektywizmu. Pełen obiektywizm to ideał, natomiast w praktyce każdy przekaz medialny sytuuje się pomiędzy pełnym obiektywizmem a skrajną stronniczością<sup>41</sup>. Założenie to ilustruje poniższy rysunek.

---

<sup>40</sup> K. Asp, *News Media Logic in a New Institutional Perspective*, „Journalism Studies” 2014, vol. 15, no. 3, s. 261.

<sup>41</sup> P.E. Louw, *The Media and Political Process*, Sage Publications, London–Thousand Oaks–New Delhi 2005, s. 78 i n.; J. Curran, *Media and Power*, Routledge, London–New York 2002, s. 155; R. Klepka, *Relacjonowanie polityki w „Wiadomościach” TVP1 po wyborach parlamentarnych w 2015 roku: obiektywne czy stronnicze?*, „Political Preferences” 2017, nr 17, s. 157.

Rysunek 8. Kontinuum między obiektywizmem a stronniczością polityczną w przekazach medialnych



Źródło: Opracowanie własne.

Badacze zajmujący się komunikacją polityczną, mając na uwadze oczekiwania wobec mediów, zgodnie wskazują na specyfikę medialnych przekazów o zjawiskach politycznych. McNair podkreśla, że media oczywiście nie podają neutralnie i bezstronnie tego, co dzieje się na arenie politycznej wokół nich – pomimo protestów niektórych dziennikarzy podkreślających swój niezłomny obiektywizm istnieje wystarczająco dużo analiz naukowych, aby dowiedzieć, że relacje z wydarzeń politycznych, tak jak z każdego innego obszaru rzeczywistości, są obciążone sądami wartościującymi, podmiotowościami i uprzedzeniami<sup>42</sup>. Perloff zaś podnosi, że media nie są zwierciadłem rzeczywistości politycznej – tłumaczy to metaforycznie: *news* nie jest stenogramem czy transkrypcją procesu, sumiennie sporządzoną przez sądowiczego stenografa. Wiadomości raczej traktować należy jako serię wyroków dotyczących ważnych wydarzeń dnia i zagadnień, o których powinni wiedzieć obywatele państwa demokratycznego<sup>43</sup>.

Warto zwrócić uwagę w tym miejscu na stanowisko konstruktywistyczne. W daleko idącym uproszczeniu dowodzi ono, że rzeczywistość nie jest bezpośrednio dostępna dla jednostki, a poznawanie świata jest indywidualnym konstruowaniem znaczeń. Obserwacja świata polega na jego budowaniu i jest zależna od samego obserwatora. Na zagadnienie opozycji obiektywizm–stronniczość przekazu medialnego konstruktywizm zaleca patrzeć

<sup>42</sup> B. McNair, *An Introduction to Political Communication*, op. cit., s. 11.

<sup>43</sup> R.M. Perloff, *The Dynamics of Political Communication*, op. cit., s. 183.

z zewnątrz. W mediach masowych w ogóle nie chodzi o odzwierciedlanie rzeczywistości, a jedynie o jej konstrukcję, nie można zatem wskazać, na ile jest ona obiektywna lub stronnicza, gdyż sama rzeczywistość nie jest dla obserwatora dostępna<sup>44</sup>.

Mimo istnienia stanowisk podających w wątpliwość możliwość obiektywnego relacjonowania świata przez media wielu badaczy podejmuje się analizy zawartości mediów właśnie pod kątem zależności między relacjonowanym wydarzeniem politycznym a sposobem jego prezentacji w mediach. Przywołane już określenie medialnej stronniczości stanowi w przypadku takich badań kluczowe pojęcie. Definiowane jest ono jako przeciwieństwo równowagi i obiektywizmu w przedstawianiu polityki, a więc premiowanie wybranych poglądów politycznych, ukazywanie w lepszym świetle konkretnej partii politycznej czy częstsze cytowanie opinii opowiadającej się za jedną z racji<sup>45</sup>.

Wskazać można dwie, nierzadko trudne do rozróżnienia, formy stronniczości medialnej. Pierwsza to niezamierzona stronniczość polityczna, w dużym stopniu niezależna od twórców medialnego przekazu. Wynika ona z tego, że medialny obraz zjawiska pozostaje zawsze wycinkiem, fragmentem i skrótem. Każdy dziennikarz czy redakcja, niezależnie od intencji, wybierze inny fragment przemówienia, zilustruje wypowiedź innym obrazem polityka, z uwagi na ograniczony czas trwania materiału czy objętość artykułu pominie wybrany odcinek materiału. Ten rodzaj stronniczości do pewnego stopnia uznać można za naturalną konsekwencję medialnego relacjonowania rzeczywistości<sup>46</sup>.

Odmienne traktować należy zamierzoną stronniczość polityczną. Polega ona na faworyzowaniu w prezentacjach medialnych wybranej strony

---

<sup>44</sup> M. Fleischer, *Media w perspektywie konstruktywizmu*, „2K – Kultura i Komunikacja” 2005, nr 1–2, s. 10 i n.; idem, *Zarys ogólnej teorii komunikacji*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, red. G. Habrajska, Leksem, Łask 2007, s. 29 i n.; S. Michalczyk, *Demokracja medialna*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010, s. 107 i n.

<sup>45</sup> D.G. Levasseur, *Media Bias*, [w:] *Encyclopedia of Political Communication*, vol. 1, ed. L.L. Kaid, C. Holtz-Bacha, Sage Publications, Los Angeles–London–New Delhi 2008, s. 433.

<sup>46</sup> B. Łódzki, *Medialny obraz rzeczywistości*, „Studia Socialia Cracoviensia” 2017, t. 9, nr 1, s. 123 i n.

konfliktu politycznego, partii politycznej lub zwolenników określonego rozwiązania przy jednoczesnym negatywnym ocenianiu strony przeciwnej bądź w ogóle pomijaniu informacji o jej istnieniu<sup>47</sup>. David N. Hopmann, Peter Van Aelst i Guido Legnante wskazują trzy zasadnicze wymiary zamierzonej stronniczości politycznej<sup>48</sup>. Pierwszy odnosi się do widoczności aktorów politycznych, którym można poświęcić więcej lub mniej uwagi, a tym samym premiować lub eliminować ich punkty widzenia. Drugi dotyczy wydziwki materiałów medialnych. Przy użyciu niezliczonej gamy środków można oceniać określonego aktora politycznego jednoznacznie korzystnie lub krytycznie. Doniosłe znaczenie ma tu rola dziennikarskiego komentarza, narracji, konfrontacji z przeszłością lub innym aktorem politycznym<sup>49</sup>. Trzeci wymiar dotyczy selekcji problemów, które zostaną podjęte. Celowa selekcja może prowadzić do eliminacji wybranych punktów widzenia lub nadreprezentacji materiałów poświęconych określonemu zagadnieniu.

Dennis McQuail proponuje bardziej złożoną typologię stronniczości politycznej, do kryterium intencjonalności z poprzedniej typologii dodając jawność. Na tej postawie wyróżnił stronniczość propagandową, ideologiczną, niewątpliwą i mimowolną<sup>50</sup>. Specyfikę tego podziału ilustruje poniższy rysunek.

---

<sup>47</sup> T. Groseclose, J. Milyo, *A Social-science Perspective on Media Bias*, „Critical Review” 2005, vol. 17, no. 3–4, s. 308 i n.; C.A. Toggle, *The Bias Toward Finding Bias in Television News*, „Communication Reports” 1998, vol. 11, no. 1, s. 65 i n.

<sup>48</sup> D.N. Hopmann, P. Van Aelst, G. Legnante, *Political Balance in the News. A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2011, vol. 13, no. 2, s. 247 i n.

<sup>49</sup> Zob. W. Donsbach, T.E. Patterson, *Political News Journalists: Partisanship, Professionalism, and Political Roles in Five Countries*, [w:] *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*, ed. F. Esser, B. Pfetsch, Cambridge University Press, Cambridge 2004, s. 251 i n.

<sup>50</sup> D. McQuail, *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*, Sage Publications, London–Thousand Oaks–New Delhi 1992, s. 191 i n.

Rysunek 9. Rodzaje stronniczości politycznej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: D. McQuail, *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*, Sage Publications, London–Thousand Oaks–New Delhi 1992, s. 191 i n.

Niejawna, ale celowa stronniczość propagandowa polega na takim formułowaniu medialnego przekazu, by przemycić niezauważenie jak najwięcej treści, które popierałyby określoną partię, punkt widzenia czy światopogląd. Stronniczość ideologiczna, również ukryta, ale też niezamierzona, polega na formułowaniu określonych sądów wartościujących, które ujawniają się dopiero w trakcie uważnej lektury gazety lub kilkakrotnej analizy przekazu medialnego, są one następstwem tego, co redakcja traktuje jako oczywiste i jasne, a już przyjęcie takiego założenia ma stronniczy charakter. Zamierzona i jawna stronniczość niewątpliwa sprowadza się do jawnego zakomunikowania linii redakcyjnej czy poglądów wypowiedzianych przez dziennikarza, a nawet zachęty do tego, by głosować w wyborach na określoną partię polityczną lub kandydata. Wreszcie stronniczość mimowolna, czyli niezamierzona i jawna, jest uwarunkowana ograniczeniami czasu trwania audycji czy objętości gazety i wiąże się z koniecznymi wyborami i skrótami, które siłą rzeczy wpływają na dokładność przekazu medialnego.



Zarysowana typologia, będąca wartościową koncepcją teoretyczną, nieznacznie traci, gdy podejmuje się próbę jej przełożenia na możliwości prowadzenia badań empirycznych. Można np. zapytać, czy pominięcie w wybranym telewizyjnym programie informacyjnym wiadomości o niefortunnej wypowiedzi kandydata na prezydenta w trakcie spotkania z wyborcami jest przejawem stronniczości mimowolnej czy propagandowej. Niezwykle trudno zweryfikować, czy redakcja nadała tyle ważnych informacji w swoim programie, że nie znalazła już miejsca na zdarzenie, które niewątpliwie nie miało przełomowego charakteru, czy dała w ten sposób wyraz poparcia dla tego kandydata, aby uniknąć prezentacji wypowiedzi niepopularnej.

W relacjonowaniu polityki manipulacja, która jest konsekwencją stronniczości medialnej, niezależnie od jej typu czy formy, jest ważna. Obywatele formułują bowiem swoje oceny, a wyborcy podejmują decyzje w lokalu wyborczym, w trudnym do empirycznego oszacowania stopniu, pod wpływem tego, czego dowiedzą się z mediów. Jeśli zatem media celowo zdecydowały się częściej prezentować jedną partię, a rzadziej inną, doborą komentatorów, którzy pozytywnie oceniać będą program jednego z kandydatów, a negatywnie innego, ich odbiorcy, na ogół nieświadomi źródła swoich przemyśleń, wyrażają określone opinie na temat danego ugrupowania czy wydarzenia. Dla przykładu można przywołać tu zagadnienie przestępczości. Częstsze informacje o rabunkach, morderstwach, gwałtach i rozbojach w programach informacyjnych czy prasie lokalnej wywołują wrażenie, że państwo, miasto bądź region są niebezpieczne. Gdyby media mniej koncentrowały się na tym problemie, choćby z powodu relacjonowania atrakcyjniejszego tematu, poczucie bezpieczeństwa w danym momencie byłoby zapewne wyższe. Zagadnieniu manipulacyjnego wpływu mediów na odbiorców badacze poświęcili wiele uwagi. Warto dokonać przeglądu i analizy najbardziej znaczących koncepcji teoretycznych badających efekty oddziaływań mediów oraz ich manipulacyjnej natury.

#### 54. Wybrane efekty oddziaływania mediów na odbiorców

Jak już zwracano uwagę, jednym z kluczowych zagadnień odnoszących się do prezentowania polityki jest dobór treści. Można powiedzieć, że o większości

wydarzeń politycznych czy zjawisk społecznych media nigdy nie wspomną – jedynie wieści o nielicznych dotrą do widzów, słuchaczy i czytelników. Nawet najbardziej wnikliwy tygodnik opinii czy dziennik i nawet trwający kilka godzin serwis informacyjny nie będzie w stanie przedstawić całościowej relacji z wydarzeń politycznych ostatniego dnia. Istotne pozostaje więc pytanie, kto i na podstawie jakich kryteriów selekcjonuje wydarzenia, które pojawią się w mediach. Próbą odpowiedzi na nie są badania z dziedziny gatekeepingu oraz teorii wartości informacji<sup>51</sup>.

Pierwsza z nich korzeniami sięga końca lat czterdziestych ubiegłego stulecia. Wtedy to David Manning White zwrócił się do redaktora naczelnego gazety z małego miasteczka w USA, którego nazwał „pan Gates”, z prośbą, aby zachował wszystkie materiały, które pojawiły się w jego redakcji w ciągu jednego tygodnia 1949 roku. Pan Gates zgodził się także wyjaśnić, dlaczego odrzucił 90% wszystkich materiałów. White stwierdził wówczas, że decyzje pana Gatesa miały charakter głównie subiektywne. Około jednej trzeciej artykułów przechodzących przez kanały redakcji zostało odrzuconych z powodu jego osobistej oceny – redaktor wątpił, że *news* był prawdziwy. Inne historie zostały odrzucone z powodu braku miejsca lub dlatego, że podobne były już prezentowane na łamach gazety<sup>52</sup>. Koncepcja, w której White skupił się na subiektywnych decyzjach wybranego dziennikarza, zachęciła badaczy komunikacji do spojrzenia na selekcję w mediach, co stało się początkiem licznych wieloaspektowych projektów prowadzonych w wielu krajach i składających się z różnorodnych analiz<sup>53</sup>.

Alison Dagnes, badając przekazy amerykańskich całodobowych telewizji informacyjnych, wskazała istnienie dwóch form gatekeepingu: ideologicznego i strukturalnego. Pierwszy wiązać należy z profilem politycznym

---

<sup>51</sup> R. Zeh, *News Selection Process*, [w:] *Encyclopedia of Political Communication*, op. cit., t. 2, s. 509 i n.

<sup>52</sup> P.J. Shoemaker, T. Vos, *Media Gatekeeping*, [w:] *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*, ed. D. Stacks, M. Salwen, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2009, s. 75 i n.

<sup>53</sup> P.J. Shoemaker, T. Vos, S.D. Reese, *Journalists as Gatekeepers*, [w:] *The Handbook of Journalism Studies*, ed. K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2009, s. 75 i n.

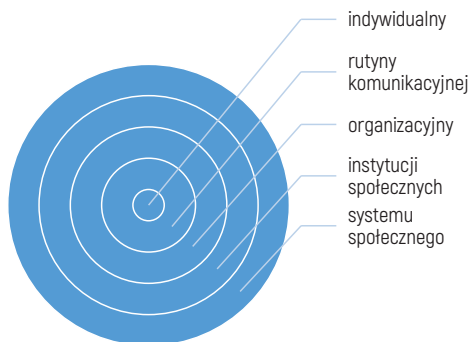
określonego medium, drugi zaś z wyborem materiałów zgodnych z obszarem zainteresowania i zaangażowania medium, jego interesami oraz motywami finansowymi. Żadna z form nie ma charakteru dominującego. Przekazy telewizyjne stacji są zgodne z wybraną ideologią, co wpływa na dobór prezentowanych treści, ponadto zaś wybiera się tematy, które mają przyciągnąć jak najwięcej widzów<sup>54</sup>.

W nieco bardziej złożony sposób koncepcję gatekeepingu analizują Pamela Shoemaker i Timothy Vos. Rozpatrują oni procesy selekcji na pięciu poziomach:

- indywidualnym;
- rutyny komunikacyjnej;
- organizacyjnym;
- instytucji społecznych;
- systemu społecznego.

Zależności pomiędzy poszczególnymi poziomami ilustruje poniższy rysunek.

Rysunek 10. Poziomy analizy procesu selekcji wiadomości w mediach



Źródło: Opracowanie własne na podstawie P.J. Shoemaker, T. Vos, *Gatekeeping Theory*, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2009, s. 31 i n.

<sup>54</sup> A. Dagnes, *Politics on Demand. The Effects of 24-Hour News on American Politics*, Praeger, Santa Barbara–Denver–Oxford 2010, s. 10.

Wybór wiadomości, które zostaną przez selekcyjnera skierowane do emisji lub publikacji, zależy w pierwszej kolejności od cech osoby podejmującej decyzję, jej profilu demograficznego, doświadczeń życiowych, wyznawanych wartości, postaw, doświadczenia zawodowego. Drugi poziom analizy obejmuje rutynę pracy organizacji medialnej, a więc niepisane zasady, takie jak pierwszeństwo określonych tematów, rezygnacja z innych, ograniczenie wybranej problematyki jako nieciekawej dla odbiorców czy położenie nacisku na wiadomości z określonego kręgu zagadnień. Dla niektórych redakcji ważna jest aktualność problemu, dla innych bliskość miejsca zdarzenia czy niezwykłość, osobliwość sytuacji. Trzeci poziom rozpatrywania gatekeepingu dotyczy specyfiki organizacji medialnej, takich jej cech jak wielkość, struktura organizacyjna i decyzyjna, rola właścicieli i ich nadzór, a w szczególności wpływ na dobór przekazu. W tym obszarze mieszczą się także interesy ekonomiczne organizacji medialnej, jej docelowy rynek, konkurencja, rynek reklamowy, wiedza o oczekiwaniach odbiorców. Kolejny poziom analizy dotyczy miejsca organizacji medialnej wśród innych instytucji, zwłaszcza w kontekście uwarunkowań z otoczenia, takich jak reklamodawcy i ich cele, rząd, grupy interesu oraz sieci wzajemnych powiązań. Wreszcie ostatni poziom analizy wiąże się z najszerzej pojmowanym otoczeniem i jego cechami, takimi jak system nadzoru państwowego nad mediami, system polityczny, system ekonomiczny w danym państwie, wpływ kultury czy ideologii<sup>55</sup>.

Zarysowana koncepcja umożliwia bardziej kompleksowe spojrzenie na teorię gatekeepingu, wskazując także wielość czynników determinujących procesy selekcji w redakcjach. Dzięki niej dostrzega się wyraźnie, że selekcja nie wynika jedynie z decyzji podejmowanych przez pojedynczych dziennikarzy, ale jest znacznie bardziej złożonym zbiorem uwarunkowań. Każda redakcja ma zestaw pisanych i niepisanych reguł, które wpływają na to, czy dany materiał przejdzie przez selekcję. Wśród niepisanych zasad znajduje się nastawienie redakcji do tematu lub paradygmat sprawozdawczy, dodatkowo uwarunkowany tajemnicą medialną. W jednych mediach pojawi się zatem wiadomość, czy dany kandydat na posła postępuje zgodnie z nauką

---

<sup>55</sup> P.J. Shoemaker, T. Vos, *Gatekeeping Theory*, Routledge, Taylor & Francis Group, New York-London 2009, s. 31 i n.

określonego Kościoła, w innych, czy jest atrakcyjny, a w jeszcze innych, jaki jest jego stosunek do zwierząt. Tabloidy koncentrują się na plotkach z życia prywatnego polityków oraz ich rodzin, media wysokiej jakości zaś skłonne są przedstawiać pogłębione analizy wydarzeń politycznych, ich implikacje oraz możliwe scenariusze rozwoju w przyszłości.

Ewidentna jest też wysoka korelacja między postawą wydawcy i treścią, zwłaszcza prasy. Ma ona miejsce nawet wtedy, gdy wydawca nie jest zaangażowany w codzienny nadzór nad prezentowanymi treściami. Selekcja wynika też z typu medium. Stacje telewizyjne wybierają tematy, które są atrakcyjne wizualnie, a lokalne gazety – problemy dotyczące mieszkańców okolicy. Formą selekcji treści jest także zatrudnianie przez redakcje takich dziennikarzy, których poglądy są zgodne z linią redakcji. Trudno wyobrazić sobie, by telewizja TVN zatrudniła Bronisława Wildsteina albo by felieton w tygodniku „Do Rzeczy” miała Monika Olejnik. Z kolei ekonomiczny wymiar selekcji, pozostający niekiedy także źródłem wątpliwości etycznych, prowadzić może do eliminowania treści, które w negatywnym świetle stawiałyby liczącego się reklamodawcę lub osoby czy organizacje, od których zależy działanie określonego medium<sup>56</sup>.

Reasumując, dobór treści, które media zaprezentują odbiorcom, może mieć charakter manipulacji. Od dążeń i celów nadawców zależy treść przekazu, obecność wybranych wydarzeń, widoczność kandydatów i partii politycznych lub ich brak albo wręcz prezentowanie ich w sposób negatywny. I tak np. polskie tygodniki opinii cieszące się najwyższymi wskaźnikami sprzedaży przed wyborami prezydenckimi w Polsce w 2015 roku pisały o zagrożeniach wynikających z wyboru jednego z kandydatów na urząd prezydenta, wypowiadając się głównie pochlebnie o jego naczelnym rywalu<sup>57</sup>. Czytelnicy, którzy traktowaliby te tytuły jako główne źródło informacji o toczącej się

<sup>56</sup> R. Zeh, *News Selection Process*, op. cit., s. 510–511.

<sup>57</sup> R. Klepka, *Informowanie, krytyka i agitacja w wybranych tygodnikach opinii o kandydatach w wyborach prezydenckich w 2015 roku*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym. Teoria i praktyka*, red. H. Batorowska, Z. Kwiasowski, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej, Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Obywatelskiej, Katedra Kultury Informacyjnej i Zarządzania Informacją, Kraków 2016, s. 149.

kampanii wyborczej i nie konfrontowałyby treści czytanych magazynów z innymi mediami, bez wątplenia mogłyby mieć poczucie, że warto głosować wyłącznie na urzędującego podówczas prezydenta.

Procesy selekcji w mediach, na co zwracano już uwagę, tłumaczy także teoria wartości informacji, która dowodzi istnienia zależności między cechami określonego wydarzenia a szansą na jego prezentację w mediach. Przeprowadzone badania empiryczne pozwalają na wyliczenie katalogu cech, które zwiększają medialną atrakcyjność informacji. Stuart Allan wskazuje konflikt, znaczenie dla odbiorców, nowość, prostotę, personalizację, ciągłość czy negatywizm jako sprzyjające temu, by dane wydarzenie znalazło się w mediach<sup>58</sup>. W poniższej tabeli scharakteryzowano wymienione czynniki oraz zaprezentowano ich odniesienie do medialnych tematów dotyczących polityki.

**Tabela 4. Cechy wydarzenia atrakcyjnego medialnie i ich przykładowe przejawy w polityce**

Czynnik gwarantujący atrakcyjność	Przykłady
Konflikt – istnieje możliwość zaprezentowania racji i argumentów różnych stron, wywołania zainteresowania przez dramatyzację	<ul style="list-style-type: none"> <li>– rozbieżność programów partii lub kandydatów; odmienna ocena bieżących prac rządu, głowy państwa lub wydarzeń zagranicznych;</li> <li>– kłótnie między politykami, rządem a prezydentem;</li> <li>– kłótnie między politykami w parlamencie lub w studiu telewizyjnym</li> </ul>
Duże znaczenie dla odbiorców – zdarzenie postrzegane jako istotne, a pośrednio także mające wpływ na doświadczenia widowni; jego bliskość jest dodatkowym czynnikiem przemawiającym za emisją lub publikacją	<ul style="list-style-type: none"> <li>– spór o nowe rozwiązania w zakresie dopuszczalności przerywania ciąży czy nowych podatków zapowiadany przez któregoś z uczestników kampanii wyborczej;</li> <li>– prezentacja wpływu tych rozwiązań na życie odbiorców;</li> <li>– wskazanie, ile na nowych podatkach straci przeciętny obywatel, kto zyska, dlaczego tak próbuje się dokonywać zmian</li> </ul>

<sup>58</sup> S. Allan, *News Culture*, Open University Press, New York 2004, s. 57 i n.

## 5.4. Wybrane efekty oddziaływania mediów na odbiorców

<p>Czynnik czasu – uprzywilejowane są ostatnie wydarzenia, zwłaszcza te z ostatnich 24 godzin i które można łatwo monitorować w miarę ich rozwoju</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– najnowsze wypowiedzi polityków;</li> <li>– konferencje prasowe, briefingi;</li> <li>– wizyty kandydatów na spotkaniach z wyborcami;</li> <li>– śledzenie autobusów i tras przejazdu kandydujących polityków;</li> <li>– analiza wypowiedzi premiera czy ministra, który zjawił się na miejscu katastrofy lub wypadku</li> </ul>
<p>Prostota – znaczenie wydarzeń powinno być stosunkowo jednoznaczne, różnorodność potencjalnych interpretacji ograniczona do minimum</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– nacisk na określone zachowanie polityka;</li> <li>– zachowania kontrowersyjne: niepodanie komuś ręki, złe zaparkowanie samochodu, czytanie przemówienia wyborczego z kartki, głosowanie za kogoś innego, niezapłacenie za coś, za co niepolitycy muszą płacić</li> </ul>
<p>Personalizacja – w narracji kładzie się nacisk na ludzi, którzy „radzą sobie z życiem”, zamiast abstrakcyjnych opisów pozbawionych twarzy struktur, sił i instytucji</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– życie zawodowe i osobiste problemy konkretnego polityka;</li> <li>– pytania do kandydatów o to, jak przeżyć za minimalną pensję lub emeryturę, jak kupić żywność czy leki i próby udzielenia odpowiedzi przez kandydujących</li> </ul>
<p>Zaskakujący charakter – zdarzenie powinno być nadzwyczajne, zgodnie ze starą dziennikarską maksymą, że ciekawe jest, gdy człowiek ugryzie psa, a nie odwrotnie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– niezwykle, nieszablone działanie;</li> <li>– rozdawanie przez polityków kawy, owoców czy pieczywa w porannych godzinach;</li> <li>– przyłapanie polityka na osobistym działaniu całkowicie niezgodnym z publicznymi deklaracjami, np. zwolennik zamykania sklepów w niedziele i święta sfotografowany przez dziennikarza w niedzielę przed supermarketem</li> </ul>
<p>Ciągłość – szansa na to, by zdarzenie mogło się rozwijać, najlepiej z utrzymaniem napięcia przez dłuższy czas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– funkcjonowanie sejmowych komisji śledczych wyjaśniających nieprawidłowości działań polityków;</li> <li>– procesy wyborcze, które rozgrywają się dynamicznie i dają szansę na prezentację zdarzenia lub wypowiedzi oraz jego ocenę przez sąd</li> </ul>
<p>Negatywizm – złe wieści są zwykle preferowane i o wiele chętniej omawiane od dobrych, co w skrajnym przypadku może prowadzić do sytuacji wskazywanej przez Marshalla McLuhana, który zauważył, że często reklamy stanowią jedyną dobrą nowinę w gazecie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– prezentacja działań fałszywych, wszelkich cech polityków, wydarzeń, zdarzeń z przeszłości i komentarzy, które mogą postawić polityka lub kandydata na urząd w złym świetle;</li> <li>– ironiczny komentarz o niezgodności pomiędzy stylem, osobowością, sposobem działania zwykle oraz w czasie kampanii wyborczej, w życiu osobistym i w życiu publicznym</li> </ul>

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie S. Allan, *News Culture*, Open University Press, New York 2004, s. 57 i n.

Mówiąc o selekcji, należy mieć na uwadze, że wybór odbywa się w każdej redakcji. Za istnieniem powtarzalnych i względnie podobnych jej kryteriów przemawia to, że różne redakcje przedstawiają względnie podobne informacje o wydarzeniach politycznych. Dziennikarze i wydawcy nie myślą identycznie, jednak w programach informacyjnych i prasie pojawiają się w danym okresie newsy dotyczące niemal dokładnie tego samego, jedynie przedstawione w inny sposób, inaczej rozkładające akcenty lub budujące narrację, która często ma charakter manipulacji<sup>59</sup>. Na przykład podczas prezydenckiej kampanii wyborczej w 2015 roku zarówno w telewizyjnych programach informacyjnych, jak i w dziennikach czy tygodnikach opinii mówiono zdecydowanie częściej o konwencjach czy spotkaniach z wyborcami dwóch cieszących się najwyższym poparciem kandydatów niż tych, którzy znajdowali się na końcowych miejscach sondaży. Jest to niewątpliwie rodzaj selekcji zastosowanej niezależnie przez różne redakcje, która przyniosła podobne rezultaty.

Jak już wskazano, selekcja wydarzeń, które media zaprezentują, prowadzi też do tego, że procesy i aktorzy polityczni częściej przedstawiani są w negatywnym świetle. Rodzi to nieprawdziwy i zmanipulowany obraz polityki i polityków, którym zdecydowanie częściej wypomina się błędy, nieścisłości, kłamstwa czy paradoksy ich programów politycznych, niż chwali się za sukcesy osiągnięcia lub dalekosiężne plany polityczne. Obraz polityki za sprawą tej prawidłowości to nierzadko portret prominentnych i zamożnych celebrytów, uwikłanych w niezgodne z prawem działania, skandale, niejednokrotnie skorumpowanych. Zdecydowanie rządziej politykę przedstawia się jako sferę kompromisu, rozwiązywania istniejących problemów czy działania ludzi, którzy poświęcają całą swą aktywność zawodową na rzecz społeczeństwa<sup>60</sup>. Manipulacja, będąca w tym wypadku wynikiem nieuniknionego uproszczenia procesów, zdarzeń i interpretacji, wynika szczególnie z przekonania,

---

<sup>59</sup> Zob. J. Strömbäck, *Mediatization of Politics*, op. cit., s. 371; W. Schulz, *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik*, Westdeutscher Verlag, Opladen–Wiesbaden 1997, s. 74.

<sup>60</sup> G. Lengauer, F. Esser, R. Berganza, *Negativity in Political News. A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2012, vol. 13, no. 2, s. 180 i n.



że zagadnienia trudne i wielowymiarowe nie są atrakcyjnym materiałem medialnym i potencjalni odbiorcy mogliby przenieść się na inny kanał telewizyjny lub sięgnąć po inny tytuł prasowy.

Manipulatorska stronniczość przekazów medialnych wpływa niewątpliwie na obraz procesów politycznych, jaki rysuje się u odbiorców. Już w latach siedemdziesiątych XX wieku badacze wskazywali, że media tworzą dla nas agendę spraw najważniejszych – „nie mogą powiedzieć, co mamy myśleć, ale mogą nam powiedzieć, o czym mamy myśleć”<sup>61</sup>. Rangę i znaczenie tematów dotyczących polityki wyznacza zatem częstotliwość ich występowania w mediach. Wielokrotne mówienie w mediach o określonym problemie dowodzi, że jest on palący i ważny. Poza częstotliwością bardzo istotna jest kolejność podawanych informacji, która tworzy porządek w umysłach odbiorców, nadaje tematowi rangę: od najważniejszych przez mniej istotne aż po błahe. Wiadomości rozpoczynające główne wydania serwisów informacyjnych, tematy z okładek dzienników czy problemy z najbardziej rozbudowanych artykułów w tygodnikach będą uważane za ważniejsze od informacji, które podano na końcu serwisu lub o których napisano jedną kolumnę w gazecie czy czasopiśmie. Zgodnie z koncepcją *agenda setting* media tworzą swoistą mapę rzeczy mniej i bardziej doniosłych, co dodatkowo utrwała się w świadomości osób stale z nich korzystających<sup>62</sup>.

Koncepcję tę warto omówić na przykładzie. Na przełomie marca i kwietnia 2015 roku media ujawniły, że kandydat na urząd prezydenta Andrzej Duda niezgodnie z prawem uzyskał część podpisów pod swoją kandydaturą – jego matka, pracownik naukowo-dydaktyczny Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, prosiła o podpisy studentów na swoich zajęciach. Wydarzenie to mogło stać się tematem okładek tygodników, mogły zaczynać się od niego serwisy informacyjne, a mogło zostać przemilczane. Większość mediów

<sup>61</sup> Szerzej na temat koncepcji: M. McCombs, *Ustanawianie agendy: media masowe i opinia publiczna*, tłum. B. Radwan, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008; J.W. Dearing, E.M. Rogers, *Agenda-Setting*, Sage Publications, Thousand Oaks–London–New Delhi 1996.

<sup>62</sup> M. McCombs, A. Reynolds, *How the News Shapes Our Civic Agenda*, [w:] *Media Effects: Advances in Theory and Research*, ed. J. Bryant, M.B. Oliver, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2009, s. 10.

podjęła decyzje pomiędzy wskazanymi skrajnościami, zaprezentowała wydarzenie, ale nie jako pierwsze, często także poza pierwszą trójką newsów. Tworzenie mapy odczuć widzów uzależnione było od liczby powtórzeń. Znów media mogły ograniczyć się do jednorazowego zaprezentowania wydarzenia lub uczynić z niego nagminnie powtarzany wątek w programach informacyjnych, materiałach publicystycznych i felietonach o treści typu: „kandydat Andrzeja Duda, który zasłynął tym, że podpisy na państwowej uczelni zbierała jego matka...”. Wydarzenie to mogło otrzymać w mediach szerszą oprawę – istniała możliwość poproszenia o komentarze etyków, rektora krakowskiej uczelni, prawników, polityków nieprzychylnych kandydaturze przyszłego prezydenta. Zarysowane scenariusze prezentują, ile działań mają do wyboru media i w jakim stopniu mogą manipulować wydarzeniem, które miało miejsce, czyniąc je centralnym i fundamentalnym lub przemilczając i marginalizując. Liczba i częstotliwość wystąpień w mediach bez wątpienia mogła mieć wpływ na ocenę odbiorców: czy było ono ważnym czynnikiem obrania osądu o kandydaturze, a w konsekwencji wpłynęło na decyzję wyborczą. Media nie sygnalizowały, co odbiorcy mają myśleć o kandydacie, ale mogły przyczynić się do tego, czy będą oni myśleć o nim przez pryzmat tego wydarzenia.

W znacznej mierze konsekwencją ustanawiania agendy przez media staje się proces przenoszenia znaczenia kwestii politycznych na ocenę przywódców politycznych, określane często jako *priming*<sup>63</sup>. Koncepcja ustanawiania agendy dowodzi, że media określają znaczenie danych zagadnień dla opinii publicznej, koncepcja primingu zaś, że zagadnienia te stają się najważniejszymi kryteriami oceny kandydatów. Jeśli więc media mają tendencję do mówienia najczęściej o zagadnieniach gospodarczych, polityków ocenia się głównie przez pryzmat tego, jak odnoszą się oni do tej właśnie kwestii<sup>64</sup>. Podejmowanie w mediach podczas prezydenckiej kampanii wyborczej w Polsce w 2015 roku kwestii włączenia Polski do strefy euro, sprawiło że każdy kandydat musiał zabrać głos w tej kwestii, a ich zdanie na ten temat stało

<sup>63</sup> S. Kiouisis, *Priming*, [w:] *Encyclopedia of Political Communication*, op. cit., t. 2, s. 653.

<sup>64</sup> S. Iyengar, D.R. Kinder, *News That Matters. Television and American Opinion*, University of Chicago Press, Chicago–London 1987, s. 63 i n.

się znaczącym czynnikiem, branym poważnie pod uwagę przez wyborców. Podobnie przed odbywającymi się w tym samym roku wyborami parlamentarnymi każda licząca się partia musiała mieć stanowisko w sprawie przyjmowania uchodźców w Polsce, jego warunków oraz skali.

Swego rodzaju manipulację w kreowaniu treści politycznych wiązać można ze zjawiskiem określanym framingiem, czyli dosłownie „obramowaniem”. Odnosi się ono do tego, jak sposób prezentacji tematu przekłada się na jego postrzeganie przez odbiorców. Większość informacji podawanych przez media odpowiada określonym schematom zgodnym z jednej strony z praktyką dziennikarską, z drugiej z oczekiwaniami i przyzwyczajeniami widzów i czytelników<sup>65</sup>. Dla przykładu, naturalną formułą informowania o wyborach jest posługiwanie się stylistyką sportową lub wojenną, używanie takich określeń jak „w peletonie”, „na pierwszym miejscu”, „zwycięzca tej batalii”, „przegraną w tej grze”. Polityka najczęściej przedstawiana jest jako strategia, gra lub wyścig o władzę, wpływy i prestiż<sup>66</sup>. W wielu przypadkach wielostronność i złożoność problemu wkładana jest w karby określonej „ramy tematycznej” i w taki właśnie, zmanipulowany za sprawą uproszczenia sposób odbierana jest przez użytkowników mediów. Nie ulega wątpliwości, że dla większości odbiorców problem przedstawiony w określonej ramie istnieje tylko w niej – sami dalej postrzegają go schematycznie – np. wybory można widzieć tylko jako walkę o władzę, dążenie do osiągnięcia celu bez uwypuklenia złożoności procesu, jaki stanowią wybory w demokratycznym państwie.

Istotnym dopełnieniem listy koncepcji tłumaczących kształt medialnych manipulacji w prezentowaniu polityki jest jej entertainizacja. Wydarzenia polityczne mają większą oglądalność, przyciągają więcej czytelników, gdy

---

<sup>65</sup> D. Chong, J. Druckman, *Identifying Frames in Political News*, [w:] *The Sourcebook for Political Communication Research: Methods, Measures, and Analytical Techniques*, ed. E.P. Bucy, R.L. Holbert, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2011, s. 238 i n.; C.H. De Vreese, *Mediatization of News: The Role of Journalistic Framing*, [w:] *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies*, op. cit., s. 137 i n.

<sup>66</sup> T. Aalberg, J. Strömbäck, C.H. de Vreese, *The Framing of Politics as Strategy and Game. A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2012, vol. 13, no. 2, s. 163.

podane zostają w lekkiej, rozrywkowej konwencji. Często używa się określenia „infotainment”, które oznacza skrzyżowanie rozrywki oraz informacji. Proces ten sprawia, że część wiadomości w programach informacyjnych celowo dotyczy ma spraw, błahych, nieistotnych i podanych tak, by rozbawić, czy rozśmieszyć odbiorcę<sup>67</sup>. Sięga się zarówno po rozrywkowe treści, jak i konwencje gatunkowe. Polityka jest prezentowana w rozmaitych formatach programów informacyjnych i dokumentalnych oraz takich jak *talk show*, dramat, sitcom (także animowany sitcom), *fake news*, program religijny, skecz, mem, a nawet *reality show*. W dużej mierze erozji uległy tradycyjne linie podziału na programy „poważne” i „rozrywkowe”. Dzielne i wieczorne programy telewizyjne, radiowe oraz prasa i internet szukają wciąż nowych i coraz bardziej zaskakujących sposobów ukazywania polityki z nieznaną dotychczas perspektywą, zaś czasy, gdy była ona domeną stonowanej i rzeczowej dyskusji, wydają się już tylko elementem zamierchłej przeszłości<sup>68</sup>. Żarty z polityków startujących w wyborach, zainteresowanie ich hobby, stylem ubioru, miejscami, w których bywają, i relacjami towarzyskimi w dużej mierze uznać należy właśnie za przykłady rozrywkowej konwencji mówienia o polityce, co przekładać się może także na sposób myślenia o demokracji, sprawowaniu władzy czy wyborach jako o kolejnych rytuałach, zabawie czy niezbyt istotnym obowiązku.

Złożoność i wielowymiarowość uwarunkowań odbioru medialnych obrazów polityki sugeruje szczególną wartość i celowość prowadzenia badań empirycznych pozwalających ocenić, w jakim stopniu zaprezentowane zjawiska prowadzą do manipulacji. W badaniach takich dokonuje się analiz, które właściwie zastosowane umożliwiają uzyskanie cennych wyników, pozwalających precyzyjnie, w sposób daleki od potoczności opartej na chwilowych wrażeniach, ocenić, czy mamy do czynienia z manipulacją i czym się ona przejawia. Chodzi tu o obiektywny, systematyczny i ilościowy opis jawnej treści komunikatu. Obiektywizm wynika z założenia, że badanie powinno

---

<sup>67</sup> C. Reinemann et al., *Hard and Soft News. A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2012, vol. 13, no. 2, s. 221.

<sup>68</sup> J.P. Jones, *Entertaining Politics. Satiric Television and Political Engagement*, Rowman & Littlefield Publisher, Lanham–Boulder–New York 2010, s. 5 i n.

zostać przeprowadzone tak, aby każdy kolejny badacz powtarzający analizę uzyskał takie same wyniki. Systematyczność badań wiąże się z określonym doбором materiału. Kryteria selekcji muszą być jasne, jednoznaczne i wynikające z obiektywnych przesłanek. Ilościowy charakter opisu oznacza, że wszystkie dane, także spostrzeżenia o charakterze jakościowym zostaną zagregowane tak, aby można było ocenić skalę występowania określonej treści lub cechy przekazu medialnego<sup>69</sup>.

