

Propaganda i dezinformacja – zarządzanie informacją w przestrzeni medialnej. Od klasycznych środków masowego przekazu do internetowych mediów społecznościowych

Magdalena Ickiewicz-Sawicka 

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: m.ickiewicz@pb.edu.pl

DOI: 10.24427/az-2025-0014

Streszczenie

Artykuł dotyczy zjawiska zarządzania informacją, które autorka rozpatruje, poczynając od prasy papierowej, na współczesnych komunikatorach w postaci mediów społecznościowych kończąc. Tekst składa się z dwóch zasadniczych części. Pierwsza z nich opisuje genezę i historyczny rozwój dezinformacji i propagandy. Druga zaś określa czynniki sprzyjające rozwojowi tego rodzaju zjawisk. Celem artykułu jest systematyzacja wiedzy na temat zarządzania informacją ze szczególnym uwzględnieniem jej negatywnych przejawów, czyli dezinformacji, propagandy, w tym czarnej propagandy, operacji bądź wojny psychologicznej, a także działań pod fałszywą flagą. Wnioski – zarządzanie informacją, a zwłaszcza dezinformacją jest użytecznym narzędziem każdej władzy państwowej zarówno liberalno-demokratycznej, jak i (a może nade wszystko) autorytarnej i totalitarnej.

Słowa kluczowe

dezinformacja, propaganda, wojna psychologiczna, środki masowego przekazu, zarządzanie percepcją społeczną

Wstęp

Propaganda i dezinformacja to narzędzia sterowania percepcją mas, których głównym zamiarem jest uzyskanie realnych korzyści ekonomicznych (marketing i reklama), ale nade wszystko społecznych i politycznych. Od zarania dziejów celem każdej klasy rządzącej jest rzymska maksyma *divide et impera* (dziel i rządź). Zatem

umiejętne zarządzanie społeczeństwem za pomocą propagandy i dezinformacji odbywa się na wielu poziomach. Historycznie była to zwyczajna plotka, konfabulacja, szarlataneria, fantasmagoria itp., przekazywana z ust do ust na placach i targowiskach, potem za pomocą druku, prasy, a następnie radia, telewizji. Dziś tą agorą bądź arabskim sukiem (arab. سوق تقليدي) są internet i media społecznościowe, potocznie nazywane piątą władzą. Mianem tym określa się społeczność internautów, która dzięki ułatwionemu w dobie internetu dostępowi do wiedzy oraz wyrażania swoich opinii posiada realny wpływ na funkcjonowanie społeczeństwa i działania prowadzone przez rząd [Przywara i Przywara, 2012].

1. Przegląd literatury

Zjawiska dezinformacji i propagandy mają dość bogatą literaturę przedmiotu, zarówno we wschodnim, jak i zachodnim dyskursie naukowym. Pierwsze publikacje z tej dziedziny pojawiły się już w rosyjskim, a następnie radzieckim piśmiennictwie [Nikołajewskij, 1932; Orlovsky, 1981]. Natomiast w polskim piśmiennictwie wiodącą pozycją z tego zakresu w kontekście historycznym jest opracowanie Elżbiety Kaczyńskiej i Dariusza Drewniaka [1993]. Autorzy podkreślają, że twórcą dezinformacji była niewątpliwie carska Rosja, a konkretnie jej tajna policja polityczna, czyli ochrana (*Otdielenije po ochranieniju obszczestwiennoj bezopasnosti i poriadka*). W roku 1881 w Petersburgu, a potem w Moskwie i Warszawie car Aleksander III powołał specjalne jednostki śledcze *ochrannoje otdielenije*, od której nazwy wzięła się późniejsza ochrana. Organizacja ta odgrywała rolę oddziału ochrony porządku i bezpieczeństwa publicznego, a w rzeczywistości rozpowszechniała czystą propagandę, dezinformację, generalnie posługiwała się koncepcją zarządzania strachem i chaosem.

Kaczyńska i Drewniak [1993] w swojej pracy analizują następujące kwestie: organizację wewnętrzną ochrony, charakterystykę i rekrutację tajnych agentów, motywy współpracy, metody pracy operacyjnej, prowokacje, liczebność, efektywność oraz konflikty wewnętrzne w organizacji. Współcześnie ideę dezinformacji „twórczo” rozwija Federacja Rosyjska [Smith i Ellis, 1967; Smoleń, 1991], która wykorzystuje najnowocześniejsze środki masowego przekazu [Пактопрыев, 2014].

Jeśli zaś chodzi o zachodnioeuropejski punkt widzenia, to kluczową (wręcz klasyczną) pozycją pozostaje niezmiennie publikacja Edwarda L. Bernaysa [2020]. Autor w przystępny i prosty sposób opisuje mechanizmy formowania świadomości mas. Jego zdaniem demokratyczne społeczeństwo to pierwotnie nieuformowana i mało rozgarnięta masa pozbawiona trwałego spoiwa, której powinna przewodzić

jedynie garstka inteligentnych i wpływowych nadzorców. Natomiast owi menadżerowie, korzystając z naukowych badań nad psychologią jednostki i psychologią tłumu, a także z rozmaitych metod indoktrynacji i manipulowania ludzkimi pragnieniami, powinni ustalać system wartości i główne cele społeczne, a następnie umiejętnie sterować owymi pragnieniami i emocjami. Wpajając opinii społecznej określone formy postępowania jako „naukowo udowodnione”, „progresywne”, „demokratyczne” czy „emancypacyjne”, sterują zachowaniem mas, osiągając w ten sposób pożądane dla klasy rządzącej cele.

W polskim piśmiennictwie na uwagę zasługuje też pozycja autorstwa Łukasza Olejnika. Autor omawia w niej kwestie związane z bezpieczeństwem informacyjnym jako jednym z kluczowych wymiarów czasów współczesnych. Swoją książkę rozpoczyna od biblijnego zwrotu „Na początku było słowo”, które decyduje o życiu w erze informacyjnej i obok obrazu jest nośnikiem informacji nabierającym coraz większej i powszechnej mocy [Olejnik, 2024].

W niniejszym artykule wykorzystano również następujące pozycje: [Batorowska, 2017; Bąkiewicz, 2013; Darczewska i Żochowski, 2017; Dobek-Ostrowska, Fras i Ociepka, 1999; Ellul, 1965; Fehler, 2016; Goban-Klas, 2000; Grafa, 2009; Kubiak i Tobolewski, 2023; Zybortowicz i Piekutowski, 2023].

2. Metodyka badań oraz problemy i pytania badawcze

W artykule zastosowano metodę nauk formalnych (zwaną również metodą sformalizowaną lub aksjomatyczno-dedukcyjną). Ma ona charakter formalny i odnosi się do logiki i matematyki. Opiera się na faktach logicznych, bez odwołania do faktów empirycznych. Tezy nauk formalnych są: niezawodne, zgodne z określonymi systemami twierdzeń (sądów wynikających z założeń tych systemów) na mocy definicji i dowodu, oparte na aksjomatach i innych założeniach wyjściowych. Ponadto punktem wyjścia metody aksjomatyczno-dedukcyjnej jest stworzenie zestawu twierdzeń wyjściowych – aksjomatów – z użyciem terminów pierwotnych. Dalsze pojęcia systemu dedukcyjnego określa się za pomocą zwykłych definicji. W tej metodzie buduje się systemy dedukcyjne złożone z poglądów oraz wyprowadzonych z nich tez [Nowak i Głowiński, 2013, s. 136–146].

Na podstawie powyższej metody badawczej skonstruowano następujące pytania badawcze. Jakie są historyczne źródła propagandy i dezinformacji, skąd pochodzi to zjawisko i jakimi odznacza się rodzajami i cechami? Jakie są cechy zarządzania refleksyjnego (operacji informacyjnej, psychologicznej i pod fałszywą flagą)? Te pytania stają się kluczowe w obliczu dzisiejszych wyzwań i rozwoju technologicznego, gdzie granice między faktem a fikcją rozmywają się na ekranach urządzeń elektronicznych, a nade wszystko przenikają ludzki umysł, formatując go do określonych

algorytmów. Pytania pomocnicze zaś (poza wyznaczoną wyżej metodyką) nieustannie powracają w następującej optyce: Czy przeciętny użytkownik współczesnych mediów społecznościowych potrafi rozróżnić prawdziwe informacje od wymagowanych narracji? Jak państwa wykorzystują propagandę do formowania swojego wizerunku zarówno wewnętrznego, jak i zewnętrznego? Czy w erze cyfrowego chaosu owi użytkownicy są bezbronni wobec inwazji dezinformacji?

Celem badań jest przekazanie czytelnikowi wiedzy na temat zarządzania informacją ze szczególnym uwzględnieniem jej negatywnych przejawów w postaci dezinformacji, propagandy, w tym czarnej propagandy, operacji bądź wojny psychologicznej, a także działań pod fałszywą flagą.