---

<sup>69</sup> Szerzej na temat analizy zawartości i procedur jej stosowania zob. R. Klepka, *Analiza zawartości mediów: dlaczego i do czego można ją wykorzystać w nauce o bezpieczeństwie i politologii?*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Securitate et Educatione Civili” 2016, t. 6, nr 224, s. 32 i n. Szczegółowe uwagi na temat analizy zawartości i procedur jej stosowania zob.: J.E. Richardson, *Analysing Newspapers. An Approach from Critical Discourse Analysis*, Palgrave Macmillan, Basingstoke–New York 2007; D. Riffe, S. Lacy, F.G. Fico, *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah–London 2005; K. Krippendorff, *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*, Sage Publications, Thousand Oaks–London–New Delhi 2004; G. Shapiro, J. Markoff, *A Matter of Definition*, [w:] *Text Analysis for the Social Sciences. Methods for Drawing Statistical Inferences From Texts and Transcripts*, ed. C.W. Roberts, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah 1997; W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983; M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów: wersja 1.1*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2004.



## ROZDZIAŁ VI

# MANIPULOWANIE INFORMACJĄ JAKO NARZĘDZIE POLITYKI

---

### 6.1. News medialny i sposób jego kreowania w polskich programach informacyjnych

Stephen Cushion trafnie stwierdził, że nawet w erze cyfrowej, interaktywnej i multimedialnej, wiadomości telewizyjne pozostają najczęściej oglądanym, cenionym i zaufanym źródłem informacji w większości krajów na całym świecie<sup>1</sup>. Niezależnie od tego, czy mamy do czynienia z okresem wyborów, wydarzeń tragicznych lub radosnych, czy tylko z czasem codziennej rutyny, przez większość czasu telewizja jest medium, do którego ludzie zwracają się najpierw, aby zrozumieć, co dzieje się na świecie. Najważniejsze krajowe i międzynarodowe programy informacyjne ogląda wiele milionów widzów każdego dnia. Wiadomości z sieci i telewizji kablowej w USA oglądają ponad 24 mln widzów, analogiczne programy wieczorne w Wielkiej Brytanii – 15 mln, a australijskie sieci telewizyjne gromadzą przed ekranami w czasie wieczornych programów informacyjnych ponad 5 mln osób. Serwisy telewizyjne nie są przy tym popularne wyłącznie w kręgu kultur zachodnich. W świecie arabskim programy Al-Dżaziry śledzi ponad 50 mln osób. Mimo iż tylko 120 mln gospodarstw domowych w Indiach ma telewizory, tamtejsze

---

<sup>1</sup> S. Cushion, *Television Journalism*, Sage Publications, Los Angeles–London–New Delhi 2012, s. 1.

AAJ TAK gromadzi 45 mln widzów. Wieczorny dziennik w chińskiej CCTV z kolei ogląda 200 mln osób.

W Polsce mimo istnienia wielu stacji telewizyjnych nadających wieczorne serwisy informacyjne od lat najpopularniejsze są programy informacyjne nadawcy publicznego, czyli program „Wiadomości”, emitowany przez TVP1 o godzinie 19.30, oraz program prywatnej telewizji TVN „Fakty”, nadawany o godzinie 19.00. Przez wiele lat program TVP miał większą widownię, jednak zmiany, jakie nastąpiły w niej w 2015 roku, w szczególności radykalne upolitycznienie przekazu – o czym będzie jeszcze mowa w dalszej części tego rozdziału – doprowadziły do spadku popularności „Wiadomości” na rzecz programów komercyjnych. Szczegółowe dane na temat oglądalności najpopularniejszych telewizyjnych programów informacyjnych znajdują się w poniższej tabeli

Tabela 1. Oglądalność głównych telewizyjnych programów informacyjnych w kwietniu 2015, 2016, 2017 i 2018 roku

Tytuł, stacja i godzina emisji	IV 2015	IV 2016	IV 2017	IV 2018
„Fakty”, TVN, 19.00	2 942 063	3 065 371	2 838 559	2 355 023
„Wiadomości”, TVP1, 19.30	3 430 403	2 677 702	2 493 932	1 876 268
„Wydarzenia”, Polsat, 18.50	2 220 331	1 980 357	1 948 881	1 720 293
„Teleexpress”, TVP1, 17.00	3 342 949	2 837 731	2 468 552	1 631 773
„Panorama”, TVP2, 18.00	1 321 849	1 271 728	1 226 673	981 390

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Nielsen Audience Measurement dla portalu WirtualneMedia.pl.

Newsy w najpopularniejszych polskich programach informacyjnych różnią się stylistyką i sposobem prezentowania treści. Widać to zwłaszcza w okresach ważnych, w których rozgrywają się wydarzenia wysokiej rangi, np. parlamentarna kampania wyborcza. Typowym trendem pozostaje dążenie



mediów do uatrakcyjnienia przekazów przez ograniczenie ekspozycji problematyki złożonej i skomplikowanej, która mogłoby sprawić, że widzowie będą znudzeni i zrezygnują z oglądania programu. Działanie takie można uznać za manipulatorskie. Gdy rozgrywają się ważne wydarzenia polityczne, media i tak nie poświęcają im pełnej uwagi, ale znajdują także czas na relacjonowanie rzeczy mniej istotnych. Przez kilka tygodni poprzedzających wybory parlamentarne w 2015 roku nie wszystkie wydania serwisów informacyjnych zawierały materiały o tym niewątpliwie ważnym wydarzeniu. W wieczornych wydaniach „Wiadomości” TVP oraz „Faktów” TVN nadawanych w okresie 54 dni poprzedzających dzień wyborów materiały o kampanii wyborczej pojawiły się w 46 wydaniach „Wiadomości” TVP, co stanowiło 85% wszystkich wydań programu, oraz w 48 wydaniach „Faktów” TVN, czyli 89% wydań audycji. Co ciekawe, w zdecydowanej większości tygodni to w programach telewizji komercyjnej było więcej newsów o kampanii wyborczej niż w „Wiadomościach” TVP.

*Newsy* w obydwu serwisach informacyjnych były też inaczej pozycjonowane. News na temat wyborów parlamentarnych otwierał częściej program informacyjny TVP. Pierwszym materiałem o wyborach zaczynało się 30, a więc 56% wszystkich badanych wydań „Wiadomości” TVP oraz tylko 21, czyli 39%, wydań „Faktów” TVN. Gdy pierwszy *news* nie był o kampanii wyborczej, w „Wiadomościach” dotyczył on problematyki międzynarodowej oraz obecności uchodźców w Europie i ich ewentualnego przyjmowania w Polsce. Z kolei „Fakty” poza uchodźcami często odnosiły się w pierwszym newsie do polityki krajowej niezwiązanej bezpośrednio z kampanią wyborczą. Wyraźnie widać też, że im bliżej było do dnia wyborów parlamentarnych, tym częściej każdy z programów informacyjnych rozpoczynał wydanie od newsa poświęconego kampanii.

Specyficzną, choć występującą w programach informacyjnych na całym świecie, manipulacją odbiorcami jest zarządzanie widocznością kandydatów lub partii politycznych. Niemal zawsze to partiom, które mają wyższe notowania, poświęca się więcej uwagi. Takie działanie manipuluje jednak świadomością odbiorców, sugerując im, że partie prezentowane rzadziej lub niemal wcale w zasadzie nie liczą się w wyborczej rywalizacji. W największej liczbie newsów o parlamentarnej kampanii wyborczej

w 2015 roku wspomniano o PO oraz PiS – przy czym to w programie TVP nadano więcej newsów o rządzącej PO, podczas gdy w serwisie TVN nieznacznie częściej pojawiały się newsy o PiS. Różnica w liczbie newsów poświęconych PiS pomiędzy „Wiadomościami” i „Faktami” wynosiła 8, zaś PO – zaledwie 4. Trzecim komitetem wyborczym pod względem częstotliwości występowania w newsach była Zjednoczona Lewica, jednak dysproporcja pomiędzy „Wiadomościami” i „Faktami” była tu bardzo duża. Program TVP niemal dwukrotnie częściej wspominał o ZL – 51 newsów – od serwisu stacji komercyjnej, w której o komitecie tym mówiono 27 razy. W „Wiadomościach” zdecydowanie częściej niż w „Faktach” wspomniano o PSL, które zajęło czwarte miejsce. Podjęto tematykę tego komitetu w 31 newsach, w „Faktach” zaś o PSL mówiono rzadziej niż o Nowoczesnej, wspominając ludowców zaledwie 19 razy. Nowoczesna była czwartym pod względem częstotliwości występowania w newsach komitetem w „Faktach” – 24 wystąpienia – oraz piątym w „Wiadomościach” – 29 wystąpień. Trzy ostatnie miejsca w serwisach obydwu stacji zajęły komitety Kukiz’15, KORWiN i Razem, o których „Wiadomości” mówiły odpowiednio 19, 12 i 12 razy, „Fakty” zaś – 18, 11 i 10 razy.

Zróznicowanie częstotliwości, z jaką wspomniano o komitetach wyborczych, pozwala podzielić je na trzy grupy:

- komitety wiodące, czyli PiS i PO, o których w 54 wydaniach programu wspomniano powyżej 60 razy;
- komitety drugiego planu, czyli ZL, Nowoczesna i PSL, o których mówiono przynajmniej w jednym serwisie informacyjnym więcej niż 20 razy, ale mniej niż 60;
- komitety pomijane, czyli Kukiz’15, KORWiN i Razem, o których wspomniano mniej niż 20 razy w każdym z programów informacyjnych.

Mając na względzie znaczenie kolejności prezentowania informacji w programach informacyjnych, również tych poświęconych parlamentarnej kampanii wyborczej, warto odpowiedzieć na pytanie, o jakiej partii lub koalicji mówiono w newsie w pierwszej lub drugiej kolejności. Uznać należy bowiem, że te informacje widzowie zapamiętali najlepiej i właśnie te komitety wyborcze uznali za szczególnie istotne. W obydwu analizowanych

programach informacyjnych najczęściej w newsach poświęconych kampanii wyborczej wspomniano w pierwszej kolejności o PiS, przy czym w „Faktach” od tej partii rozpoczynano relacjonowanie kampanii wyborczej niemal w co drugim newsie dotyczącym wyborów, podczas gdy w „Wiadomościach” od doniesień na temat PiS zaczynało co trzeciego newsa wyborczego. Drugą partią, o której najczęściej mówiono w newsie na początku, była w obydwu programach PO, przy czym różnice między serwisami nie były w tym zakresie znaczące. Trzecie miejsce w „Wiadomościach” zajęła Nowoczesna, natomiast w „Faktach” – ZL. Każde ugrupowanie startujące wyborach parlamentarnych przynajmniej dwukrotnie było tematem newsa, od którego zaczynało wiadomość. Wyraźne pozostaje zatem kolejne manipulacyjne – utwierdzano widzów w przekonaniu, że dwa komitety, którym poświęcono najwięcej czasu w programach, są też najważniejsze, gdyż to od wiadomości o nich rozpoczynano zwykle materiały poświęcone kampanii wyborczej.

Manipulacją stale obecną w newsach jest także negatywizm. Media częściej podejmują problem zjawisk, wypowiedzi czy działań, które można ocenić ujemnie. Można to dostrzec także w sposobie relacjonowania kampanii wyborczych. Najwięcej negatywnych newsów w „Wiadomościach” i „Faktach” w ciągu 54 dni poprzedzających dzień wyborów dotyczyło PiS. Więcej razy wystąpiły one w programie TVN, w którym aż 31 newsów o tej partii było nacechowanych negatywnie. Z kolei w „Wiadomościach” TVP znacznie mniej, bo tylko 10 newsów na temat PiS miało niekorzystny wydźwięk. Nieco mniej negatywnych ocen odnaleźć można było w newsach o PO, jednak partia rządząca w żadnym z programów informacyjnych nie mogła liczyć na brak newsów o negatywnym wydźwięku. Program TVP zamieścił 5 newsów, a TVN7 newsów niekorzystnych dla PO. Jednocześnie obie stacje często mówiły o dwóch głównych partiach w sposób ambiwalentny. Newsy o charakterze negatywnym częściej pojawiały się w telewizji komercyjnej. Poza ujemnie wartościującymi newsami o PiS i PO, w programie TVN odnotowano 6 newsów niekorzystnych o PSL, 2 o ZL i 1 o Kukiz'15. W „Wiadomościach” TVP znalazły się poza newsami o PO i PiS tylko 2 newsy o niekorzystnym wydźwięku. Jeden z nich dotyczył ZL, a drugi Kukiz'15. Dla równowagi warto wskazać, że oba programy informacyjne niezwykle ostrożnie szafowały newsami o wydźwięku

korzystnym. We wszystkich wydaniach programu TVP udało się zakodować tylko 3 takie newsy, dotyczące PiS oraz Razem i Nowoczesnej. W przypadku „Faktów” TVN żadnemu newsowi nie udało się przypisać jednoznacznie pozytywnego charakteru.

Zjawiskiem, któremu często przypisuje się charakter manipulacji, jest prezentowanie w programach informacyjnych sondaży. Dotyczy to wyborów, a także innych sytuacji, z których widzowie mogą dowiedzieć się, jak inni oceniają określone rozwiązanie, działanie. Badacze często zastanawiają się jednak, czy sondaże nie sprawiają, że automatycznie przestajemy kształtować własne opinie, a zamiast tego obieramy punkt widzenia większości. Zarazem nawet jeśli myślimy jak mniejszość, zastanawiamy się, czy nie powinniśmy zmienić zdania, gdyż lepiej czujemy się, należąc do większości. Podobnie występowanie sondaży w mediach w okresie kampanii wyborczej nie odgrywa roli jedynie informacyjnej, wpływa także na decyzje, jakie wyborcy podejmują w czasie głosowania. Jedną z koncepcji tłumaczących ten wpływ, *bandwagon effect*, zakłada że wyborcy chętniej głosują na partię, która wedle wyników sondaży zwycięży w wyborach, głosowanie zaś na partię z przewidywanymi niskimi wynikami mogą traktować jako stracenie głosu<sup>2</sup>.

W obu programach sondaże przedwyborcze zostały zaprezentowane wielokrotnie w okresie 54 dni poprzedzających wybory. Newsy z danymi o poparciu partii startujących w wyborach pojawiły się w badanym okresie w 10 wydaniach „Wiadomości” i 15 wydaniach „Faktów”. Program TVP w analizowanych newsach zaprezentował 14 planszy z wynikami sondaży w rozmaitych przekrojach, widzowie zaś telewizji komercyjnej w omawianych programach z tego rodzaju planszami zetknęli się 50 razy.

„Wiadomości” TVP ograniczyły się do zaprezentowania wyników 4 sondaży partyjnych, przy czym w przypadku 2 badań wskazano także, jak w ich

---

<sup>2</sup> R. Schmitt-Beck, *Bandwagon Effect*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008, s. 308 i n.; D.C. Mutz, *Impersonal Influence. How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*, Cambridge University Press, New York 1998, s. 187 i n.; T. Gackowski, *Bandwagon effect siłą sondażokracji. Po co mediom sondaże w okresie międzywyborczym?*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 2, s. 44.

świecie wyglądałby rozkład mandatów w Sejmie. W jednym z newsów „Wiadomości” zilustrowały też materiał poświęcony Kukiz'15 planszą z sondażowym wynikiem poparcia dla tego komitetu. W innym newsie, poświęconym Nowoczesnej, porównano wynik poparcia tego ugrupowania z własnego badania wykonanego przez IPSOS z innym sondażem opracowanym przez IBRIS dla Onet.pl. Przedwyborcze sondaże w programie telewizji publicznej przeprowadzono również, by uzyskać odpowiedź, co ma największe znaczenie przy podejmowaniu decyzji wyborczych. Oprócz tego po debacie Beaty Szydło i Ewy Kopacz 19 października 2015 roku zaprezentowano wyniki sondażu z pytaniem, która z nich wygrała debatę. „Fakty” TVN częściej niż „Wiadomości” TVP wykorzystywały wyniki badań sondażowych. W TVP głównie odnosiły się one do preferencji wyborczych i oceny szans poszczególnych komitetów. Tymczasem w programie telewizji komercyjnej niemal każdy aspekt wyborczej rywalizacji konfrontowano z opinią badanych na jego temat. Podkreślić należy jednak, że prezentacji wyników badań sondażowych w „Faktach” nie towarzyszyła szczegółowa i wielostronna analiza znaczenia ich rezultatów. Widzowie tego serwisu informacyjnego mieli zatem bezustanną możliwość porównywania swojego stanowiska z opiniami większości.

Specyficznym typem manipulacji jest prezentowanie zagadnień w określonej ramie tematycznej. Wybory najczęściej relacjonowane są w konwencji walki, gry lub wojny, co sugeruje odbiorcom, że elekcja jest widowiskiem, a nie demokratyczną procedurą służącą wyłonieniu elity rządzącej. Pełne zestawienie zamykających wybory w określonych ramach wypowiedzi dziennikarzy „Wiadomości” i „Faktów” z 54 dni poprzedzających dzień wyborów parlamentarnych ujęto w poniższej tabeli.

Tabela 2. Newsy wykorzystujące ramę tematyczną walki, gry lub wojny w przedwyborczych wydaniach „Wiadomości” TVP i „Faktów” TVN

„Wiadomości” TVP		
Data [2015]	Temat newsa	Fragment wypowiedzi
4.09	spot wyborczy PiS	– „wyborczy spot PiS na celowniku PO”; – „wymiana coraz ostrzejszych ciosów oznacza, że partie idą ku kampanii negatywnej”
27.09	przekroczenie progu wyborczego przez małe partie	– „przekroczyć próg”; – „każdy pojedynczy głos się liczy”; – „gra jest warta świeczki, bo już po wyborach może się okazać, że z rezerwowych staną się rozgrywającymi”
8.10	kierunek zmian konstytucyjnych	– „będzie wiadomo, kto przegrał walkę o polityczne przeżycie, a kto ugrał być może najwyższą stawkę”
11.10	relacje z kampanii wyborczej	– „strategia kampanii”; – „w różnicach programowych słychać niewiele, sporo za to personalnych wycieczek: ci silniejsi walczą ze sobą, ci słabsi, by na tej walce jak najwięcej skorzystać”
18.10	debata wyborcza	– „finiszująca kampania wyborcza”; – „dokładnie za tydzień głosowanie, pięć dni zatem pozostało na walkę o wyborców i na walkę z polityczną konkurencją, jutro i pojutrze studio TVP będzie swoistym ringiem, w którym – mamy nadzieję – nie będzie ciosów poniżej pasa, a liderzy zgodnie z zasadami fair play będą używać jedynie siły argumentów”
18.10	ostatnie dni kampanii wyborczej	– „a na tydzień przed wyborami nikt nie jest w stanie powiedzieć, ile ugrupowań znajdzie się w Sejmie, w przypadku tych najmniejszych walka będzie zatem trwała dosłownie do ostatniej godziny i dosłownie o każdy głos”; – „partia Razem w ostatnim sondażu «Wiadomości» zanotowała poparcie 1%, ale broni nie składa, licząc, że czasem niemożliwe staje się realne, w końcu bez liderów i bez znanych twarzy zarejestrowała listy wyborcze w całym kraju”
19.10	debata wyborcza	– „pół godziny dzieli nas od medialnego starcia liderów w wyborczych sondażach, w studiu TVP zmierzą się Beata Szydło i Ewa Kopacz, w rozmowie o Polsce odpowiedzą na najważniejsze dla przyszłości kraju pytania, cel: przekonać niezdeterminowanych, a jest o kogo walczyć, to około 10 mln wyborców”

## 6.1. News medialny i sposób jego kreowania w polskich programach informacyjnych

20.10	debata wyborcza	– „rozmowa na remis”; – „kto wygrał debatę – sondaż «Wiadomości»”
21.10	debata wyborcza	– „jedyna taka debata liderów” – „jedyna w tej kampanii taka debata, w studiu TVP pojawili się liderzy wszystkich ogólnopolskich komitetów, to już nie była wyłącznie walka komitetów wyborczych PO i PiS”
22.10	wyniki wyborów	– „pewność co do miejsc na Wiejskiej mogą mieć tylko dwie największe partie, pozostałe do momentu ogłoszenia wyników przez PKW nie będą mogły ze stuprocentową pewnością twierdzić, że mają swoich ludzi w Sejmie, zostało im dosłownie kilkadziesiąt godzin na walkę o być albo nie być”
23.10	zakończenie kampanii wyborczej	– „bitwa o głosy”
23.10	ZL i PSL w kampanii wyborczej	– „walka o mandat: ludowcy i lewica”
<b>„Fakty” TVN</b>		
4.09	referendum i wybory	– „używa się referendum jako tarana wyborczego”
14.09	programy wyborcze	– „reformy PO i obietnice PiS – trwa przedwyborcza walka na programy, po weekendowych konwencjach w propozycjach partii trudno się połączyć”
10.10	lewica w wyborach	– „w kampanii wyborczej trwa ostra walka o głosy Polaków wykazujących centrolewicowe poglądy”
11.10	relacje z kampanii wyborczej	– „kampania wyborcza na ostro: wzajemne oskarżenia i coraz większe emocje, po dniu odpoczynku Beata Szydło wraca do kampanijnej gry i oskarża PO o liczne afery”
17.10	relacje z kampanii wyborczej	– „w kampanii walka o każdy głos”
19.10	PiS w kampanii wyborczej	– „do wyborów PiS walczy o pełnię władzy”
20.10	debata wyborcza	– „rozmowa o Polsce z remisem, jak eksperci oceniają wystąpienia Ewy Kopacz i Beaty Szydło”

**Źródło: Opracowanie własne.**

W okresie kampanii wyborczej miały miejsce – co naturalne – także inne ważne wydarzenia. Czas ten obfitował w rozmaite doniosłe problemy, takie jak kryzys uchodźczy. Programy informacyjne często uznawały jednak za niezbędne poświęcenie jednego, a niekiedy nawet kilku newsów wydarzeniom mniej ważnym. Widzowie od lat z zaangażowaniem śledzący zawartość mediów, zwłaszcza zainteresowani polityką, bez trudu zauważyć mogą zarysowany trend. Media coraz częściej łączą poważne, polityczne tematy z problematyką lekką i rozrywkową. Zjawisko to objawia się na wielu płaszczyznach. Z jednej strony telewizyjne programy informacyjne, nawet w okresie kluczowych wydarzeń politycznych, o zasięgu krajowym czy międzynarodowym, podają informacje o rozwodach gwiazd, niezwykłych znaleziskach w małym miasteczku, które owiane są tajemniczą legendą, czy o zwykłym wędkarzu i jego połowie, czyli największym węgorzu, jakiego ktokolwiek kiedykolwiek złapał w Polsce. Równocześnie politycy występują w programach typu *talk show*, w których opowiadają nie tylko o programie swojej partii, ale także jak spędzili wakacje, ulubionych książkach, koncertach czy potrawach. Czasopisma kobiece prezentują wywiady z kandydatkami i kandydatami na rozliczne urzędy, a w nich zwierzenia, które przypominają opowieści z życia gwiazd. W programach informacyjnych z kolei pojawiają się między materiałami o parlamencie czy obradach Zgromadzenia Ogólnego ONZ, wojnach czy ogólnościatowych zagrożeniach<sup>3</sup>; opowieściami o ludziach skrzywdzonych przez komornika, gradobiciu, ciężkiej chorobie oraz o osobach, które wygrały los na loterii czy po latach odnalazły członka swojej rodziny.

Obserwują to nie tylko odbiorcy mediów, ale także uczeni zajmujący się mediami i polityką. Thomas E. Patterson wskazuje, że od ponad 20 lat dostrzega w programach informacyjnych wzrost liczby newsów, które mają lekki i rozrywkowy charakter<sup>4</sup>. Inni badacze, Carsten Reinemann, James

<sup>3</sup> R. Klepka, *Wojna w mediach: wybrane zagadnienia dotyczące relacjonowania konfliktów zbrojnych*, „Wojny i Konflikty. Przeszość – Teraźniejszość – Przyszłość” 2016, t. 1, nr 1; O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Wojna hybrydowa Rosji przeciwko Ukrainie*, Arcana, Kraków 2017; R. Kopeć, *Strategie nuklearne w okresie pozimnowojennym*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2014.

<sup>4</sup> T.E. Patterson, *Informing the News. The Need for Knowledge-Based Journalism*, Knopf Doubleday Publishing Group, New York 2013, s. 23 i n.



Stanyer, Sebastian Scherr i Guido Legnante, podobne tendencje zauważają już od ponad 30 lat<sup>5</sup>. Wnioski te pozwoliły na upowszechnienie się w analizach mediów zajmujących się dziennikarstwem informacyjnym podziału na wiadomości twarde i miękkie. Jego istotę lepiej ilustrują określenia anglojęzyczne: *hard news* i *soft news*. Interesujące pozostaje pytanie, gdzie przebiegają granice między nimi oraz jaki wpływ na odbiór programów informacyjnych i wiadomości w ogóle ma rosnąca liczba newsów rozrywkowych.

Rozróżnienie między pierwszym a drugim typem newsów tylko pozornie wydaje się oczywiste. Pytanie o kryteria różnicujące jest zasadnicze – dla części badaczy kluczowe znaczenie ma aktualność wiadomości. *Hard news* mówią o zdarzeniach nagłych, które muszą zostać przedstawione od razu, ponieważ bardzo szybko tracą na aktualności. Tymczasem *soft news* dotyczą zwykle wydarzeń incydentalnych, nieplanowanych, nie istnieją zatem powody, dla których należałoby publikować je w określonym dniu lub o danej porze, gdyż można zaprezentować je także w nieodległej przyszłości w wolnym czasie antenowym<sup>6</sup>.

Kryterium przyjmowanym przez wielu naukowców jest tematyka newsa. Wspominany już Cushion wskazuje, że *hard news* zwykle dotyczy takich tematów jak polityka, biznes, gospodarka i sprawy międzynarodowe, natomiast *soft news* przestępczości, sportu, życia rodzin królewskich czy plotek o sławnych ludziach<sup>7</sup>. Podobnie argumentuje Patterson, który określa *hard newsa* jako wiadomość odnoszącą się do wydarzeń przełomowych z udziałem czołowych liderów, dotyczącą głównych problemów lub istotnych wypadków prowadzących do zmian w codziennym życiu wielu ludzi, takich jak trzęsienie ziemi czy katastrofa lotnicza. Informacje o tych wydarzeniach są zazwyczaj ważne dla zdolności obywateli do rozumienia i reagowania na świat spraw publicznych. Z kolei mianem *soft newsa* nazywa się wiadomość zazwyczaj bardziej skoncentrowaną na osobowości, mniej ograniczoną

---

<sup>5</sup> C. Reinemann et al., *Hard and Soft News. A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2012, vol. 13, no. 2, s. 222.

<sup>6</sup> P.J. Shoemaker, A.A. Cohen, *News Around the World. Content, Practitioners, and the Public*, Routledge, New York–London 2012, s. 368.

<sup>7</sup> S. Cushion, *Television Journalism*, op. cit., s. 7–8.

czasowo, bardziej praktyczną i bardziej przypadkową niż *hard news*. W soft newsach częściej stosuje się potoczne słownictwo, bywają one też bardziej osobiste i nieformalne, a mniej odległe i instytucjonalne<sup>8</sup>.

W opinii badaczy omawiane typy newsów różni także ton oraz poziom sensacyjności. *Hard news* przekazują publice, co się dzieje, i pozostawiają jej decyzję, jak wykorzystać zdobyte informacje, podczas, gdy *soft news* są zwykle utrzymane w konwencji rozrywki lub parodii, a ich celem bywa rozbawienie. Charakterystyczne pozostają newsy, „z których możesz skorzystać”, typu wskazówki, jak prawidłowo przygotować się do treningu czy na co zwracać uwagę przy zakupie nowego komputera<sup>9</sup>. *Soft news* częściej miewają też charakter sensacyjny. Matthew Baum zwraca uwagę, że charakterystyczna jest dla nich nieobecność publicznego elementu polityki, sensacyjna prezentacja, związek ze zwykłymi ludźmi i nacisk położony na dramatyczny temat, taki jak przestępczość czy katastrofa<sup>10</sup>.

Podział na newsy poważne i lekkie koresponduje z innymi koncepcjami opisującymi podobne zjawiska, w szczególności tabloidyzacją, infotainmentem i politainmentem oraz sensacyjnością. W wyniku ich wszystkich dziennikarskie materiały o polityce są bardziej przyjazne odbiorcy i mniej skomplikowane, a poważne dane i analizy mieszają się z konwencją rozrywkową. Prowadzi to w istocie do postępującego zacierania się tradycyjnych różnic między gatunkami programów telewizyjnych zorientowanych na informację i tych zorientowanych na rozrywkę<sup>11</sup>.

Badacze pozostają w zasadzie zgodni co do przyczyn zarysowanych zmian. Są nimi spadek zainteresowania społeczeństw polityką oraz postępujący

---

<sup>8</sup> T.E. Patterson, *Doing Well and Doing Good. How Soft News and Critical Journalism are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy – and What News Outlets Can Do About It*, Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Cambridge 2000, s. 2 i n.

<sup>9</sup> B. Hyun, *Soft News*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008, s. 4736.

<sup>10</sup> M.A. Baum, *Talking the Vote. Why Presidential Candidates Hit the Talk Show Circuit*, „American Journal of Political Science” 2005, vol. 49, no. 2, s. 213 i n.

<sup>11</sup> G. Baym, *Infotainment*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008, s. 2276.

rozwój rynku medialnego, co wiąże się z jego silnym postępowaniem technologicznym. W konsekwencji nabiera znaczenia logika medialna rozumiana jako prezentowanie wszystkich tematów tak, by pozyskać jak największą widownię, a tym samym uzyskać możliwie najwyższe zyski z reklam. Mimo braku zaciekawienia polityką widownia jest przyzwyczajona do oglądania programów informacyjnych. Remedium na ich spadającą oglądalność jest zatem ich stopniowe dostosowywanie do oczekiwań widza<sup>12</sup>.

Wskazanie przyczyn zmian w sposobie przedstawiania polityki w mediach w zasadzie nie budzi kontrowersji, nie dają natomiast jednoznacznych odpowiedzi badania nad konsekwencjami tych zmian<sup>13</sup>. Część badaczy podkreśla, że za sprawą lekkich newsów widzowie dowiadują się raczej tego, czego chcą, niż tego, co powinni wiedzieć o otaczającym ich świecie. Połączenie rozrywki i rzetelnej informacji sprawia, że polityka zostaje manipulatorsko strywializowana i sprowadzona do rzeczywistości odległej, podobnej do świata gwiazd muzyki czy sportu. Skutkiem tego zainteresowanie polityką oraz aktywność obywatelska radykalnie słabną. Wreszcie krytycy lekkich newsów podnoszą, że zdolność szokowania, sensacja i rozrywka mogą zniekształcać u odbiorców percepcję rzeczywistości. Wielu badaczy widzi w soft newsach szansę, a nie tylko źródło zagrożeń. Wskazują oni, że gdyby wiadomości o polityce nie zawierały dawki rozrywki, ich widownia

<sup>12</sup> A. Dagnes, *Politics on Demand. The Effects of 24-hour News on American Politics*, Praeger, Santa Barbara 2010, s. 12.

<sup>13</sup> Zob. M.A. Baum, *Soft News and Political Knowledge. Evidence of Absence or Absence of Evidence?*, „Political Communication” 2003, vol. 20, no. 2; P.J. Boczkowski, *Rethinking Hard and Soft News Production. From Common Ground to Divergent Paths*, „Journal of Communication” 2009, vol. 59, no. 1; M. Boukes, H.G. Boomgaarden, *Soft News With Hard Consequences? Introducing a Nuanced Measure of Soft Versus Hard News Exposure and Its Relationship With Political Cynicism*, „Communication Research” 2015, vol. 42, no. 5; P.R. Brewer, X. Cao, *Candidate Appearances on Soft News Shows and Public Knowledge About Primary Campaigns*, „Journal of Broadcasting & Electronic Media” 2006, vol. 50, no. 1; T. Harcup, D. O'Neill, *What is News?*, „Journalism Studies” 2017, vol. 18, no. 12; A. Nguyen, *The Effect of Soft News on Public Attachment to the News*, „Journalism Studies” 2012, vol. 13, no. 5–6; T.E. Patterson, *Doing Well and Doing Good*, op. cit.; M. Taniguchi, *The Electoral Consequences of Candidate Appearances on Soft News Programs*, „Political Communication” 2011, vol. 28, no. 1.

zmałałyby jeszcze bardziej. Według jeszcze innych opinii wiedza o kandydatach, którzy w czasie kampanii występują w programach typu polityczne *talk show* jest większa i mają oni tym samym szansę na wyborczy sukces. Oprócz tego – w ostatecznym rozrachunku zawsze decydujący głos należy do publiczności i nie można ignorować jej wyboru, który wszak jest głównym czynnikiem kształtującym sposób przedstawiania wiadomości w mediach.

Uznając, że telewizja komercyjna jest z natury rzeczy bardziej rozrywkowa, postanowiono w okresie dwóch miesięcy poprzedzających dzień drugiej tury wyborów prezydenckich w 2015 roku określić, jaką część newsów należałoby zakwalifikować do grupy soft newsów. Na potrzeby badań wykorzystano klucz kategoryzacyjny zaproponowany przez Reinemanna, Stanyera, Scherra i Legnantego, badaczy z Network of European Political Communication Scholars, którzy analizując zawartość telewizyjnych programów informacyjnych, podjęli wysiłek ujednoczenia wybranych kategorii analitycznych oraz stworzenia wspólnych konceptualizacji i operacjonalizacji do przyszłych badań<sup>14</sup>. Poniższa tabela przedstawia klucz kategoryzacyjny, który posłużył do wyodrębnienia w niniejszej publikacji ze wszystkich badanych wiadomości tych, które określić można mianem soft newsów.

---

<sup>14</sup> F. Esser, J. Strömbäck, C.H. de Vreese, *Reviewing Key Concepts in Research on Political News Journalism. Conceptualizations, Operationalizations, and Propositions for Future Research*, „Journalism” 2011, vol. 13, no. 2, s. 139 i n.

Tabela 3. Klucz kategoryzacyjny wykorzystany do badania zawartości „Wiadomości” TVPI

Kategoria	Instrukcja kodowania
Wymiar tematyczny: znaczenie polityczne [1–4]	<p>W tej części kodowana jest problematyka znaczenia politycznego określonej wiadomości – w jakim stopniu news dotyczy norm, celów, interesów i działań związanych z przygotowaniem, organizowaniem i wdrażaniem autorytatywnych, ogólnie wiążących decyzji dotyczących rozwiązywania problemów społecznych. Wyróżnia się cztery zagadnienia, które wyznaczają stopień politycznego znaczenia newsa: [1] aktorzy społeczni, [2] organy decyzyjne, [3] plan polityczny i [4] zainteresowane podmioty. Dla każdego z tych aspektów kodowana jest obecność [1] lub nieobecność [0] danego zagadnienia w newsie.</p> <p>[1] Dwa lub więcej podmiotów społecznych, które nie zgadzają się co do określonych kwestii społecznych (np. dwie partie, partia i organizacja pozarządowa, wyborcy i politycy, pracodawcy i związki zawodowe). 0 = nieobecny; 1 = obecny</p> <p>[2] Organy państwa (legislacyjne, wykonawcze, sędziowskie), które są lub mogą być zaangażowane w ogólnie wiążące decyzje dotyczące danych problemów społecznych. 0 = nieobecny; 1 = obecny</p> <p>[3] Treść planowanej lub realizowanej decyzji, środek jej realizacji, program działania związany z wybranym problemem społecznym. 0 = nieobecny; 1 = obecny</p> <p>[4] Osoby lub grupy zainteresowane planowaną lub realizowaną decyzją, środkiem jej realizacji lub programem działania. 0 = nieobecny; 1 = obecny</p>
Koncentracja wokół problematyki newsa, wymiar 1: znaczenie indywidualne czy społeczne	<p>Kodowane jest zagadnienie koncentracji newsa na problematyce osobistej lub społecznej. W pierwszym przypadku news dotyczy informacji mających znaczenie osobiste, ma wymiar jednostkowy, mówi o konsekwencji zdarzeń, rozwoju sytuacji, decyzji itp. relacjonowanych z perspektywy jednostkowej. Newsy mające wymiar społeczny relacjonują natomiast wydarzenia o znaczeniu dla całego społeczeństwa. Na przykład raport na temat działań przeciwko zmianom klimatycznym może podkreślać, że wszyscy będą musieli płacić więcej za energię elektryczną (indywidualne znaczenie) lub że wszystkie społeczeństwa przemysłowe będą musiały zmienić sposoby wytwarzania energii (znaczenie społeczne). Zaproponowano także kodowanie pośrednie, jeśli news w podobnym zakresie zwraca się uwagę na obydwa aspekty.</p> <p>Instrukcje kodowania 0 = całkowity lub dominujący nacisk na indywidualne znaczenie/konsekwencje 1 = skupiona uwaga na indywidualnym i społecznym znaczeniu/konsekwencjach 2 = całkowity lub dominujący nacisk na znaczenie/konsekwencje społeczne</p>

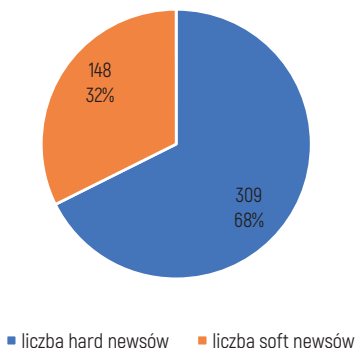
## Rozdział VI. Manipulowanie informacją jako narzędzie polityki

Kategoria	Instrukcja kodowania
<p>Koncentracja wokół problematyki newsa, wymiar 2: ramowanie epizodyczne czy tematyczne</p>	<p>Kodowana jest specyfika newsa w odniesieniu do sposobu ramowania. Prezentowanie epizodyczne oznacza, że problem przedstawiany jest przez pryzmat konkretnego przykładu, studium przypadku lub raportu z jednego konkretnego wydarzenia, np. problematyka bezrobocia przedstawia się na przykładzie kolei losu konkretnej osoby bezrobotnej. News z ramą tematyczną koncentruje się zaś na problemie w szerokim kontekście, np. problematykę bezrobocia przedstawia się, bazując na najnowszych danych dotyczących bezrobocia czy komentarzach ekonomistów lub urzędników państwowych o wpływie bezrobocia na gospodarkę. Zaproponowano także kodowanie pośrednie, jeśli news w równym stopniu odnosi się do obu aspektów.</p> <p>0 = całkowita lub dominująca rama epizodyczna            1 = połączenie ramy epizodycznej i tematycznej            2 = całkowita lub dominująca rama tematyczna</p>
<p>Styl newsa, wymiar 1: relacjonowanie osobiste – bezosobowe</p>	<p>Kodowany jest styl newsa – czy dziennikarz przedstawia w nim swój osobisty punkt widzenia. Istotne jest pytanie, czy news zawiera wyraźnie relacjonowanie osobistego wrażenia dziennikarza, jego interpretacji, sposobu patrzenia na zagadnienie lub opinii. Zaproponowano także kodowanie pośrednie, jeśli news w równym stopniu zawiera osobiste i bezosobowe sposoby relacjonowania.</p> <p>0 = wyłącznie lub głównie osobiste wrażenia            1 = połączenie elementów osobistych i bezosobowych            2 = wyłącznie lub głównie bezosobowa relacja</p>
<p>Styl newsa, wymiar 2: relacjonowanie emocjonalne – bez emocji</p>	<p>Kodowany jest styl newsa w aspekcie emocji w przekazie dziennikarza. Ta kategoria nie dotyczy emocjonalnego potencjału tematu czy wydarzenia będącego tematem newsa. Emocjonalne newsy wykorzystują słowne, wizualne lub dźwiękowe środki służące potencjalnemu wzbudzeniu lub wzmocnieniu uczuć odbiorców. Dokonuje się tego np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– przez dramatyzowanie wydarzeń, tj. prezentowanie ich jako wyjątkowych, ekscytujących lub porywających;</li> <li>– przez afektywne słownictwo i sposób mówienia, np. używanie określeń skrajnych, silnych przymiotników, czasu teraźniejszego w opisie przeszłych wydarzeń, silnego akcentowania;</li> <li>– przez opisywanie lub wizualne przedstawianie wyraźnych emocji (np. bólu, złości, strachu, niepokoju, radości).</li> </ul> <p>Bezemocjonalne newsy przedstawiają informacje rzeczową, unika się słownych, wizualnych lub dźwiękowych środków pobudzających emocjonalnie. Środkową kategorię należy wybrać, jeśli elementy emocjonalne i pozbawione emocji występują w równym stopniu.</p> <p>0 = wyłącznie lub głównie emocjonalnie            1 = połączenie emocjonalnych i bezemocjonalnych elementów            2 = wyłącznie lub głównie bez emocji</p>

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie C. Reinemann et al., *Hard and Soft News. A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2011, vol. 13, no. 2, s. 237 i n.