3. Wyniki badań

3.1. Geneza dezinformacji i propagandy

Termin „dezinformacja” pochodzi z języka rosyjskiego (ros. *Дезинформация*), do którego został wprowadzony w połowie XIX wieku przez dodanie przedrostka *dez-* (ros. *dez*) do funkcjonującego już w carskiej Rosji, praktycznie od czasów Piotra I, słowa informacja (ros. *информация*). Pierwotne znaczenie tego terminu oznaczało wprowadzanie w błąd celem osiągnięcia taktycznych i strategicznych korzyści politycznych, finansowych, militarnych, a nade wszystko wizerunkowych. Samo pojęcie informacji zaś (łac. *informatio* – przedstawienie, wizerunek; *informare* – kształtować, przedstawiać) oznacza treść komunikatu i odzwierciedla sens przekazywanej wiadomości. Potocznie natomiast informacja to wiadomość, komunikat (ujęcie przedmiotowe), ale także: powiadomienie o czymś, zakomunikowanie czegoś, przekazanie wiadomości dotyczącej czegoś indywidualnemu lub zbiorowemu odbiorcy (ujęcie czynnościowe) [Błasiak i Koszowy, 2024]. Do 1917 r. tego rodzaju działania kontynuowała i rozwijała carska ochrana [Kaczyńska, 1993]. Pierwsze biuro dezinformacji, specpropagandy i sabotażu (ros. *дезинфорбюро/дезбюро*) zostało utworzone w 1922 r. w ramach OGPU (Zjednoczony Państwowy Zarząd Polityczny, ros. *Объединенное государственное политическое управление*), następczyni Czeka. Jednocześnie w Ministerstwie Bezpieczeństwa Publicznego ZSRR bezpośrednią dywersją (terrorem) i pośrednią ideologiczną dywersją za granicą zajmowało się odrębne Biuro nr 1, czyli dywersja wewnętrzna obszaru ZSRR. Wykonywało ono zadania w zakresie działań Biura nr 2 MBP [Darczewska i Żochowski, 2017, s. 14–19].

W styczniu 1959 r. powołano kolejną strukturę w celach szerzenia dezinformacji – Wydział „D” (ros. *деза*, dezinformacja) – i umieszczono ją w I Zarządzie Głównym KGB, czyli wywiadzie [Darczewska i Żochowski, 2017, s. 14–19]. Wydział „D” odpowiadał za „czarną propagandę” prowadzoną przez ZSRR (problematyka ta została jedynie zasygnalizowana). Podobna struktura służąca dezinformacji została utworzona w wywiadzie wojskowym ZSRR (GRU) i do 1991 r. była włączona w strukturę Głównego Zarządu Politycznego jako Zarząd VII – specpropagandy.

Generalnie propaganda to celowe oddziaływanie na zbiorowości i jednostki zmierzające do pozyskania zwolenników i sojuszników, wpojenia pożądanых przekonań i wywołania określonych dążeń i zachowań. Istotnym przełomem w rozwoju propagandy była teoria Terence’a H. Qualtera z 1962 r., który na nowo spojrzał na propagandę jako zjawisko zamierzone, łączące się z komunikowaniem [Qualter, 1962, s. 4–5.]. Zasadniczym celem propagandy jest upowszechnienie (narzucenie odbiorcom) trwałych postaw za pomocą np. indoktrynacji, która polega na wpajaniu jednostkom, grupom lub całemu społeczeństwu przekonań, zwłaszcza politycznych i społecznych, idei lub wzorów zachowań oraz leży w interesie grup rządzących; odbywa się za pomocą uporczywej propagandy prowadzonej przez środki masowego przekazu i system oświaty [Indoktrynacja, 2024]. Natomiast działania okazjonalne służące konkretnym celom są nazywane agitacją. W kształtowaniu postaw za pośrednictwem przekazu informacji są wykorzystywane nie tylko środki perswazji intelektualnej i emocjonalnej (słowa, gesty, symbole, skojarzenia, obrazy), lecz także inne metody manipulacji (np. prowokacji, dezinformacji, tendencyjnej selekcji i interpretacji faktów). Nierzadko propaganda staje się nośnikiem przymusu moralnego, a nawet przemocy psychicznej i symbolicznej [Przemoc symboliczna, 2024]. Jednocześnie należy zaznaczyć, że propaganda jest jedną z wielu form, w jakich można się komunikować. Oznacza to, że stanowi ona proces porozumiewania się między osobami, w którym każda z nich odgrywa różną rolę [Dobek-Ostrowska, Fras i Ociepka, 1999, s. 7; Ellul, 1965].

W zachodnioeuropejskim dyskursie naukowym za twórcę propagandy (od łac. *propāgāre* – rozszerzać, rozciągać, krzewić – celowe działanie zmierzające do ukształtowania określonych poglądów i zachowań zbiorowości ludzkiej lub jednostek) uważa się Edwarda L. Bernaysa [2020], który był doradcą rządu USA, ale także największych amerykańskich korporacji. Wprawdzie słowo propaganda zostało zastąpione pojęciem public relations, to jednak terminy te są bardzo zbliżone. Mistrzem propagandy był Joseph Goebbels, zapewne pilny uczeń Bernaysa, jeden z teoretyków i praktyków totalitarnych metod formatowania świadomości i precyzyjnego kontrolowania jednostek za pomocą propagandy medialnej. Wpływ Bernaysa [2020] na zachodnioeuropejską cywilizację jest porównywalny z tym, jaki

mieli najgłośniejsi twórcy systemów totalitarnych, tacy jak Lenin, Trocki, Hitler czy Stalin [Manvell i Fraenkel, 1972, s. 314–315].