Jedynie w 6 głównych wydaniach „Wiadomości” TVP spośród 61 analizowanych żaden *news* nie został zakwalifikowany jako *soft news*. W pozostałych 55 audycjach przynajmniej 1 wiadomość miała lekki charakter. Szczegółowa analiza ilościowa dowodzi, że liczba newsów, którym przyznano status *soft*, sięga niemal jednej trzeciej wszystkich nadawanych. W badanym okresie we wszystkich wydaniach programu wyemitowano 457 newsów. Badanie każdego z nich polegało na przypisaniu mu określonej wartości z klucza kategoryzacyjnego. Do grupy *soft news* zakwalifikowano te, które w każdej z kategorii uzyskały wynik 0 lub w przypadku jednej tylko z kategorii od II do V uzyskały wynik 1, w pozostałych – 0. Na tej podstawie ustalono, że liczba *soft news* w badanym materiale wyniosła 148, co stanowi dokładnie 32,39% wszystkich nadanych newsów. Szczegóły prezentuje poniższy rysunek.

Rysunek 1. Udział *hard* i *soft news* w „Wiadomościach” TVP w okresie dwóch miesięcy poprzedzających dzień drugiej tury wyborów prezydenckich

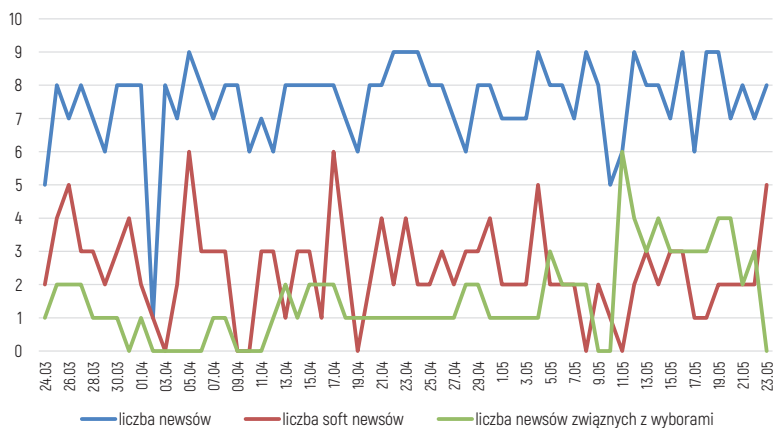


Źródło: Opracowanie własne.

Mając na uwadze, że zawartość „Wiadomości TVP” poddano badaniu w czasie szczególnym, tj. w trakcie kampanii wyborczej, zanalizowano też rozkład *soft news* w czasie. Należałoby się bowiem spodziewać, że w takim

okresie, szczególnie w dniach poprzedzających głosowanie, udział soft newsów będzie mniejszy z uwagi na ważne polityczne wydarzenia, które powinny wypełnić program. Szczegółowe dane uwzględniające rozkład newsów w czasie zaprezentowano rysunku poniżej. Zaznaczono na nim także rozkład w czasie newsów o prezydenckiej kampanii wyborczej. Należy zastrzec, że w 3 przypadkach, w dniach 7 kwietnia oraz 14 i 15 maja, jeden z soft newsów dotyczył właśnie kampanii. Z zaprezentowanych danych wynika, że w okresie kampanii poprzedzającej pierwszą turę wyborów prezydenckich liczba soft newsów była zwykle wyższa od liczby newsów o kampanii. Dopiero przed drugą turą widać nieznaczny spadek liczby soft newsów przy jednoczesnym wyraźnym wzroście liczby wiadomości o kampanii wyborczej.

Rysunek 2. Liczba wszystkich newsów, soft newsów oraz newsów dotyczących prezydenckiej kampanii wyborczej w „Wiadomościach” TVP w kolejnych dniach badania



Źródło: Opracowanie własne.



Z analizy tematycznej soft newsów wynika, że najczęściej do tej grupy zaliczone zostały newsy dotyczące popełnionych przestępstw, a także chorób, leczenia oraz błędów lekarskich. Wskazane dwa tematy przewijały się w ponad jednej trzeciej wszystkich newsów. Szczegółowy rozkład ujęto w poniższej tabeli.

**Tabela 4. Rozkład tematyczny soft newsów w „Wiadomościach” TVP w badanym okresie**

Tematyka soft newsa	Liczba
Przestępstwa	26
Choroby, leczenie, błędy lekarzy	26
Życie gwiazd, arystokratów, festiwale, konkursy, premiery	15
Tragedie lotnicze	10
Wypadki drogowe i kolejowe	9
Wspomnienia znanych nieżyjących	7
O polityce z przymrużeniem oka	7
Katastrofy	7
Postępowania sądowe	6
Ciekawe miejsca	6
Skandale	5
Ciekawostki ze świata nauki i techniki	4
Programy TVP	4
Błędy instytucji	3
Porady	3
Sport i sportowcy	3
Zaginienia	2
Ciekawi ludzie	2
Działalność charytatywna	1
Awarie	1
Zwierzęta	1

**Źródło:** Opracowanie własne.

Problematyka przestępstw w newsach najczęściej dotyka wydarzeń niecodziennych i zająć ze szczególnym okrucieństwem. Wymienić można np. newsy o mężczyźnie, który podpalił żonę, o morderstwie piętnastolatki w Krapkowicach, o zagłodzeniu dziecka czy o kobiecie z Podhala, która pocięła nożem twarz mężczyzny molestującego jej dziecko, a także o piętnastolatku, który zamordował własną babcię, ponieważ jej nie lubił. Już te przykłady dowodzą, że wiadomości mają z założenia elektryzować odbiorców. Dziennikarze najczęściej tworzą relacje, posługując się emocjonalnym stylem, przy czym próżno w tych newsach szukać głębszej treści poza analizą pojedynczego epizodu, sytuacji konkretnego człowieka, bez odniesień do kontekstu społecznego, uwag o społecznych uwarunkowaniach i przyczyn relacjonowanych wydarzeń.

Równie emocjonalne są newsy dotyczące chorób, leczenia i błędów lekarzy. Przywołują one niezwykle często historie dzieci na ogół nieuleczalnie chorych lub sytuacji, w których zabieg operacyjny wymaga zgromadzenia funduszy przekraczających możliwości finansowe rodziny. Nierzadko newsy wskazują na bezdusność systemu finansowania opieki zdrowotnej, często bardzo silnie podkreśla się sensacyjność wydarzenia. Jako przykłady wskazać można newsy dotyczące dziecka, które żyło przez dwie godziny i stało się najmłodszym dawcą narządów, czy chirurga, który wyciął pacjentowi zdrową nerkę

Analiza problematyki soft newsów pozwala wskazać istotną prawidłowość. Okazuje się, że zdecydowana większość wiadomości z tej grupy ma charakter negatywny. Najczęściej ich tematy to przestępstwa, choroby, tragedie, wypadki, katastrofy, postępowania sądowe, skandale czy błędy instytucji. Do skandali zaliczyć można informacje o tym, że miejskimi rowerami nie mogą jeździć osoby otyłe, wróżki muszą posiadać kasę fiskalną, polszczyzna używana przez urzędników jest powszechnie niezrozumiała, pewnej matce odebrano dzieci, ponieważ była zbyt otyła. Wśród soft newsów w zasadzie tylko niektóre informacje z życia gwiazd, o interesujących miejscach i ludziach, ciekawostkach ze świata nauki i techniki, działalności charytatywnej oraz zwierzętach uznać można za jednoznacznie pozytywne. Oznacza to, że optymistyczny charakter miało zaledwie niecałe 20% soft newsów w badanych wydaniach „Wiadomości” TVP.

A zatem mimo dużego znaczenia wyborów prezydenckich polityka rozumiana jako złożony, wieloaspektowy proces, uwikłany w skomplikowane konteksty nie była dostatecznie atrakcyjnym tematem, nawet w trakcie silnie spersonalizowanej prezydenckiej kampanii wyborczej. Chętnie sięgano po newsy o charakterze negatywnym, w których unika się na ogół politycznego kontekstu, silnie skoncentrowane na jednostce, a nie na problemie społecznym, oraz na analizowanym epizodzie, nie zaś na temacie wydarzenia. Ponadto ewidentne jest zaangażowanie emocjonalne dziennikarza, który w narracji odwołuje się do osobistych odczuć i opinii.

Zaprezentowane przykłady i analizy dowodzą, że newsami medialnymi manipuluje się odbiorcą na kilka zasadniczych sposobów. Po pierwsze, wykorzystuje się do tego widoczność i pozycjonowanie danego problemu, wydarzenia czy kandydata, nadając mu określoną rangę, sytuując go w skali ważności w określonym punkcie świadomości odbiorcy. Po drugie, używa się sondaży do prezentowania opinii większości, nierzadko sygnalizując, kto wygra, jakie myślenie jest właściwe lub jak sądzi większość. Analizowane w newsach problemy prezentowane w określonych ramach tematycznych wydają się istnieć tylko w nich. Po trzecie wreszcie, znaczna część newsów mających lekki charakter przyczynia się do infantylizacji i uproszczenia przekazu, co utrudnia widzowi ocenę jego prawdziwości i realnego znaczenia.

## 6.2. Publiczne media narzędziem rządzącej partii

Manipulatorska natura mediów ujawniać może się zwłaszcza w przypadku mediów publicznych. Niejednokrotnie zarówno politycy, jak i sami dziennikarze, a nawet widzowie twierdzili, że media publiczne, szczególnie telewizja, pozostają pod wpływem rządzących. O ile do 2015 roku można mówić o nielicznych przykładach odstępstwa od względnej równowagi, o tyle po wyborach parlamentarnych w 2015 roku media publiczne w Polsce uległy radykalnej zmianie. Nowy rząd przejął nad nimi bezpośrednią kontrolę, zmienił się prezes zarządu TVP, a w samej TVP liczni dziennikarze i wydawcy stracili pracę. Jednak najważniejszą zmianą było wyraźne

przekształcenie profilu kanałów publicznych ze stosunkowo niezależnych w państwowe media z wyraźną populistyczną narracją i jednostronnym partyjnym przekazem. Serwisy informacyjne emitowane w TVP stosują od 2015 roku wiele technik i dokładają wszelkich starań, aby przedstawić punkt widzenia rządu.

Partia rządząca, jej prezes oraz premier rządu, nieco rzadziej zaś prezydent, ukazywani są w TVP i jej serwisach informacyjnych jako główni i niemal jedyni liczący się aktorzy na scenie politycznej. W tym samym czasie opozycja prezentowana jest jako słaba i skonfliktowana, usiłująca, na ogół bezskutecznie, blokować reformy i zmiany. Jej intencją ma być utrudnianie legalnej działalności rządu ze względu na ochronę własnych partykularnych interesów. Punkt widzenia opozycji i jej argumenty są zwykle przedstawiane znacznie krócej, tak aby widzowie potraktowali to tylko jako bezcelowe zahamowanie działań demokratycznie wybranego rządu reprezentującego wierzenia i interesy większości Polaków, którzy poparli rządzącą partię PiS w wyborach. Uwagę zwraca zwłaszcza jednowymiarowość komentarzy i wybór ekspertów wyrażających opinie w programie. Są to zazwyczaj, często zapraszani wielokrotnie, dziennikarze prawicowych mediów, którzy powielają optykę rządzących. TVP i jej programy informacyjne przedstawiają wszystkie koncepcje i idee PiS bezdyskusyjnie. Serwisy wyjaśniają i racjonalizują nawet najbardziej niecodzienne pomysły rządu.

Skala zmian, jakie dokonały się w publicznych mediach, zwłaszcza we flagowym programie – „Wiadomości” TVP i kanale TVP Info, budzi liczne kontrowersje. Część publicystów i polityków twierdzi, że także w okresie poprzedzającym wybory z 2015 roku „Wiadomości” i programy nadawcy publicznego były stronnicze w tym samym stopniu. Inni zadają pytanie, czy ma znaczenie, jaką treść prezentują „Wiadomości” TVP, jeżeli internet staje się coraz popularniejszym kanałem komunikowania politycznego, a telewizja traci swoją pierwszoplanową rolę. Warto przeanalizować wskazane wątpliwości oraz przedstawić przykłady manipulatorskich działań, z jakimi widzowie oglądający przekazy telewizyjne po 2015 roku mogą się zetknąć.

Celowość badań nad zawartością programów i manipulacjami w TVP wynika z kilku zasadniczych przesłanek. Jak już wskazywano, wciąż ponad

70% Polaków wskazuje telewizję jako główne źródło informacji o polityce<sup>15</sup>. Co więcej, „Wiadomości” TVP są historycznie pierwszym po okresie transformacji ustrojowej programem informacyjnym w Polsce, który emitowany jest w TVP nieprzerwanie od 18 listopada 1989 roku<sup>16</sup>. Mają więc zdecydowanie dłuższe tradycje od emitowanych przez programy komercyjne „Faktów” TVN oraz „Wydarzeń” Polsatu. Należy także mieć na uwadze, że przez wiele lat istniały gospodarstwa domowe, które ze względów technicznych lub ekonomicznych miały dostęp jedynie do TVP, co utrudniało im możliwość zapoznania się z ofertą informacyjną telewizji prywatnych. Zmieniło się to dzięki cyfryzacji przekazu sygnału telewizyjnego – niemniej jednak stacje komercyjne w niektórych gospodarstwach domowych w Polsce są obecne od niedawna i dopiero zyskują popularność i zaufanie widzów.

Oprócz tego główne wydanie „Wiadomości” TVP nadawane codziennie o godzinie 19.30 bez wątplenia ma wciąż wysoką oglądalność, a co za tym idzie można uznać je za program opiniotwórczy. Na początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia mogły one liczyć nawet na 16 mln widzów<sup>17</sup>. Wzrastająca liczba źródeł informacji, pojawienie się internetu oraz rozwój telewizji komercyjnych doprowadziły do ponad czterokrotnego spadku oglądalności. Mimo to widownia „Wiadomości” nadal jest wyższa niż 2 mln widzów, przy czym ostatnie lata przyniosły radykalny spadek oglądalności przy jednoczesnym wzroście liczby widzów „Faktów” TVN<sup>18</sup>.

Przed „Wiadomościami”, w odróżnieniu od innych programów informacyjnych nadawanych przez stacje komercyjne, stoją ponadto określone

---

<sup>15</sup> Raport z badań TNS OBOP. *Wiarygodne informacje – czy są dziś w cenie?*, [http://www.tnsglobal.pl/wp-content/blogs.dir/9/files/2016/05/K.023\\_Wiarygodne\\_informacje\\_O03a-16.pdf](http://www.tnsglobal.pl/wp-content/blogs.dir/9/files/2016/05/K.023_Wiarygodne_informacje_O03a-16.pdf) (dostęp 1.02.2017), s. 5.

<sup>16</sup> *O Wiadomościach*, <https://wiadomosci.tvp.pl/17361638/o-wiadomosciach> (dostęp 11.02.2017).

<sup>17</sup> T. Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja: środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 288.

<sup>18</sup> M. Kurdupski, „Fakty” wyprzedziły „Wiadomości” w 2016 roku. „Teleexpress” na czele dzienników (raport), <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/fakty-wyprzedzily-wiadomosci-w-2016-roku-teleexpress-na-czele-dziennikow-raport> (dostęp 2.01.2017).

zadania wynikające z ustawy z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji<sup>19</sup>. Akt ten wskazuje, że program ma realizować obowiązki i powinności nadawcy publicznego, a więc cechować się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.

Aby ocenić, czy „Wiadomości” TVP są od 2015 roku bardziej stronicze i prorządowe niż przed tym rokiem, przeprowadzono pięć niezależnych analiz zawartości newsów z tego programu dotyczących pięciu różnych doniosłych wydarzeń politycznych. Dobrano je tak, aby dwa badania odnosiły się do wydarzeń przed rokiem 2015, gdy władzy nie sprawowało jeszcze PiS, trzy zaś do wydarzeń zaszłych już po zmianach przeprowadzonych w TVP po wygranej PiS. Wybrane do badania wydarzenia zaprezentowano na poniższym rysunku.

Rysunek 3. Dobór doniosłych wydarzeń politycznych do analizy zawartości „Wiadomości” TVP przed i po 2015 roku



Źródło: Opracowanie własne.

<sup>19</sup> Dz.U. z 1993 r., Nr 7, poz. 34.

W pierwszym i drugim badaniu, które obejmowały okres poprzedzający ostatnie wybory parlamentarne, wybrano do analizy newsy dotyczące kampanii wyborczych w 2015 roku. Były to niewątpliwie wydarzenia istotne; poza tym to właśnie sposób relacjonowania prezydenckiej i parlamentarnej kampanii wyborczej w „Wiadomościach” stanowił przyczynę krytyki i sugestii, że konieczne są zmiany w publicznych mediach, do jakich przystąpiono po wyborach<sup>20</sup>. Należałoby się spodziewać, że to właśnie w okresie kampanii wyborczych nieprzychylnie opozycji media byłyby najbardziej stronicze. Do badania wybrano po pięć ostatnich dni prezydenckiej i parlamentarnej kampanii wyborczej. Z kolei po 2015 roku wybrano trzy wydarzenia, które miały doniosłe znaczenie dla polityki, a zarazem były przedmiotem silnego sporu o sposób działania lub oceny wydarzenia przez polityków rządzących i opozycję. Szczegółowe ramy czasowe prowadzonych badań przedstawiono w tabeli poniżej.

**Tabela 5. Dobór dni do analizy zawartości „Wiadomości” TVP**

prezydencka kampania wyborcza 2015	18–22 maja 2015
parlamentarna kampania wyborcza 2015	19–23 października 2015
szczyt NATO w Warszawie	6–10 lipca 2016
wybór Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej	9 marca 2017
prace nad ustawami dotyczącymi sądownictwa, weta prezydenta, protesty społeczne	20–24 lipca 2017

**Źródło:** Opracowanie własne.

Do analizy wykorzystano model badania zawartości telewizyjnych programów informacyjnych zaproponowany przez Network of European Political Communication Scholars. Jego celem jest możliwość porównywania

<sup>20</sup> R. Markowski, *The Polish Parliamentary Election of 2015. A Free and Fair Election That Results in Unfair Political Consequences*, „West European Politics” 2016, vol. 39, s. 1319 i n.

wyników analiz zawartości newsów dokonywana przez różnych badaczy w różnych państwach<sup>21</sup>. W badaniu wykorzystano koncepcję pomiaru równowagi newsów (*political balance in the news*) rozumianą jako przeciwieństwo stronniczości (*partisan media bias*), czyli uprzywilejowania w zakresie prezentowania określonej partii lub polityka<sup>22</sup>. W schemacie klucza kategorizacyjnego proponowano kodować obecność polityków w newsach na jeden z czterech sposobów: gdy został wymieniony, zacytowany, pokazany lub gdy sam coś mówił. Wobec tego, że w badanych newsach niemal zawsze polityk, który w ogóle w jakiegokolwiek formie się pojawił, także coś mówił, postanowiono widoczność mierzyć wyłącznie przez analizę wypowiedzi polityków, a do pomiaru wykorzystać nie liczbę wystąpień, ale ich czas mierzony w sekundach. Drugi i trzeci aspekt pomiaru równowagi newsów, czyli wydzwięk sposobu prezentowania polityków, zbadano w całości zgodnie z zaproponowaną koncepcją. Schemat kodowania ujęto w tabeli.

Tabela 6. Klucz kategorizacyjny zastosowany w badaniu zawartości „Wiadomości” TVP

Kategoria	Instrukcja kodowania
Widoczność	<p>W badaniu kodowani są wszyscy polscy politycy, którzy występują w newsach. Zmienna może zostać zakodowana na jeden z czterech sposobów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (W) „wymieniony” – wspomniane zostaje nazwisko polityka lub jego funkcja w taki sposób, że oczywiste jest, o kim jest mowa, przy czym polityk nie jest pokazywany;</li> <li>– (C) „cytowany” – polityk nie jest pokazywany, ale wspomina się o nim, cytując treść jego wypowiedzi;</li> <li>– (P) „pokazany” – polityk jest widoczny w newsie;</li> <li>– (M) „mówi” – polityk wypowiada jakiegokolwiek słowa, które widz może rozpoznać, zrozumieć.</li> </ul> <p>Kodowana jest najwyższa z kategorii [czyli jeśli polityk został wymieniony „W” i pokazany „P”, news zakodowany zostaje jako „P”].</p>

<sup>21</sup> F. Esser, J. Strömbäck, C.H. de Vreese, *Reviewing Key Concepts. A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2011, vol. 13, no. 2, s. 139.

<sup>22</sup> D.N. Hopmann, P. Van Aelst, G. Legnante, *Political Balance in the News*, op. cit., s. 241.



## 6.2. Publiczne media narzędziem rządzącej partii

Wydzwięk	<p>W badaniu kodowani są wszyscy polscy politycy, którzy występują w newsach. Zmienna może zostać zakodowana na jeden z czterech sposobów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– (K) korzystny – news ma jednoznacznie pozytywną dla polityka konotację;</li> <li>– (N) niekorzystny – news ma jednoznacznie negatywną dla polityka konotację;</li> <li>– (A) ambiwalentny – news może zostać odebrany zarówno pozytywnie, jak i i negatywnie;</li> <li>– (Ne) neutralny – news nie zawiera ani pozytywnych, ani negatywnych znaczeń czy konotacji.</li> </ul>
Problem	W badaniu kodowany jest dominujący problem każdej wiadomości.

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie: D.N. Hopmann, P. Van Aelst, G. Legnante, *Political Balance in the News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2011, vol. 13, no. 2, s. 257.

W przeprowadzonych badaniach porównano widoczność aktorów politycznych i wydzwięk newsów o nich związanych z rządzącymi i z opozycją, listę problemów podejmowanych w newsach oraz sposób ich prezentacji. Ogółem zarejestrowano 21 wydań „Wiadomości”. Jako jednostkę rejestracji przyjęto pojedynczą informację (newsa), jednostką pomiaru zaś była 1 sekunda. Do badań zakwalifikowano wszystkie newsy dotyczące jakkolwiek analizowanego tematu, nadane w okresie, którego dotyczyło badanie – w sumie 77 newsów. Szczegółowe dane na temat liczby i czasu trwania newsów zgromadzono w poniższej tabeli.

**Tabela 7. Charakterystyka materiału badawczego**

prezydencka kampania wyborcza 2015	16 newsów 1 h 3 m 22 s
parlamentarna kampania wyborcza 2015	22 newsy 1 h 14 m 36 s
szczyt NATO w Warszawie	19 newsów 1 h 2 m 27 s
wybór Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej	2 newsy 10 m 47 s
prace nad ustawami dotyczącymi sądownictwa, weta prezydenta, protesty społeczne	18 newsów 1 h 13 m 39 s

**Źródło:** Opracowanie własne.

Jak już wskazywano, za miernik widoczności polityków w newsach przyjęto czas ich wypowiedzi w sekundach. Następnie dla poszczególnych polityków obliczono odsetek czasu ich wypowiedzi względem czasu wypowiedzi wszystkich polityków, którzy zabierali głos w newsach w każdym badaniu. W newsach o prezydenckiej kampanii wyborczej brano pod uwagę dwóch głównych kandydatów. Z kolei w przypadku newsów o wyborach parlamentarnych, szczytu NATO i reformy sądownictwa zsumowano odsetki wypowiedzi polityków wywodzących się z tej samej partii politycznej, gdyż kluczowy z perspektywy badania pozostaje udział wypowiedzi przedstawicieli rządzących i opozycji. W przypadku badania dotyczącego wyboru Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej odnotowano głównie wypowiedzi ekspertów i polityków zagranicznych, stąd określanie widoczności polityków krajowych okazało się bezcelowe. Wyniki nie muszą sumować się do 100%, ponieważ rejestrowano i mierzono czas wypowiedzi wszystkich polityków w newsach, a dopiero następnie przypisywano polityka do partii politycznej, zatem wypowiedzi polityków bezpartyjnych lub pełniących dane funkcje państwowe w przeszłości zajęły określony odsetek czasu wszystkich wypowiedzi, ale nie zostały przypisane do żadnej partii politycznej. Poniżej znajdują się wyniki analizy.

**Tabela 8. Widoczność (wypowiedzi polityków obliczone w sekundach jako odsetek czasu wypowiedzi wszystkich aktorów politycznych w danym badaniu)**

	Andrzej Duda				Bronisław Komorowski	
	PIS	PO	PSL	Nowoczesna	Kukiz'15	
prezydencka kampania wyborcza	45,2				54,8	
kampania przed wyborami parlamentarnymi	26,18	28,12	6,85	8,84	6,09	
szczyt NATO w Warszawie	49,39	4,57				
reforma sądownictwa, protesty, weto prezydenckie	42,49	28,15	1,38	5,87	4,84	

**Źródło:** Opracowanie własne.

Z zaprezentowanych danych wynika, że „Wiadomości” po wyborach parlamentarnych w 2015 roku rzadziej przedstawiały wypowiedzi polityków partii opozycyjnych. Analiza czasu wypowiedzi kandydatów w okresie kampanii wyborczych dowodzi względnej równowagi czasu, jaki poświęcono jej uczestnikom. W przypadku kandydatów w wyborach prezydenckich, Andrzeja Dudy i Bronisława Komorowskiego, w ciągu pięciu dni bezpośrednio poprzedzających datę głosowania nieznacznie różnił się odsetek czasu wypowiedzi urzędującej głowy państwa od odsetka czasu, który przypadł jego konkurentowi. Jeszcze bliższe sobie są odsetki czasu poświęconego dwóm głównym partiom politycznym w elekcji parlamentarnej – PiS oraz PO. Można oczywiście mówić o przewadze czasu wypowiedzi polityków PO i kandydata Bronisława Komorowskiego, jest ona jednak minimalna.

Inaczej rysują się proporcje czasu wypowiedzi polityków PiS i PO w newsach z 2016 i 2017 roku, na wyraźną korzyść partii wówczas rządzącej. Z zaprezentowanych danych wynika, że w relacjach ze szczytu NATO w Warszawie „Wiadomości” niemal połowę czasu antenowego poświęconego na wypowiedzi polityków oddały reprezentantom partii rządzącej, wypowiedzi polityków opozycji stanowiły zaś jedynie niecałe 5% czasu przeznaczonego na wypowiedzi w ogóle. Nieznacznie bardziej zrównoważone pozostają relacje pomiędzy odsetkiem czasu wypowiedzi polityków PiS i PO w przypadku relacjonowania protestów społecznych i przebiegu prac nad reformą sądownictwa. Mniejsza ilość wypowiedzi polityków opozycji w programie sugerować może próbę ukrycia ich stanowiska, zaprezentowania go jako mniej popularnego czy mniej ważnego – a więc w istocie przekaz został poddany manipulacji.

W dalszej części badania każdy *news* dotyczący analizowanych problemów poddano ocenie pod kątem jego wydzwięku. W przypadku dwóch pierwszych badań oddzielnie badano wydzwięk newsów poświęconych kandydatom na prezydenta oraz rywalizującym w wyborach partiom politycznym. W pozostałych badaniach określono wydzwięk z perspektywy rządu i partii rządzącej. Wyniki przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 9. Wydzźwięk newsów

	Andrzej Duda				Bronisław Komorowski			
	K	N	A	Ne	K	N	A	Ne
	wybory prezydenckie	0	1	5	2	1	0	2
	PiS				PO			
	K	N	A	Ne	K	N	A	Ne
	wybory parlamentarne	0	1	2	8	0	2	3
Wydarzenie	Stosunek do rządzących							
	K		N		A		Ne	
szczyt NATO w Warszawie	17		0		2		0	
wybór Donalda Tuska na przewodniczącego RE	2		0		0		0	
reforma sądownictwa, protesty, weto prezydenckie	15		0		0		0	

Legenda: K – korzystny, N – niekorzystny, A – ambiwalentny, Ne – neutralny.

Źródło: Opracowanie własne.

Analiza wydzźwięku newsów emitowanych w „Wiadomościach” TVP z lat 2015 oraz 2016 i 2017 prowadzi do wniosku, że zdecydowanie bliższe modelowi równowagi były materiały z okresu dwóch kampanii wyborczych w 2015 roku. W przypadku kampanii prezydenckiej mówić można wprawdzie o nieznacznie bardziej krytycznym nastawieniu wobec Andrzeja Dudy, jednak obecność newsów neutralnych i ambiwalentnych świadczy o wielostronnej prezentacji kandydatów i partii w kampaniach. Tymczasem w przypadku relacjonowania szczytu NATO niemal 90% newsów była korzystna dla rządu, natomiast w 2017 roku już wszystkie materiały dotyczące obu badanych wydarzeń miały wydzźwięk jednoznacznie prorządowy. Program nadawany przez TVP nie tylko nie zawierał nigdy jakiegokolwiek

krytycznej uwagi na temat rządu – nie było nawet żadnego newsa, który można by potraktować jako ambiwalentny.

Oceniając sposób prezentacji problemów w czasie prezydenckiej i parlamentarnej kampanii wyborczej w „Wiadomościach”, można wskazać, że dominowały usiłowania wielostronnego zaprezentowania programów i kandydatów<sup>23</sup>. Podkreślano niepewny wynik elekcji, wskazywano, jak bardzo wynik pierwszej tury wyborów prezydenckich zmienił dynamikę kampanii. Podkreślano mobilizację w sztabach obydwu kandydatów, przypominano debaty. W podobnym tonie utrzymana była tonacja newsów w parlamentarnej kampanii wyborczej. I w tym przypadku podkreślano niepewność co do wyniku, a nawet wejścia do parlamentu mniejszych ugrupowań. Nie wartościowano ani kampanii wyborczej, ani szans na realizację programu którejkolwiek z partii. Tonację „Wiadomości” z 2015 roku uznać należy zatem za bliską neutralności.

W newsach z 2016 i 2017 roku zdecydowano się na kontekst prezentacji problemów korzystny dla partii rządzącej, jawnie manipulując sposobem prezentacji treści, jej tłem i znaczeniem. Szczyt NATO w Warszawie przedstawiono jako wielki sukces PiS oraz urzędującego prezydenta Andrzeja Dudy, w dalszej kolejności pojawiały się zaś newsy przedstawiające szczyt jako osiągnięcie strategiczne i militarne oraz newsy o zawiści i złośliwości opozycji w związku z sukcesami szczytu. Wybór Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej tłumaczono jako sukces polskiego rządu, który obnażył niedemokratyczne procedury skostniałej UE, wyjaśniano też, że wybór ten stanowi w istocie realizację interesów Niemiec. W lipcu 2017 roku z kolei w „Wiadomościach” najczęściej przedstawiano reformę sądownictwa jako przerwanie bezkarności „kasty sędziowskiej”, wskazywano też, że protesty społeczne przeciwników reform służą rewolucyjnemu przejściu władzy, a trzecią najczęściej pojawiającą się osią tematyczną była problematyka ogólnej niesprawiedliwości sądów.

---

<sup>23</sup> R. Klepka, *Relacjonowanie prezydenckiej kampanii wyborczej w 2015 roku przez „Wiadomości” TVPi: zrównoważone czy stronnicze?*, „Przegląd Politologiczny” 2017, nr 2, s. 157 i n.; idem, *Rywalizacja o fotel prezydencki: obraz głównych kandydatów w kampanii wyborczej 2015 roku w „Wiadomościach” TVP*, „Studia Politicae Universitatis Silesiensis” 2017, nr 19, s. 243 i n.

Na oddzielną uwagę przy analizie newsów z 2016 i 2017 roku zasługuje metoda prezentacji problemów. Posługiwano się odpowiednią manipulacją faktami z najnowszej historii – wskazano, że Polski w NATO najbardziej chciał Jarosław Kaczyński i inne osoby związane z PiS, pominięto zaś pozostałych zaangażowanych w tę kwestię polityków. Co równie typowe, manipulowano wypowiedziami i relacjami z wydarzeń tak, by były korzystne dla rządzących. Wskazano, że Barack Obama docenił polski wkład w budowanie demokracji, pominięto zaś niewygodne dla rządzących wypowiedzi i wydarzenia z czasu wizyty prezydenta USA. W newsach „Wiadomości” często także nadawano neutralnym słowom nieneutralny kontekst – np. „brukselskie elity” czy „unijne standardy demokracji”.

W „Wiadomościach” znaczącą rolę przypisać należy przemilczeniom jako formie manipulacji. W programie nie przytoczono krytycznej wypowiedzi prezydenta Baracka Obamy, która padła podczas szczytu NATO w Warszawie. Powiedział on tego dnia do prezydenta Andrzeja Dudy: „Jako wasz przyjaciel i sojusznik namawiam do zachowania instytucji demokratycznych”. Nie podawano liczby manifestujących w obronie konstytucji ani informacji o skali poparcia dla Donalda Tuska wśród unijnych polityków czy opinii wszystkich głosujących w stosunku do polskiej delegacji i kandydatury Jacka Saryusza-Wolskiego.

Zmienił się też język newsów. Uwagę zwraca daleko idąca etykietyzacja. Prezentacji wypowiedzi towarzyszy automatyczna ocena: określone nazwanie polityka, partii, działania czy jego cechy. Jawną manipulacją dokonaną z pomocą etykietyzacji są takie wypowiedzi dziennikarzy prowadzących i reporterów, jak: „Borys Budka zaatakował”, „totalna opozycja nie tylko straszyla...”, „[Donald Tusk] miał łagodzić spory, teraz sam jest ich twarzą”, „histeria czy prowokacja, kolejnego posła totalnej opozycji nie udało się uspokoić”, „pierwsza prezes Sądu Najwyższego zdecydowała się na listowną presję na prezydenta”. W newsach z 2016 i 2017 roku określenia charakterystyczne dla retoryki PiS, takie jak „dobra zmiana”, „opozycja totalna” czy „nadzwyczajna kasta” weszły do języka relacjonowania polityki w „Wiadomościach” TVP i traktowane były jako naturalne i powszechnie stosowane.

Manipulacji dokonywano także na polu doboru komentatorów i ekspertów. W newsach z 2016 i 2017 roku byli nimi publicyści prawniczych

portali, bardzo rzadko naukowcy, niemal zawsze pozytywnie nastawieni do obozu rządzącego, rzadko neutralni. Zwykle pojawiały się regularnie te same osoby, czyli Stanisław Janecki, Michał Karnowski i Jacek Karnowski („wSieci”), Paweł Lisiecki i Rafał Ziemkiewicz („Do Rzeczy”) czy Marzena Nykiel (wPolityce.pl). Nie prezentowano z reguły opinii korzystnych dla opozycji, a jeśli tak się zdarzyło, natychmiast komentowano ją jako błędną i po niej przedstawiano kilka opinii korzystnych dla rządzących.

Bardziej spektakularnych przykładów medialnych manipulacji dostarcza jakościowa analiza treści. Objęła one losowo wybrane wydania „Wiadomości” TVP oraz serwisów informacyjnych w TVP 3. Do badania wybrano newsy najbardziej charakterystyczne i wyraziste, a zarazem reprezentatywne dla stylu i sposobu prezentacji polityki w serwisach informacyjnych TVP. Jednym z najbardziej znaczących i czytelnych elementów identyfikacji wizualnej programu było zapisanie nagłówka na pasku u dołu ekranu. Nagłówek ten streszczał i wyjaśniał istotę i przesłanie newsa. Bardzo popularną formą manipulacji stosowaną w „Wiadomościach” TVP w ostatnim czasie było określanie Polaków jako jednolitej, zwartej grupy, która popiera PiS i ufa rządowi. Treść nagłówków nie znajdowała żadnego uzasadnienia merytorycznego w newsie, jednak manipulowała odbiorcami, przekonując ich, że powinni myśleć tak jak wszyscy Polacy. Poniżej przedstawione są przykłady tego typu pasków u dołu ekranu.

Rysunek 4. Pasek „Wiadomości” TVP z 28 lipca 2017 roku



Źródło: „Wiadomości” TVP.

Rysunek 5. Pasek „Wiadomości” TVP z 6 sierpnia 2017 roku



Źródło: „Wiadomości” TVP.



## 6.2. Publiczne media narzędziem rządzącej partii

Rysunek 6. Pasek „Wiadomości” TVP z 15 sierpnia 2017 roku



Źródło: „Wiadomości” TVP.

Rysunek 7. Pasek „Wiadomości” TVP z 27 sierpnia 2017 roku



Źródło: „Wiadomości” TVP.

Rysunek 8. Pasek „Wiadomości” TVP z 2 października 2017 roku



Źródło: „Wiadomości” TVP.

Rysunek 9. Pasek „Wiadomości” TVP z 13 listopada 2017 roku



Źródło: „Wiadomości” TVP.

O Polakach mówiono w serwisach informacyjnych tak, by chwalić przy tym rząd i podkreślać, że Polacy mu ufali i popierali zmiany. Uwagę zwraca

wspominany już brak informacji na temat źródła tych przekonań. W materiale nie ma wyników ankiety czy wzmianki, skąd wiadomo, że wszyscy Polacy popierali, wierzyli, zdobywali i osiągnęli. *News* nie wyjaśniał, skąd redakcja wie, że większość Polaków popierała reformę sądownictwa proponowaną przez PiS. Nie wiadomo, na podstawie jakich przesłanek sformułowano wniosek, że Polacy byli dumni ze swojej armii. Jeszcze bardziej enigmatyczne pozostawało zapewnienie, że Polacy skorzystają na silnej gospodarce. Operowanie kategorią „wszystkich Polaków” była formą manipulowania szczególnie słabiej wykształconymi i mniej zorientowanymi widzami, którzy nie traktowali newsa jako realizacji rządowej polityki informacyjnej, ale jako wiarygodną i sprawdzoną przez dziennikarzy i redakcję wiadomość.

Niektóre konstrukcje, takie jak „wszyscy Polacy”, oprócz sugerowania, że Polacy popierają partię rządzącą, służyły budowaniu opozycji: *my vs. oni* – nasi wrogowie. Przykładem takiego nagłówka było „Polacy przypominają Niemcom o swoich zbrodniach”. Oznaczało to, że Niemcy byli wrogiem Polski, a Polacy pamiętali krzywdy II wojny światowej i chcieli odszkodowań. Wrogami Polaków, innymi, a więc nie-Polakami, byli także lewicowi politycy oraz wszyscy, którzy nie popierali rządów PiS. W wiadomościach nadawanych przez programy telewizji publicznej koncepcja „innych” i „wrogów” była konstruktywnie rozwijana. W analizie wybranych programów z lat 2016–2017 udało się zidentyfikować ponad 40 wrogów, którzy zagrażali Polakom, rozumianym jako „my”. Poniżej przedstawiono jedynie przykładową listę wrogów, stworzoną wyłącznie na podstawie nagłówków.

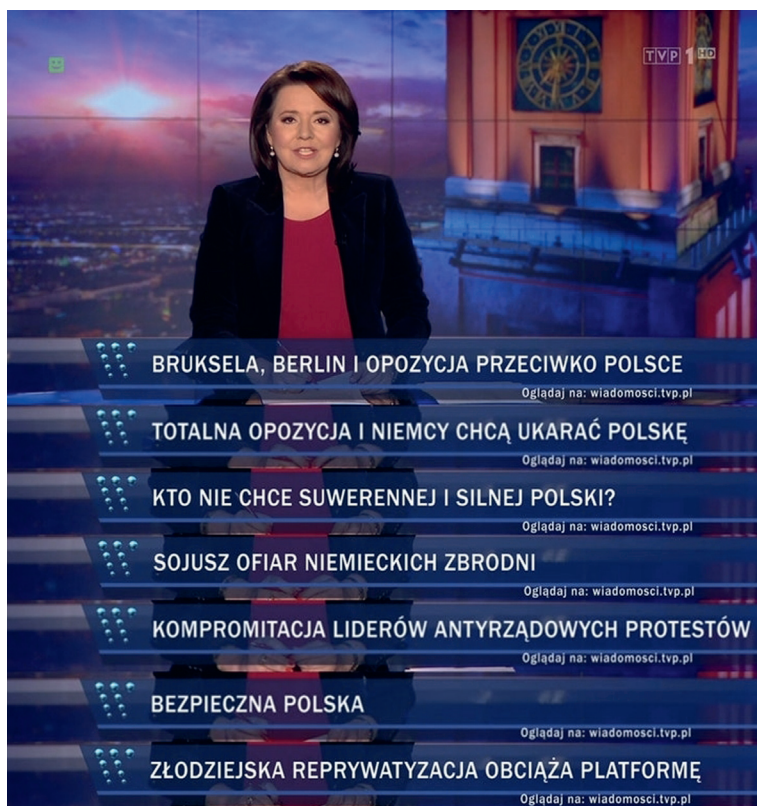
Tabela 10. Wrogowie Polski według pasków w programach informacyjnych nadawanych w TVP w latach 2016–2017

My	Oni, inni, wrogowie
Polacy, PiS, rząd „dobrej zmiany”, premier Beata Szydło	Bruksela, Berlin, Niemcy, PO, liberałowie, Hanna Gronkiewicz-Waltz, totalna opozycja, Leszek Balcerowicz, Nowoczesna, Emmanuel Macron, sędziowie, Władysław Frasyniuk, Komitet Obrony Demokracji (KOD), Frans Timmermans, niemiecka telewizja, Radosław Sikorski, Donald Tusk, Grzegorz Schetyna, uchodźcy, młodzi lekarze, elita UE, Lech Wałęsa

Źródło: Opracowanie własne.