Propaganda zachodnioeuropejska powstała w XIX wieku pod wpływem ukształtowania się demokratycznej, parlamentarnej formy rządów. Rozwijała się dzięki upowszechnianiu praw wyborczych i mechanizmów walki wyborczej, a także pojawieniu się opinii publicznej, częściowo niezależnej w korzystaniu ze źródeł informacji od ośrodka władzy i poszczególnych sił politycznych. Następnie do intensywnego rozwoju propagandy czy raczej public relations przyczyniły się masowe ruchy społeczne, związki zawodowe i partie polityczne. Kolejnym impulsem stało się rozpowszechnienie techniki i zasięgu środków masowego przekazu (prasa, film, radio, telewizja, wideo), zwłaszcza po II wojnie światowej. Wieloznaczność lub raczej wielość definicji propagandy jest determinantą dużej liczby modeli procesu komunikowania stanowiących często skrajnie uproszczony obraz danego zjawiska [Goban-Klas, 2000, s. 52].

3.2. Czynniki sprzyjające rozwojowi dezinformacji i propagandy

Propagandzie i dezinformacji [Bąkiewicz, 2023; Kacała, 2023] sprzyjały także takie czynniki, jak: epoka wielkich ideologii, masowych ruchów politycznych oraz ustrojów autorytarnych i totalitarnych, globalizacja i rywalizacja mocarstw, a także konflikty zbrojne oraz globalna konfrontacja systemów ustrojowych. Współczesną propagandę determinuje kultura masowa, która wykorzystuje techniki reklamy dotyczące idei kulturowych, religijnych i politycznych, zbierając w ten sposób wszystkie formy komunikowania [McQuail, 2000, s. 492].

Propaganda i dezinformacja zyskały też szczególne znaczenie w sferze polityki i stały się narzędziami walki wyborczej, parlamentarnej i pozaparlamentarnej. Używa się ich do wywierania nacisku, kontroli, podporządkowania, zarządzania w sferze ekonomii i socjologii [Olejnik, 2024]. Propaganda i dezinformacja nadal (a po militarnej napaści Federacji Rosyjskiej na Ukrainę szczególnie) odgrywają znaczną rolę w obecnie odradzających się systemach autorytarnych, a w przeszłości były znaczącym „paliwem” reżimów totalitarnych (komunistycznych i faszystowskich) [Incisa di Camerana, 1999]. Obecnie zaś propaganda sprzyja informacyjnemu wywieraniu wpływu i sterowaniu informacyjnym masami w myśl własnych celów i zamiarów [Olejnik, 2024].

Historycznie rzecz biorąc, propaganda totalna zakładała całkowite uzależnienie odbiorcy od nadawcy, zanik samodzielności odbiorcy, zatarcie różnicy między manipulowaną informacją jako opozycja wobec obiektywnych faktów. Propaganda

w swoim apogeum jest wyjątkowo agresywna i polega na demaskowaniu, podporządkowaniu i kształtowaniu uprzedzeń i poparcia. Może być również narzędziem polityki zarówno hegemonistycznej i ekspansjonistycznej, jak i globalnej, w tym instrumentem walki różnych systemów ustrojowych w skali międzynarodowej, regionalnej, a nawet lokalnej [Propaganda, 2024].

Wyrazem tego jest wojna (lub operacja) psychologiczna; dziś wzbogacona wojną kognitywną. Pojęcie operacji psychologicznej (ros. психологическая операция – ПсО) oznacza całokształt różnorodnych form, metod, środków i działań prowadzących do transformacji postaw, poglądów, wartości i motywacji zachowania jednostek ludzkich, organizacji, społeczeństw i narodów przez oddziaływanie na ich świadomość i wolę za pomocą środków informacyjno-technicznych oraz informacyjno-psychologicznych [Thomas, 1997, s. 12–19].

Operacja ta związana jest ze znaczną ingerencją w sprawy wewnętrzne innych krajów, polegającą głównie na działaniach dywersyjnych zmierzających do destabilizacji danego państwa (bloku), a także zmiany układu sił czy podważenia społecznego poparcia dla ośrodka władzy lub ustroju oraz wsparcia wewnętrznych sił odśrodkowych bądź opozycyjnych [Kot, 2024, s. 247–255]. Zatem wojna kognitywna polega przede wszystkim na oddziaływaniu emocjonalnym z elementami ekonomicznymi (służącymi uzależnieniu), kulturowymi pod postacią prowokacji politycznych, a następnie presji dyplomatycznej aż po demonstrację militarną [Propaganda, 2024].

Wśród typologii propagandy czy dezinformacji wyróżnia się także czarną propagandę oraz działania pod obcą flagą. Czarna propaganda ma sprawiać wrażenie, że została stworzona przez tych, których ma zdyskredytować. Pod tym względem istnieją trzy formy propagandy: biała, czyli otwarta dystrybucja informacji uważanych za prawdę, szara, składająca się ze stwierdzeń o wątpliwej jakości, które systematycznie unikają identyfikacji źródła informacji, oraz czarna, składająca się z kłamstw, których źródło jest ukryte w celu wprowadzenia odbiorcy w błąd [Welch, 2003; Wilke, 2015].

Propaganda czy dezinformacja często łączą się z działaniami pod obcą flagą (false flag lub false flag operation – dosł. fałszywa flaga). To tajna operacja prowadzona przez rząd, korporacje lub inne organizacje. Nazwa wywodzi się z militarnej koncepcji false colors, czyli operacji wykonanej w obcych barwach narodowych. Operacje false flag [Martin, 2024] nie są ograniczone do działań wojennych, mogą występować również w czasie pokoju. Często ich celem jest obarczenie winą kogoś innego, np. wrogiego państwa, organizacji albo grup etnicznych, co ma doprowadzić do polaryzacji, destabilizacji i chaosu.

Propaganda, dezinformacja i działanie pod obcą flagą składają się z kolei na zarządzanie refleksyjne (ros. рефлексивное управление, ang. reflexive management) lub sterowanie refleksyjne (ros. рефлексивный контроль, ang. reflexive control). Ta konstrukcja potwierdza powstanie, udoskonalanie oraz zastosowanie kompleksu technik manipulacji oraz sterowania społeczeństwem. Twórcą tej koncepcji w latach 60. XX wieku był Władimir Lefewr – rosyjski psycholog i matematyk [Lefebvre, 1982; Wojnowski, 2015, s. 11–28].

Zarządzanie refleksyjne łączy się także z operacjami informacyjnymi (ros. информационная операция – ИО). Funkcjonują one w rosyjskim dyskursie naukowym od 1997 r. Określają kompleks połączonych i skoordynowanych z uwzględnieniem celu, miejsca, czasu i sposobu dokonania przedsięwzięć prowadzonych według jednolitego planu, aby osiągnąć i utrzymać przewagę informacyjną nad stroną przeciwną. Przewagę w dostępie do informacji zyskuje się przez ingerencję i wywieranie wpływu na zasoby oraz systemy informacyjne przeciwnika (rozumiane zarówno jako infrastruktura, czyli systemy dowodzenia oraz środki łączności, jak i społeczeństwa państw biorących udział w konflikcie) przy jednoczesnym zabezpieczeniu własnych systemów i zasobów informacyjnych [Lefebvre, 1982; Wojnowski, 2015, s. 11–28].

4. Dyskusja wyników i podsumowanie

Podsumowując powyższe rozważania, rozpowszechnianie zarówno propagandy, dezinformacji, jak i informacji wprowadzających w błąd może mieć wiele szkodliwych konsekwencji. Niosą ze sobą zagrożenia, takie jak erozja demokracji, polaryzacja debat oraz zwiększają ryzyko utraty bezpieczeństwa i ochrony środowiska obywateli w związku z eskalacją wojny psychologicznej czy kognitywnej. Dlatego świat propagandy, operacji informacyjnych i wywierania wpływu powinien być analizowany z naukowego, technicznego i prawnego punktu widzenia. W tej koncepcji wymiary polityczne i wojskowe uwidaczniają, jak współcześnie prowadzone są operacje informacyjne i jak wygląda walka informacyjna. W dzisiejszym zglobalizowanym świecie, w którym strumienie informacji płyną nieustannie i trudno jest w prosty sposób odróżnić prawdę od fałszu, odkrywanie subtelnej gry propagandy, operacji informacyjnych, dezinformacji i działań w cyberprzestrzeni ukazuje, jak te potężne narzędzia są wykorzystywane do manipulacji społeczeństwem [Olejnik, 2024].

Kampanie dezinformacyjne prowadzone są na dużą skalę i stanowią poważne wyzwanie dla świata, a po wybuchu „szczególnej operacji na Ukrainie” przede wszystkim dla Europy, dlatego wymagają skoordynowanej reakcji ze strony państw

i instytucji UE, platform internetowych i mediów informacyjnych. W związku z tym Komisja Europejska opracowała szereg inicjatyw mających na celu zwalczanie dezinformacji, między innymi komunikat pt. *Zwalczanie dezinformacji w internecie: podejście europejskie*, który jest zbiorem narzędzi służących zwalczaniu rozprzestrzeniania się dezinformacji i zapewnieniu ochrony wartości UE.