Aby zorientować się, jaka była skala manipulowania lękiem, poczuciem niepewności i zagrożenia przez prezentowanie wrogów, wystarczy zapoznać się z paskami z programu „Wiadomości” TVP z 20 grudnia 2017 roku. W jednym wydaniu audycji jako wrogowie zaprezentowane zostały: Bruksela, Berlin, Niemcy, opozycja, przywództwo antyrządowego protestu i PO.

Rysunek 10. Paski „Wiadomości” TVP z 20 grudnia 2017 roku



Źródło: „Wiadomości” TVP.

Niezwykle często do wrogów dopasowywano w programach TVP epitety, które miały w wartościować ich jednoznacznie negatywnie. Szeregu przykładów dostarcza telewizyjna relacja z protestów związanych z reformą sądownictwa. Sądy i sędziów przedstawiano nie jako wrogów zwykłych ludzi, ale także jako przestępców, „nadzwyczajną kastę” i ludzi butnych. Manipulacja dokonywała się tu zarówno na poziomie języka – w słowach wartościujących negatywnie – jak i przeniesienia znaczenia z jednostki na całą grupę. Seria nagłówków dotyczących sędziów znajduje się na poniższym rysunku.

Rysunek 11. Paski „Wiadomości” TVP dotyczące sędziów

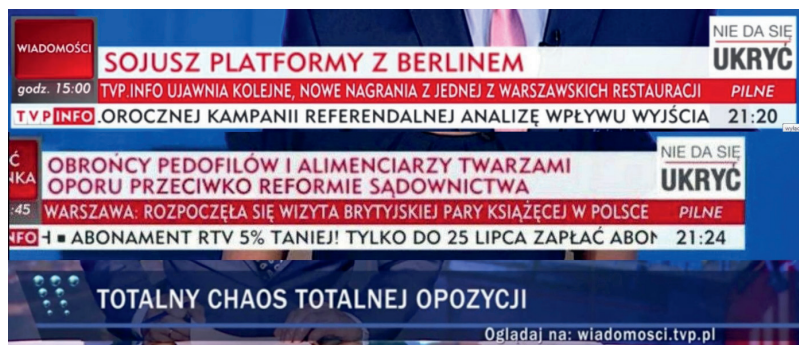


Źródło: „Wiadomości” TVP.

Manipulacja w programach informacyjnych TVP wiąże się z ujmowaniem w nich opinii korzystnych dla rządu i partii rządzącej tak, aby widz był przekonany, że jest to fakt, a nie opinia. Budowanie obrazu wroga, który niszczy pokój i dobrobyt Polaków, zawsze wiązało się z nadawaniem epitetów i etykiet, które odnosiły się do rzeczywistych lub urojonych cech wroga. Etykiety były zwykle bardzo ogólne, ale tworzyły specyficzny nastrój i ocenę, zasadniczo pozbawione były natomiast treści. Dobitym przykładem może

być pasek, według którego niemieccy posłowie do Parlamentu Europejskiego i politycy opozycji mieli podobne zdanie. Określono to słowami „Sojusz Platformy z Berlinem”. Najbardziej szokującym paskiem manipulującym opinią widzów na temat protestów przeciwko reformie sądownictwa był pasek o treści „Obroncy pedofilów i alimenciarzy twarzami oporu przeciwko reformie sądownictwa”. Był to typowy przykład manipulacji przez dyskredytację – osobiste przymioty dwojga uczestników protestu przedstawiono tak, by przenieść je na tysiące osób biorących udział w proteście. Chodziło przy tym o opinie wyrażone na zupełnie inny temat przez aktorkę Dorotę Stałińską i dziennikarza Jacka Żakowskiego, które pozostawały bez jakiegokolwiek związku z protestami przeciwko reformie sądownictwa. Znaczna część ogromnej liczby sformułowań z pasków „Wiadomości” TVP oraz programów TVP Info wymierzona była w opozycję, jak m.in. często powtarzający się nagłówek „Totalny chaos totalnej opozycji”. Omówione nagłówki znajdują się na poniższym rysunku.

Rysunek 12. Paski „Wiadomości” TVP i programów TVP Info dotyczące opozycji



Źródło: „Wiadomości” TVP.

Powyższe przykłady dowodzą, że skala manipulacji w rządowej telewizji, także w demokracji, może być ogromna. Główne wydanie serwisu

informacyjnego o najdłuższej historii w III RP stało się programem propagandowym, odległym zarówno od realizowania powinności wynikających z przywołanej ustawy, jak i od standardów programów informacyjnych typowych dla państw europejskich o ugruntowanym ustroju demokratycznym. W dalszym ciągu, tak jak w niektórych państwach Europy Środkowo-Wschodniej typu Węgry, mamy w Polsce do czynienia z polityzacją mediów publicznych, które pozostają w dużej mierze zależne od partii politycznych, traktujących je instrumentalnie. Wydaje się, że ponad ćwierć wieku od początków transformacji w Polsce to wciąż okres zbyt krótki, by wzorce i standardy powstałe w Europie Zachodniej zostały u nas przyjęte i zrealizowane. Nie ulega jednak wątpliwości, że po 2015 roku skala manipulacji w publicznych mediach, w szczególności w telewizji, osiągnęła poziom nieznany dotąd po 1989 roku.

### 6.3. Tygodniki opinii jako stronnicy gracze na scenie politycznej

Oczekiwanie obiektywizmu i braku stronniczości stawiane są mediom elektronicznym, w szczególności telewizji, zdecydowanie częściej niż prasie. W dużej mierze za typowe i historycznie uzasadnione uznaje się istnienie prasy politycznej, stronnicej i takiej, która nawet jeśli nie reprezentuje konkretnej partii politycznej, to przynajmniej ma określoną linię polityczną: liberalną, lewicową czy konserwatywną. Brak neutralności prasy może jednak oznaczać zarówno niemal neutralny charakter z założeniem nieznacznego sympatyzowania z wybraną partią polityczną, jak i skrajnie manipulatorskie oraz wybiórcze prezentowanie treści podporządkowane realizacji interesów konkretnego stronnictwa politycznego.

Szczególnie interesującą grupę czasopism podejmujących tematykę polityczną stanowią tygodniki opinii, określane także mianem tygodników społeczno-politycznych. Choć telewizyjne programy informacyjne stanowią najpopularniejsze źródło wiedzy o wydarzeniach politycznych, to ich widzami są także osoby, które w ograniczonym tylko zakresie interesują się polityką i nierzadko traktują oglądanie wiadomości jedynie jako codzienny rytuał. Grupa czytelników tygodników opinii jest mniejsza. Są one adresowane głównie do tej części społeczeństwa, która wykazuje szczególne

zainteresowanie bieżącymi problemami politycznymi. Należy domniemywać, że w tej grupie dominują czytelnicy biorący udział w wyborach, którzy sięgają po prasę świadomie, by zyskać bardziej pogłębioną wiedzę od tej dostępnej w codziennych telewizyjnych programach oraz by zapoznać się z szerszymi komentarzami i opiniami na temat życia społeczno-politycznego<sup>24</sup>.

Jak wskazuje Stephan Russ-Mohl, tygodniki społeczno-polityczne zaliczają się do prasy jakościowej, co oznacza, że adresowane są głównie do inteligencji, czyli elit i decydentów danego państwa; dystrybuowane są zwykle na poziomie krajowym, a nie regionalnym; oraz dogłębnie omawia się w nich aktualności wraz z ich głębokimi kontekstami. Istnienie i rozwój prasy jakościowej zależy od:

- stopnia wykształcenia i zamożności społeczeństwa – musi istnieć wykształcony i świadomy czytelnik, który będzie gotów zapłacić za wiadomości i ich analizę;
- tradycji kulturowej: w krajach północnych istnieje nawyk czytania czasopism, podczas gdy w krajach południowych taka tradycja ogranicza się do wąskich elit;
- systemu sprzedaży – jeśli istnieje silna konkurencja między tytułami, jest mniej prawdopodobne, że rozwinie się prasa wysokiej jakości;
- stopnia centralizacji państwa – w krajach takich jak Francja, Wielka Brytania i Austria prasa wysokiej jakości koncentruje się w stolicy; w państwach bardziej zdecentralizowanych, takich jak USA, Niemcy i Szwajcaria, tytuły takie są bardziej rozproszone pomiędzy różne miasta i regiony;
- wielkości państwa: w mniejszych państwach trudniej jest o wysokiej jakości prasę, choć państwa takie jak Dania, Holandia i Szwajcaria dowodzą, że istnieją chlubne wyjątki od tej reguły<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup> R. Klepka, *Wybrane tygodniki opinii i telewizyjne programy informacyjne w prezydenckiej kampanii wyborczej 2015: neutralne czy stronnicze?*, [w:] *Polskie wybory 2014–2015. Kontekst krajowy i międzynarodowy – przebieg rywalizacji – konsekwencje polityczne*, red. M. Kolczyński, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017, s. 186.

<sup>25</sup> S. Russ-Mohl, *Quality Press*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008, s. 4064 i n.



W 2005 roku za pięć najbardziej prestiżowych tytułów prasy opinii na świecie uważano brytyjski „Financial Times”, „The Wall Street Journal” z USA, niemiecki „Frankfurter Allgemeine Zeitung”, francuski „Le Monde” oraz szwajcarski „Neue Zürcher Zeitung”. W przypadku polskich tygodników opinii do najpopularniejszych w pierwszym kwartale 2018 roku należały „Polityka”, „Newsweek Polska”, „W Sieci”, „Tygodnik Do Rzeczy”, „Gazeta Polska” oraz „Wprost”<sup>26</sup>.

Chcąc sprawdzić, w jakim stopniu polskie tygodniki opinii są wszechstronnym źródłem informacji oraz forum prezentacji opinii, a w jakim tylko manipulują opiniami, zawsze opowiadając się po tej samej stronie sceny politycznej, warto przeanalizować widoczność oraz wydźwięk materiałów medialnych w trzech tygodnikach opinii mających najwyższą sprzedaż w czasie, w którym tygodniki pozostawać powinny najbardziej aktywne. Za okres taki uznano kampanię przed wyborami prezydenckimi w 2015 roku. Analizie poddano wybrane tygodniki opinii, które ukazały się w okresie sześciu tygodni poprzedzających pierwszą turę wyborów prezydenckich 10 maja 2015 roku. Na podstawie danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy oraz Instytutu Monitorowania Mediów za marzec 2015 roku wybrano do analizy tygodniki „Newsweek”, „Polityka” i „Wprost”. Dane na temat rozpowszechniania płatnego razem oraz opinio-twórczości wybranych tygodników zaprezentowano w poniższych tabelach.

Tabela 11. Rozpowszechnianie płatne razem wybranych tygodników społeczno-politycznych

Tytuł	marzec 2015	kwiecień 2015	maj 2015
„Newsweek Polska”	123 555	112 260	104 331
„Polityka”	116 377	118 738	115 726
„Wprost”	113 288	105 500	103 687

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy dostępnych na portalu WirtualneMedia.pl.

<sup>26</sup> M. Kurdupski, „Sieci” z największym spadkiem w I kwartale, „Tygodnik Powszechny” i „Przegląd” ze wzrostami, <http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/sprzedaz-tygodnikow-opinii-i-kwartal-2018-gosc-niedzielny-sieci> (dostęp 25.05.2018).

Tabela 12. Najbardziej opiniotwórcze tygodniki (opiniotwórczość mierzona liczbą cytowań)

Tytuł	marzec 2015	kwiecień 2015	maj 2015
„Wprost”	386	146	81
„Newsweek Polska”	200	88	145
„Polityka”	72	44	51

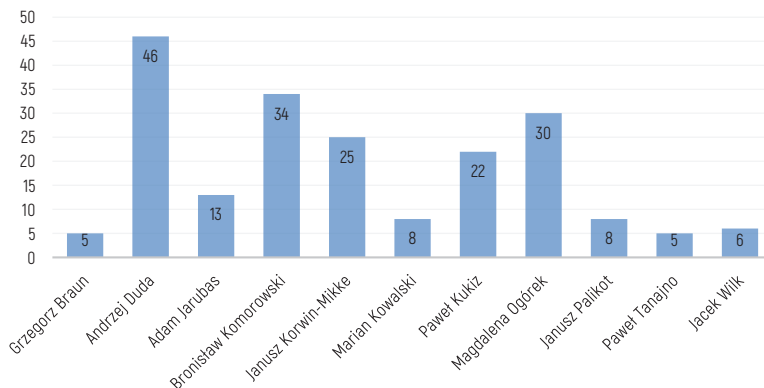
**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Monitorowania Mediów: *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w marcu 2015 roku*, s. 9; *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w kwietniu 2015 roku*, s. 9; *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w maju 2015 roku*, s. 9.

Problematykę wyborów prezydenckich w okresie sześciu tygodni poprzedzających datę pierwszej tury wyborów podjęto na łamach badanych tygodników 85 razy. Najwięcej publikacji znalazło się w tygodniku „Polityka” – 35 tekstów, nieco mniej w „Newsweeku” – 27 materiałów, najmniej zaś we „Wprost” – łącznie 23 teksty. Analizując treść każdego z materiałów, które podejmowały problematykę wyborów prezydenckich, kampanii wyborczej oraz kandydatów, próbowano wybrać teksty, które nie zawierałyby oceny kandydatów, a więc miały charakter stricte informacyjny. Ogółem na łamach „Newsweeka”, „Polityki” i „Wprost” jedynie 14,1% publikacji nie oceniało żadnego z kandydatów. Najczęściej dotyczyły one metod głosowania czy znaczenia wyborów prezydenckich i samego urzędu lub prezentowały listę osób, które złożyły wymaganą liczbę podpisów, by stanąć do wyborczej rywalizacji. Najwyższy odsetek publikacji informujących znalazł się w tygodniku „Wprost” – 21,7%, najniższy zaś w „Newsweeku” – poniżej 10% wszystkich publikacji. Tygodniki stawiały sobie zatem za cel raczej kreować opinie o kandydatach niż tylko prezentować fakty.

Badane tygodniki nie poświęciły tyle samo uwagi każdemu z kandydatów. Najczęściej pisano o Andrzeju Dudzie i Bronisławie Komorowskim. Dalej pod względem częstotliwości występowania materiałów ich przywołujących uplasowali się Magdalena Ogórek, Janusz Korwin-Mikke i Paweł Kukiz. O pozostałych osobach pretendujących do urzędu prezydenta tygodniki

opinii wzmiankowały jeszcze oszczędniej, zwykle w tekstach, w których jedynie wspomniane zostało ich nazwisko.

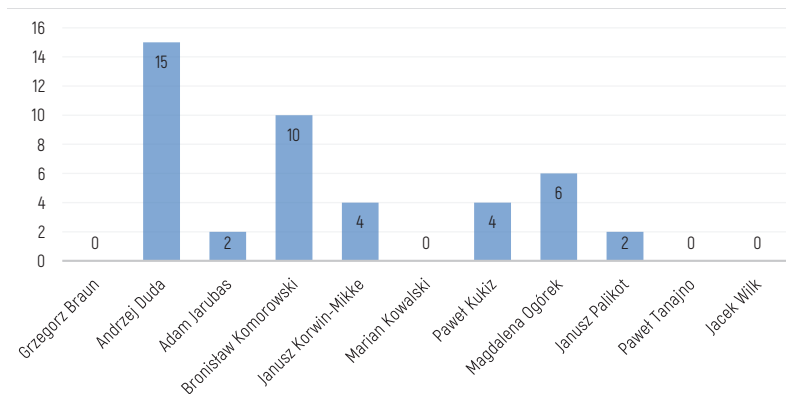
Rysunek 13. Częstotliwość występowania informacji o kandydatach w analizowanych numerach tygodników opinii



Źródło: Opracowanie własne.

Tygodnik „Newsweek” jako jedyny w całym badanym okresie ani razu nie wspomniał o najmniej popularnych kandydatach: Grzegorzu Braunie, Marianie Kowalskim, Pawle Tanajnie i Jacku Wilku. Z kolei dwóm najpopularniejszym pretendentom do urzędu prezydenta poświęcił więcej tekstów niż wszystkim pozostałym.

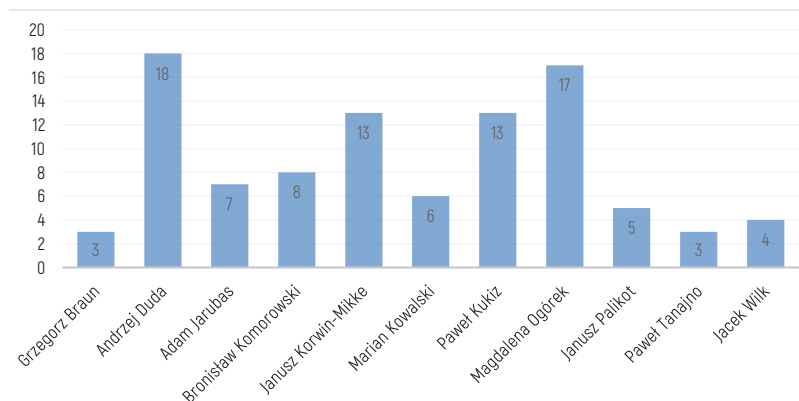
Rysunek 14. Częstotliwość występowania informacji o kandydatach w analizowanych numerach tygodnika „Newsweek”



Źródło: Opracowanie własne.

W tygodniku „Polityka” częstotliwość, z jaką pisano o kandydatach na prezydenta, również pozwala sformułować wniosek, że ci cieszący się większym poparciem mieli większą widoczność na kartach tygodnika (mierzoną liczbą tekstów, w których wspomiano by ich nazwisko), jednak w mniejszym stopniu niż w „Newsweeku”. Podobnie jak w „Newsweeku” w „Polityce” najczęściej wspomniany był Andrzej Duda, drugie miejsce zajęła jednak Magdalena Ogórek, trzecie Janusz Korwin-Mikke i Paweł Kukiz, a Bronisław Komorowski znalazł się dopiero na czwartym miejscu. Odsetek tekstów poświęconych urzędującemu prezydentowi wynosił nieco ponad 40% liczby materiałów, w których wspomina się o Andrzeju Dudzie. Biorąc pod uwagę, jak często w „Polityce” pisano o poszczególnych kandydatach na prezydenta – mimo wskazanej dysproporcji w zakresie liczby publikacji poświęconych Dudzie i Komorowskiemu – można uznać, że w tym tygodniku zainteresowanie kandydatami było najbardziej rozproszone. Mimo istnienia wyraźnych liderów, o których opublikowano najwięcej tekstów, „Polityka” więcej uwagi niż pozostałe tygodniki poświęciła uwagę kandydatom mniej znaczącym.

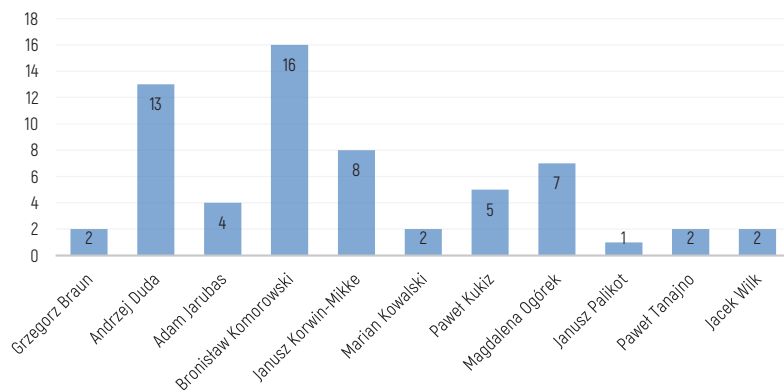
Rysunek 15. Częstotliwość występowania informacji o kandydatach w analizowanych numerach tygodnika „Polityka”



Źródło: Opracowanie własne.

Tygodnik „Wprost” podobnie do „Newsweeka” najwięcej tekstów poświęcił dwóm kandydatom, którzy następnie znaleźli się w drugiej turze wyborów prezydenckich. Inaczej jednak niż w poprzednich omówionych periodykach, to Bronisław Komorowski, a nie Andrzej Duda, był kandydatem, któremu tygodnik poświęcił więcej tekstów. O każdym z kandydatów na urząd prezydenta wspomniano w czasie kampanii wyborczej przynajmniej raz, przy czym najmniej uwagi „Wprost” poświęciło Januszowi Palikotowi. Częściej niż o nim wspomniano nawet o osobach, które nie były powszechnie znane przed podjęciem decyzji o wzięciu udziału w wyborach, jak Paweł Tanajno czy Jacek Wilk.

Rysunek 16. Częstotliwość występowania informacji o kandydatach w analizowanych numerach tygodnika „Wprost”



Źródło: Opracowanie własne.

Lider obecności w analizowanych tygodnikach Andrzej Duda tylko w jednym materiale umieszczonym we „Wprost” został przedstawiony w pozytywnym świetle. W przypadku pozostałych tygodników w żadnym numerze nie udało się odnaleźć materiałów na temat kandydatury Andrzeja Dudy z pozytywnym wydźwiękiem. W tygodniku „Newsweek” poza jedną neutralną wypowiedzią wszystkie były jednoznacznie krytyczne. W „Polityce” opinii negatywnych było wprawdzie więcej, jednak poza nimi występowały także publikacje neutralne. We „Wprost” poza jednym wspomnianym materiałem pozytywnym wystąpiły publikacje neutralne i negatywne.

**Tabela 13. Wydzwięk materiałów poświęconych Andrzejowi Dudzie w analizowanych tygodnikach**

Tytuł	pozytywne	negatywne	neutralne
„Newsweek Polska”	0	12	1
„Polityka”	0	14	6
„Wprost”	1	3	4

**Źródło:** Opracowanie własne.

Publikacje poświęcone Bronisławowi Komorowskiemu we wszystkich trzech tygodnikach były bardziej wyważone. Najprzychylniejsza była mu „Polityka”, która zamieściła zaledwie jedną informację negatywną, pozostałe zaś miały charakter pozytywny lub neutralny. Uwagę w tym tygodniku zwraca szczególnie publikacja z numeru wydanego tuż przed wyborami, w której redaktor naczelny zwrócił się bezpośrednio do czytelników z apelem, by w wyborach poprzeć właśnie Bronisława Komorowskiego. Mimo iż pozostałe tygodniki nie zdecydowały się na tak jawne poparcie któregokolwiek z kandydatów, Komorowski ewidentnie był kandydatem, o którym najczęściej pisano pozytywnie bądź neutralnie. Względna równowaga między publikacjami pozytywnymi, neutralnymi i krytycznymi wobec Komorowskiego wystąpiła w tygodniku „Newsweek”. We „Wprost” odnaleźć można najmniej tekstów o wydzwięku pozytywnym, jednak liczba materiałów neutralnych przewyższa liczbę artykułów krytycznych.

**Tabela 14. Wydzwięk materiałów poświęconych Bronisławowi Komorowskiemu w analizowanych tygodnikach**

Tytuł	pozytywne	negatywne	neutralne
„Newsweek Polska”	3	4	3
„Polityka”	4	1	4
„Wprost”	1	6	9

**Źródło:** Opracowanie własne.

Analiza wydzwiku tekstów poświęconych trzem kolejnym kandydatom na prezydenta: Magdalenie Ogórek, Januszowi Korwin-Mikkemu oraz Pawłowi Kukizowi, pozwala wskazać, że równie rzadkie były publikacje o wydzwiku pozytywnym w odniesieniu do każdego z nich. Ani „Newsweek”, ani „Polityka” nie zamieściły nawet jednego tekstu aprobatywnego poświęconego któremuś z tych trojga kandydatów. Z kolei tygodnik „Wprost” o każdym z nich wypowiedział się pozytywnie dokładnie raz.

Tabela 15. Wydzwięk materiałów poświęconych Magdalenie Ogórek w analizowanych tygodnikach

Tytuł	pozytywne	negatywne	neutralne
„Newsweek Polska”	0	5	1
„Polityka”	0	14	3
„Wprost”	1	2	3

Źródło: Opracowanie własne.

W tygodnikach widoczna jest wyraźna tendencja w zakresie liczby tekstów negatywnych poświęconych Magdalenie Ogórek, Januszowi Korwin-Mikkemu i Pawłowi Kukizowi w analizowanych tygodnikach. Najwięcej materiałów negatywnych o każdym z nich opublikowała „Polityka”, najmniej – „Wprost”.

Tabela 16. Wydzwięk materiałów poświęconych Januszowi Korwin-Mikkemu w analizowanych tygodnikach

Tytuł	pozytywne	negatywne	neutralne
„Newsweek Polska”	0	2	2
„Polityka”	0	7	4
„Wprost”	1	2	5

Źródło: Opracowanie własne.



Teksty neutralne najczęściej występowały w tygodniku „Wprost”. Ich liczba przewyższała liczbę tekstów, w których o trójce kandydatów pisano negatywnie. W „Polityce” liczba tekstów neutralnych zawsze ustępowała liczbie tekstów krytycznych. Jedynie w „Newsweeku” stosunek liczby tekstów neutralnych do krytycznych nie był taki sam w przypadku trojga kandydatów. Tekstów neutralnych o Magdalenie Ogórek było mniej od krytycznych. O Januszu Korwin-Mikkem napisano tyle samo tekstów neutralnych i krytycznych. Z kolei Pawłowi Kukizowi „Newsweek” nigdy nie poświęcił ani jednego tekstu neutralnego, wszystkie miały charakter krytyczny.

Tabela 17. Wydźwięk materiałów poświęconych Pawłowi Kukizowi w analizowanych tygodnikach

Tytuł	pozytywne	negatywne	neutralne
„Newsweek Polska”	0	3	0
„Polityka”	0	8	5
„Wprost”	1	1	3

Źródło: Opracowanie własne.

Najpopularniejsze tygodniki opinii dalekie są od modelu niezaangażowanego dziennikarstwa relacjonującego kampanię wyborczą i przedstawiającego szeroki wachlarz opinii na temat kandydatów. Manipulacją jest już ich negatywne podejście. We wszystkich dominowały teksty krytycznie odnoszące się do kandydatów. Marginalna była także liczba i znaczenie materiałów informacyjnych, czy to o kandydatach, czy wyborach lub procedurach wyborczych, wysoka natomiast – liczba materiałów wartościujących kandydatów. Za działanie o charakterze manipulacji uznać można także to, że mniej znani kandydaci zostali pozbawieni szans na szerszą prezentację swoich sylwetek czy programów w tygodnikach opinii. Już w tygodnikach, które ukazały się przed pierwszą, a nie przed drugą turą wyborów prezydenckich, dwóm spośród jedenastu liderów sondaży badane tygodniki poświęciły niemal 40% wszystkich publikacji. Poza naturalnymi liderami sondaży w prasie szansę na

obecność mieli przede wszystkim kandydaci oryginalni bądź ze względu na sam fakt pretendowania do prezydentury (jak Magdalena Ogórek), bądź ze względu na poglądy i osobowość (Paweł Kukiz, Janusz Korwin-Mikke). Takie właśnie kryterium selekcji osób i tematów wpisuje się we współczesną tendencję do prezentowania treści atrakcyjnych, niecodziennych i kontrowersyjnych<sup>27</sup>. Tygodniki opinii uznać zatem za stroniczych graczy politycznych. Wszystkie trzy magazyny, poświęcając najwięcej miejsca dwóm głównym kandydatom oraz krytykując zwykle jednego z nich bardziej niż drugiego, *de facto* sugerowały czytelnikom, kto liczy się w wyborach i na kogo nie warto głosować, niemal otwarcie, choć nie dosłownie popierając któregoś z polityków.

#### 6.4. Medialne narracje polityczne a manipulowanie informacją

We współczesnych mediach wyraźny jest trend w informowaniu o polityce polegający na odejściu od traktowania faktu jako centralnego i kluczowego elementu przekazu na rzecz opinii, komentarza i interpretacji. Brian McNair wskazuje, że w ostatnich latach doszło do niezwyklej ekspansji komentarzy. Nazywa to momentem interpretacyjnym w cyklu informacyjnym, podkreślając, że w przestrzeni publicznej ocena i opinia o istocie, stylu, treści i charakterze procesów związanych z polityką lub spraw politycznych zastępuje prostą relację nowych wydarzeń<sup>28</sup>. Stanowi to przy tym jeden z najczęściej notowanych, a także najbardziej krytykowanych trendów we współczesnym dziennikarstwie politycznym. Przeciwnicy tego nurtu nie twierdzą, że komentarz nie ma wartości w dziennikarstwie politycznym. Podnoszą jedynie, że zwiększył się jego udział w całkowitej treści wiadomości, wykraczając poza to, co pożądane i wartościowe dla racjonalnego podejmowania decyzji politycznych, a zarazem na tendencji tej traci podstawowy przekaz faktów. Badacz podnosi, że ważnym głosem w debacie nad współczesną polityką jest

---

<sup>27</sup> R. Klepka, *Polityka a reality show*, „e-Politikon” 2013, nr 5, s. 35.

<sup>28</sup> B. McNair, *Journalism and Democracy. An Evaluation of the Political Public Sphere*, Routledge, London–New York 2012.

wskazanie kryzysu komunikacji publicznej, do którego dochodzi wskutek tak dużej przewagi subiektywnych interpretacji dziennikarskich nad obiektywnym sprawozdaniem faktów. Według McNaira normatywne funkcje wiadomości politycznych podważa rozwijający się przemysł komentatorów-mędrców, którzy czerpiąc siłę z uprzywilejowanego statusu dziennikarza jako licencjonowanego źródła prawdy, coraz gęściej zalewają sferę publiczną manipulującymi spekulacjami i domysłami.

Nieco mniej krytycznie trend ten charakteryzuje Stephen Cushion, który analizując proces rozwoju dziennikarstwa informacyjnego, w szczególności wieczornych telewizyjnych programów informacyjnych, dostrzega odejście od dziennikarstwa zorientowanego na fakty w kierunku dziennikarskiego interwencjonizmu. Procesem, który w znaczącym stopniu wpływa na taki trend, jest mediatyzacja życia społecznego, zmieniająca logikę działania mediów. Ich rola nie polega już jedynie na prostym przekazywaniu wiadomości, ale także na kreowaniu przekazu i wpływaniu na jego odbiór, w czym tkwi istota dyskrecjonalnej władzy mediów<sup>29</sup>.

Badacze, mimo różnych ocen samego interpretacyjnego nurtu dziennikarstwa, pozostają zgodni co do tego, że opinie coraz częściej obecne są w medialnych przekazach o polityce. Brant Houston wiąże to głównie z oczekiwaniami odbiorców mediów, którzy potrzebują nie tylko informacji, ale także klucza do ich zrozumienia. Masowość mediów sprawia bowiem, że są one dostępne dla każdego, a zatem odbiorcy o różnym poziomie wiedzy, doświadczenia czy orientacji w sprawach społeczno-politycznych chcą wyjaśnienia, a nie tylko samego nagiego faktu<sup>30</sup>. Dziennikarstwo wykracza zatem poza podstawowe fakty, aby zapewnić odbiorcy kontekst, dostarczyć analizę problemu i jego możliwych konsekwencji. Interpretujący dziennikarze powinni mieć przy tym ponadprzeciętną wiedzę o analizowanym temacie, a ich praca polegać powinna na szukaniu wzorców, motywów i wpływów, które pozwolą wyjaśnić przedstawione wydarzenia.

<sup>29</sup> S. Cushion, *News and Politics. The Rise of Live and Interpretive Journalism*, Routledge, Taylor & Francis Group, London–New York 2015.

<sup>30</sup> B. Houston, *Interpretive Journalism*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008.

Za kluczowe cechy dziennikarstwa interpretacyjnego uznaje się najczęściej:

- wybór pytania „dlaczego?” spośród pięciu budujących informację dziennikarską: „co?”, „kiedy?”, „gdzie?”, „kto?”, „dlaczego?” i poświęcenie mu największej uwagi w materiale dziennikarskim;
- nieoddzielanie faktów od wartości, ocen i sądów o faktach;
- zmiana roli dziennikarza z obserwatora w analityka;
- formułowanie ocen sprzyjających negatywizmowi i cynizmowi wobec polityków oraz występowaniu ram tematycznych (*framing*), traktujących politykę jako grę o władzę;
- formułowanie wniosków i ocen wykraczających poza fakty i okoliczności, aby na ich podstawie spekulować o znaczeniu faktów, możliwych przyszłych wydarzeniach i motywach działania;
- spadek udziału relacji skoncentrowanych na samych wydarzeniach;
- zmniejszenie w mediach liczby wypowiedzi polityków, przy jednoczesnym wzroście liczby komentarzy dziennikarskich<sup>31</sup>.

Badacze zajmujący się empirycznymi analizami dziennikarstwa interpretacyjnego stosują najczęściej analizę zawartości, aby określić, jaka część materiałów medialnych w danym okresie bądź na dany temat ma tendencję do oceny faktów, a nie tylko do ich prezentowania. Przykładami są analizy Thomasa E. Pattersona, które w pełni potwierdzają tezę o coraz częstszym występowaniu newsów interpretacyjnych. W latach 1960–1992 odsetek tekstów interpretacyjnych na pierwszej stronie „New York Timesa” wzrósł dziesięciokrotnie, z 8% do 80%<sup>32</sup>. Jak wskazuje badacz, styl interpretacyjny daje dziennikarzom większą kontrolę nad wiadomościami. Podczas gdy opisowe relacjonowanie jest oparte na faktach, forma interpretacyjna pozwala sterować tematem, wokół którego powstaje opowieść.

Budowanie opowieści opartych na interpretacyjnych materiałach dotyczących polityki stanowi kolejne ogniwo ewolucji dziennikarstwa politycznego.

---

<sup>31</sup> S. Salgado, J. Strömbäck, *Interpretive Journalism. A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2012, vol. 13, no. 2.

<sup>32</sup> T.E. Patterson, *Bad News, Bad Governance*, „The Annals of the American Academy of Political and Social Science” 1996, vol. 546, no. 1.

Zmiany, które prowadziły od koncentracji na faktach do wzrostu roli interpretacji, postępują, przekształcając interpretacje w gotowe narracje. Kierunek tych zmian ilustruje poniższy rysunek.

Rysunek 17. Tendencje w zakresie sposobu prezentowania zagadnień politycznych we współczesnych mediach

Źródło: Opracowanie własne.



Pozornie wydaje się, że narracje to termin z dziedziny literatury, a nie dla dziennikarstwa czy polityki<sup>33</sup>. Jak jednak dowodzi George Lakoff, myślenie metaforyczne wynika z procesów biologicznych człowieka i stanowi najbardziej typowy sposób ludzkiego odbioru świata. Także w odniesieniu do polityki posługujemy się metaforami, skryptami, skojarzeniami i narracjami. To one upraszczają odbiór rzeczywistości, dzięki czemu jednostka odbiera informacje bez konieczności ciągłego analizowania ich sensu i racjonalności, na zasadzie ogólnego dopasowania, tak by razem stanowiły jednolitą narrację<sup>34</sup>.

Przez narracje rozumieć należy spójne, pozornie pasujące do siebie interpretacje, które są często wytworami kultury i ideologii<sup>35</sup>. Narracje konstruują zbiorowe wyobrażenia, tłumaczą historię, wypełniają lukę wiedzy, budują mity, stają się treścią polityki w dobie niezorientowanego wyborcy, ale także

<sup>33</sup> L. Browning, *Narrative and Narratology*, [w:] *Encyclopedia of Communication Theory*, ed. S.W. Littlejohn, K.A. Foss, Sage Publications, Los Angeles–London–New Delhi 2009.

<sup>34</sup> G. Lakoff, *The Political Mind. A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics*, Penguin Group, New York 2009; G. Lakoff, M. Johnson, *Metaphors We Live By*, University of Chicago Press, London 1980.

<sup>35</sup> H. Fulton, *Introduction: the Power of Narrative*, [w:] *Narrative and Media*, ed. H. Fulton et al., Cambridge University Press, Melbourne 2006.

pozwalają się odróżnić, prowadząc do polaryzacji<sup>36</sup>. Niegdyś narracyjny styl uprawiania dziennikarstwa charakterystyczny był dla prasy, głównie podejmującej problematykę rozrywkową. Materiał rozpoczynał się wówczas od anegdoty, która następnie prowadziła do przedstawienia historii z życia sław lub zwykłych ludzi<sup>37</sup>. Obecnie narracje coraz częściej występują także w telewizyjnych programach informacyjnych, pozwalając widzom na odbieranie rzeczywistości politycznej w sposób uproszczony, jednak dający poczucie, że elementy tej rzeczywistości pasują do siebie.

Pośród polskich programów informacyjnych dwa mające największą widownię, „Wiadomości” nadawane przez TVP oraz „Fakty” emitowane przez komercyjną telewizję TVN, wydają się informować widzów o polskiej polityce, budując konkurencyjne narracje. To sprawia, że w złośliwych żartach TVP bywa określana po 2015 roku przez połączenie skrótów TVP i PiS, jako TVPiS, z uwagi zaś na względną życzliwość telewizji TVN dla PO, na czele której stał niegdyś Donald Tusk, nazwa stacji została w wypowiedzi jednego z posłów określona jako Tusk Vision Network. Wieczne wydania programów informacyjnych TVP i TVN, skrajnie odmiennie manipulując i dobierając odpowiednio fakty, tworzyły konkurencyjne narracje na temat tych samych wydarzeń. Jako przykład można wskazać prezentowanie wydarzeń, które analizowano już w kontekście sposobu ich relacjonowania przez TVP, czyli szczytu NATO w Warszawie, wyboru Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej oraz protestów związanych z reformą sądownictwa.

Narracje w każdym z programów budowane były w wypowiedziach dziennikarzy i reporterów. W programie TVP w newsach dotyczących szczytu NATO w Warszawie reprezentatywne dla narracji obecnej w tym programie pozostają wypowiedzi:

- „Kto chciał Polski w NATO? Pomysł wejścia do NATO narodził się pod koniec lat osiemdziesiątych. Jako pierwszy sformułował go Krzysztof

---

<sup>36</sup> O. Wasiuta, *Mit jako fenomen współczesnej polityki*, „Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy. Nauki Społeczne” 2012, t. 1, nr 1.

<sup>37</sup> J. Nerone, *Narrative News Story*, [w:] *The Concise Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Wiley, Malden–Oxford–Chichester 2015.

Czabański na łamach tygodnika «Solidarność», którego redaktorem był wtedy Jarosław Kaczyński”;

- „Barack Obama docenił polski wkład w budowanie demokracji, a odnosząc się do sporu o Trybunał Konstytucyjny, wyraził nadzieję, że krzewienie wartości demokratycznych w Polsce na pewno się nie zmieni”;
- „Szef resortu spraw zagranicznych Radosław Sikorski prowadził aktywną politykę wobec Rosji”.

W newsach dotyczących wyboru Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej w „Wiadomościach” pojawiły się następujące zapowiedzi i komentarze dziennikarskie:

- „Brukselskie elity podjęły decyzję, ale polski rząd nie składa broni”;
- „Polska obnażyła unijne standardy demokracji”;
- „Odkąd w Polsce władzę zdobyło PiS, staliśmy się dla brukselskich elit niewygodnym państwem broniącym swoich interesów”.

W programach dotyczących zmian w polskim sądownictwie w programie informacyjnym nadawanym przez TVP widzowie mogli usłyszeć takie zapowiedzi:

- „Borys Budka zaatakował”;
- „Totalna opozycja nie tylko straszyla”;
- „[Donald Tusk] miał łagodzić spory, teraz sam jest ich twarzą”;
- „Histeria czy prowokacja? Kolejnego posła totalnej opozycji nie udało się uspokoić”;
- „Pierwsza prezes Sądu Najwyższego zdecydowała się na listowną presję na prezydenta”.

Odminną narrację budowały zapowiedzi dziennikarzy w programie „Fakty”. W newsach o szczycie NATO w Warszawie podkreślano głównie ciągłość starań o członkostwo w pakcie, co najlepiej ilustrują słowa: „Od Układu Warszawskiego do Sojuszu Północnoatlantyckiego: nasza droga do NATO była kręta, a o członkostwo starali się wszyscy premierzy, ministrowie obrony spraw zagranicznych III RP”.

Newsom dotyczącym wyboru Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej towarzyszyły wypowiedzi:

- „Poparli go wszyscy oprócz Polski”;
- „27 do 1 – to jest wynik Donalda Tuska”;

- „W PiS obowiązuje też taka narracja, że został wybrany nie kandydat Polski, ale kandydat Berlina”;
- „Wygląda na to, że Europa poznała Tuska, sprawdziła Tuska i postawiła na Tuska”;
- „Dzisiejszy wieczór jest też smutny. W końcu Polska biła się dziś w Europie z Polską”.