Powyższy plan działania ma wzmocnić zdolność i współpracę UE w walce z dezinformacją. W związku z tym w 2018 r. opracowano wytyczne dotyczące obowiązków i rozliczalności platform internetowych w obrębie tego zjawiska [Protecting democracy, 2023]. Kolejnym aktem prawnym z tego samego roku, odnoszącym się do dezinformacji, był kodeks postępowania, w którym po raz pierwszy uzgodniono, na zasadzie dobrowolności, standardy samoregulacji w celu jej zwalczania. Zamierzeniem twórców kodeksu było osiągnięcie celów określonych w komunikacie Komisji przedstawionym w kwietniu 2018 r. Następnie 16 czerwca 2022 r. podpisano wzmocniony kodeks postępowania w sferze zwalczania dezinformacji. Skupił on szerokie grono podmiotów, które zobowiązały się podjąć dobrowolne zobowiązania w procesie zwalczania dezinformacji [The 2022 Code of Practice on Disinformation, 2022].

Jedną z organizacji zajmujących się monitorowaniem dezinformacji w Europie jest European Digital Media Observatory [2024]. To niezależne centrum skupiające weryfikatorów faktów i naukowców akademickich posiadających fachową wiedzę w dziedzinie dezinformacji w internecie, platform mediów społecznościowych, mediów kierowanych przez dziennikarzy i praktyków w zakresie umiejętnego z nich korzystania [Zwalczanie dezinformacji w internecie, 2018].

Odnosząc się do zamieszczonych powyżej analiz literatury przedmiotu, autorka odpowiada na postawione we wstępie pytania badawcze, przybliżając czytelnikowi pożądane treści.

Dezinformacja pochodzi z carskiej Rosji i została stworzona celem kontroli i inwigilacji ludności zarówno na jej terytorium, jak i poza granicami imperium. Następnie zjawisko to było kontynuowane podczas istnienia ZSRR, a obecnie dezinformacją posługują się praktycznie wszystkie jawne i tajne służby Federacji Rosyjskiej. Przez wiele lat cechy dezinformacji się nie zmieniły: to umyślne wprowadzanie w błąd, szerzenie fałszywych bądź umiejętnie zmodyfikowanych treści, które mają na celu polaryzację, podział, destabilizację, a także wytworzenie i ciągłe podtrzymywanie strachu, a nawet lęku. Wszystkie te działania służą kontroli, nade wszystko zaś samokontroli społecznej.

Propaganda, podobnie jak dezinformacja, pochodzi z carskiej Rosji, ale w zachodnioeuropejskiej wersji została zagospodarowana przez Edwarda L. Bernaysa,

twórcę public relations. Narzędzia propagandy to wywieranie nacisku, kontrola, podporządkowanie, zarządzanie w sferze ekonomii i socjologii.

Zarządzanie refleksyjne, inaczej operacja informacyjna, funkcjonuje w rosyjskim dyskursie naukowym od 1997 r. Jest to zbiór połączonych i skoordynowanych z uwzględnieniem celu, miejsca, czasu i sposobu dokonania przedsięwzięć prowadzonych według jednolitego planu, aby osiągnąć i utrzymać przewagę informacyjną nad stroną przeciwną. Charakteryzuje się ono coraz doskonalszym stosowaniem technik manipulacji oraz sterowaniem społeczeństwem. Służą temu operacje: psychologiczna, informacyjna, pod fałszywą flagą. Są to różnorodne formy, metody, środki i działania prowadzące do transformacji postaw, poglądów, wartości i motywacji zachowania jednostek ludzkich, organizacji, społeczeństw i narodów przez oddziaływanie na ich świadomość i wolę za pomocą środków informacyjno-technicznych oraz informacyjno-psychologicznych.

Autorka stawia kolejne pytania, które nadal pozostają bez jednoznacznych odpowiedzi: Czy przeciętny użytkownik współczesnych mediów społecznościowych potrafi rozróżnić prawdziwe informacje od wymaginowanych narracji? Jak państwa wykorzystują propagandę do formowania swojego wizerunku wewnętrznego i zewnętrznego? Czy w erze cyfrowego chaosu owi użytkownicy są bezbronni wobec inwazji dezinformacji? Współcześnie tempo życia przyprawia zwykłych ludzi o zawrót głowy, a zalew informacji budzi jedynie chaos i zaburza dotychczasowy nie tylko lokalny, państwowy, ale nade wszystkim międzynarodowy ład. Stary porządek upada, a nowy się jeszcze nie ukształtował i właśnie w takich czasach propaganda i dezinformacja są wyjątkowo silne, a zagubione i wystraszone społeczeństwo łatwo chłonie tego rodzaju informacje.