W przypadku programów dotyczących reformy sądownictwa i towarzyszących jej protestów „Fakty” zapowiadały kolejne newsy tak:

- „O tym, jak Sejm zmiotł niezależny sąd, Krzysztof Skórzyński”;
- „Tłumy z konstytucją w rękach, starzy i młodzi, mali i duzi, z Polską w sercach, wolnością na ustach i solidarnością w pamięci”.

Wieczne programy informacyjne cieszące się największą oglądalnością za sprawą dziennikarskiej interpretacji i komentarza budowały wyraziste narracje, które często celowo zniekształcają, a wręcz manipulują rzeczywistością. Te same wydarzenia w TVP i stacji komercyjnej z uwagi na sposób ich przekazu, widoczność i wydźwięk problemów, dobór ekspertów, ale przede wszystkim w wyniku dziennikarskiej narracji, mają odmienne znaczenie i sugerują potrzebę ich radykalnie odmiennej oceny. „Wiadomości” bezwzględnie sprzyjają partii rządzącej, oferując widzom wyłącznie przekazy korzystne dla rządu, oceniając jego prace jako przełomowe w demokratycznej historii Polski, którym sprzeciwiają się zawistna opozycja oraz zazdrosne o polskie sukcesy nieprzychylnie Polsce państwa europejskie. „Fakty” pozostają z kolei bezwzględnie krytyczne wobec rządzącej partii, obnażają wszelkie mankamenty czy wątpliwości dotyczące rządzących i ich działania, podkreślają nieetyczne motywy działania polityków PiS oraz dwuznaczną z punktu widzenia interesów międzynarodowych Polski politykę zagraniczną rządu. Do każdej narracji dobudowywane są odpowiednio zmanipulowane interpretacje faktów tak, aby stanowiła ona logiczną i racjonalną całość. Media w takiej sytuacji mają w coraz większym stopniu charakter tożsamościowy, co oznacza, że odbiorcy do pewnego tylko stopnia traktują je jako źródło wiedzy o polityce, zdecydowanie bardziej zaś chcą uzyskać potwierdzenie swoich poglądów oraz zapoznać się z treścią, która potwierdzi ich sądy na temat zjawisk.

Manipulowanie faktami służące budowie narracji może wpływać na odbiór informacji oraz w szerszym kontekście na zmianę opinii publicznej.



Przykładem jest sposób zaprezentowania kryzysu uchodźczego w 2015 roku. Sama obecność emigrantów w państwach europejskich od kilku dziesięcioleci stanowiła przedmiot licznych dyskusji i sporów politycznych. Z jednej strony podnoszono argumenty o pozytywnych stronach wielokulturowości, korzyści ekonomicznych oraz wartości europejskich odnoszących się do solidarności i otwartości. Z drugiej pojawiały się donośne głosy sprzeciwu, wynikające z odmienności kulturowej i religijnej przybyszów oraz innych niebezpieczeństw, niekiedy także zagrożeń terrorystycznych<sup>38</sup>. To jednak wydarzenia określane mianem kryzysu uchodźczego, które miały miejsce w 2015 roku, najmocniej odcisnęły się na normach, wartościach i tożsamości środowiska międzynarodowego. Szacuje się, że w 2015 roku do granic UE dotarło ponad milion uchodźców. Wielu z nich zgłaszało potrzebę międzynarodowej ochrony przed wojną, przemocą i prześladowaniem w ich krajach ojczystych. W ciągu roku liczba ta stale rosła, od około 5,5 tys. w styczniu do ponad 221 tys. w październiku. Wówczas to liczna fala uchodźców znalazła się na południowym wybrzeżu Morza Śródziemnego<sup>39</sup>. Lawinowy wzrost liczby przybyszów traktowany był przez polityków jako kryzys o krytycznym znaczeniu dla wewnętrznej polityki większości państw członkowskich i całej UE. Złożoność i długi czas trwania kryzysu uchodźczego stworzyły atmosferę niepewności związaną z jego skutkami politycznymi, gospodarczymi i społecznymi. To pozostawiało mediom szerokie pole do kształtowania wiedzy o tym, kim są uchodźcy i co oznacza ich przyjazd do poszczególnych państw.

W przypadku Polski kryzys uchodźczy miał miejsce w roku, w którym odbywały się wybory prezydenckie oraz parlamentarne, przy czym największe nasilenie kryzysu zbiegło się w czasie z kluczowym momentem

<sup>38</sup> M. Andretta, E. Pavan, *Mapping Protest on the Refugee Crisis. Insights from Online Protest Event Analysis*, [w:] *Solidarity Mobilizations in the „Refugee Crisis”: Contentious Moves*, ed. D. della Porta, Palgrave Macmillan, Cham 2018; G. Pickel, *Perceptions of Plurality. The Impact of the Refugee Crisis on the Interpretation of Religious Pluralization in Europe*, [w:] *Religion in the European Refugee Crisis*, ed. U. Schmiedel, G. Smith, Springer International Publishing, Cham 2018; P. Tinti, T. Reitano, *Migrant, Refugee, Smuggler, Savior*, Oxford University Press, New York 2017.

<sup>39</sup> F. Heisbourg, *The Strategic Implications of the Syrian Refugee Crisis*, „Survival” 2015, vol. 57, no. 6.

parlamentarnej kampanii. Rywalizujące partie starały się temat uchodźców wykorzystać w toczącej się kampanii, nadając mu silnie emocjonalny kontekst. Problematyka przyjmowania uchodźców miała polaryzować polskie społeczeństwo, stanowiąc barometr poparcia lub sprzeciwu wobec rządzącej przed wyborami partii. Również media, kierując się swoją logiką, podejmowały temat uchodźców jako ważny społecznie, ale także z uwagi na jego popularność, która pozwalała widzieć w nim wydarzenie medialne, budzące ciekawość, mające szansę na dynamiczny rozwój, a jednocześnie dotyczące, przynajmniej pośrednio, wszystkich Polaków<sup>40</sup>.

W polskich mediach zauważyć można było w 2015 roku i później obecność dwóch zasadniczo odmiennych narracji o uchodźcach. Szczególnie silnie dyskurs na temat uchodźców obecny był w okresie parlamentarnej kampanii wyborczej w 2015 roku, w pozostałych badanych okresach zdecydowanie rzadziej. Pierwsza z narracji przedstawiała problem uchodźców jako trudne wyzwanie, które wymaga od Polski aktywności, solidarności i poświęcenia, samych zaś uchodźców prezentowano na ogół jako ludzi uciekających przed wojną, cierpieniem i torturami. Wspominano o zagrożeniach związanych z odmiennością kulturową przybywających, głównie jednak podnoszono konieczność udzielenia im pomocy humanitarnej. Ten rodzaj narracji charakterystyczny był dla serwisu informacyjnego „Wiadomości” TVP przed wyborami parlamentarnymi oraz dla „Faktów” TVN oraz tygodników „Newsweek Polska” i „Polityka”.

Drugi rodzaj narracji wskazywał, że uchodźcy są ogromnym zagrożeniem dla Polski z wielu powodów. Z jednej strony nie należy ich przyjmować, gdyż nie są chrześcijanami, co prowadzi do nieuniknionego sporu religijnego, z drugiej zaś strony narracja ta wskazywała, że uchodźcy w Europie oznaczają wzrost liczby zamachów terrorystycznych. Nurt ten obecny był w tygodniku „W Sieci”, a po wyborach parlamentarnych bardzo silnie jego obecność dawała się zauważyć w programie informacyjnym TVP, „Wiadomości”. Nie ulega wątpliwości, że narracja ta miała kluczowy charakter w kampanii wyborczej PiS, którego prezes dowodził nawet, że

<sup>40</sup> R. Klepka, *Obrazy polityki w mediach: podstawowe uwarunkowania*, op. cit.

obecne w ciałach uchodźców pierwotniaki i bakterie są groźne dla życia mieszkańców Polski i Europy. Jednocześnie partia Jarosława Kaczyńskiego podnosiła, że rządząca przed wyborami PO chce przyjąć zbyt dużo uchodźców, co stanowi realizację interesów polityki Niemiec i innych dużych państw europejskich.

Specyfikę każdej z tych narracji dobrze ilustrują nagłówki newsów w programach informacyjnych oraz okładki tygodników. W „Wiadomościach” TVP paski informacyjne zawierały tytuły „Test na solidarność”, „Obraz wojny”, a w „Faktach” TVN: „Ojczyzna większości uchodźców spływa krwią. Syryjczycy uciekają przed śmiercią” i „Kto pomoże uchodźcom w Europie? Chorwaci wysyłają ich na Węgry, Węgrzy oburzeni, uchodźcy nie wiedzą już, dokąd się kierować”. W okresie kampanii wyborczej „Polityka” dwukrotnie na okładce nawiązywała do tematyki uchodźców, akcentując ich podobieństwo do polskich rodzin oraz wspominając czasy polskiej „Solidarności”. Okładki te zostały zaprezentowane na poniższym rysunku.

Rysunek 18. Okładki tygodnika „Polityka” z 16.09.2015 oraz 23.09.2015 roku dotyczące problematyki uchodźców



Źródło: Tygodnik „Polityka”.

Odmierna narracja o uchodźcach w okresie parlamentarnej kampanii wyborczej obecna była w tygodniku „W Sieci” oraz na dwóch jego okładkach. Pierwsza przedstawiała trzech mężczyzn w strojach sugerujących odmienną tożsamość kulturową – jeden z nich był uzbrojony, a drugi trzymał w rękach polskie godło tak, jakby miał zamiar je zniszczyć. Całości dopełniał tytuł „Nadchodzą!”. Druga okładka przedstawiała ówczesną premier Ewę Kopacz w czadorze z trzema bombami zegarowymi, a ilustrujący tytuł brzmiał „Ewa Kopacz urządzi nam piekło na rozkaz Berlina”. Poniższy rysunek przedstawia omówione okładki.

Rysunek 19. Okładki tygodnika „W Sieci” z 14.09.2015 oraz 21.09.2015 dotyczące problematyki uchodźców



Źródło: Tygodnik „W Sieci”.

Po zwycięskich dla PiS wyborach parlamentarnych tematyka związana z uchodźcami była sporadycznie obecna w dyskursie medialnym. Żaden z analizowanych tygodników nie podjął jej jako głównego tematu z okładki. Ogromnej zmianie uległ jednak sposób prezentowania tej problematyki w telewizji publicznej wkrótce po tym, gdy partia rządząca zmieniła prezesa TVP. Jak zwracano już uwagę, mocno przeobraził się wtedy najczęściej wówczas oglądany telewizyjny wieczorny serwis informacyjny, czyli „Wiadomości”

TVP. Z względnie niezależnego stał się magazynem informacyjnym rządu i partii rządzącej<sup>41</sup>. Problematyka uchodźców nie tylko zaczęła być prezentowana w drugiej z omówionych narracji, ale także program ten przejął retorykę PiS w czasach kampanii wyborczej, akcentując zagrożenia dla Polski i Europy, jej cywilizacji, kultury i religii. Niezwykle często retoryka ta pozwalała łączyć obraz uchodźców z zagrożeniami dla Polski z innych państw europejskich oraz z neodpowiedzialnych propozycji partii opozycyjnych. Czytelnym miernikiem zmian w sposobie budowania narracji na temat uchodźców w „Wiadomościach” TVP pozostały paski, takie jak „Europa sparaliżowana strachem” lub „Nowoczesna i PO domagają się uchodźców”.

Gdy analizuje się ramy tematyczne, w jakich podejmowana była problematyka uchodźców w polskich mediach, zwraca uwagę, że przekaz niemal całkowicie zdominowała idea przyjmowania lub odmowy przyjmowania uchodźców oraz zagadnienia bezpieczeństwa, w szczególności w kontekście terroryzmu i uwarunkowań kulturowych i religijnych.

Zarysowane narracje i ramy tematyczne, w jakich prezentowano problematykę związaną z uchodźcami w wybranych polskich mediach, ilustrują nie tylko dwa odmienne sposoby wartościowania i oceny zjawiska oraz manipulowania nimi przez media, ale także trend, w zakresie obecności określonej narracji w głównym nurcie dyskursu medialnego. Dopóki „Wiadomości” TVP pozostawały bliskie pierwszej narracji, przyjąć można silną przewagę narracji pozytywnie nacechowanej wobec uchodźców. Przejście najpopularniejszego serwisu informacyjnego w stronę drugiej z omówionych narracji pozwoliło mówić o stałej i silnej obecności tej narracji w głównym nurcie dyskursu medialnego.

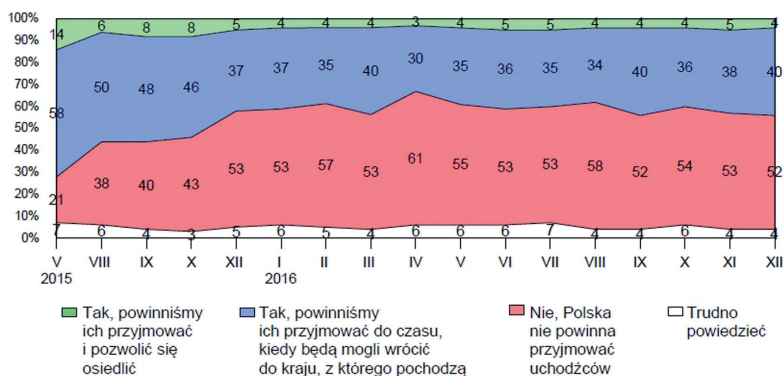
Pamiętając, że media niewątpliwie kształtują postawy, oceny i emocje odbiorców, nie należy zapominać też o trudnościach w jednoznacznej ocenie tego zjawiska. Badacz w zasadzie nie ma możliwości wykluczenia innego źródła

---

<sup>41</sup> R. Klepka, *Ewolucja Wiadomości TVP1: od medialnej stroniczości do propagandy politycznej*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania-incydenty-wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej, Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Obywatelskiej, Katedra Kultury Informacyjnej i Zarządzania Informacją, Kraków 2017; R. Klepka, *Relacjonowanie polityki w „Wiadomościach” TVP1*, op. cit.

wpływu i skłonny jest tłumaczyć badany fenomen czynnikiem, który wybrał. Czyni tak zwykle dlatego, że nie ma dostępu do wiedzy o ewentualnym działaniu innych czynników. W świetle tego zastrzeżenia interesujących danych dostarcza konfrontacja obecnych w mediach narracji i zmian stosunku Polaków do przyjmowania uchodźców w czasie. Poniżej zamieszczono wyniki badań przeprowadzonych przez CBOS w okresie od maja 2015 do grudnia 2017 roku.

Rysunek 20. Odpowiedzi badanych na pytanie, czy Polska powinna przyjmować uchodźców z krajów objętych konfliktami zbrojnymi



Źródło: „Komunikat z Badań CBOS” 2017, nr 1, s. 2.

Wyniki badań dowodzą, że w ostatnich miesiącach 2015 roku zwiększyła się liczba przeciwników przyjmowania do Polski uchodźców, a zarazem zmalał odsetek ankietowanych, którzy by się na nie zgodzili. Zaprezentowane wnioski nie stanowią jednoznacznego dowodu oddziaływania mediów. Pozwalają jednak na postawienie hipotezy o związkach między medialnymi narracjami i ramami tematycznymi a ocenami i postawami odbiorców mediów. Pozwalają także dowodzić, że medialne manipulacje, przejawiające się obecnością lub brakiem określonego dyskursu w mediach, stronniczością, konkretnym wydzźwiękiem czy narracją, wpływają na sposób myślenia, oceny, działania lub decyzje wyborcze odbiorców mediów.

## ZAKOŃCZENIE

---

We współczesnym społeczeństwie dość sprawnie działa machina manipulowania świadomością społeczną. Machina ta jest zbiorem technologii dominacji, a jeden z ważnych jej elementów stanowią media. W arsenale środków manipulowania świadomością mass media drukowane i elektroniczne, posiadają duży zasób różnorodnych technik i sposobów tworzenia wiadomości, które skutecznie działają, sukcesywnie przyciągając uwagę i dążąc do wpływu na odbiorcę.

Mass media to nie tylko kanał komunikacji, który bezstronnie przekazuje wiadomości. Są one pośrednikiem, który przenika świadomość odbiorcy i kreuje informacje. Środki masowego przekazu nie tylko informują, ale i wywierają wpływ społeczno-psychiczny na daną osobę. Właśnie na tym polega specyfika mediów w przestrzeni informacyjnej i jej oddziaływanie na społeczeństwa.

W działaniach mediów odbijają się wszystkie zmiany wartości jednostek i całego społeczeństwa oraz wszelkie zmiany ideologii państwa. Rola mediów jest rozważana w procesie socjalizacji i kształtowania wartości społecznych. Zdaniem większości autorów, którzy oceniają wpływ mediów na współczesne społeczeństwo, w oddziaływaniu mass mediów na socjalizację i kształtowanie tradycyjnych pozytywnych wartości orientacyjnych dominują negatywne aspekty związane z faktycznym odejściem państwa od sfery regulacji działalności medialnej. Szkodliwe działanie nowoczesnych mediów wyraża się w manipulowaniu zbiorową świadomością za pomocą powielanych wzorców zachowań, które kontrolują i przekształcają wewnętrzny, duchowy świat człowieka. Tak więc obecnie bardzo trudno dokonać jednoznacznej oceny mediów. Rozwój ich oraz komunikacji masowej dodatkowo wpływa na świadomość jednostek i ich wiedzę na temat otaczającego świata, zarazem

jednak – na rozwój ludzi wpływa czynnik, który faktycznie manipuluje ich świadomością.

Rozwój społeczeństwa wymaga intensyfikacji wszystkich procesów informacyjnych przy szerokim wykorzystaniu mediów. Ze względu na ich rosnące możliwości informacje docierają do konsumenta z dużą prędkością, są powielane i aktywnie wprowadzane do świadomości mas.

Telewizja, radio, druk, internet, reklama stały się głównymi źródłami informacji, które ten świat tworzą. Zamiast poszerzać horyzonty rozwoju ludzkiej świadomości, nadając jej suwerenności i niezależności w ocenach, nowoczesne media coraz bardziej manipulują świadomością. Próbując przekazać informacje konsumentowi, media wypełniają swoje najważniejsze zadanie – uczynić to tak, aby w masowej świadomości ta informacja wywoływała reakcje spełniające oczekiwania klienta. Same media mogą zaś działać zarówno w imieniu osób prywatnych, przedsiębiorstw, jak i państwa.

Współczesny rozwój psychologicznych teorii manipulacji, metody społeczno-psychologicznego wpływu i oddziaływanie masowego wpływu przez internet i media tworzą najbardziej korzystne warunki dla realizacji strategii manipulacyjnych. Tak więc współcześnie jednostka, aby nie być przedmiotem stałej manipulacji, a zamiast tego samodzielnie kreować własne życie, będąc aktywnym uczestnikiem życia społecznego, powinna być bardziej krytyczna wobec proponowanych przez media „niepodważalnych” faktów i haseł. Jednak postawa radykalnego nihilizmu (zaprzeczania prawie wszystkiemu bez wyjątku), którą przyjmują niektórzy obywatele, jest również błędna. Konieczne jest konstruktywne, racjonalne rozumienie informacji. Negatywne zabarwienie manipulacją masowej świadomości jest oczywiste i do pewnego stopnia nieodzowne, ponieważ stanowi przede wszystkim konsekwencję ambiwalentności polityków oraz niejasności i dwuznaczności ich codziennej pozycji, którą niewątpliwie w krótkim horyzoncie czasowym mogą oni poprawić za sprawą działań manipulatorskich.

Przedstawione narzędzia i techniki manipulacji stosowane w zaprezentowanych w książce sytuacjach społecznych i politycznych stworzą w umysłach adresatów wpływu – jeżeli zostaną ci nie zidentyfikują ich i nie uświadomią ich sobie – fałszywy obraz rzeczywistości, zwiększając przez to skuteczność agresorów. Dlatego tak ważne jest kształtowanie zdolności



podmiotu do refleksyjnego reagowania w sytuacjach, w których musi on zdecydować o podjęciu oporu wobec próby manipulacji lub zgodzie na nią. Refleksyjność tę, jak wskazano, można wspierać edukacją i wychowaniem, także uważnością, czyli zdolnością do receptywnej i otwartej świadomości zewnętrznych i wewnętrznych wydarzeń następujących po sobie w teraźniejszości. Wspierać ją można też wypracowanym systemem indywidualnego zarządzania informacją (*personal information management*) i wiedzą psychologiczną z zakresu technik wpływu społecznego.

W książce wskazano ważny aspekt niemożności sprzeciwu wobec manipulacji, jeżeli podmiot (jednostka lub zbiorowość) przekroczy granicę uległości wobec powszechnie stosowanych technik wpływu. Uległość ta ma źródło w niechęci części społeczeństwa do aktywności, w wygodzie decydowania o ważnych sprawach przez innych, zwalnającej podmiot od odpowiedzialności, w lenistwie intelektualnym, w preferowaniu emocjonalnego oglądu świata, w dbaniu o własny interes i przedmiotowym traktowaniu otoczenia, w hołdowaniu „filozofii łatwości” w życiu osobistym, społecznym i politycznym. Niechęć społeczeństwa do włączenia się w życie społeczne staje się zagrożeniem również w wymiarze kształtowania postaw konformistycznych. Częstość podmiot sam jest winien tego, że przejmuje obraz nierzeczywisty jako autentyczny, pożąda go, a w konsekwencji kreuje. Zmanipulowane jednostki zagrażają nie tylko sobie, ale i środowisku, w którym funkcjonują. Zawładnięcie ich świadomością i umysłami czyni z nich przydatne narzędzia na polu bitwy toczonej przez aktorów walki informacyjnej. Ryzyko konfliktów światowych zwiększa się wraz z podatnością ludzkości na manipulację, a ta może doprowadzić do zniszczenia całej współczesnej cywilizacji. Jak przestrzega Olga Wasiuta, „celem wojny informacyjnej jest stworzenie takiego obrazu świata, który ma uzasadnić wszelkie działania militarne i stanowić pretekst do wywołania wojny”. Stąd tak ważna jest profilaktyka, leczenie bowiem „zainfekowanej ludzkości” może okazać się nieskuteczne, a nawet niemożliwe. Pobłażanie nieuczciwemu procederowi wywierania wpływu na jednostkę jest równie szkodliwe dla społeczeństwa jak zgoda na manipulowanie nim w wymiarze globalnym. I choć politycy i badacze zajmują różne stanowiska w kwestii usprawiedliwienia stosowania technik manipulacyjnych w ważnych sprawach lub kategorię przestrzegania

obiektywności w rozwiązywaniu bardzo ważnych problemów, etyczna ocena takich działań jest bardzo złożona.

Analizując mechanizmy wpływu społecznego, należy propagować te techniki komunikacji, które prowadzą do pełnej, otwartej dyskusji, i równocześnie odsłaniać napotymane działania manipulatorskie. Uważamy, że wychowanie przyszłych pokoleń skoncentrowane na kształtowaniu refleksyjności wspieranej kompetencjami informacyjno-medialnymi pozwoli zwiększyć ich szansę na uniknięcie szkodliwych skutków różnych zabiegów perswazyjnych. Budowa społeczeństwa obywatelskiego, dobrze poinformowanego i wykształconego w sprawach publicznych, jest zadaniem priorytetowym i chociaż jest ono według Krzysztofa Gładkowskiego bardziej idea, jego funkcja jako „czujnego katalizatora napięć wynikających z nadużyć władzy i ograniczeń wolności płynących z różnych ośrodków” stanowi ważne narzędzie walki z manipulacją.

Widoczne jest to szczególnie w walce wyborczej prowadzonej za pośrednictwem mediów, w której kandydaci starają się za wszelką cenę umocnić swoje poparcie zarówno wśród zwolenników, jak i niezdecydowanych. Manipulacja opiera się w tym przypadku głównie na powiązaniu słów, działań i wizji polityków z marzeniami i aspiracjami elektoratu. Odwołując się do refleksji Michała Karnowskiego, Eryka Mistewicza, Andrzeja Falkowskiego, Pawła Koniaka i Wojciecha Cwaliny, kampanie wyborcze mają wzbudzać silne emocje i omijać rozumową kontrolę nad rzeczywistością. Myślenie krytyczne, refleksyjne zastępowane jest propozycją zwolnienia społeczeństwa z myślenia. Refleksję wymienionych badaczy kontynuuje Rafał Klepka, domagając się od odbiorców mediów wiedzy, większego zaangażowania i krytycyzmu nieodzownego do powstrzymania negatywnego oddziaływania mediów. W tym celu konieczna jest przebudowa systemu edukacji, w którym nie może być marginalizowane kształtowanie kultury informacyjnej i medialnej społeczeństwa i w którym kultury te muszą być postrzegane jako ważny komponent kultury bezpieczeństwa.

W swoim czasie Winston Churchill powiedział, że kto jest właścicielem informacji, ten jest właścicielem świata. Dziś możemy śmiało powiedzieć, że ten, kto kontroluje media, jest w stanie aktywnie wpływać na poglądy ludzi, ich zachowania i ogólnie na zbiorową świadomość społeczeństwa.

# BIBLIOGRAFIA

---

## I. Dokumenty

Przestępstwa przeciwko wiarygodności dokumentów – Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. – Kodeks karny, Dz.U. Nr 88, poz. 553, s. 2707.

Юридичні особи, до яких застосовуються обмежувальні заходи (санкції). Додаток 2 до рішення Ради національної безпеки і оборони України від „28” квітня 2017 року „Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)”, [http://www.president.gov.ua/storage/j-files-storage/00/40/30/6f76b8df9d0716da74bb4ae6a900d483\\_1494864914.pdf](http://www.president.gov.ua/storage/j-files-storage/00/40/30/6f76b8df9d0716da74bb4ae6a900d483_1494864914.pdf) (dostęp 19.04.2018).

## II. Druki zwarte

Allan S., *News Culture*, Open University Press, New York 2004.

*An Integrated Approach to Communication Theory and Research*, ed. D. Stacks, M. Salwen, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2009.

Antczak-Barzan A., Śliwa Z., Zaniewski R., *Wojna XXI wieku. Początki wojny „trzeciej fali”*. Vizja Press & IT, Warszawa 2016.

Arnoldi J., *Rzyko, Sic!*, Warszawa 2011.

Babik W., *Ekologia informacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2014.

Bandler R., Grinder J., *The Structure of Magic*, vol. 1: *A Book About Language and Therapy*, Science and Behavior Books, Palo Alto 1975.

Bandler R., Grinder J., *The Structure of Magic*, vol. 2: *A Book About Communication and Change*, Science and Behavior Books, Palo Alto 1975.

Bandler R., Grinder J., *Struktura magii. Kształtowanie ludzkiej psychiki, czyli więcej niż NLP*, cz. 1, tłum. J. Krzemień-Rusche, cz. 2, tłum. W. Sztukowski, Helion, Gliwice 2008.

Bandura A., *Teoria społecznego uczenia się*, PWN, Warszawa 2007.

Bańka J., *Filozofia techniki. Człowiek wobec odkrycia naukowego i technicznego*, Śląsk, Katowice 1980.

- Bańka J., *Świat poręczenia moralnego. Medytacje o etyce prostomyślności.*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 1988.
- Bard A., Söderqvist J., *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, tłum. P. Cypryjański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- Barney D., *Spółeczeństwo sieci*, tłum. M. Fronia, Sic!, Warszawa 2008.
- Batorowska H., *Kultura informacyjna w perspektywie zmian w edukacji*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2009.
- Batorowska H., *Od alfabetyzacji informacyjnej do kultury informacyjnej. Rozważania o dojrzałości informacyjnej*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2013.
- Batorowska H., Czubała B., *Wybrane zagadnienia nauki o informacji i technologii informacyjnej*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Kraków 2000.
- Baudrillard J., *Symulakry i symulacja*, tłum. B. Królak, Sic!, Warszawa 2014.
- Bauman Z., *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*, tłum. E. Klekot, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2000.
- Bauman Z., *O edukacji. Rozmowy z Riccardo Mazzeo*, tłum. P. Poniatowska, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2012.
- Bauman Z., *Płynne życie*, tłum. T. Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2005.
- Beck U., *Spółeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, tłum. S. Ciesła, Scholar, Warszawa 2002.
- Beck U., *Spółeczeństwo światowego ryzyka. W poszukiwaniu utraconego bezpieczeństwa*, tłum. B. Baran, Scholar, Warszawa 2012.
- Bernal J. D., *The Social Function of Science*, The M.I.T. Press, Cambridge–London 1967.
- Bezpieczeństwo społeczne. Pojęcia. Uwarunkowania. Wyzwania*, (red.) A. Skrabacz, S. Sulowski, Elipsa, Warszawa 2012.
- Blumler J.G., Gurevitch M., *The Crisis of Public Communication*, Routledge, London–New York 1995.
- Brand S., *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*, Penguin Books, New York 1988.
- Broda M., „Zrozumieć Rosję”? *O rosyjskiej zagadce-tajemnicy*, Wydawnictwo Ibidem, Łódź 2011.
- Carr N., *Płytki umysł. Jak internet wpływa na nasz mózg*, tłum. K. Rojek, Helion, Gliwice 2013.
- Castells M., *Spółeczeństwo sieci*, PWN, Warszawa 2007.
- Chalk P., *Encyclopedia of Terrorism*, vol. 1, ABC-CLIO, Santa Barbara 2013.
- Chmielewski Z., Kuca P., Polak R., *Public relations i polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015.
- Chudy W., *Kłamstwo jako metoda. Esej o społeczeństwie i kłamstwie 2*, Terminus 44, Oficyna Naukowa, Warszawa 2007.
- Cialdini R.B., *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, tłum. B. Wojciszke, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001.

- Cichosz M., *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2003.
- Cieślarczyk M., *Kultura bezpieczeństwa i obronności*, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Sie-  
dlce 2006.
- Corm G., *Religia i polityka w XXI wieku*, tłum. E. Cylwik, Dialog, Warszawa 2007.
- Curran J., *Media and Power*, Routledge, London–New York 2002.
- Cushion S., *News and Politics. The Rise of Live and Interpretive Journalism*, Routledge, Taylor  
& Francis Group, London–New York 2015.
- Cushion S., *Television Journalism*, Sage Publications, Los Angeles–London–New Delhi 2012.
- Custine A. de, *Listy z Rosji. Rosja w 1839 roku*, tłum. M. Leśniewska, Editions Spotkania, War-  
szawa 2015.
- Czarniawska B., *Cyberfactories. How News Agencies Produce News*, Edward Elgar, Cheltenham–  
Northampton 2012.
- Człowiek w obliczu szans cyberprzestrzeni i świata wirtualnego*, red. J. Bednarek, Difin, Warszawa 2014.
- Czuba K., *Media i władza*, Soli Deo, Warszawa 1996.
- Dagnes A., *Politics on Demand. The Effects of 24-Hour News on American Politics*, Praeger, Santa  
Barbara–Denver–Oxford 2010.
- Darczewska J., *Anatomia rosyjskiej wojny informacyjnej. Operacja krymska – studium przypadku*,  
Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, Warszawa 2014.
- Dauber H., *Obszary uczenia się w przyszłości. Perspektywy pedagogiki humanistycznej*, Impuls,  
Kraków 1997.
- Dearing J.W., Rogers E.M., *Agenda-Setting*, Sage Publications, Thousand Oaks–London–New  
Delhi 1996.
- Denning D.E., *Wojna informacyjna i bezpieczeństwo informacji*, tłum. J. Bloch, Wydawnictwa  
Naukowo-Techniczne, Warszawa 2002.
- Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociepka B., *Teoria i praktyka propagandy*, Wydawnictwo Uniwer-  
sytetu Wrocławskiego, Wrocław 1997.
- Doliński D., *Techniki wpływu społecznego*, Scholar, Warszawa 2006.
- Drucker P.F., *Mysli przewodnie Druckera*, tłum. A. Doroba, MT Biznes, Warszawa 2002.
- Działalność Europejskiego Centrum Monitorowania Rasizmu i Ksenofobii w 2006 r.*, Urząd  
Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich, Luksemburg 2008.
- Fiut I.S., *Media @ Internet. Szkice filozoficzno-medioznawcze z lat 2000–2006*, Stowarzyszenie  
twórcze artystyczno-literackie, Kraków 2006.
- Foxman A.H., Wolf Ch., *Viral Hate. Containing Its Spread on the Internet*, St. Martin's Press, New  
York 2013.
- Frania M., *Nowe media, technologie i trendy w edukacji. W kierunku mobilności i kształcenia  
hybrydowego*, Impuls, Kraków 2017.

- Franzosi R., *Quantitative Narrative Analysis*, Sage Publications, Thousand Oaks–London–New Delhi 2010.
- Gardner H., *Pięć umysłów przyszłości*, tłum. D. Bakalarz, Laurum, Warszawa 2009.
- Goban-Klas T., *Spółczesność medialna*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005.
- Goban-Klas T., Sienkiewicz H., *Spółczesność informacyjna. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999.
- Golka M., *Barier w komunikowaniu i społeczeństwo (de)informacyjne*, PWN, Warszawa 2008.
- Golka M., *Imiona wielokulturowości*, Muza, Warszawa 2013.
- Goodman M., *Zbrodnie przyszłości. Jak cyberprzestępcy, korporacje i państwa mogą użyć technologii przeciwko Tobie*, Helion, Gliwice 2016.
- Grębosz M., Siuda D., Szymański G., *Social media. Marketing*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2016.
- Haag D.E., *Information Barriers*, Human Science Research Council, Pretoria 1989.
- Hanieh H. Abu, Rumman M. Abu, *The „Islamic State” Organization. The Sunni Crisis and the Struggle of Global Jihadism*, Friedrich-Ebert-Stiftung Jordan & Iraq FES, Amman 2015.
- Hetmański M., *Świat informacji*, Difin, Warszawa 2015.
- Hjarvard S., *The Mediatization of Culture and Society*, Routledge, London–New York 2013.
- Huntington S., *Zderzenie cywilizacji i nowy kształt ładu światowego*, tłum. H. Jankowska, Muza, Warszawa 2000.
- Hybrid Warfare in Ukraine. Outcomes and Recommendations for Europe and the World. Articles presented at the International Conference „Hybrid Warfare in Ukraine – Outcomes and Recommendations for Europe and the World” held in Piotrków Trybunalski (Poland) on 23 and 24 November 2016 under the Defence Education Enhancement Programme*, red. B. Pacek, NATO, Brussels 2018.
- Iyengar S., Kinder D.R., *News That Matters. Television and American Opinion*, University of Chicago Press, Chicago–London 1987.
- Janczak J., *Zakłócania informacyjne*, Akademia Obrony Narodowej, Warszawa 2001.
- Januszko-Szakiel A., *Dezinformacja jako narzędzie medialnej manipulacji świadomością*, [w:] *Manipulacja. Pedagogiczno-społeczne aspekty, cz. 1: Interdyscyplinarne aspekty manipulacji*, red. J. Aksman, Oficyna Wydawnicza AFM, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2010.
- Jasiewicz J., *Kompetencje informacyjne młodzieży. Analiza – stan faktyczny – kształcenie na przykładzie Polski, Niemiec i Wielkiej Brytanii*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2012.
- Jenkins H., *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York 2006.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

- Jędrzejko M., Morańska D., *Pułapki współczesności, cz. 1: Cyfrowi tubylcy. Socjopedagogiczne aspekty nowych technologii cyfrowych*, Dąbrowa Górnicza–Warszawa 2013.
- Jones J.P., *Entertaining Politics: Satiric Television and Political Engagement*, Rowman & Littlefield Publisher, Lanham 2010.
- Kamińska-Czubała B., *Zachowania informacyjne w życiu codziennym. Informacyjny świat pokolenia Y*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2013.
- Keen A., *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, tłum. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Kepplinger H.M., *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, tłum. A. Kozuch, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- Kerckhove D. de, *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego*, tłum. A. Hildebrandt, R. Glegoła, MIKOM, Warszawa 2001.
- Kerckhove D. de, *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości*, tłum. W. Sikorski, P. Nowakowski, MIKOM, Warszawa 2001.
- Kisilowska M., *Kultura informacji*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2016.
- Kizińczuk S., *Techniki manipulacji. Poznaj techniki manipulacji i już nigdy nie daj się „wpuścić w kanał”*, Wydawnictwo Złote Myśli, Gliwice 2015.
- Klein A., *Fanaticism, Racism, and Rage Online. Corrupting the Digital Sphere*, Palgrave MacMillan, Cham 2017.
- Kopeć R., *Strategie nuklearne w okresie pozimnowojennym*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2014.
- Kosewski M., *Ludzie w sytuacji pokusy i upokorzenia*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1985.
- Koziej S., *Teoria sztuki wojennej*, Bellona, Warszawa 2011.
- Krippendorff K., *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*, Sage Publications, Thousand Oaks–London–New Delhi 2004.
- Krug S., *Nie każ mi myśleć. O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*, tłum. K. Jurczyk, Helion, Gliwice 2014, wyd.3.
- Krzysztofek K., *Komunikowanie międzynarodowe, informacja, kultura, środki masowego przekazu, stosunki międzynarodowe*, PWN, Warszawa 1983.
- Kula M., *Religiopodobny komunizm*, Nomos, Kraków 2003.
- Kultura i przemysł kultury szansą rozwojową dla Polski*, red. J. Szomburg, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Warszawa 2002.
- Kurczewska J., *Technokraci i ich świat społeczny*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1997.
- Kuśmierski S., *Teoretyczne problemy propagandy i opinii publicznej*, PWN, Warszawa 1980.

- Lakoff G., *The Political Mind. A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics*, Penguin Group, New York 2009.
- Lakoff G., Johnson M., *Metaphors We Live By*, University of Chicago Press, London 1980.
- Le Bon G., *Psychologia tłumy*, tłum. B. Kaprocki, Wydawnictwo Antyk, Kęty 2004.
- Ledzińska M., *Człowiek współczesny w obliczu stresu informacyjnego*, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warszawa 2009.
- Lem S., *Bomba megabitowa*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1999.
- Lendler L., *Dezinformacja jako element walki informacyjnej*, Akademia Obrony Narodowej, Warszawa 1994.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, Częstochowa 1995.
- Liderman K., *Bezpieczeństwo informacyjne*, PWN, Warszawa 2012.
- Liedel K., *Bezpieczeństwo informacyjne w dobie terrorystycznych i innych zagrożeń bezpieczeństwa narodowego*, Adam Marszałek, Toruń 2005.
- Liedel K., Piasecka P., Aleksandrowicz T.R., *Analiza informacji – teoria i praktyka*, Difin, Warszawa 2012.
- Lilleker D.G., *Key Concepts in Political Communication*, Sage Publications, London–Thousand Oaks–New Delhi 2006.
- Lisowska-Magdziarz M., *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów: wersja 1.1*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2004.
- Loubier A., *Grupy redukcyjne, techniki sterowania i manipulacji wewnątrz stowarzyszeń*, Wydawnictwo Antyk Marcin Dybowski, Komorów 2006.
- Louw P.E., *The Media and Political Process*, SAGE, London–Thousand Oaks–New Delhi 2005.
- Lukas E., *Nowa zimna wojna. Jak Kreml zagraża Rosji i Zachodowi*, tłum. J. Stawski, Rebis, Poznań 2008.
- Marcinkowska M., *Kształtowanie wartości firmy*, PWN, Warszawa 2000.
- Materska K., *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2007.
- Mayer-Szőneberger V., Cukier K., *Big data. Rewolucja, która zmieni nasze myślenie, pracę i życie. Efektywna analiza danych*, tłum. M. Glatki, MT Biznes, Warszawa 2017.
- McCombs M., *Ustanawianie agendy: media masowe i opinia publiczna*, tłum. B. Radwan, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
- McNair B., *An Introduction to Political Communication*, Routledge, Taylor & Francis Group, London–New York 2011.
- McNair B., *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*, Routledge, London–New York 2012.
- McQuail D., *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, Sage Publications, London–Thousand Oaks–New Delhi 1992.



- Medialne obrazy świata. Wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, red. R. Klepka, Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2018.
- Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*, ed. F. Esser, J. Strömbäck, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2014.
- Michalczyk S., *Demokracja medialna*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010.
- Mielczarek T., *Monopol, pluralizm, koncentracja: środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989-2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Mierzecka-Szczepeńska A., *Badania zachowań informacyjnych*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2013.
- Mitnick K.D., Simon W.L., *Sztuka podstęp. Łamałem ludzi nie hasła*, Helion, tłum. J. Dobrzański, Gliwice 2016.
- Mobilna edukacja. m-learning, czyli (r)ewolucja w nauczaniu. Przewodnik dla nauczycieli*, red. L. Hojnacki, Think Global, Warszawa 2011.
- Modrzejewski Z., *Operacje informacyjne*. Akademia Obrony Narodowej, Warszawa 2015.
- Murdock G., *Media, kultura i ekonomia. Krytyczne pytania. Antologia tekstów, cz. 2: Zdobywcze korporacji*, tłum. M. Łuczak, Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Wrocław 2010.
- Mutz D.C., *Impersonal Influence. How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*, Cambridge University Press, New York 1998.
- Müldner-Nieckowski P., *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*, Świat Książki, Warszawa 2003.
- Negroponte N., *Cyfrowe życie*, Książka i Wiedza, Warszawa 1999.
- Newcourt-Nowodworski S., *Czarna propaganda. Polska, Niemcy, Wielka Brytania: tajemnice największych oszustw II wojny światowej*, tłum. J. Rumińska, Znak, Warszawa 2008.
- Nieć M., *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Wolters Kluwer, Warszawa 2010.
- Nowak A., Scheffs W., *Zarządzanie bezpieczeństwem informacyjnym*, AON, Warszawa 2010.
- Oleksiewicz I., Michalski K., Sienkiewicz E., *Bezpieczeństwo w społeczeństwie informacyjnym. Zagadnienia w wymiarze online i offline*, Rambler Press, Warszawa 2017.
- Oleński J., *Infrastruktura informacyjna państwa w globalnej gospodarce*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2006.
- Oleś P.K., *Psychologia człowieka dorosłego. Ciągłość – zmiana – integracja*, PWN, Warszawa 2011.
- Orton K., *Governing the Caliphate. Profiles of Islamic State Leaders*, The Henry Jackson Society, London 2016.
- Ostasiewicz W., *Myslenie statystyczne*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.
- Patterson T.E., *Doing Well and Doing Good. How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy – and What News Outlets Can Do About It*,

- Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Cambridge 2000.
- Patterson T.E., *Informing the News. The Need for Knowledge-Based Journalism*, Knopf Doubleday Publishing Group, Knopf Doubleday Publishing Group 2013.
- Pawelczyk P., *Socjotechniczne aspekty gry politycznej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2000.
- Perloff R.M., *The Dynamics of Political Communication. Media and Politics in a Digital Age*, Routledge, New York–London 2014.
- Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983.
- Political Communications Transformed: From Morrison to Mandelson*, red. J. Bartle, D. Griffiths, Palgrave Macmillan, Basingstoke–New York 2001.
- Pomerantsev P., *Nothing is True and Everything is Possible. The Surreal Heart of the New Russia*, New York, Public Affairs, 2014.
- Ponsonby A., *Falsehood in War-time. Containing an Assortment of Lies Circulated Throughout the Nations During the Great War*, G. Allen & Unwin Limited, b.m.w. 1928.
- Postman N., *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, Muza, tłum. A. Tanalska-Dulęba, Warszawa 2004.
- Postman N., *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, tłum. L. Niedzielski, Muza, Warszawa 2002.
- Potulski J., *Rola i znaczenie tradycji w funkcjonowaniu współczesnych instytucji politycznych w Rosji*, Europejskie Centrum Edukacyjne, Toruń–Łysomice 2005.
- Pratkanis A., Aronson E., *Wiek propagandy*, tłum. J. Radzicki, M. Szuster, PWN, Warszawa 2005.
- Przelaskowski W., *Problemy informacji naukowej*, PAN, Warszawa 1979.
- Richardson J.E., *Analysing Newspapers. An Approach from Critical Discourse Analysis*, Palgrave Macmillan, Basingstoke–New York 2007.
- Riffe D., Lacy S., Fico F.G., *Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah–London 2005.
- Rifkin J., *Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrynkowej*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2001.
- Rifkin J., *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, tłum. E. Kania, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003.
- Roberts J., *Joseph Goebbels: Nazi Propaganda Minister*, The Rosen Publishing Group, New York 2000.
- Rosja i Europa Wschodnia*, red. A. Nowak, Instytut Historii PAN, Warszawa 2006.
- Rosjoznawstwo. Wprowadzenie do studiów nad Rosją. Podręcznik akademicki*, red. L. Suchanek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.
- Sartori G., *The Theory of Democracy Revisited*, vol. 1: *The contemporary debate*, Chatham House Publishers, Chatham 1987.

- Schiffer A.J., *Conditional Press Influence in Politics*, Lexington Book, Lanham 2009.
- Schulz W., *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik*, Westdeutscher Verlag–Opladen, Wiesbaden 1997.
- Shoemaker P.J., Cohen A.A., *News Around the World: Content, Practitioners, and the Public*, Routledge, New York–London 2012.
- Shoemaker P.J., Vos T., *Gatekeeping Theory*, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2009.
- Simi P., Futrell R., *American Swastika: Inside the White Power Movement's Hidden Spaces of Hate*, Rowman & Littlefield, Lanham 2015.
- Skąła M., *Manipulacja odczarowana. 777 skutecznych technik wpływu*, Helion, Gliwice 2015.
- Słownik encyklopedyczny informacji, języków i systemów informacyjno-wyszukiwawczych*, (red.) B. Bojar, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2002.
- Small G., Vorgan G., *iMózg. Jak przetrwać technologiczną przemianę współczesnej umysłowości*, tłum. S. Borg, Vesper, Poznań 2011.
- Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Riga 2016.
- Sola Pool de I., *Technologies of Freedom*, Harvard University Press, Cambridge 1983.
- Spitzer M., *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci*, tłum. A. Lipiński, Wydawnictwo Dobra Lektura, Słupsk 2013.
- „Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”, red. K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2011.
- Stefanowicz B., *Informacja*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa 2004.
- Stefanowicz B., *Informacja, wiedza, mądrość*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2013.
- Sun Tzu, *Sztuka wojny*, tłum. D. Bakalarz, Helion, Gliwice 2012.
- Szulczewski M., *Informacja i współdziałanie*, Książka i Wiedza, Warszawa 1982.
- Szwed R., *Framing of the Ukraine–Russia conflict in online and social media*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Riga 2016.
- Śniegulska A., *Refleksje nad współczesnym wychowaniem. Reflections on Present Education*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2013.
- Świigoń M., *Bariery informacyjne. Podstawy teoretyczne i próba badań w środowisku naukowym*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2006.
- Świigoń M., *Zarządzanie wiedzą i informacją. Podstawy teoretyczne. Badania w wymiarze indywidualnym*, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn 2012.
- Taylor P.M., *Global Communications, International Affairs and the Media Since 1945*, Routledge, New York–London 1997.
- Text Analysis for the Social Sciences: Methods for Drawing Statistical Inferences From Texts and Transcripts*, ed. C.W. Roberts, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah 1997.

- The International Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008.
- The Media and Elections. A Handbook and Comparative Study*, ed. B.P. Lange, D. Ward, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah–London 2004.
- Thierry J., *Technologia i organizacja informacji naukowej*, WSiP, Warszawa 1980.
- Tinti P., Reitano T., *Migrant, Refugee, Smuggler, Savior*, Oxford University Press, New York 2017.
- Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. 1, red. S. Dubisz, PWN, Warszawa 2003, s. 601.
- Virilio P., *Bomba informacyjna*, tłum. S. Królik, Sic!, Warszawa 2006.
- Volkoff V., *Dezinformacja – oręż wojny*, tłum. A. Arciuch, Delikon, Warszawa 1991.
- Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Obywatelskiej, Katedra Kultury Informacyjnej i Zarządzania Informacją, Kraków 2017.
- Wasiuta O., Wasiuta S., *Wojna hybrydowa Rosji przeciwko Ukrainie*, Arcana, Kraków 2017.
- Wasiuta O., Wasiuta S., Mazur P., *Państwo Islamskie ISIS. Nowa twarz ekstremizmu*, Difin, Warszawa 2018.
- Weinschenk S.M., *100 rzeczy, które każdy projektant powinien wiedzieć o potencjalnych klientach*, tłum. D. Kaczmarek, Helion, Gliwice 2013.
- Wieczorkowska-Wierzbńska G., *Psychologiczne ograniczenia*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2011.
- Wierzbicki P., *Struktura kłamstwa*, Aneks, Londyn 1987.
- Wilson A., *Ukraine Crisis: What it Means for the West*, New Haven, Yale University Press, 2014.
- Winter C., *Media Jihad. The Islamic State's Doctrine for Information Warfare*, ICSR King's College London, London 2017.
- Wojna hybrydowa na Ukrainie. Wnioski i rekomendacje dla Europy i świata*, (red.) B. Pacek, J.A. Grochocka, Piotrków Trybunalski, 2017.
- Wróbel A., *Wychowanie a manipulacja*, Impuls, Kraków 2006.
- Współczesne problemy bezpieczeństwa państwa*, red. O. Wasiuta, P. Mazur, Katolicki Uniwersytet Lubelski im. Jana Pawła II w Lublinie, Stalowa Wola 2017.
- Współczesne stosunki międzynarodowe. Międzynarodowe stosunki polityczne w XXI wieku – geneza, struktury, funkcje i procesy polityczne*, red. E. Cziomer, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2015.
- Wyzwania bezpieczeństwa międzynarodowego*, red. O. Wasiuta, P. Mazur, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Stalowa Wola 2017.
- Znyk P., *Propaganda – współczesne oblicza. Technologia zabójstwa medialnego*, Bracia Zybort APR „Gryf” s.c., Łódź 2011.
- Zwoliński A., *Słowo w relacjach społecznych*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2003.
- Żebrowski A., *Ewolucja polskich służb specjalnych. Wybrane obszary walki informacyjnej: (wywiad i kontrwywiad w latach 1989–2003)*, Abrys, Kraków 2005.

- Żebrowski A., *Walka informacyjna w asymetrycznym środowisku bezpieczeństwa międzynarodowego*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2016.
- Żuk-Łapińska L., *Problem tolerancji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 1991.
- Аверьянов-Минский К., Мальцев В., *Белорусский национализм против русского мира. Итоговый доклад по деятельности националистических и экстремистских организаций в России и странах СНГ*, Выпуск 2, Международная мониторинговая организация „СIS–ЕМО”, Москва 2015.
- Бернейс Э., *Пропаганда*, Издательский дом Н–Publishing, Москва 2010.
- Большаков В., *Мировая закулиса против Путина*, Издательство Алгоритм, Москва 2016.
- Бухарин С.Н., *Методы и технологии информационных войн*, Академический проект, Москва 2007.
- Военная мысль*. Издательство:Воениздат, Москва 2003.
- Волковский Н.Л., *История информационных войн*, Издательство Полигон, Санкт-Петербург 2003.
- Глазев С., *Украинская катастрофа. От американской агрессии к мировой войне?*, Издательство Книжный мир, Москва 2015.
- Задорожний О., *Анексія Криму – міжнародний злочин*, Видавництво К.І.С., Київ 2015.
- Информационная безопасность систем организационного управления*, ред. Н.А. Кузнецов, В.В. Кульба, Издательство Наука, Москва 2006.
- Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): підручник*, ред. Є.Д.Скулиша, Видавництво КНТ, Київ 2010.
- Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії: Аналітична доповідь*, ред. А.Баровська, Видавництво НІСД, Київ 2016.
- Кремлев С., *Кремлевские пигмеи против титана Сталина, или Россия, которую надо найти*, Издательство Litres, Москва 2015.
- Лисичкин В., Шелепин Л., *Третья мировая информационно-психологическая война*, Академия социальных наук, Москва 2000.
- Магда Є., *Гібридна війна. Вижити і перемогти*, Видавництво Віват, Харків 2015.
- Манойло А.В., *Государственная информационная политика в особых условиях*, Издательство МИФИ, Москва 2003.
- Месснер Е.Э., *Всемирная мятежевойна*, Издательство Кучково поле, Москва 2004.
- Панарин И.Н., *Информационная война и геополитика*, Издательство Поколение, Москва 2006.
- Панарин И.Н., *Информационная война и Россия*, Издательство Поколение, Москва 2000.
- Панарин И.Н., *СМИ, пропаганда и информационные войны*, Издательство Поколение, Москва 2012.

- Петрик В.М., *Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации*, Государственный университет информационно-коммуникационных технологий, Київ 2008.
- Померанцев П., *Нічого правдивого й усе можливе. Пригоди в сучасній Росії*, пер.з анг. А. Бондар, Видавництво Українського католицького університету, Львів 2015.
- Почепцов Г.Г., *Информационные войны. Новый инструментарий политики*, Издательство. Эксмо, Москва 2015.
- Почепцов Г.Г., *Информация & дезинформация*, Видавництво Ника-Центр, Эльга, Київ 2001.
- Почепцов Г.Г., *Психологические войны*, Издательство Рефл-бук, Москва 2000.
- Різник Л., *Фактор Данила Вернади*, Видавництво Кобзар, Львів 2003.
- России и странах СНГ*, Выпуск 2, Международная мониторинговая организация „СIS-ЕМО”, Москва 2015.
- Соціально-правові основи інформаційної безпеки*, ред. В.В. Остроухова, Видавництво Росава, Київ 2007.
- Хочешь мира, победи мятежевойну! Творческое наследие Е.Э. Месснера*, Издательство Русский путь, Москва 2005.
- Чекмишев О., *Хроніка інформаційної війни. Звіт за результатами моніторингу українських та російських медіа*, Київ, 19 Березня 2014.
- Шаваев А.Г., *Галерея шпיוнажа*, Издательство Инфра-М, Москва 2009.
- Швец Д.Ю., *Информационная безопасность России и современные международные отношения*, Издательство Мир безопасности, Москва 2001.
- Юдін О.К., *Інформаційна безпека держави*, Видавництво Консум, Харків 2005.

### III. Artykuły

- Aalberg T., Strömbäck J., Vreese C.H. de, *The Framing of Politics as Strategy and Game. A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2012, vol. 13, no. 2.
- Andretta M., Pavan E., *Mapping Protest on the Refugee Crisis: Insights from Online Protest Event Analysis*, [w:] *Solidarity Mobilizations in the „Refugee Crisis”: Contentious Moves*, ed. D. della Porta, Palgrave Macmillan, Cham 2018.
- Asp K., *News Media Logic in a New Institutional Perspective*, „Journalism Studies” 2014, vol. 15, no. 3.
- Babik W., *Ekologia informacji a bezpieczeństwo człowieka i informacji we współczesnym świecie*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2017.
- Babik W., *Ekologia informacji katalizatorem równoważenia rozwoju społeczeństwa informacji i wiedzy*, „Zagadnienia Informacji Naukowej” 2012, nr 2.

- Babik W., *O natłoku informacji i związanym z nim przeciążeniu informacyjnym*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, Kraków 2010.
- Babik W., *O wiarygodności informacji*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, E. Musiał, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2014.
- Bartz B., *Perspektywiczne znaczenie bezpieczeństwa humanitarne*, [w:] *Elementy teorii i praktyki transdyscyplinarnych badań problemów bezpieczeństwa*, t. 4: *Odkrywanie znaczeń w naukach o bezpieczeństwie*, red. A. Filipek, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego, Siedlce 2015.
- Batorowska H., *Bezpieczeństwo informacyjne w dyskursie naukowym. Kierunki badań*, [w:] *Bezpieczeństwo informacyjne w dyskursie naukowym*, red. H. Batorowska, E. Musiał, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2017.
- Batorowska H., *Indywidualne zarządzanie informacją zabezpieczeniem przed manipulacją w środowisku płynnej inwigilacji*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2018, nr 1.
- Batorowska H., *Information and Media Literacy (IML) w edukacji dla bezpieczeństwa*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, D. Morańska, E. Musiał, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu, Dąbrowa Górnicza 2017.
- Batorowska H., *Information literacy powinnością społeczeństwa informacyjnego*, „Bibliotheca Nostra” 2012, nr 2.
- Batorowska H., *Konektywizm w kontekście kształcenia kompetencji informacyjnych*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia”, 2012, nr 10.
- Batorowska H., *Konsumpcja informacji a sztuka jej przetwarzania*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, D. Morańska, E. Musiał, Wyższa Szkoła Biznesu, Dąbrowa Górnicza 2015.
- Batorowska H., *Książka w kulturze szerokopasmowej*, „Teoria i Praktyka Informacji Naukowej” 2012, nr 2.
- Batorowska H., *Kultura bezpieczeństwa informacyjnego*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2018, nr 1.
- Batorowska H., *Kultura informacyjna*, [w:] *Nauka o informacji*, red. W. Babik, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2016.
- Batorowska H., *Między dorosłością a dojrzałością informacyjną*, [w:] *Współczesne oblicz@komunikacji i informacji: problemy, badania, hipotezy*, red. E. Głowacka, M. Kowalska, P. Krysiński, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2014.
- Batorowska H., *Nauka o informacji (informatologia) z perspektywy nowych wyzwań edukacyjnych*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2015, nr 3.
- Batorowska H., *Obecność koncepcji information literacy jako sztuki wyzwolonej w wychowaniu do roztropnego funkcjonowania jednostki w środowisku społecznym*, „Praktyka i Teoria Informacji Naukowej i Technicznej” 2013, nr 1–2.

- Batorowska H., *Od edukacji informacyjnej ucznia do kultury informacyjnej człowieka dorosłego*, [w:] *Bibliotekarz 2.0. Nowoczesność na bazie tradycji*, red. S. Skórka, M. Rogoż, E. Piotrowska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2015.
- Batorowska H., *Perceived Self-efficacy vs. Actual Level of Training in Personal Information and Knowledge Management. A Research Report*, „Bibliotheca Nostra” 2016, nr 2.
- Batorowska H., *Przetwarzanie informacji w środowisku jej nadmiarowości i przyspieszenia technologicznego w świetle badań własnych*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2017, nr 1.
- Batorowska H., *Świadomość informacyjna warunkiem bezpieczeństwa użytkowników informacji*, [w:] *Bezpieczeństwo – wielorakie perspektywy. Bezpieczeństwo z perspektywy środowisk i obszarów*, red. N.A. Fechner, A. Zduniak, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, Poznań 2015.
- Batorowska H., *Umiejętność strukturalizacji treści przez podmiot uczący się*, [w:] *Projektowanie informacji w przestrzeni biblioteki*, red. B. Kamińska-Czubała, S. Skórka, Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2017.
- Batorowska H., *Wpływ edukacji informacyjnej na jakość życia człowieka dorosłego*, „Praktyka i Teoria Informacji Naukowej i Technicznej” 2014, nr 2–3.
- Batorowska H., *Wybrane aspekty kultury bezpieczeństwa w społeczeństwie informacji i wiedzy*, „Studia Politologia Ucraino-Polona” 2016, nr 6.
- Batorowska H., *Wybrane problemy kultury bezpieczeństwa, kultury informacyjnej i bezpieczeństwa informacyjnego w refleksji nad funkcjonowaniem człowieka w świecie informacji*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym*, t. 2, red. H. Batorowska, Z. Kwiasowski, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2016.
- Batorowska H., *Zanik umiejętności dostrzegania problemu w ujęciu całościowym i w interdyscyplinarnej refleksji*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym – teoria i praktyka*, t. 1, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2015.
- Batorowska H., *Znaczenie kultury informacyjnej w edukacji międzykulturowej*, [w:] *Edukacja międzykulturowa w warunkach kultury globalnej. Od rozważań definicyjnych do praktycznych zastosowań*, t. 3, red. E. Ślachcińska, H. Marek, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, Poznań 2014.
- Batorski D., *Wykluczenie cyfrowe w Polsce*, „Studia Biura Analiz Sejmowych Kancelarii Sejmu. Społeczeństwo Informacyjne”, 2009, nr 3.
- Baum M.A., *Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence?*, „Political Communication” 2003, vol. 20, no. 2.
- Baum M.A., *Talking the Vote: Why Presidential Candidates Hit the Talk Show Circuit*, „American Journal of Political Science” 2005, vol. 49, no. 2.
- Baym G., *Infotainment*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, red. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008.



- Bednarek J., *Spoleczne kompetencje medialno-informacyjne w kontekście bezpieczeństwa w cyberprzestrzeni i świata wirtualnego*, [w:] *Człowiek w obliczu szans cyberprzestrzeni i świata wirtualnego*, red. J. Bednarek, Difin, Warszawa 2014.
- Bednarek-Michalska B., *Budować społeczeństwo informacyjne bez bibliotekarzy?*, „Elektryczny Biuletyn Informacji Bibliotekarzy” 2001, nr 2.
- Bennett W.L., Entman R.M., *Mediated Politics. An Introduction*, [w:] *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*, ed. W.L. Bennett, R.M. Entman, Cambridge University Press, New York 2001.
- Bińczak P., *Edukacja globalna klucz do zrozumienia i akceptacji*, „Edukacja Internet Dialog” 2013, nr 9/10.
- Blumler J.G., Kavanagh D., *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*, „Political Communication” 1999, vol. 16, no. 3.
- Boczkowski P.J., *Rethinking Hard and Soft News Production: From Common Ground to Divergent Paths*, „Journal of Communication” 2009, vol. 59, no. 1.
- Boruszewski J., *Jakość i wiarygodność informacji w infobrokerstwie*, „Lingua ac Communitas” 2012, t. 22.
- Boukes M., Boomgaarden H.G., *Soft News With Hard Consequences? Introducing a Nuanced Measure of Soft Versus Hard News Exposure and Its Relationship With Political Cynicism*, „Communication Research” 2015, vol. 42, no. 5.
- Bradshaw S., Howard P.N., *Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*, „University of Oxford Working Paper” 2017, no. 12.
- Brewer P.R., Cao X., *Candidate Appearances on Soft News Shows and Public Knowledge About Primary Campaigns*, „Journal of Broadcasting & Electronic Media” 2006, vol. 50, no. 1.
- Browning L., *Narrative and Narratology*, [w:] *Encyclopedia of Communication Theory*, ed. S.W. Littlejohn, K.A. Foss, SAGE, Los Angeles–London–New Delhi–Singapore–Washington DC 2009.
- Cantarero K., *Kłamstwo i manipulacja*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. D. Doliński, M. Gamian-Wilk, PWN, Warszawa 2014.
- Chong D., Druckman J., *Identifying Frames in Political News*, [w:] *The Sourcebook for Political Communication Research: Methods, Measures, and Analytical Techniques*, red. E.P. Bucy, R.L. Holbert, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2011.
- Cieślarczyk M., *Ekologia informacji, kultura informacyjna i kultura bezpieczeństwa informacyjnego w teorii i praktyce*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2017.
- Cieślarczyk M., *Kultura informacyjna jako element kultury bezpieczeństwa*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym. Teoria i praktyka*, t. 1, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2015.

- Cieslarczyk M., *Kultura informacyjno-komunikacyjna a funkcjonowanie człowieka i grup społecznych w sytuacjach kryzysowych*, [w:] *Bezpieczeństwo człowieka a komunikacja społeczna*, t. 2: *Aspekty filozoficzne i polityczne*, red. E. Jarmocha, A. Świdorski, I.A. Trzpił, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego, Siedlce 2011.
- Cisek S., Próchnicka M., *Projekt EMPATIC – europejska inicjatywa na rzecz Information Literacy*, „Bibliotheca Nostra” 2012, nr 2.
- Curran J. et al, *Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study*, „European Journal of Communication” 2009, vol. 24, no. 1.
- Cushion S., Lewis J., *Towards a „Foxification” of 24-Hour News Channels in Britain? An Analysis of Market-driven and Publicly Funded News Coverage*, „Journalism” 2009, vol. 10, no. 2.
- Czerny J., *Imperatyw współczesnej edukacji wobec wyzwań cywilizacyjnych*, [w:] *Wyzwania współczesnej edukacji dorosłych*, t. I: *Andragogika jako przedmiot akademicki*, red. A. Fabiś, Górnośląska Wyższa Szkoła Pedagogiczna, Mysłowice–Zakopane 2004.
- Delbani H., Galas B., *Psychospołeczne uwarunkowania edukacji międzykulturowej w szkole*, [w:] *Wielokulturowość i problemy edukacji*, red. T. Lewowicki, A. Różańska, G. Piechaczek-Ogierman, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012.
- Derfert-Wolf L., *Information literacy – koncepcje i nauczanie umiejętności informacyjnych*, „Biuletyn EBIB” 2005, nr 1.
- Doliński D., Gamian-Wilk M., *Historia badań nad wpływem społecznym i manipulacją*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. D. Doliński, M. Gamian-Wilk, PWN, Warszawa 2014.
- Donsbach W., Patterson T.E., *Political News Journalists: Partisanship, Professionalism, and Political Roles in Five Countries*, [w:] *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*, ed. F. Esser, B. Pfetsch, Cambridge University Press, Cambridge 2004.
- Druckman J.N., *Media Matter: How Newspapers and Television News Cover Campaigns and Influence Voters*, „Political Communication” 2005, vol. 22, no. 4.
- Dumitrescu D., Mughan A., *Mass Media and Democratic Politics*, [w:] *Handbook of Politics. State and Society in Global Perspective*, ed. K.T. Leicht, J.C. Jenkins, Springer, New York–Dordrecht–Heidelberg 2010.
- Eco U., *Nowe środki masowego przekazu a przyszłość książki*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej*, red. Maria Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2005, s. 537–544.
- Elo K., Rapeli L., *Determinants of Political Knowledge: The Effects of the Media on Knowledge and Information*, „Journal of Elections, Public Opinion and Parties” 2010, vol. 20, no. 1.
- Esser F., Strömbäck J., De Vreese C.H., *Reviewing Key Concepts in Research on Political News Journalism: Conceptualizations, Operationalizations, and Propositions for Future Research*, „Journalism” 2011, vol. 13, no. 2.

- Eveland Jr W.P. et al., *Understanding the Relationship Between Communication and Political Knowledge: A Model Comparison Approach Using Panel Data*, „Political Communication” 2005, vol. 22, no. 4.
- Filipek A., *Rola edukacji w kształtowaniu kultury bezpieczeństwa informacyjnego*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej, Kraków 2017.
- Fiut I.S., *Konwergencja mediów a komunikowanie*, [w:] „Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”, red. K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2011.
- Fiut I.S., *Skutki konwergencji mediów tradycyjnych do internetu*, [w:] I.S. Fiut, *Media @ Internet. Szkice filozoficzno-medioznawcze z lat 2000–2006*, Stowarzyszenie Twórcze Artystyczno-Literackie, Kraków 2006.
- Fleischer M., *Media w perspektywie konstruktywizmu*, „2K – Kultura i Komunikacja” 2005, nr 1–2.
- Fleischer M., *Zarys ogólnej teorii komunikacji*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, red. G. Habrajska, Leksem, Łask 2007.
- Fras J., *Język propagandy politycznej*, [w:] red. B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1997.
- Fulton H., *Introduction: the Power of Narrative*, [w:] *Narrative and Media*, ed. H. Fulton et al., Cambridge University Press, Melbourne 2006.
- Furmanek F., *Wybrane problemy teleologii edukacji informacyjnej*, [w:] *Dydaktyka informatyki. Problemy teorii. Problemy teorii*, red. W. Furmanek, A. Piecuch, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2004.
- Furmanek W., *Wychowanie do odpowiedzialności zadaniem edukacji informacyjnej*, [w:] *Dydaktyka informatyki. Problemy teorii*, red. W. Furmanek, A. Piecuch, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2004.
- Gackowski T., *Bandwagon effect siłą sondażokracji. Po co mediom sondaże w okresie międzywyborczym?*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 2.
- Giles K., *Russia’s Hybrid Warfare: A Success in Propaganda*, „Arbeitspapier Sicherheitspolitik” 2015, nr 1.
- Goban-Klas T., *Rwący nurt informacji*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Akademia Pedagogiczna, Kraków 2008.
- Gogołek W., *Dominacja komunikacyjna maszyn?*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2009.
- Górski A., *Polityka i informacja*, [w:] *Dylematy cywilizacji informatycznej*, red. A. Szewczyk, PWE, Warszawa 2004.
- Gregorczyk G., *Konektywizm – model uczenia się w epoce cyfrowej*, [w:] *E-learning wyzwaniem dla bibliotek*, red. B. Boryczka, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2012.

- Grenda B., *Cyberbezpieczeństwo operacji powietrznych NATO*, [w:] *NATO wobec wyzwań współczesnego świata 2013*, red. R. Czulda, R. Łoś, J. Regina-Zacharski, Warszawa–Łódź 2013.
- Greussing E., Boomgaarden H.G., *Shifting the Refugee Narrative? An Automated Frame Analysis of Europe's 2015 Refugee Crisis*, „Journal of Ethnic and Migration Studies” 2017, vol. 43, no. 11.
- Groseclose T., Milyo J., *A Social-Science Perspective on Media bias*, „Critical Review” 2005, vol. 17, no. 3–4.
- Harcup T., O'Neill D., *What is News?*, „Journalism Studies” 2017, vol. 18, no. 12.
- Hardaker C., *Trolling in Asynchronous Computer-Mediated Communication: From User Discussions to Academic Definitions*, „Journal of Politeness Research” 2010, no. 6.
- Heisbourg F., *The Strategic Implications of the Syrian Refugee Crisis*, „Survival” 2015, t. 57, nr 6.
- Hejmanowski S., *Późna dorosłość – zagrożenia rozwoju*, „Remedium” 2004, nr 7–8.
- Holbert R.L., *Intramedia Mediation: The Cumulative and Complementary Effects of News Media Use*, „Political Communication” 2005, vol. 22, no. 4.
- Hopmann D.N., Van Aelst P., Legnante G., *Political Balance in the News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2011, vol. 13, no. 2.
- Houston B., *Interpretive Journalism*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, red. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008.
- Hyun B., *Soft News*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, red. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008.
- Jankowski T., Zatorski M., *Refleksyjność i uważność jako sposoby przeciwdziałania manipulacji*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. D. Doliński, M. Gamian-Wilk, PWN, Warszawa 2014.
- Januszko-Szakiel A., *Dezinformacja jako narzędzie medialnej manipulacji świadomością*, [w:] *Manipulacja – pedagogiczno-społeczne aspekty, cz. 1: Interdyscyplinarne aspekty manipulacji*, red. J. Aksman, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne – Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2010.
- Jasińska K., *Big data – wielkie perspektywy i wielkie problemy*, [w:] *Megatrendy i ich wpływ na rozwój sektorów infrastrukturalnych*, red. J. Gajewski, W. Paprocki, J. Pieriegud, Gdańska Akademia Bankowa, Gdańsk 2015.
- Jaskuła S., Korporowicz L., *Wychowanie do informacji: wyzwania i nadzieje*, „Pedagogika Społeczna” 2008, nr 1.
- Jędrzejko M., Netczuk-Gwóźdźkiewicz M., *Uzależnienia i zaburzenia. Młodzi ludzie w przestrzeni wielowymiarowego ryzyka*, [w:] *Pałapki współczesności. Człowiek wobec uzależnień. Wybrane problemy*, red. M. Jędrzejko, M. Netczuk-Gwóźdźkiewicz, Aspra-JR, Warszawa 2013.

- Kąkolewicz M., *Zewnętrzne struktury wiedzy – nowa strategia uczenia się*, [w:] *Media i edukacja w dobie integracji*, red. W. Strykowski, W. Skrzydlewski, Wydawnictwo eMPI2, Poznań 2002.
- Kamińska-Czubała B., *Informacja jako fetysz w społeczeństwie wiedzy i w społeczeństwie ryzyka*, [w:] *Edukacja w społeczeństwie „ryzyka”*, t. 3: *Edukacja XXI wieku*, red. M. Gwóźdźicka-Piotrowska, J. Wolejszo, A. Zduniak, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, Poznań 2007.
- Kamińska-Czubała B., *Kultura informacyjna użytkownika informacji – problemy i metody badań*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym – teoria i praktyka*, t. 2, (red.) H. Batorowska, Z. Kwiasowski, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2016.
- Karwat M., *Rewizja obiegowych pojęć manipulacji*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, (red.) D. Doliński, M. Gamian-Wilk, PWN, Warszawa 2014.
- Kiousis S., *Priming*, [w:] *Encyclopedia of Political Communication*, t. 2, ed. L.L. Kaid, C. Holtz-Bacha, Sage Publications, Los Angeles–London–New Delhi 2008.
- Klepka R., *Analiza zawartości mediów: dlaczego i do czego można ją wykorzystać w nauce o bezpieczeństwie i polityce?*, „*Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia de Securitate et Educatione Civili*” 2016, t. 6, nr 224.
- Klepka R., *Bezpieczeństwo jako temat prezydenckiej i parlamentarnej kampanii wyborczej w relacjach Wiadomości TVP*, [w:] *Współczesne problemy bezpieczeństwa państwa*, red. O. Wasiuta, P. Mazur, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II w Lublinie, Stalowa Wola 2017.
- Klepka R., *Czynniki dynamizujące zmiany polskich elit politycznych po roku 1989*, „*Chorzowski Studia Polityczne*” 2009, nr 2.
- Klepka R., *Ewolucja Wiadomości TVP1: od medialnej stronniczości do propagandy politycznej*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania-incydenty-wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej, Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Obywatelskiej, Katedra Kultury Informacyjnej i Zarządzania Informacją, Kraków 2017.
- Klepka R., *Geneza i instytucjonalizacja polskich elit politycznych po 1989 roku*, [w:] *Transformacja ustrojowa w Europie Środkowo-Wschodniej. Płaszczyzny – wymiary – kierunki*, red. S. Wróbel, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010.
- Klepka R., *Informowanie, krytyka i agitacja w wybranych tygodnikach opinii o kandydatach w wyborach prezydenckich w 2015 roku*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym. Teoria i praktyka*, red. H. Batorowska, Z. Kwiasowski, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej, Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Obywatelskiej, Katedra Kultury Informacyjnej i Zarządzania Informacją, Kraków 2016.
- Klepka R., *Informowanie, krytyka i agitacja w wybranych tygodnikach opinii o kandydatach w wyborach prezydenckich w 2015 roku*, [w:] *Kultura informacyjna w ujęciu interdyscyplinarnym. Teoria i praktyka*, red. H. Batorowska, Z. Kwiasowski, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2016.

- Klepka R., *Obrazy polityki w mediach: podstawowe uwarunkowania*, [w:] *Medialne obrazy świata. Wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, red. R. Klepka, Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2018.
- Klepka R., *Podziały elit politycznych jako kryterium periodyzacji okresu III RP*, [w:] *Polska między przeszłością a przyszłością. Księga jubileuszowa dedykowana profesorowi dr. hab. Janowi Walczakowi*, red. J. Sielski, J. Mizgalski, J. Hajduk, Wydawnictwo im. S. Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa 2013.
- Klepka R., *Polityka a reality show*, „e-Politikon” 2013, nr 5.
- Klepka R., *Relacjonowanie polityki w „Wiadomościach” TVP1 po wyborach parlamentarnych w 2015 roku: obiektywne czy stronnicze?*, „Political Preferences” 2017, nr 17.
- Klepka R., *Relacjonowanie prezydenckiej kampanii wyborczej w 2015 roku przez „Wiadomości” TVP1: zrównoważone czy stronnicze?*, „Przegląd Politologiczny” 2017, nr 2.
- Klepka R., *Rywalizacja o fotel prezydencki: obraz głównych kandydatów w kampanii wyborczej 2015 roku w „Wiadomościach” TVP*, „Studia Politicae Universitatis Silesiensis” 2017, nr 19.
- Klepka R., *Wizje państwa w programach wyborczych z 2005 r. Platformy Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości*, „Chorzowskie Studia Polityczne” 2008, nr 1.
- Klepka R., *Wojna w mediach: wybrane zagadnienia dotyczące relacjonowania konfliktów zbrojnych*, „Wojny i konflikty. Przeszłość – Teraźniejszość – Przyszłość” 2016, t. 1, nr 1.
- Klepka R., *Wybrane tygodniki opinii i telewizyjne programy informacyjne w prezydenckiej kampanii wyborczej 2015: neutralne czy stronnicze?*, [w:] *Polskie wybory 2014–2015. Kontekst krajowy i międzynarodowy – przebieg rywalizacji – konsekwencje polityczne*, red. M. Koltczyński, t. 1: *Interdyscyplinarne aspekty manipulacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017.
- Kliś M., *Kształtowanie się znaczenia pojęcia „manipulacja”*, [w:] *Manipulacja – pedagogiczno-społeczne aspekty*, cz. 1, red. J. Aksman, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2010.
- Koszur J., *Wykorzystanie wiedzy psychologicznej, w tym mechanizmów wpływu społecznego, w projektowaniu serwisów internetowych*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. D. Doiński, M. Gamian-Wilk, PWN, Warszawa 2014.
- Kubiak M., *Nadzieje i niepokoje człowieka epoki globalizacji*, [w:] *Wyzwania współczesnej edukacji dorosłych*, t. 1: *Andragogika jako przedmiot akademicki*, red. A. Fabiś, Górnośląska Wyższa Szkoła Pedagogiczna, Mysłowice–Zakopane 2004.
- Lange-Ionatamishvili E., Svetoka S., *Strategic Communications and Social Media in the Russia Ukraine Conflict*, [w:] *Cyber War in Perspective: Russian Aggression against Ukraine*, ed. K. Geers, NATO CCD COE Publications, Tallinn 2015.
- Ledzińska M., *O możliwych sposobach radzenia sobie z nadmiarem danych: znaczenie kontroli poznawczej*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Akademia Pedagogiczna, Kraków 2007.

- Ledzińska M., *Znaczenie wybiórczości umysłu w dobie informacyjnego zalewu*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków 2004.
- Lengauer G., Esser F., Berganza R., *Negativity in Political News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2012, t. 13, nr 2.
- Lepa A., *Świat manipulacji*, „Niedziela”, Częstochowa 1995.
- Leśniak-Moczuk K., *Społeczeństwo równości czy zniewolone danetyzacją?*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy” 2017, nr 4.
- Léveseur D.G., *Media Bias*, [w:] *Encyclopedia of Political Communication*, ed. L.L. Kaid, C.Holtz-Bacha, Sage Publications, Los Angeles–London–New Delhi 2008.
- Lévy P., *Drugi potop*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002.
- Liedel K., Piasecka P., *Wojna cybernetyczna – wyzwanie XXI wieku*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2011, nr 17.
- Łódzki B., *Medialny obraz rzeczywistości*, „Studia Socialia Cracoviensia” 2017, t. 9, nr 1.
- Marczuk K.P., *Bezpieczeństwo społeczne: potrzeba szerokiego ujęcia. Implikacje dla Polski*, [w:] *Bezpieczeństwo społeczne. Pojęcia. Uwarunkowania Wyzwania*, red. A. Skrabacz, S. Sulowski, Elipsa, Warszawa 2012.
- Markowski R., *The Polish Parliamentary Election of 2015: a Free and Fair Election That Results in Unfair Political Consequences*, „West European Politics”, 2016, t. 39.
- Mazzoleni G., Schulz W., „*Mediatization*” of Politics: A Challenge for Democracy?, „Political Communication” 1999, t. 16, nr 3.
- McCombs M., Reynolds A., *How the News Shapes Our Civic Agenda*, [w:] *Media Effects: Advances in Theory and Research*, (red.) J. Bryant, M.B. Oliver, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2009.
- Michałowski S., *Polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym a partycypacja obywatelska*, [w:] *Władza lokalna a media*, red. S. Michałowski, W. Michałowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2006.
- Morbitzer J., *Człowiek w świecie technologii informacyjnych*, [w:] *Komputer w edukacji*, red. J. Morbitzer, Akademia Pedagogiczna, Kraków 2007.
- Motylińska P., *Zarządzanie bezpieczeństwem informacji jako element kompetencji informacyjnych i cyfrowych*, [w:] *Kultura informacyjna w perspektywie zmian w edukacji*, t. 2, red. H. Batorowska, Z. Kwiasowski, Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków 2016.
- Musiał E., *Wybrane strategie uczenia się w epoce cyfrowej*, [w:] *Człowiek – media – edukacja*, red. J. Morbitzer, Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2010.
- Nerone J., *Narrative News Story*, [w:] *The Concise Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Wiley, Malden–Oxford–Chichester 2015.