Z naukowego punktu widzenia opisana, a raczej zasygnalizowana w niniejszym tekście tematyka nie jest bynajmniej nowym zjawiskiem, ale jak pokazują rozważania, jest wyjątkowo aktualna. Propaganda (w tym czarna propaganda), dezinformacja, a także działanie pod obcą flagą to formy operacji psychologicznych zwanych też wojną psychologiczną czy bardziej nowocześnie – kognitywną. Są to wszelkie działania poniżej progu wojny konwencjonalnej, w myśl chińskiego ludowego przekazu, że „szczęk oręża to klęska stratega”. Wojna psychologiczna to w łagodnej formie również „walka o serca i umysły” [Grafa, 2009, s. 95–110].

Dziś narzędzia propagandy i dezinformacji mają wyjątkowe znaczenie (wojna na Ukrainie, Bliskim Wschodzie, zamieszki na Kaukazie, wykorzystanie narzędzi informatycznych do sterowania wynikami wyborów w Rumunii, działalność wielkich koncernów informatycznych, łącznie z tym zarządzanym przez Elona Muska itd.), a niekiedy brutalne formy i są bardzo dobrze zorganizowane. To fabryki trolli

generujące tzw. face newsy, boty, sztuczne sieci społecznościowe, ruchy antyszczeniowe, fałszywe organizacje ekologiczne tworzące bądź podsycające teorie spiskowe. Zarówno z naukowego, jak i praktycznego punktu widzenia odpowiedzią na zaistniałą sytuację są: edukacja, nabywanie umiejętności i kompetencji społecznych (na wszystkich szczeblach, poczynając od podstawowego, na najwyższym kończąc), silny wywiad i kontrwywiad, sprawne, silne instytucje państwowe i samorządowe oraz rzetelny pion dziennikarstwa jako element społeczeństwa obywatelskiego.

ORCID iD

Magdalena Ickiewicz-Sawicka: <https://orcid.org/0000-0002-1833-3642>

Literatura

1. Batorowska H. (2017), *Bezpieczeństwo informacyjne w dyskursie naukowym – kierunki badań*, w: Batorowska H., Musiał E. (red.), *Bezpieczeństwo informacyjne w dyskursie naukowym*, Instytut Bezpieczeństwa i Edukacji Obywatelskiej Katedra Kultury Informacyjnej i Zarządzania Informacją, Kraków.
2. Bąkiewicz K. (2013), *Dezinformacja – instrukcja obsługi*, Warszawa.
3. Bernays E.L., *Propaganda*, Wektory, Wrocław, 2020.
4. Błasiak Z.A., Koszowy M. (2024), *Informacja*, Powszechna Encyklopedia Filozofii, <http://www.ptta.pl/pef/pdf/i/Informacja.pdf> [8.11.2024].
5. Darczewska J., Żochowski P. (2017), *Środki aktywne – rosyjski towar eksportowy*, OSW, Warszawa, s. 14–19.
6. Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociepka B. (1999), *Teoria i praktyka propagandy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 7.
7. Ellul J. (1965), *Propaganda*, Random House, New York.
8. European Digital Media Observatory (EDMO) (2024), European Commission, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/european-digital-media-observatory> [24.11.2024].
9. Fehler W. (2016), *O pojęciu bezpieczeństwa informacyjnego*, w: Kubiak M., Tobolewski S. (red.), *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*, Wydawnictwo UPH, Siedlce.
10. Goban-Klas T. (2000), *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Kraków, s. 52.
11. Grafa K. (2009), *Walka o „serca i umysły”. Znaczenie „dyplomacji kulturalnej” jako narzędzia polityki zagranicznej USA w latach 1945–1961*, *Dzieje Najnowsze* 41, s. 95–110.