- Nguyen A., *The Effect of Soft News on Public Attachment to the News*, „Journalism Studies” 2012, vol. 13, no. 5–6.
- Nimmo D., *Mass Communication and Politics*, [w:] *The Handbook of Political Behavior*, (red.) S.L. Long, New York, London 1981.
- Norris P., *Campaign Communications*, [w:] *Comparing Democracies, 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*, ed. L. LeDuc, R.G. Niemi, P. Norris, Sage Publications, London–Thousand Oaks–New Delhi 2002.
- Oleński J., *Spoleczne bezpieczeństwo informacyjne podstawą demokratycznego państwa*, „Rocznik Kolegium Analiz Ekonomicznych” 2015, nr 36.
- Ong W., *Informacja a/lub komunikacja – interakcje*, [w:] W. Ong, *Osoba, świadomość, komunikacja. Antologia*, tłum. J. Japola, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009.
- Patterson T.E., *Bad News, Bad Governance*, „The Annals of the American Academy of Political and Social Science” 1996, vol. 546, no. 1.
- Perry B., *Non-Linear Warfare in Ukraine: The Critical Role of Information Operations and Special Operations*, „Small Wars Journal” 2015, no. 14.
- Persily N., *Can Democracy Survive the Internet?*, „Journal of Democracy” 2017, vol. 28, no. 2.
- Pickel G., *Perceptions of Plurality: The Impact of the Refugee Crisis on the Interpretation of Religious Pluralization in Europe*, [w:] *Religion in the European Refugee Crisis*, red. U. Schmiedel, G. Smith, Springer International Publishing, Cham 2018.
- Piwoński J., *Podstawowe kategorie nauk o bezpieczeństwie*, [w:] *Elementy teorii i praktyki transdyscyplinarnych badań problemów bezpieczeństwa. Odkrywanie znaczeń w naukach o bezpieczeństwie*, t. 4, red. A. Filipek, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego, Siedlce 2015.
- Plazowski J.W., Suwara M., *Informacja a manipulacja – o pewnych pozapsychologicznych aspektach manipulacji informacją*, [w:] *Manipulacja – media – edukacja*, red. B. Siemieniecki, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007.
- Próchnicka M., *Information literacy. Nowa sztuka wyzwolona XXI wieku*, [w:] *Książka, biblioteka, informacja. Między podziałami a wspólnotą*, red. J. Dziśniakowska, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2007.
- Protasowicki T., Stanik J., *Big data w analizie zagrożeń bezpieczeństwa narodowego*, „Ekonomiczne Problemy Usług” 2016, nr 123.
- Reinemann C. et al., *Hard and Soft news: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2012, vol. 13, no. 2.
- Russ-Mohl S., *Quality Press*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008.
- Salgado S., Strömbäck J., *Interpretive Journalism: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*, „Journalism” 2012, vol. 13, no. 2.



- Sampert S. et al., *Jumping the Shark: Mediatization of Canadian Party Leadership Contests, 1975–2012*, „Journalism Practice” 2014, vol. 8, no. 3.
- Schmitt-Beck R., *Bandwagon Effect*, [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton 2008.
- Schulz W., *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*, „European Journal of Communication” 2004, vol. 19, no. 1.
- Seethaler J., Melischek G., *Phases of Mediatization: Empirical Evidence from Austrian Election Campaigns since 1970*, „Journalism Practice” 2014, vol. 8, no. 3.
- Shapiro G., Markoff J., *A Matter of Definition*, [w:] *Text Analysis for the Social Sciences: Methods for Drawing Statistical Inferences From Texts and Transcripts*, ed. C.W. Roberts, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah 1997.
- Sheafer T., *How to Evaluate It: The Role of Story-Evaluative Tone in Agenda Setting and Priming*, „Journal of Communication” 2007, vol. 57, no. 1.
- Shehata A., Strömbäck J., *Mediation of Political Realities: Media as Crucial Sources of Information*, [w:] *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*, ed. F. Esser, J. Strömbäck, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2014.
- Shoemaker P.J., Vos T., *Media Gatekeeping*, [w:] *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*, ed. D. Stacks, M. Salwen, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2009.
- Shoemaker P.J., Vos T., Reese S.D., *Journalists as Gatekeepers*, [w:] *The Handbook of Journalism Studies*, ed. K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2009.
- Sienkiewicz P., *Media kształtujące społeczne wzburzenie*, [w:] *Media a opinie i postawy społeczne*, red. Z. Pucek, J. Bierówka, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2011.
- Sienkiewicz P., *Ryzyko i bezpieczeństwo w cyfrowym świecie*, [w:] *Nasza cyfrowa przyszłość (nadzieje, ryzyka, znaki zapytania)*, red. L.W. Zacher, Polska Akademia Nauk – Komitet Prognoz Polska 2000 Plus, Warszawa 2013.
- Sienkiewicz P., *Spółczesność informacyjne jako społeczeństwo ryzyka*, [w:] *Spółczesność informacyjne. Aspekty funkcjonalne i dysfunkcjonalne*, red. L.H. Haber, M. Niezgodna, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.
- Sienkiewicz P., *Wyzwania i zagrożenia w sieci: inwigilacja, dezinformacja, cyberterroryzm*, [w:] *Współczesne zagrożenia cyberterrorystyczne i bioterrorystyczne a bezpieczeństwo narodowe Polski*, red. P. Bogdalski et al., Wyższa Szkoła Policji w Szczytnie, Warszawa–Dęblin 2015.
- Sienkiewicz P., *Zagrożenia demokracji w społeczeństwie informacyjnym*, [w:] *Transformacje demokracji: doświadczenia, trendy, turbulencje, perspektywy*, red. L.W. Zacher, Difin, Warszawa 2011.

- Skrabacz A., *Uwarunkowania tworzenia bezpieczeństwa społecznego w XXI wieku*, [w:] *Bezpieczeństwo społeczne. Pojęcia, uwarunkowania, wyzwania*, red. A. Skrabacz, S. Sulowski, Elipsa, Warszawa 2012.
- Straś-Romanowska M., Frąckowiak T., *Problem poczucia jakości życia osób niepełnosprawnych w świetle założeń psychologii personalistyczno-egzystencjalnej*, [w:] *Jakość życia. Od wykluczonych do elit*, red. R. Debis, Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa 2008.
- Street J., *Mass Media, Politics and Democracy*, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2001.
- Strömbäck J., Esser F., *Making Sense of the Mediatization of Politics*, „Journalism Studies” 2014, vol. 15, no. 3.
- Strömbäck J., *Att studera valrörelser*, [w:] *Väljarna, partierna och medierna. En studie av politisk kommunikation i valrörelsen 2006*, ed. J. Strömbäck, SNS Förlag, Stockholm 2009.
- Strömbäck J., *Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics*, „The International Journal of Press/Politics” 2008, vol. 13, no. 3.
- Strömbäck J., *Mediatization of Politics: Toward a Conceptual Framework for Comparative Research*, [w:] *The Sourcebook for Political Communication Research: Methods, Measures, and Analytical Techniques*, ed. E.P. Bucy, R.L. Holbert, Routledge, Taylor & Francis Group, New York–London 2011.
- Suwara M., Płazowski J.W., Płazowska K., *Dlaczego ulegamy manipulacji?*, [w:] *Manipulacja – media – edukacja*, red. B. Siemieniecki, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007.
- Szpitalak M., Polczyk R., *Przeciwdziałanie manipulacji: wzmocniona autoafirmacja jako przykład techniki uodporniającej na wpływ społeczny*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, (red.) D. Doliński, M. Gamin-Wilk, PWN, Warszawa 2014.
- Szpunar M., *Czym są nowe media - próba konceptualizacji*, „Studia Medioznawcze”, 2008, nr 4 (35).
- Szynol A., *Konwergencja mediów w praktyce*, „Media, Kultura, Społeczeństwo”, 2012–2013, nr 7–8.
- Świgoń M., *Indywidualne zarządzanie wiedzą i informacją w świetle badań wśród studentów*, „Praktyka i Teoria Informatyki i Technicznej” 2012, nr 2.
- Tadeusiewicz R., *Nowe zadania w obszarze nauczania technik informacyjnych: wychowanie dla kultury w cyberprzestrzeni*, [w:] *Informatyczne przygotowanie nauczycieli. Internet w procesie kształcenia*, red. B. Kędzińska, J. Migdałek, Rabid, Kraków 2004.
- Tadeusiewicz R., *Smog informacyjny*, „Prace Komisji Zagrożeń Cywilizacyjnych” 1999, t. 2.
- Taniguchi M., *The Electoral Consequences of Candidate Appearances on Soft News Programs*, „Political Communication” 2011, vol. 28, no. 1.
- Thomas T., *Russia's Military Strategy and Ukraine: Indirect, Asymmetric and Putin-Led*, „Journal of Slavic Military Studies” 2015, vol. 28, no. 3.
- Toggle C.A., *The Bias Toward Finding Bias in Television News*, „Communication Reports” 1998, vol. 11, no. 1.

- Tranter B., *Political Knowledge and its Partisan Consequences*, „Australian Journal of Political Science” 2007, vol. 42, no. 1.
- Ward D., *Conclusion*, [w:] *The Media and Elections. A Handbook and Comparative Study*, ed. B.P. Lange, D. Ward, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah–London 2004.
- Wasiuta O., *Militarne i niemilitarne metody prowadzeni wojny hybrydowej Rosji przeciwko Ukrainie*, [w:] *Wojna hybrydowa na Ukrainie. Wnioski i rekomendacje dla Europy i świata*, B. Pacek, J.A. Grochocka, Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Piotrków Trybunalski 2017.
- Wasiuta O., *Military and Non-Military Methods in Russia's Hybrid War Against Ukraine*, [w:] *Hybrid Warfare in Ukraine. Outcomes and Recommendations for Europe and the World. Articles presented at the International Conference „Hybrid Warfare in Ukraine – Outcomes and Recommendations for Europe and the World” held in Piotrkow Trybunalski (Poland) on 23 and 24 November 2016 under the Defence Education Enhancement Programme*, ed. B. Pacek, NATO, Brussels 2018.
- Wasiuta O., *Mit jako fenomen współczesnej polityki*, „Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy. Nauki Społeczne” 2012, t. 1, nr 1.
- Wasiuta O., „*Russkij mir*” jako narzędzie imperialnej polityki Kremla, „Przegląd Geopolityczny” 2017, nr 21.
- Wasiuta O., Wasiuta S., *Medialna manipulacja informacją w wojnie hybrydowej Rosji przeciwko Ukrainie*, [w:] *Medialne obrazy świata : wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, red. R. Klepka, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2018.
- Wasiuta O., Wasiuta S., *Propaganda rosyjska i dezinformacja jako narzędzie manipulacji w wojnie hybrydowej przeciwko Ukrainie*, [w:] *Wyzwania bezpieczeństwa międzynarodowego*, red. O. Wasiuta, P. Mazur, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubeskiego, Stalowa Wola 2017.
- Wasiuta O., Wasiuta S., *Rosyjska mass-medialna manipulacja informacją w wojnie hybrydowej przeciwko Ukrainie*. „Kultura Bezpieczeństwa. Nauka – Praktyka – Refleksje” 2015, nr 20.
- Wasiuta O., Wasiuta S., *Russian Mass-Media Manipulation of Information in Hybrid Warfare Against Ukraine*, „Security Dimensions. International & National Studies” 2016, no. 17.
- Wasiuta O., Wasiuta S., *Wojna informacyjna zagrożeniem dla bezpieczeństwa ludzkości*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, red. H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Obywatelskiej, Kraków 2017.
- Wasiuta O., Wasiuta S., *Wojna informacyjna zagrożeniem dla bezpieczeństwa ludzkości*, [w:] *Walka informacyjna. Uwarunkowania – incydenty – wyzwania*, (red.) H. Batorowska, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej, Kraków 2017.

- Wasiuta S., *Elements of the Information Campaign in the Russian–Ukrainian Conflict*, [w:] *Hybrid Warfare in Ukraine. Outcomes and Recommendations for Europe and the World. Articles presented at the International Conference „Hybrid Warfare in Ukraine – Outcomes and Recommendations for Europe and the World” held in Piotrków Trybunalski (Poland) on 23 and 24 November 2016 under the Defence Education Enhancement Programme*, (red.) B. Pacek, NATO, Brussels 2018.
- Wawrzyniak J., *Wcielenia współczesnego emeryta. Symbolika pełnionych ról*, [w:] *Jakość życia seniorów w XXI wieku. Ku aktywności*, red. D. Kałuża, P. Szukalski, Wydawnictwo Biblioteka, Łódź 2010.
- Wawrzyniak J., *Wpływ edukacji na jakość starości*, [w:] *Andragogika w ujęciu interdyscyplinarnym*, red. W. Horynia, J. Maciejewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2007.
- Wieczorkowska G., Wierzbiński J., Michałowicz B., *Odmitologizowanie przyjmowanych bezrefleksyjnie założeń edukacyjnych*, „Nauka” 2013, nr 2.
- Wojewódzki A., Wojewódzki T., *Wykorzystanie techniki kwantowania wiedzy do realizacji zadań poznawczych i praktycznych*, [w:] *Infobrokerstwo. Idee, koncepcje, rozwiązania praktyczne*, red. M. Kowalska, T. Wojewódzki, Ateneum – Szkoła Wyższa, Gdańsk 2015.
- Woolley S.C., *Automating Power: Social Bot Interference in Global Politics*, „First Monday”, 2016, no. 21.
- Woolley S.C., Howard P.N., *Automation, Algorithms, and Politics. Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents. Introduction*, „International Journal of Communication” 2016, no. 10.
- Woźniczka M., *O filozoficznych aspektach psychologicznej koncepcji jakości życia*, [w:] *Jakość życia. Od wykluczonych do elit*, red. R. Debis, Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa 2008.
- Wring D., *Power as well as Persuasion: Political Communication and Party Development*, [w:] *Political Communications Transformed: From Morrison to Mandelson*, ed. J. Bartle, D. Griffiths, Palgrave Macmillan, Basingstoke–New York 2001.
- Vreese C.H. de, *Mediatization of News: The Role of Journalistic Framing*, [w:] *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies*, ed. F. Esser, J. Strömbäck, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2014.
- Zeh R., *News Selection Process*, [w:] *Encyclopedia of Political Communication*, t. 2, ed. L.L. Kaid, C. Holtz-Bacha, Sage Publications, Los Angeles–London–New Delhi 2008.
- Zygmunt A., Koźlak J., Nawarecki E., *Analiza otwartych źródeł internetowych z zastosowaniem metodologii sieci społecznych*, [w:] *Biały wywiad. Otwarte źródła informacji – wokół teorii i praktyki*, red. W. Filipkowski, W. Mądrzejowski, C.H. Beck, Warszawa 2012.

- Бердяев М., *Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века, [w:] О России и русской философской культуре: Философы русского послеоктябрьского зарубежья*, Издательство Наука, Москва 1990.
- Волошина Н.М., Череватий С.В., *Інформаційний вплив на громадську думку українського суспільства*, „Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони” 2015, № 2.
- Глазьев С., *Майдан: последняя ставка Америки (доклад Изборскому клубу)*, „Изборский клуб”, 2014, № 7(19).
- Гойма О.О., *Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни*, „Філософія Грані” 2015, № 1.
- Гомар Т., *Парадокс непостоянства*, „Россия в глобальной политике” 2006, № 3.
- Горбулін В.П., „Гібридна війна” як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу, „Стратегічні пріоритети” 2014, № 4.
- Гулай В. В., *Загрози інформаційно-психологічній безпеці особи в реаліях інформаційно-психологічної війни як складової*, „Військово-науковий вісник” 2016, № 25.
- Домнин И.В., Савинкин А.Е., *Асимметричное воевание*, „Отечественные записки”: журнал 2005, № 5.
- Дзюба І., *Україна–Росія: протистояння чи діалог культур?*, [w:] *Україна–Росія: концептуальні основи гуманітарних відносин*, Видавництво Стилос, Київ 2001.
- Кузнецов Є., *Трансформація хорватської зовнішньої політики у 2000–2005 роках*, „Етнічна історія народів Європи” 2007, № 23.
- Куксенкова И., *Трое суток в чеченском «Востоке»*, „Независимое военное обозрение” 2008, 8 авг.
- Мудрак Л., *Конвергентні медіа як наукова категорія та суб'єкт інформаційного простору*, „Вісник Національної академії державного управління при Президентові України” 2013, № 2.
- Панарин И., *Распад США и геноцид в Южной Осетии (За военными конфликтами в большинстве регионов и мира стоят интересы Вашингтона)*, „Военно-промышленный курьер” 2008, № 36.
- Петрик В.М., *Сутність і особливості проведення спеціальних інформаційних операцій та акцій інформаційного впливу*, „Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони” 2009, № 3.
- Петрик В., Канарський Ю., *Методи гібридної війни Росії проти України. Напрями протидії*, „Information Technology and Security” 2015, № 1.
- Польских Л., *О применении глобальной компьютерной сети интернет в интересах информационного противоборства*, „Зарубежное военное обозрение” 2005, № 7.
- Радковець Ю.І., *Ознаки технологій „гібридної війни” в агресивних діях Росії проти України*, „Наука і оборона” 2014, № 3.

- Саенко О.Г., *Механізм інформаційно-психологічного впливу в умовах гібридної війни*, „Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України” 2015, № 1.
- Серов А., *О роли дезинформации в современных конфликтах и войнах*, „Зарубежное военное обозрение” 2011, № 7.
- Строяновський В.В., *Актуальні питання удосконалення системи кібернетичної безпеки України*, „Науково-інформаційний вісник Академії національної безпеки” 2015, nr 1–2.
- Чаадаев П.Я., *Философические письма*, [w:] П.Я. Чаадаев, *Полное собрание сочинений и избранные письма*, Т. 1, Издательство Наука, Москва, 1991.
- Шевченко О., *Інформаційно-психологічні операції: концептуальні підходи НАТО і провідних країн світу*, „Соціальна психологія” 2004, № 2.
- Шлапаченко В.М., *Дезінформація як спосіб інформаційно-психологічного впливу*, „Інформаційна безпека людини, суспільства, держави” 2013, № 2.
- Щербakov В., *Минобороны проиграло информационную войну. Спецпропаганда отсиделась в кустах*, „Независимое военное обозрение”, 22.02.2008.

#### IV. Netografia

- „Le Figaro”: *Rosja prowadzi wojnę propagandową w internecie*, <http://wiadomosci.wp.pl/kat,13-56,title,Le-Figaro-Rosja-prowodzi-wojne-propagandowa-w-internecie,wid,16784028,wia-domosc.html?ticaid=1161b9> [dostęp 10.03.2016].
- „Rosyjski Facebook” *przejęty przez oligarchów z Kremla*, [http://www.wiadomosci24.pl/artykul/rosyjski\\_facebook\\_przejęty\\_przez\\_oligarchow\\_z\\_kremla\\_302105.html](http://www.wiadomosci24.pl/artykul/rosyjski_facebook_przejęty_przez_oligarchow_z_kremla_302105.html), [dostęp 25.05.2017]
- „Wojna informacyjna” *prezydenta Putina*. *Raport Akademii Europejskiej Krzyżowa*, [http://akademia.krzyzowa.org.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=77:-wojna-informacyjna-prezydenta-putina-raport-akademii-europejskiej-krzyzowa&catid=12&lang=pl&Itemid=113](http://akademia.krzyzowa.org.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=77:-wojna-informacyjna-prezydenta-putina-raport-akademii-europejskiej-krzyzowa&catid=12&lang=pl&Itemid=113) [dostęp 17.06.2016].
- „ВКонтакте” *закрывает свой офис в Киеве – СМІ*, <https://ru.tsn.ua/kyiv/vkontakte-zakryvaet-svoy-ofis-v-kieve-smi-868677.html> [dostęp 19.04.2018].
- „КиберБеркут” *обрушил сайты НАТО*, <http://www.vesti.ru/doc.html?id=1381209> [dostęp 5.06.2016].
- „КиберБеркут”, <https://ria.ru/spravka/20140422/1004965821.html> [dostęp 5.06.2016].
- „Культ особи”: *російських танкістів із Муліно нагородили бюстами Путіна*, [http://ua.censor.net.ua/photo\\_news/394489/kult\\_osoby\\_rosiyiskyh\\_tankistiv\\_iz\\_mulino\\_nagorodily\\_byustamy\\_putina](http://ua.censor.net.ua/photo_news/394489/kult_osoby_rosiyiskyh_tankistiv_iz_mulino_nagorodily_byustamy_putina) [dostęp 19.01.2016].
- „Россия-2”: *украинские детишки охотятся на «пророссийских» снегурей*, [http://medialeaks.ru/1512ms\\_snegir;](http://medialeaks.ru/1512ms_snegir;) [dostęp 10.12.2016].

- „Фабрику троллей” в Петербурге закидали «коктейлями Молотова», <https://meduza.io/news/2016/10/27/fabrika-trolley-v-peterburge-zakidali-kokteylyami-molotova>; [dostęp 30.10.2016].
- 2 mld użytkowników Facebooka! 2 lipca 2017, <https://rysujefejsbuki.pl/rysunek/2-mld-uzytownikow-facebook/> [dostęp 15.03.2018].
- Abdulhaq E., *ISIS Leaks: more about Al-Absi, former ISIS mastermind, archive and biography*, <https://en.zamanalwsl.net/news/15295.html> [dostęp 22.05.2017].
- Al-I'tisam Media Foundation, <https://khalafatimes.wordpress.com/i3tisam/> [dostęp 19.05.2017].
- Al-I'tisām Media, <http://jihadology.net/category/al-iti%e1%b9%a3am-media/> [dostęp 19.05.2017].
- Ambassador John Herbst on Ukraine Crisis, <http://www.atlanticcouncil.org/publications/articles/amb-john-herbst-on-ukraine-crisis> [dostęp 15.01.2016].
- Amru al-Absi Was a Member of ISIS's Ruling Shura Council, Reportedly in Charge of ISIS's Media Arm, <https://www.counterextremism.com/extremists/amru-al-absi> [dostęp 5.06.2017].
- Applebaum A., *Russia's Information Warriors Are on the March – We Must Respond*, <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/russia/10683298/Russias-information-warriors-are-on-the-march-we-must-respond.html> [dostęp 11.03.2016].
- Barrett R., *The Islamic State, Soufan Group, 13 November 2014*, <http://soufangroup.com/wp-content/uploads/2014/10/TSG-The-Islamic-State-Nov14.pdf> [dostęp 20.05.2017].
- Ben Ammi S., *Jak poradzić sobie z rosyjskim rewizjonizmem*, <http://project-syndicate.pl/artukul/jak-poradzi%C4%87-sobie-z-rosyjskim-rewizjonizmem,1508.html> [dostęp 25.03.2016].
- Bērziņš J., *Russia's new generation warfare in Ukraine: implications for Latvian defense policy*, <http://www.naa.mil.lv/~1/media/NAA/AZPC/Publikacijas/PP%2002-2014.ashx> [dostęp 10.03.2016].
- Bielecki J., *Putin w kozim rogu – analiza Jędrzeja Bieleckiego*, <http://www.rp.pl/artukul/1129791-Putin-w-kozim-rogu---analiza-Jedrzej-Bieleckiego.html> [dostęp 23.04.2016].
- Bonzon A., *Qu'est-ce qu'un «idiot utile»?*, [www.slate.fr/story/83329/idiot-utile](http://www.slate.fr/story/83329/idiot-utile) [dostęp 17.06.2016].
- Born K., *Opinion: Six Reasons Rhere's More Fake News Today*, <https://www.marketwatch.com/story/six-features-of-the-age-of-fake-news-2017-10-24> [dostęp 19.05.2018].
- Briel R., *329 children's TV channels in Europe, October 13, 2017*, <https://www.broadbandtvnews.com/2017/10/13/329-childrens-tv-channels-in-europe/> [dostęp 15.03.2018].
- Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-190. Regulatory framework for video-on-demand undertakings*, <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2010/2010-190.htm> [dostęp 17.04.2018].
- Cheda R., „Gnijąca Rosja”. Co czeka system władzy stworzony przez Putina?, <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1356,title,Gnijaca-Rosja-Co-czeka-system-wladzy-stworzony-przez-Putina,wid,17389697,wiadomosc.html?icaid=1160a5> [dostęp 10.04.2016].
- Croft A., Apps P., *UPDATE 3-NATO Websites Hit in Cyber attack Linked to Crimea Tension*, <http://www.reuters.com/article/ukraine-crisis-nato-idUSL6N0MD00D20140316> [dostęp 12.06.2016].

- Cruickshank P., *ISIS Lifts Veil on American at Heart of Its Propaganda Machine*, <http://edition.cnn.com/2017/04/06/middleeast/isis-american-propaganda-editor/index.html> [dostęp 22.05.2017].
- Cyfrowa Przyszłość: Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*. Fundacja Nowoczesna Polska, 2012, <https://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/05/Cyfrowa-Przyszlosc-Katalog-Kompetencji-Medialnych-i-Informacyjnych1.pdf>. [dostęp 2.07.2017].
- Dąbrowska J., *Rola social mediów w wojnie hybrydowej*, <http://publicrelations.pl/rola-social-mediow-w-wojnie-hybrydowej/> [dostęp 7.09.2016].
- Diaspora – serwis społecznościowy, który chroni prywatność użytkownika*, 5 marca 2016, <http://freeisoft.pl/2016/03/diaspora-serwis-spoecznościowy-ktory-chroni-prywatnoscz-uzytkownika/> [dostęp 10.05.2017].
- EPRA to convene in VIENNA for its 46<sup>th</sup> Meeting*, [https://www.epra.org/news\\_items/epra-meets-in-vienna-for-its-46th-meeting](https://www.epra.org/news_items/epra-meets-in-vienna-for-its-46th-meeting) [dostęp 12.03.2018].
- Facebook z dwoma miliardami użytkowników miesięcznie*, <http://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/ilu-uzytkownikow-ma-facebook-dwa-miliardy> [dostęp 15.03.2018].
- Finland plans to set up centre to counter 'hybrid' threats*, <http://uk.reuters.com/article/uk-defence-finland-hybrid-idUKKBN13G1F2?il=0> [dostęp 24.11.2016].
- Gładkowski K., *Jak rozumieć pojęcie społeczeństwa obywatelskiego?* <http://www.gladkowski.edu.pl/wp-content/uploads/2017/03/Krzysztof-G%C5%82adkowski.-Jak-rozumie%C4%87-poj%C4%99cie-spo%C5%82eczenstwa-obywatelskiego.doc.pdf> [dostęp 19.01.2016].
- Górka P., *Ukraina: „wojna hybrydowa”*, <http://www.pch24.pl/> [dostęp 19.01.2016].
- Gruszka A., *Chatboty, Social media, Messenger Marketing – statystyki, które powinieneś znać w 2018 roku*, <https://kodabots.com/blog/chatbot-statystyki/> [dostęp 18.09.2018].
- Grzesik T., Chmielewski P., *Rosyjska „piąta kolumna” w Europie i Polsce*, <http://www.frona.pl/a/rosyjska-piata-kolumna-w-europie-i-polsce,38391.html> [dostęp 10.04.2016].
- Hosking G., *Slavophiles and Westernizers in Russia*, [http://valdaiclub.com/opinion/highlights/slavophiles\\_and\\_westernizers\\_in\\_russia/](http://valdaiclub.com/opinion/highlights/slavophiles_and_westernizers_in_russia/) [dostęp 12.03.2016].
- Ile Rosja wydaje na wojnę informacyjną przeciwko Ukrainie?*, <https://informnapalm.org/pl/ile-rosja-wydaje-na-wojne-informacyjna-przeciwko-ukrainie/> [dostęp 11.01.2016].
- Information Overload Research Group*, <http://iorgforum.org/> [dostęp 4.04.2018].
- ISIS: Portrait of a Jihadi Terrorist Organization*, [http://www.crethiplethi.com/files/cp\\_0115.pdf](http://www.crethiplethi.com/files/cp_0115.pdf) [dostęp 16.05.2017].
- ISIS's Propaganda Machine*, <http://www.crethiplethi.com/isis-s-propaganda-machine/islamic-countries/syria-islamic-countries/2015/> [dostęp 22.05.2017].
- Itisaam Media Foundation*, [https://ent.siteintelgroup.com/index.php?option=com\\_customproperties&view=search&task=tag&tagid=607&itemid=820](https://ent.siteintelgroup.com/index.php?option=com_customproperties&view=search&task=tag&tagid=607&itemid=820) [dostęp 19.05.2017].
- Joint Doctrine for Information Operations*, [http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/us/jp3\\_13.pdf](http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/us/jp3_13.pdf) [dostęp 11.04.2018].



- Krishnamurthy V., *Q&A with Kelly Born: Getting Beyond Disinformation*, <https://www.hewlett.org/qa-kelly-born-getting-beyond-disinformation/> [dostęp 19.05.2018].
- Kłamstwa, manipulacja, przeróbka zdjęć. Tak rosyjska propaganda pokazuje wojnę w Ukrainie*, <http://niezalezna.pl/58108-klamstwa-manipulacja-przerobka-zdjec-tak-rosyjska-propaganda-pokazuje-wojne-na-ukrainie> [dostęp 17.11.2015].
- Konektywizm – czyli obraz nauki w XXI w.*, <http://elearning.wprost.pl/aktualnosci/id,191497/Konektywizm-czyli-obraz-nauki-w-XXIwieku> [dostęp 11.01.2016].
- Koniec wolności słowa?*, <http://gadzetomania.pl/1073,tak-to-sie-konczy-w-rosji-rosyjski-facebook-przejety-przez-ludzi-putina> [dostęp 25.05.2017].
- Krakauer, *Czy Ukraina terroryzując Krym wspiera tzw. państwo islamskie w walce z Rosją i Zachodem?*, <https://obserwatorpolityczny.pl/?p=36876> [dostęp 22.04.2016].
- Krakauer, *Konflikt w Ukrainie jest zupełnie bez sensu i już zmęczył wszystkich*, <https://obserwatorpolityczny.pl/?p=27849>; [dostęp 22.04.2016].
- Krakauer, *Światowe media zrobiły wszystko żeby wyciszyć fakt agresji NATO na Rosję*, <https://obserwatorpolityczny.pl/?p=36924>; [dostęp 22.04.2016].
- Krym już rosyjski; Putin: tam bije nasze serce*, <http://www.tvp.info/14434500/krym-juz-rosyjski-putin-tam-bije-nasze-serce> [dostęp 15.01.2016].
- Kuchta M., *Ilu użytkowników na świecie korzysta z mediów społecznościowych?*, <https://socialpress.pl/2017/02/ilu-uzytownikow-na-swiecie-korzysta-z-mediow-spolesnosciowych/> [dostęp 11.02.2018].
- Kurdupski M., „Fakty” wyprzedziły „Wiadomości” w 2016 roku. „Teleexpress” na czele dzienników (raport), <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/fakty-wyprzedzily-wiadomosci-w-2016-roku-teleexpress-na-czele-dziennikow-raport> [dostęp 2.01.2017].
- Kurdupski M., „Sieci” z największym spadkiem w I kwartale, „Tygodnik Powszechny” i „Przełład” ze wzrostami, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/sprzedaz-tygodnikow-opinii-i-kwartal-2018-gosc-niedzielnicy-sieci> [dostęp 25.05.2018].
- Lévy B.-H., *Nowa Partia Putina. Piąta kolumna w Europie*, <https://wszystkoconajwazniejsze.pl/bernard-henri-levy-nowa-partia-putina-piata-kolumna-w-europie/> [dostęp 2.07.2017].
- Majchrzyk Ł., *Liczba użytkowników popularnych serwisów społecznościowych (czerwiec 2018)*, <https://mobirank.pl/2018/06/24/liczba-uzytownikow-popularnych-serwisow-spolesnosciowych-czerwiec-2018/> [dostęp 18.09.2018].
- Majchrzyk Ł., *Liczba użytkowników sieci społecznościowych w lipcu 2017 r.*, <https://mobirank.pl/2017/07/28/liczba-uzytownikow-sieci-spolesnosciowych-lipcu-2017-r/> [dostęp 17.04.2018].
- Makowski P., *Komentarz do Podstawy programowej przedmiotu edukacja dla bezpieczeństwa*, <http://docplayer.pl/184527-Podstawa-programowa-z-komentarzami-tom-8-wychowanie>

- fizyczne-i-edukacja-dla-bezpieczenstwa-w-szkole-podstawowej-gimnazjum-i-liceum.html [dostęp 2.07.2017].
- Marzec P., *Totalna kontrola internetu w Rosji*, <http://www.rmf24.pl/fakty/swiat/news-totalna-kontrola-internetu-w-rosji,nId,1046558>; [dostęp 19.04.2018].
- Mearnsheimer J.J., *Why the Ukraine Crisis Is the West's Fault. The Liberal Delusions That Provoked Putin*, <https://www.foreignaffairs.com/articles/russia-fsu/2014-08-18/why-ukraine-crisis-west-s-fault> [dostęp 30.09.2016].
- Media. *Historia i współczesność*, [http://users.uj.edu.pl/~usgoban/files/media\\_podstawowe\\_problemy.pdf](http://users.uj.edu.pl/~usgoban/files/media_podstawowe_problemy.pdf) [dostęp 12.03.2018].
- Miller H., *The multiple dimensions of information quality*, „Information Systems Management” 1996 nr 13, <http://www.muhenberg.edu/depts/abe/business/miller/mdiquial.html> [dostęp 11.03.2018].
- Na ukraińskiej scenie politycznej pojawi się nowa partia – Ukrop*, [http://zik.ua/pl/news/2015/06/18/na\\_ukraiskiej\\_scenie\\_politycznej\\_pojawi\\_si\\_nowa\\_partia\\_\\_ukrop\\_600081](http://zik.ua/pl/news/2015/06/18/na_ukraiskiej_scenie_politycznej_pojawi_si_nowa_partia__ukrop_600081) [dostęp 19.01.2018].
- NATO Websites Hit by DDoS Cyber Attacks, Ukraine Group Claims Responsibility*, <http://www.dw.com/en/nato-websites-hit-by-ddos-cyber-attacks-ukraine-group-claims-responsibility/a-17499561> [dostęp 5.06.2016].
- New media*, [https://www.webopedia.com/TERM/N/new\\_media.html](https://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html) [dostęp 17.04.2018].
- Nowak A., *9 maja w Rosji*, <http://www.newsweek.pl/9-maja-w-rosji,45550,1,1.html> [dostęp 15.05.2016].
- O Wiadomościach*, <https://wiadomosci.tvp.pl/17361638/o-wiadomosciach> [dostęp 11.02.2017].
- Orton K., *How Syria's Assad Gave Rise to One of the Most Senior IS Leaders*, <http://www.middleeasteye.net/columns/how-syrias-assad-gave-rise-one-most-senior-leaders-412885798> [dostęp 19.06.2017].
- Ostrzeżenie przed rosyjską propagandą. Parlament przyjął ważną rezolucję*, <https://dorzeczy.pl/swiat/15254/Ostrzezenie-przed-rosyjska-propaganda-Europarlament-przyjal-wazna-rezolucje.html> [dostęp 8.12.2016].
- Parlament Europejski wzywa UE do działania ws. Rosji. Przyjęto rezolucję Anny Fotygi*, <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1695772,Parlament-Europejski-wzywa-UE-do-dzialania-ws-Rosji-Przyjeto-rezolucje-Anny-Fotygi> [dostęp 8.12.2016].
- Pawłowska A., *Trolle i boty nie wygrają wojny. Ukraina tworzy internetową armię blogerów*, [http://wyborcza.pl/1,76842,17322789,Trolle\\_i\\_boty\\_nie\\_wygraja\\_wojny\\_\\_Ukraina\\_tworzy\\_internetowa.html?disableRedirects=true](http://wyborcza.pl/1,76842,17322789,Trolle_i_boty_nie_wygraja_wojny__Ukraina_tworzy_internetowa.html?disableRedirects=true) [dostęp 17.06.2016].
- Pew Research Center for the People & the Press, July 2013 Political Survey, Final Topline*, <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/5/legacy-questionnaires/8-8-2013%20Media%20Attitudes%20Topline%20for%20Release.pdf> [dostęp 5.02.2018].
- Podstawa programowa kształcenia ogólnego z komentarzem. Szkoła podstawowa. Edukacja dla bezpieczeństwa 2017*, <http://new.ore.edu.pl/wp-content/uploads/2017/05/>

- edukacja-dla-bezpieczenstwa.-pp-z-komentarzem.-szkola-podstawowa-1.pdf [dostęp 2.07.2017].
- Podstawa programowa przedmiotu edukacja dla bezpieczeństwa. Klasa VIII szkoły podstawowej*, <https://men.gov.pl/wp-content/uploads/2016/11/podstawa-programowa-przedmiotu-edukacja-dla-bezpieczenstwa.pdf> [dostęp 2.07.2017].
- Polak M. (red.), *Konektywizm: Połącz się, aby się uczyć*, <http://www.slideshare.net/JSZ/konektywizm>. [dostęp 11.01.2016].
- Pomerantsev P., *A Digital Flashmob Dares Putin*, [www.politico.eu/article/digital-flashmob-dares-putin-protest-facebook/](http://www.politico.eu/article/digital-flashmob-dares-putin-protest-facebook/) [dostęp 12.01.2016].
- Propaganda. Jak to działa?*, [http://www.prisonplanet.pl/nauka\\_i\\_tehnologia/propaganda\\_jak\\_to\\_dziala\\_4,p796456330](http://www.prisonplanet.pl/nauka_i_tehnologia/propaganda_jak_to_dziala_4,p796456330) [dostęp 10.03.2016].
- Prorosyjscy aktywiści z Polski piją wódkę z rzeczniczką MSZ Rosji i krytykują polski rząd!*, <http://telewizjarepublika.pl/prorosyjscy-aktywisci-z-polski-pija-wodke-z-rzeczniczka-msz-i-krytykuja-polski-rzad,40077.html> [dostęp 25.10.2016].
- Przegaliński A., *Serhij Żadan: konflikt ukraiński był zaplanowany kilka lat temu*, <http://wiadomosci.wp.pl/kat,36474,title,Serhij-Zadan-konflikt-ukraiński-był-zaplanowany-kilka-lat-temu,wid,16549091,wiadomosc.html> [dostęp 12.03.2016].
- Putin zaczął monitorować portale społecznościowe. Czego obawia się prezydent Rosji?*, <http://www.rmf24.pl/fakty/swiat/news-putin-zakal-monitorowac-portale-spolesznosciowe-czego-obawia,nId,2482185> [dostęp 19.04.2018].
- Radziwinowicz W., *Rosja swoich separatystów tępi, cudzych hołubi*, <http://wyborcza.pl/1,75477,18843791,rosja-swoich-separatystow-tepi-cudzych-holubi.html> [dostęp 11.01.2016].
- Raitasalo J., *Hybrid Warfare: Where's the Beef?*, <http://warontherocks.com/2015/04/hybrid-warfare-wheres-the-beef/> [dostęp 10.03.2016].
- Raport z badań TNS OBOP. Wiarygodne informacje – czy są dziś w cenie?*, [http://www.tnsglobal.pl/wp-content/blogs.dir/9/files/2016/05/K.023Wiarygodne\\_informacje\\_O03a-16.pdf](http://www.tnsglobal.pl/wp-content/blogs.dir/9/files/2016/05/K.023Wiarygodne_informacje_O03a-16.pdf) [dostęp 11.01.2017].
- Richter F., *Facebook (Still) Dominates Social Media*, <https://www.statista.com/chart/2183/facebook-mobile-users/> [dostęp 18.09.2018].
- Rosja jest gotowa, by odłączyć się od internetu*, [http://www.wnp.pl/tech/rosja-jest-gotowa-by-odlaczyc-sie-od-internetu,318855\\_1\\_0\\_0.html](http://www.wnp.pl/tech/rosja-jest-gotowa-by-odlaczyc-sie-od-internetu,318855_1_0_0.html); [dostęp 19.04.2018].
- Rosja ogranicza dostęp do internetu*, <https://kresy24.pl/rosja-ogranicza-dostep-do-internetu/> [dostęp 19.04.2018].
- Saryusz-Wolski J., *Jedność Zachodu wobec sytuacji na wschodzie Europy nie może się rozpaść*, <http://www.saryusz-wolski.pl/pl/node/346> [dostęp 10.03.2016].
- Sawiński J.P., *Kluczowe kompetencje epoki cyfrowej*, [http://www.cen.edu.pl/cen\\_serwis/index.php?art=576&id=18&id2=35](http://www.cen.edu.pl/cen_serwis/index.php?art=576&id=18&id2=35) [dostęp 11.04.2016].

- Sawiński J.P., *Konektywizm, czyli rewolucja w uczeniu się*, <http://www.edunews.pl/badania-i-debaty/badania/1077-konektywizm-czyli-rewolucja-w-uczeniu-sie>. [dostęp 11.01.2016].
- Security Council Al-Qaida Sanctions Committee Adds Names of Four Individuals and Two Entities to Its Sanctions List*, <https://www.un.org/press/en/2015/sc12063.doc.htm> [dostęp 5.06.2017].
- Shevchenko V., *Ukrainians Petition Facebook Against 'Russian Trolls'*, <http://www.bbc.com/news/world-europe-32720965> [dostęp 11.03.2016].
- Sieć pod kontrolą: jak Rosja chce zbudować własny internet*, <http://www.komputerswiat.pl/opinie/internet-i-oprogramowanie/2017/11/siec-pod-kontrola-jak-rosja-chce-zbudowac-wlasny-internet.aspx> [dostęp 19.04.2018].
- Siemens G., *Connectivism. A learning theory for the digital age*, ELearnSpace.org, <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm> [dostęp 5.05.2012].
- Sierakowski S., *Applebaum, Snyder: Putin zjednoczył Ukrainę z Zachodem*, <http://www.krytykapolityczna.pl/artykuly/rosja/20140629/applebaum-snyder-putin-zjednoczyl-ukraine-z-zachodem> [dostęp 11.03.2016].
- Snyder T., *To Understand Putin, Read Orwell Ukraine, Russia and the Big Lie*, [http://www.politicom.com/magazine/story/2014/09/to-understand-putin-read-orwell-110551\\_Page2.html#ixz3IclcmnBW](http://www.politicom.com/magazine/story/2014/09/to-understand-putin-read-orwell-110551_Page2.html#ixz3IclcmnBW) [dostęp 18.04.2016].
- Social Media as a Tool of Hybrid Warfare. NATO Strategic Communications Centre of Excellence, public\_report\_social\_hybrid\_warfae\_22.07.2016-1.pdf* [dostęp 12.04.2018].
- Soldatov A., Borogan I., *Jak Putin próbował kontrolować internet, 30.10.2015*, <https://www.vice.com/pl/article/qb78e5/jak-putin-probowal-kontrolowac-internet> [dostęp 19.04.2018].
- Sostav.ua nocmpadał om „КуберБеркыма”*, <http://www.sostav.ru/publication/sostav-ua-podvergsya-kiberatake-9539.html> [dostęp 5.06.2016].
- Sprawozdanie nt. raportu w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich*, Bruksela, 11 października 2016 r. Sprawozdanie nr 97/2016, <https://www.senat.gov.pl/download/gfx/senat/pl/defaultopisy/296/8/1/097.pdf> [dostęp 24.11.2016].
- Sprawozdanie z 38. posiedzenia Europejskiej Platformy Organów Regulacyjnych*, Wilno, 2-4.10.2013, [http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/\\_public/Portals/0/konferencje/sprawozdania/2013/sprawozdanie\\_wilno2.pdf](http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konferencje/sprawozdania/2013/sprawozdanie_wilno2.pdf) [dostęp 15.03.2018].
- Standard Eurobarometer 86 Autumn 2016. Report. Media Use in the European Union*, <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/79405> [dostęp 11.02.2018].
- Starkowski M., *Konwergencja mediów. Początek nowej ery czy nowe formy kontroli?*, <http://doradcawbiznesie.pl/blog/7-Marketing-i-sprzeda%C5%BC/427-konwergencja-mediow-poczatek-nowej-ery-czy-nowe-formy-kontroli.html> [dostęp 17.04.2018].

- Stupples D., *The Next War Will Be an Information War, and We're Not Ready for It*. November 26, 2015, <https://theconversation.com/the-next-war-will-be-an-information-war-and-were-not-ready-for-it-51218> [dostęp 18.04.2016].
- Szef MSZ: w Polsce działa rosyjska propaganda, <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1382839,Szef-MSZ-w-Polsce-dziala-rosyjska-propaganda> [dostęp 25.03.2016].
- Szef speckomisji: Rosjanie finansują w Polsce piątą kolumnę, <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1382898,Szef-speckomisji-Rosjanie-finansuja-w-Polsce-piata-kolumne> [dostęp 25.03.2016].
- Szynkiewicz M., *Metafora smogu informacyjnego a procesy informacyjne*, <http://studiametodologiczne.amu.edu.pl/wp-content/uploads/2015/03/SM32-07.pdf> [dostęp 21.03.2018].
- Tadeusiewicz R., *W dymie i we mgle*, <http://www.solidarnosc.org.pl/ksn/strona-archiwalna/Docs/rystad.pdf>. [dostęp 21.03.2018].
- Taylor Philip M., *Global Communications, International Affairs and the Media Since 1945*, <https://networks.h-net.org/node/9997/reviews/10434/killen-taylor-global-communications-international-affairs-and-media> [dostęp 10.03.2016].
- Teorie kontroli umysłu i techniki używane przez mass media*, <http://wolna-polska.pl/wiadomosci/teorie-kontroli-umyslu-2015-03> [dostęp 16.04.2016].
- The English Translation of Al-Furqan Media's Publication: "Biographies of the Prominent Martyrs" Issue 46, Abu Maysara al-'Iraqi May Allah Accept Him*, <https://azelin.files.wordpress.com/2011/08/biographies-of-the-prominent-martyrs-issue-46-e28094-abc5ab-maysarah-al-e28098irc481qc4ab.pdf> [dostęp 22.05.2017].
- The Manipulative Techniques of the Russian Information Campaign Against Ukraine*, <http://www.stratcomcoe.org/manipulative-techniques-russian-information-campaign-against-ukraine> [dostęp 5.01.2017].
- The top 500 sites on the web*, <http://www.alexa.com/topsites> [dostęp 7.06.2017].
- Top Sites in Russia*, <http://www.alexa.com/topsites/countries/RU>. [dostęp 7.06.2017].
- Twitter позволяет спрогнозировать преступление на час раньше полиции*, <http://internetua.com/Twitter-pozvoljaet-sprognozirovat-prestuplenie-na-cs-as-ranshe-policii> [dostęp 19.04.2018].
- Vikē-Freiberga V. et al., *A free and pluralistic media to sustain European democracy. The Report of the High Level Group on Media Freedom and Pluralism. January 2013*, [http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/doc/pluralism/hlg/hlg\\_final\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/hlg/hlg_final_report.pdf) [dostęp 15.03.2018].
- Wawrzyn M., *Tak to się kończy w Rosji: „rosyjski Facebook” przejęty przez ludzi Putina. Koniec wolności słowa?*, <http://gadzetomania.pl/1073,tak-to-sie-konczy-w-rosji-rosyjski-facebook-przejety-przez-ludzi-putina> [dostęp 25.05.2017].
- Wzmąć cię do piwnicy i zastrzelą*, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/swiat/1641065,1-separatysci-w-donbasie--kim-sa-i-czego-chca.read> [dostęp 11.01.2016].

- Wiceminister edukacji Ukrainy: trwa agresja informacyjna ze strony Rosji*, <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/wiceminister-edukacji-ukrainy-trwa-agresja-informacyjna-ze-strony-rosji/tnr6hf> [dostęp 12.01.2016].
- Zaniewicz M., *Łukaszenka przegrywa wojnę propagandową z Putinem. Wywiad z Franakiem Wiaczorką*, <http://www.eastbook.eu/blog/2015/08/03/lukaszenka-przegrywa-wojne-propagandowa-z-putinem/> [dostęp 16.04.2016].
- Академик РАЕН создал портрет Путина на огромном сапфире*, <http://saint-petersburg.ru/m/society/apaley/343325/> [dostęp 19.01.2016].
- Бабаев Р., *Принята Бакинская декларация Парламентской Ассамблеи ОБСЕ*, <http://interfax.az/view/613059> [dostęp 10.03.2016].
- Бершидский Л., *Путин против „мировой закулисы”*, <http://nv.ua/opinion/bershidsky/putin-protiv-mirovoy-zakulisy-54438.html> [dostęp 23.04.2016].
- Боевики Плотницкого отчитались о ликвидации террориста „Бэтмена”*, [http://news.liga.net/news/politics/4615713-boeviki\\_plotnitskogo\\_otchitalis\\_o\\_likvidatsii\\_terrorista\\_.htm](http://news.liga.net/news/politics/4615713-boeviki_plotnitskogo_otchitalis_o_likvidatsii_terrorista_.htm) [dostęp 19.11.2015].
- В Луганске российские спецназовцы добивают остатки отряда Бэтмена*, <http://ru.tsn.ua/ukrayina/v-luganske-rossiyskie-specnazovcy-dobivayut-ostatki-otryada-betmena-istochnik-403753.html> [dostęp 19.11.2015].
- В Петербурге подождли „фабрику троллей”*, <http://www.fontanka.ru/2016/10/27/024/> [dostęp 30.10.2016].
- В Петербурге представляют скульптуру Путина из чистого шоколада*, <http://ianews.ru/articles/71463/> [dostęp 19.01.2016].
- В Питере здание „фабрики троллей” закидали коктейлями Молотова*, <http://news.big-mir.net/world/1034574-V-Pitere-zdanie--fabriki-trollej--zakidali-kojtejljami-Molotova> [dostęp 30.10.2016].
- В России сделали большого шоколадного Путина*, <http://apostrophe.com.ua/news/world/ex-ussr/2015-11-26/v-rossii-sdelali-bolshogo-shokoladnogo-putina-opublikovano-foto/42534> [dostęp 19.01.2016].
- В России установили памятник Путину в образе римского императора*, [http://censor.net.ua/photo\\_news/336507/v-rossii-ustanovili-pamyatnik-putinu\\_v-obraze-rimskogo-imperatora](http://censor.net.ua/photo_news/336507/v-rossii-ustanovili-pamyatnik-putinu_v-obraze-rimskogo-imperatora) [dostęp 11.01.2016].
- В сети появилась Киберсотня для борьбы с режимом через интернет*, <http://censor.net.ua/news/270726/v-seti-poyavilas-kibersotnya-dlya-borby-s-rejimom-cherez-internet> [dostęp 5.06.2016].
- В урупованні „ЛНР” „утилізують” убитих дітей*, [http://ipress.ua/articles/v-ugrupovan-ni\\_lnr\\_utylizuyut\\_ubytyh\\_ditey\\_154000.html](http://ipress.ua/articles/v-ugrupovan-ni_lnr_utylizuyut_ubytyh_ditey_154000.html) [dostęp 19.01.2016].

- В. Путин, *Украина – это даже не государство*, 7 апреля 2008, <https://glavnoe.ua/news/n3948>; [dostęp 12.03.2016].
- Вассерман: *Украинский язык – диалект русского*, <http://vz.ru/news/2009/3/16/265622.html> [dostęp 12.03.2016].
- Вендик Ю., *Европарламент призвал к борьбе с пропагандой Кремля*, <http://www.bbc.com/russian/news-38080562> [dostęp 9.12.2016].
- Галушко С., *Информационно-психологическая война: чего Россия хочет добиться в Украине с помощью пропаганды, и есть ли у Украины оружие защиты*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnopsikhologicheskaya\\_voyna\\_chego\\_rossiya\\_khochet\\_dobitsya\\_v\\_ukraine\\_s\\_pomoschyu\\_propagandy\\_i\\_est\\_li\\_u\\_ukrainy\\_oruzhie\\_zashchity/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnopsikhologicheskaya_voyna_chego_rossiya_khochet_dobitsya_v_ukraine_s_pomoschyu_propagandy_i_est_li_u_ukrainy_oruzhie_zashchity/) [dostęp 12.01.2016].
- Гиркин призвал боевиков покинуть Донбасс после убийства „Бэтмена”, [http://news.liga.net/news/politics/4637129-girkin\\_prizval\\_boevikov\\_pokinut\\_donbass\\_posle\\_ubiystva\\_betmena.htm](http://news.liga.net/news/politics/4637129-girkin_prizval_boevikov_pokinut_donbass_posle_ubiystva_betmena.htm) [dostęp 19.11.2015].
- Голод І., *Информационный терроризм*, <http://meest-online.com/ukraine/policy/informatsijnnyj-teroryzm/> [dostęp 18.04.2016].
- Городской типаж: блогер-пропагандист, <http://www.sobaka.ru/city/city/32942/> [dostęp 20.11.2015].
- Гриффин Э., *Фрагменты интервью с Юрием Безменовым*, <http://aillarionov.livejournal.com/891034.html> [dostęp 19.10.2016].
- Гусаров В., *Русские пришли-2. Сколько стоит российская информационная война?*, <http://sprotyv.info/ru/news/kiev/russkie-prishli-2-skolko-stoit-rossijskaya-informacionnaya-voyna> [dostęp 17.06.2016].
- Данилин П., *Политическая пропаганда: новые технологии. Цикл лекций*, [http://www.eartist.narod.ru/text28/0001.htm#з\\_лек\\_02](http://www.eartist.narod.ru/text28/0001.htm#з_лек_02) [dostęp 19.05.2018].
- Демчак Р., *Як перемогти Росію в телевізори*, <http://www.epravda.com.ua/columns/2014/05/27/458096/> [dostęp 18.04.2016].
- Дротенко В., *Скандал у Франції: провідного євро-скептика та популіста Марін Ле Пен профінансував Кремль!*, <http://ar25.org/node/28394> [dostęp 30.09.2016].
- Дудик Д., *Сутінки російської журналістики. Пропаганда-2014*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/sutinki\\_rosiyskoi\\_zhurnalistiki\\_propaganda2014/undefined/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/sutinki_rosiyskoi_zhurnalistiki_propaganda2014/undefined/) [dostęp 25.03.2016].
- Ерофеева И., *Страшная война против России*, <http://www.kramola.info/vesti/metody-ge-nocida/strashnaya-voyna-protiv-rossii> [dostęp 23.04.2016].
- ЄС набирає фахівців для „руйнування міфів” російської пропаганди, <http://tsn.ua/svit/yes-nabiraye-fahivciv-dlya-ruynuvannya-mifiv-rosiyskoyi-propagandi-zmi-421912.html> [dostęp 19.01.2016].

- Жук Н., *Концепция общественной безопасности Мёртвая вода*, <https://www.proza.ru/2010/05/12/564> [dostęp 23.02.2016].
- Закусило М., *Хто відповідальний за нові медіа?*, <http://detector.media/rinok/article/47760/2009-09-08-khto-vidpovidalni-za-novi-media/> [dostęp 11.04.2018].
- Информационная война: пять примеров российской пропаганды*, [http://news.liga.net/articles/politics/993677-informatsionnaya\\_voyna\\_pyat\\_primerov\\_rossiyskoy\\_propagandy.htm/section1/](http://news.liga.net/articles/politics/993677-informatsionnaya_voyna_pyat_primerov_rossiyskoy_propagandy.htm/section1/) [dostęp 17.11.2015].
- Итоги глобального исследования социальных сетей*, <http://csef.ru/ru/nauka-i-obshchestvo/445/itogi-globalnogo-issledovaniya-soczialnyh-setej-7717> [dostęp 17.04.2018].
- Информацијна війна проти України триває вже 20 років – Забужко*, <http://gazeta.ua/articles/life/informacijna-vijna-proti-ukrayini-trivaye-vzhe-20-rokiv-zabuzhko/648315> [dostęp 25.03.2016].
- Информацию о тысячах украинских беженцев опровергли ростовские чиновники*, <http://www.stopfake.org/informatsiyu-o-tysyachah-ukrainskih-bezhentsev-oprovergli-rostovskie-chinovniki/> [dostęp 16.05.2016].
- К дню рождения Путина в магазинах Петербурга появились новые кружки и чехлы с его портретом*, <http://www.gazeta.spb.ru/1898049-0/> [dostęp 12.01.2016].
- Калашников М., *Я фашист, уважающий Сталина*, <http://gorod.tomsk.ru/index-1253163759.php> [dostęp 17.06.2016].
- Колодій Н., *Ляльководи свідомості*, [http://gazeta.dt.ua/technologies/lyalkovodi-svidomosti\\_.html](http://gazeta.dt.ua/technologies/lyalkovodi-svidomosti_.html) [dostęp 21.10.2016].
- Концептуальные взгляды на деятельность Вооруженных Сил Российской Федерации в информационном пространстве*, <http://ens.mil.ru/science/publications/more.htm?id=10845074@cmsArticle> [dostęp 14.05.2016].
- Кравец А., *США готовят переворот в Украине*, <http://ru-an.info/%D0%BD%D0> [dostęp 28.02.2016].
- Кремль пообіцяв 40 млн євро французьким націоналістам. Попередні 9 – лише перший транш*, <http://www.eurointegration.com.ua/news/2014/11/27/702821/> [dostęp 25.03.2016].
- Лавров подтверждает слова Путина „Украина – это даже не государство”*, [www.unian.net/news/245484.html](http://www.unian.net/news/245484.html) [dostęp 11.02.2018].
- Мещеряков В., *В России создана стратегия кибервойны*, [http://www.cnews.ru/news/top/v\\_rossii\\_sozdana\\_strategiya\\_kibervojny](http://www.cnews.ru/news/top/v_rossii_sozdana_strategiya_kibervojny) [dostęp 14.05.2016].
- Мінаков О., *Гібридна війна Росії. Трансформація маніпуляцій у соцмережах*, <https://www.radiosvoboda.org/a/28498431.html> [dostęp 11.02.2018].
- Міщенко М., *Українці зліва направо*, <http://razumkov.org.ua/statti-ta-interviu/ukraintsi-zliva-napravo> [dostęp 11.02.2018].
- На антиукраинскую пропаганду Россия потратила более 9 миллиардов долларов*, <http://onpress.info/na-antiukrainskuyu-propagandu-rossiya-potratila-bolee-9-milliardov-dollarov-13036> [dostęp 17.06.2016].



- На службе розпропаганды: как „попередники” помогают Кремлю рисовать „страшилки” про Украину*, <http://www.segodnya.ua/politics/pnews/na-sluzhbe-rospropagandy-kto-iz-poperednikov-pomogaet-kremlyu-risovat-strashilki-pro-ukrainu-694161.html> [dostęp 28.02.2016].
- На Украине педагоги учат детей убивать снегурей*, <http://news-nsk.com/na-ukraine-pedagogi-uchat-detej-ubivat-snegirej.html> [dostęp 10.12.2016].
- Назарук Т., *Рік фейків: як брехала російська пропаганда*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/rik\\_feykiv\\_yak\\_brekhala\\_rosiyska\\_propaganda/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/rik_feykiv_yak_brekhala_rosiyska_propaganda/) [dostęp 16.12.2015].
- Назарук Т., *Російські ЗМІ використовують неіснуючу цитату Бісмарка*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/rosiyski\\_zmi\\_vikoristovuyut\\_neisnuyuchu\\_tsitatu\\_bismarka/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/rosiyski_zmi_vikoristovuyut_neisnuyuchu_tsitatu_bismarka/) [dostęp 17.11.2015].
- Ответственность за призывы к сепаратизму*, [http://www.mmdc.ru/consulting/common/otvetstvennost\\_za\\_prizyv\\_k\\_separatizmu/](http://www.mmdc.ru/consulting/common/otvetstvennost_za_prizyv_k_separatizmu/) [dostęp 11.02.2016].
- Памятник Путину в Москве*, <http://foretime.ru/pamyatnik-putinu-v-moskve/> [dostęp 19.01.2016].
- Панарин И.Н., *Информационная безопасность*, [http://panarin.com/info\\_voina/86-informacionnaya-bezopasnost.html](http://panarin.com/info_voina/86-informacionnaya-bezopasnost.html) [dostęp 12.06.2016].
- Партія Ле Пен планує взяти кредит у російських банків – ЗМІ, <http://www.eurointegration.com.ua/news/2016/02/17/7044984/> [dostęp 25.03.2016].
- Перед приездом делегации ООН на Украину СБУ „заметає следи” издевательств и пыток задержанных и взятых под стражу*, <http://cyber-berkut.ru/> [dostęp 5.06.2016].
- Попова Т., *Як діє російська пропаганда*, <http://www.pravda.com.ua/columns /2014/06/21/7029684/> [dostęp 25.03.2016].
- Попова Т., *Соціальні мережі, кібератаки та гібридні війни*, <https://www.radiosvoboda.org/a/28598299.html> [dostęp 15.03.2018].
- Политнавигатор*, <http://www.politnavigator.net/tag/%D0%C%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B0%D0%BD/page/5> [dostęp 12.03.2016].
- Порошенко дарит Херсонскую область туркам и крымским татарам*, [www.cyber-berkut.org](http://www.cyber-berkut.org) [dostęp 5.06.2016].
- Почепцов Г., *Новые методы пропагандистского воздействия: будущее уже рядом*, [http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/novye\\_metody\\_propagandistskogo\\_vozdeystviya\\_buduschee\\_uzhe\\_ryadom/](http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/novye_metody_propagandistskogo_vozdeystviya_buduschee_uzhe_ryadom/) [dostęp 10.04.2016].
- Правый сектор*, [http://antimaydan.info/pravyj\\_sektor.html](http://antimaydan.info/pravyj_sektor.html) [dostęp 12.03.2016].
- Прес-служба РНБО: Росія продовжує гібридну війну проти України та Європи*, <http://www.rnbo.gov.ua/news/2365.html> [dostęp 30.03.2016].
- Присяжнюк Д.М., *Застосування маніпулятивних технологій з боку Росії в ЗМІ України (на прикладі Криму)*, <http://vuzlib.com/content/view/1108/23> [dostęp 17.04.2016].

- Присяжнюк М.М., *Дезінформація та її роль у інформаційно-психологічних операціях*, <http://defpol.org.ua/site/index.php/en/arhiv/kolonkaavtora/106-2009-09-09-18-06-14> [dostęp 22.05.2016].
- Про укроп*, <http://www.ukrop.com.ua> [dostęp 19.01.2016].
- Путин в выступлении 18 марта 2014 озвучил позицию России по Крыму*, [www.topnews.ru/news\\_id\\_66287.html](http://www.topnews.ru/news_id_66287.html) [dostęp 11.02.2018].
- Путін на Генасамблеї ООН спробує дискредитувати Україну черговим „розп’ятим хлопчиком” – „Інформаційний спротив”*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/putin\\_na\\_genasamblei\\_oon\\_sprobue\\_diskredituvati\\_ukrainu\\_chergovim\\_ropyatim\\_khlopchikom\\_informatsiyniy\\_sprotiv/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/putin_na_genasamblei_oon_sprobue_diskredituvati_ukrainu_chergovim_ropyatim_khlopchikom_informatsiyniy_sprotiv/) [dostęp 19.01.2016].
- Путін переконаний у світовій змові проти Росії*, [http://24tv.ua/putin\\_perekonaniy\\_u\\_svitoviy\\_zmovi\\_proti\\_rosiyi\\_n579804](http://24tv.ua/putin_perekonaniy_u_svitoviy_zmovi_proti_rosiyi_n579804) [dostęp 12.03.2016].
- Пять лет лишения свободы грозит за призывы к сепаратизму в России*, <http://ria.ru/politics/20131229/987168242.html> [dostęp 2.02.2018].
- Рада запретила все новые российские фильмы*, <http://www.ukraine-today.com.ua/2016/03/> [dostęp 11.04.2016].
- Російським медіа в Фінляндії протидіятиме сотня чиновників*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/do\\_grupi\\_protidii\\_rosiyskim\\_media\\_v\\_finlyandii\\_uviyde\\_sotnya\\_chinovnikov/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/do_grupi_protidii_rosiyskim_media_v_finlyandii_uviyde_sotnya_chinovnikov/) [dostęp 19.01.2016].
- Россия без Украины, Украина без России*, <http://polit.ru/article/2006/09/28/kulikov/> [dostęp 16.04.2016].
- Росія: блокування Telegram є масштабною атакою на свободу вираження поглядів у Інтернеті*, <http://khp.org/index.php?id=1526402573> [dostęp 19.05.2018].
- Росіяни стають нацією теоретиків змови – RFE/RL*, [http://dt.ua/POLITICS/rosiyani-stayut-nasiyeyu-teoretikiv-zmovi-rfe-rl-176510\\_.html](http://dt.ua/POLITICS/rosiyani-stayut-nasiyeyu-teoretikiv-zmovi-rfe-rl-176510_.html) [dostęp 12.03.2016].
- Россия, Путин и победа в Великой Отечественной*, [www.golos-ameriki.ru/content/putin-victory-in-world-war2-2-10-12-112084454.html](http://www.golos-ameriki.ru/content/putin-victory-in-world-war2-2-10-12-112084454.html) [dostęp 11.02.2018].
- Сватко Я., Національна безпека України в умовах ведення інформаційних воєн*, <http://maidan.org.ua/static/mai/1107174720.html> 31.06.2008 [dostęp 17.06.2016].
- Сенсация от КиберБеркута: Сорос толкает Украину в ЕС, миллиардер давит на Нидерланды и манипулирует мнением голландцев (Документы)*, <http://rusvesna.su/news/1459521500;> [dostęp 5.06.2016].
- Серов Л., Дезинформируй и нападай. Дезинформация как оправдание войн*, <http://aktiv.com.ua/archives/6210> [dostęp 22.05.2016].
- Скляревская Г., Информационно-психологическая война: чего Россия хочет добиться в Украине с помощью пропаганды, и есть ли у Украины оружие защиты*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnopsikhologicheskaya\\_](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/informatsionnopsikhologicheskaya_)

- voyna\_chego\_rossiya\_khochet\_dobitsya\_v\_ukraine\_s\_pomoschyu\_propagandy\_i\_est\_li\_u\_ukrainy\_oruzhie\_zaschity/undefined/ [dostęp 17.04.2016].
- Скульптура Путина в новой интерпритации, <http://www.uznat.info/766-skulptura-putina-v-novoy-interpritacii.html> [dostęp 19.01.2016].
- Скульптуры Путина и Сталина попали в набор для подарка чиновнику за 3 млн рублей, <http://www.znak.com/urfo/news/2015-04-14/1038445.html>; [dostęp 19.01.2016].
- Снегирев Д., *Что на самом деле случилось с полевым командиром ЛНР „Бетменом”*, <http://hvylya.net/analytics/politics/chto-na-samom-dele-sluchilos-s-poleyvim-komandiro-m-lnr-betmenom.html> [dostęp 19.11.2015].
- Создан Изборский клуб консервативной идеологии, <http://contrinform.ru/izborskij-klub-konservativnoj-ideologii/> [dostęp 17.06.2016].
- Сокыра С., *Можно ли унять боль России?*, <http://www.rulit.me/books/mozhno-li-unyat-bol-rossii-read-304153-1.html> [dostęp 11.03.2016].
- Тарасюк Е., *Тайная операция ЦРУ „Майдан-2”*, <http://antifashist.com/item/tajnaya-operaciya-cru-majdan-2.html> [dostęp 28.02.2016].
- Токар Н., *В Україні заблокували Яндекс, ВКонтакте та Однокласники*, <https://tokar.ua/read/17418> [dostęp 19.04.2018].
- ТОП-10 маніпуляцій російських ЗМІ та соціальних мереж про Україну, [http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/TOP10\\_manipulacij\\_rosijskyh\\_ZMI\\_ta\\_socialnyh\\_merezh](http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/54210/TOP10_manipulacij_rosijskyh_ZMI_ta_socialnyh_merezh) [dostęp 17.11.2015].
- Толокольнікова К., *Енн Еплбаум: «Кремлем будується цілий фейковий світ»*, [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/enn\\_epplbaum\\_kremlem\\_buduetsya\\_tsiliy\\_feykoviy\\_svit/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/enn_epplbaum_kremlem_buduetsya_tsiliy_feykoviy_svit/) [dostęp 10.03.2016].
- Топ-20 випадків нахабної брехні російської пропаганди, <http://www.myvin.com.ua/ua/news/events/27599.html> [dostęp 17.11.2015].
- У Чехії створили підрозділ для боротьби з російською пропагандою, <http://www.euointegration.com.ua/news/2016/10/21/7056242/> [dostęp 24.11.2016].
- Украинские мифы, [http://ruxpert.ru/%B5\\_%D0%BC](http://ruxpert.ru/%B5_%D0%BC). [dostęp 12.03.2016].
- Україна: перша інформаційна війна, <https://ukr.media/222530/> [dostęp 11.01.2016].
- Український безвіз: міфи росіян зазнали фіаско, <https://m.znaj.ua/society/ukrayinskyj-bezviz-mify-rosiyan-zazznaly-fiasko> [dostęp 11.02.2018].
- Улицкая Л., *Российские СМИ побили мировой рекорд по вранью*, <http://russian.rt.com/inotv/2014-06-12/Ulickaya-Rossijskie-SMI-pobili-mirovoj> [dostęp 20.11.2015].
- Федорович А., *Любимый стратег Путина*, [http://www.inoforum.ru/inostrannaya\\_pressa/lyubimyj\\_strateg\\_putina](http://www.inoforum.ru/inostrannaya_pressa/lyubimyj_strateg_putina) [dostęp 11.01.2016].
- Фейк ЗМІ Росії. В Україні школярів вчать вбивати снігурів і захищати синиць, <http://www.radiosvoboda.org/a/26741269.html> [dostęp 10.12.2016].

## Bibliografia

---

- Художник в Петербурге изваял скульптуры Путина и Обамы*, <http://www.metronews.ru/novosti/hudozhnik-v-peterburge-izvajal-skul-ptury-putina-i-obamy/Трoоја---xP0RkSL-gYFcWA/> [dostęp 19.01.2016].
- Чи можна назвати відключення російського ТБ в Україні цензурою?*, <http://www.pravda.com.ua/articles/2014/03/24/7020070> [dostęp 11.02.2018].
- Эксперт: Государственный переворот на Украине – дело рук США*, <https://russian.rt.com/article/75659> [dostęp 28.02.2016].
- Як дезінформує „Перший канал”: польський КПП видають за російський*, <http://www.unian.ua/politics/891927-yak-dezinformue-pershiy-kanal-polskiy-kpp-vidayut-za-rosiyskiy.html> [dostęp 16.12.2015].

## INDEKS OSOBOWY

---

### A

Abousamra Ahmad 201  
Al-Absi Amr (Abu Atheer) 201–203  
Al-Adnani Abu Muhammad 194  
Al-Aqla al-Shuebi Hamoud 196  
Al-Baghdadi Abu Bakr 197, 198, 200, 202  
Al-Baghdadi Abu Ommar 198  
Al-Iraqi Abu Maysara 194  
Al-Muhajir Abu Hamza 198  
Al-Shishani Omar 202  
Al-Zarqawi Abu Musab 198  
Allan Stuart 318  
Aronson Elliot 78, 145  
Arvonen Jori 275  
Ascotta Roy 17  
Ash-Shami Abu Maysarah 201  
Astakhov Pavel 214  
Azarow Mykoła 262

### B

Babik Wiesław 16, 26, 28, 48  
Balcerowicz Leszek 363  
Bandura Alfred 107, 112  
Bańka Józef 31  
Bard Alexander 36, 88  
Bartnowska Hanna 14  
Batorski Dominik 81

Baudrillard Jean 242  
Baum Matthew 338  
Bauman Zygmunt 29, 40, 87, 88, 90, 91  
Beck Ulrich 85, 119  
Bednow Alexander 274  
Bennett Lance 282, 297  
Bernal John Desmond 19  
Bernays Edward 238, 260  
Bezmienow Jurij 206  
Bierdiajew Nikolaï 256  
Biernacki Marek 156  
Bismarck Otto von 263  
Blumler Jay G. 287, 300  
Born Kelly 167  
Boruszewski Jarosław 27  
Bradford Samuel C. 19  
Bradshaw Samantha 171  
Braun Grzeorz 371  
Broda Marian 240  
Budka Borys 358, 383  
Burnap Pete 185  
Burton Robert E. 19

### C

Cantlie John 203  
Carr Nicholas 38  
Castells Manuel 82

- Chmielewski Zbigniew 95, 96  
 Churchill Winston 250, 394  
 Cialdini Robert 74  
 Cieślarczyk Marian 122–124  
 Colvin Marie 203  
 Cukier Kenneth 33  
 Curtis Peter Theo 203  
 Cushion Stephen 327, 337, 379  
 Custine Astolphe-Louis-Léonor de 224  
 Cwalina Wojciech 394  
 Czaadajew Piotr 159  
 Czabański Krzysztof 383  
 Czarniawska Barbara 25, 26  
 Czerny Janusz 87  
 Czuba Krystyna 39
- D
- Dagnes Alison 314  
 Dauber Heinrich 90, 98  
 Denning Dorothy E. 60  
 DePaulo Bella 62  
 Derham William 130  
 Dimoka Angelia 38  
 Doliński Dariusz 74  
 Duda Andrzej 307, 308, 321, 322, 354–  
 358, 370, 372–375  
 Dugin Aleksander 156, 230  
 Durow Paweł 140
- E
- Elo Kimmo 292  
 Entman Robert 282, 297
- F
- Falkowski Andrzej 394  
 Filipek Agnieszka 124
- Firas 202, 203  
 Foley James 200, 203  
 Fotyga Anna 276–278  
 Frasyński Władysław 363  
 Furmanek Waldemar 97, 122
- G
- Galuszko Serhij 229, 235  
 Gamian-Wilk Małgorzata 78  
 Gardner Howard 47, 48  
 Gerrits Bailey 306  
 Glazjew Siergiej 230  
 Gładkowski Krzysztof 394  
 Goban-Klas Tomasz 22, 26  
 Goebbels Joseph 145  
 Gogołek Włodzimierz 26  
 Golka Marian 21, 62, 67, 118  
 Goodman Marc 60  
 Gorbulin Władimir 242  
 Górski Adam 20, 32  
 Gronkiewicz-Waltz Hanna 363  
 Gurevitch Michael 287
- H
- Haag Dietrich E. 55  
 Haines David 200  
 Hardaker Claire 212  
 Henning Alan 200  
 Hetmański Marek 42  
 Hitler Adolf 154  
 Hjarvard Stig 301  
 Hopmann David N. 311  
 Hosking Geoffrey 240  
 Houston Brant 379  
 Howard Philip 171  
 Hughes Shelley K. 92

- Huntington Samuel 241  
 Husajn Saddam 173  
 Husarow Wiaczesław 220, 259
- J
- Janczak Józef 58  
 Janecki Stanisław 359  
 Janukowycz Wiktor 166, 218, 226, 233,  
 249, 263  
 Jasińska Katarzyna 33, 34  
 Jaskuła Sylwia 98  
 Jenkins Henry 130, 132  
 Jędrzejko Mariusz 26, 37, 41  
 Johnston Bill 93  
 Jones Frank 177
- K
- Kaczyński Jarosław 358, 383, 387  
 Kamińska-Czubała Barbara 40, 41, 49  
 Kardes Frank 78  
 Karnowski Jacek 359  
 Karnowski Michał 359, 394  
 Karwat Mirosław 62, 63, 73  
 Kassig Peter 200  
 Kavanagh Dennis 300  
 Kąkolewicz Mariusz 109  
 Kebler R.W. 19  
 Keen Andrew 72  
 Kepplinger Hans Mathias 285  
 Kerckhove Derrick de 30, 44  
 Kisielow Dmitrij 129  
 Klepka Rafał 14, 55, 394  
 Komorowski Bronisław 308, 354–356,  
 370, 372, 373, 375  
 Koniaka Paweł 394  
 Kopacz Ewa 333–335, 388
- Korniłow Ławr 227  
 Korporowicz Leszek 98  
 Korwin-Mikke Janusz 370, 372, 376–  
 378  
 Kosewski Marek 63  
 Koszur Julita 71  
 Kowalski Marian 371  
 Kozłak Jarosław 70  
 Kraśko Piotr 308  
 Kubiak Mariusz 86, 88, 102  
 Kuc Paweł 95, 96  
 Kukiz Paweł 330, 370, 372, 376–378  
 Kurczewska Joanna 89
- L
- Lakoff George 381  
 Langer Ellen 78  
 Le Bon Gustaw 64  
 Le Pen Marine 158  
 Ledzińska Maria 16, 26, 37  
 Legnante Guido 311, 337, 340  
 Lenin Włodzimierz 213  
 Lepa Adam 61, 144  
 Leśniak-Moczuk Krystyna 33  
 Lévy Pierr 17  
 Liedel Krzysztof 110  
 Lisiecki Paweł 359  
 Löfgren Orvar 25, 26  
 Lotka Alfred 19  
 Luhn Hans Peter 19
- Ł
- Łukaszenko Alaksandr 239
- M
- Macron Emmanuel 363

- Makiejew Jurij 206  
 Makowski Piotr 120  
 Manojło Andriej 226  
 Mastalerek Marcin 307  
 Materska Katarzyna 26, 51  
 Mayer-Schönberger Victor 33  
 Mazzeo Riccardo 91  
 Mazzoleni Gianpietro 299  
 McLuhan Herbert Marshall 7, 319  
 McNair Brian 286, 288, 309, 378, 379  
 McQuail Dennis 311  
 Melischek Gabriele 306  
 Melosik Zbyszko 26  
 Messner Eugenij 227  
 Michałowski Stanisław 95  
 Mike Dan 221  
 Miller Holmes 27  
 Mistewicz Eryk 394  
 Morańska Danuta 26  
 Morbitzer Janusz 26, 30
- N
- Napoleon Bonaparte 158  
 Nawarecki Edward 70  
 Negroponte Nicholas 131  
 Netczuk-Gwioździkiewicz Marzena 41  
 Nixon Richard 9  
 Norris Pippa 292  
 Nowak Andrzej 240  
 Nykiel Marzena 359
- O
- Obama Barack 358, 383  
 Ochlik Remi 203  
 Ogórek Magdalena 370, 372, 376–378  
 Olejnik Monika 317
- Oleński Józef 12  
 Orwell George 154
- P
- Palikot Janusz 373  
 Panarin Igor 212  
 Patterson Thomas E. 336, 337, 380  
 Pawełczyk Piotr 65  
 Pawłowski Gleb 166  
 Perloff Richard M. 295, 309  
 Persily Nathaniel 170  
 Piątek Tadeusz 122  
 Piskorski Mateusz 157  
 Płazowski Jan 64  
 Polak Rafał 95, 96  
 Polczyk Romuald 79  
 Ponsonby Arthur Augustus William  
     Harry 163  
 Poroszenko Petrow 141, 157, 243  
 Postman Neil 16  
 Pratkanis Anthony 145  
 Prigożyn Jewgienij 273  
 Prokhanov Aleksander 230  
 Protasowicki Tomasz 35  
 Przelaskowski Waław 56  
 Putin Władimir 141, 142, 149, 150, 152,  
     153, 157–161, 218, 220, 223, 225, 233,  
     238–240, 245, 252, 253, 258, 260,  
     264, 272–274, 276, 277
- R
- Rapeli Lauri 292  
 Reinemann Carsten 336, 340  
 Rifkin Jeremy 36, 84  
 Rudniański Jarosław 76  
 Russ-Mohl Stephan 368



- S
- Sampert Shannon 306
- Sartori Giovanni 292
- Saryusz-Wolski Jacek 228, 358
- Scherr Sebastian 337, 340
- Schetyna Grzegorz 157, 363
- Schulz Winfried 299, 302
- Schuman Tomas David 206
- Seczin Igor 141
- Seethaler Josef 306
- Selwant Katarzyna 78
- Shapiro Jeremy 92
- Shea Jamie 179
- Shehata Adam 281
- Shoemaker Pamela 315
- Siebert Sabina 25
- Sienkiewicz Piotr 8
- Sikorski Radosław 363, 383
- Skórzyński Krzysztof 384
- Skrabacz Aleksandra 124
- Small Gary 38
- Snegirew Dmitrij 274
- Snyder Timothy 156, 228
- Sola Pool Ithiel de 131
- Sołżenicyn Aleksander 240
- Sotloff Steven 200
- Söderqvist Jan 36, 88
- Spitzer Manfred 38
- Staël-Holstein Anne-Louise Ger-  
maine de 20
- Stalin Józef 154
- Stalińska Dorota 366
- Stanik Jerzy 35
- Stanyer James 337
- Stec Jurij 231
- Straś-Romanowska Maria 105
- Street John 307
- Strelkow Igor 265
- Strömbäck Jesper 281, 286, 299, 305
- Stupples David 188
- Sun Tzu 165
- Surman Marek 44
- Suwara Marek 64
- Szpitalak Malwina 79
- Szulczewski Michał 66
- Szydło Beata 333–335, 363
- T
- Tadeusiewicz Ryszard 23, 26
- Tanajno Paweł 371, 373
- Taylor Philip 173
- Thierry Józef 18
- Thomas Timothy 171
- Tichon (Szewkunow), archimandryta 230
- Timmermans Frans 363
- Trimble Linda 306
- Trump Donald 170
- Tusk Donald 350, 351, 353, 354, 356–358,  
363, 382–384
- Tyc Jerzy 155
- U
- Ulicka Ludmiła 270
- W
- Wagner Angelia 306
- Wałęsa Lech 363
- Wasiuta Olga 14, 68, 393
- Wasiuta Siergiej 68
- Wawrzyniak Joanna 101, 102
- Webber Sheila 93
- White David Manning 314

## Indeks osobowy

---

Wieczorkowska-Wierzbińska Grażyna 25

Wiesner Jerome B. 131

Wilders Geert 158

Wildstein Bronisław 317

Wilk Jacek 371, 373

Wilson Tom D. 54

Wojewódzki Adam 109

Wojewódzki Tadeusz 109

Woolley Samuel 170

Wrangel Piotr 227

Wróbel Alina 66

Wróbel Anna 77

### V

Van Aelst Peter 311

Vickery Brian Campbell 19

Viķe-Freiberga Vaira 135

Volkoff Vladimir 68, 69

Vorgan Gigi 38

Vos Timothy 315

### Z

Zabużko Oksana 162

Zavodchenkov Vadim 160

Ziemkiewicz Rafał 359

Zipf George Kingsley 19

Zedong Mao 205

Znyk Paweł 24

Zygmunt Anna 70

### Ż

Żadan Serhij 229

Żakowski Jacek 366

Żebrowski Andrzej 59