12. Incisa di Camerana L. (1999), *Fascismo, populismo, modernizzazione*, Antonio Pellicani Editore, Roma.
13. Indoktrynacja (2024), Encyklopedia PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/indoktrynacja%3B3914546.html> [11.11.2024].
14. Janczak J., Nowak A. (2013), *Bezpieczeństwo informacyjne. Wybrane problemy*, Wydawnictwo AON, Warszawa.
15. Kacała T. (2015), *Dezinformacja i propaganda w kontekście zagrożeń dla bezpieczeństwa państwa*, Przegląd Prawa Konstytucyjnego 2, s. 49–65.
16. Kaczyńska E., Drewniak D. (1993), *Ochrona. Carska policja polityczna*, Warszawska Oficyna Wydawnicza „Gryf”–Wydawnictwo „Bellona”, Warszawa, s. 48–115.
17. Kot P. (2024), *Rola propagandy w wojnie kognitywnej*, w: Koprys J., Niedźwiedzka-Rystwa P., Łabuz A., Beltowska P. (red.), *Młodzi Naukowcy 2.0*, t. 3, Fundacja Centrum Badań Socjologicznych, Szczecin, s. 247–255.
18. Kubiak M., Tobolewski S. (red.), (2016), *Bezpieczeństwo informacyjne w XXI wieku*, Wydawnictwo UPH, Siedlce.
19. Lefebvre V.A. (1982), *Algebra of Conscience. A Comparative Analysis of Western and Soviet Ethical Systems*, D. Reidel Publishing Company, Dordrecht.
20. Manvell R., Fraenkel H. (1972), *Goebbels. Życie i śmierć*, Wydawnictwo RM, Warszawa, s. 314, 315.
21. McQuail D. (2000), *Mass Communication Theory*, London, p. 492.
22. Martin R. (2024), *False flag*, Britannica, <https://www.britannica.com/topic/false-flag> [19.11.2024].
23. Nikolajewskij B. (1932), *Istorija odnogo priedatiela. Tierroristy i političeskaja policija*, Berlin.
24. Nowak E., Głowiński K. (2013), *Teoretyczne metody badawcze w naukach społecznych*, Obronność – Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej, 2, s. 136–146.
25. Olejnik L. (2024), *Propaganda. Od dezinformacji i wpływu do operacji i wojny informacyjnej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
26. Orlovsky D. (1981), *The Limits of Reform. The Ministry of Internal Affairs in Imperial Russia 1802–1881*, Harvard University Press, Cambridge.
27. Propaganda (2024), Encyklopedia PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/propaganda;3962718.html> [23.11.2024].
28. Protecting democracy (2023), European Commission, https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy_en#countering-disinformation [23.11.2024].
29. Przemoc symboliczna (2024), Encyklopedia PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/przemoc-symboliczna;3963484.html> [11.11.2024].

30. Przywara P., Przywara B. (2012), *Między czwartą a piątą władzą – dziennikarze a blogerzy. Doświadczenia amerykańskie i polskie*, Komunikacja Społeczna 1, s. 1–12.
31. Qualter T.H. (1962), *Propaganda and Psychological Welfare*, Random House, New York, s. 4–5.
32. Расторгуев М.В. (2014), Литвиненко. Информационные операции в сети Интернет. Под общей редакцией доктора военных наук, профессора генерал-лейтенанта А.Б. Михайловского, Москва.
33. Smith E.E. (1967), *The Okhrana: the Russian Department of Police. A Bibliography*, Hoover Institution, Stanford.
34. Smoleń M. (1991), *Podwójna gra Azefa. Z dziejów prowokacji carskiej Ochrazy*, Universitas, Kraków.
35. The 2022 Code of Practice on Disinformation (2022), European Commission, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> [23.11.2024].
36. Thomas T.L. (1997), *Russian Information-Psychological Actions: Implications for U.S. PSYOP, Special Warfare*. The Professional Bulletin of the John F. Kennedy Special Warfare Center and Schools 10, p. 12–19.
37. Welch D. (2003), *Propaganda, Definitions of Black Propaganda, White Propaganda, Grey Propaganda*, w: N. Cull, D. Culbert, D. Welch, *Propaganda and Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia 1500 to the Present*, ABC-CLIO, Santa Barbara–Denver–Oxford.
38. Wilke J. (2015), *Propaganda*, w: Donsbach W. (ed.), *The International Encyclopedia of Communication*, Blackwell Publishing, Malden–Oxford–Carlton.
39. Wojnowski M. (2015), „Zarządzanie refleksyjne” jako paradygmat rosyjskich operacji informacyjno-psychologicznych w XXI w., *Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego* 12, s. 11–28.
40. Zwalczanie dezinformacji w internecie (2018), Komisja Europejska, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/pl/policies/online-disinformation> [21.11.2024].
41. Zybortowicz A., Piekutowski J. (2023), *Cyber kontra real. Cywilizacja w techno-pułapce*, Wydawnictwo Nowa Konfederacja, Warszawa.

Propaganda and disinformation – information management in the media space. From classic mass media to online social media

Abstract

The article concerns the phenomenon of information management, from the paper press to contemporary communicators in the form of social media. The text consists of two main parts. The first describes the genesis and historical development of disinformation and propaganda. The second identifies the factors that contribute to the development of such phenomena. The aim of the article is to systematize knowledge of information management with a particular focus on its negative manifestations, namely disinformation, propaganda, including black propaganda, operations or psychological warfare, and false flag operations. Conclusions – information management, and especially disinformation, is a useful tool for any state authority, both liberal-democratic and (and perhaps above all) authoritarian and totalitarian. Keywords: disinformation, propaganda, psychological warfare, mass media, management of social perception.

Key words

disinformation, propaganda, psychological warfare, mass media, management of social perception