

Katarzyna Ewa Derlatka
Akademia Obrony Narodowej

Potega informacji

Streszczenie: Bezpieczeństwo informacyjne jest jednym z obszarów bezpieczeństwa narodowego oraz międzynarodowego, który ma charakter transsektorowy i wpływa na funkcjonowanie całego systemu bezpieczeństwa. Może ono zostać zachwiane poprzez zagrożenia informacyjne, które stały się istotnym elementem nowoczesnej wojny. Metodą walki z zagrożeniami informacyjnymi jest ich zdiagnozowanie, a następnie znalezienie właściwych rozwiązań w celu ich unikania. Jednym z ważnych kroków w celu zwrócenia uwagi na kwestie komunikacji i informacji w kontekście bezpieczeństwa jest działanie rządów na rzecz wyznaczenia właściwych kierunków przeciwdziałania zagrożeniom informacyjnym. W Polsce pierwszy raz, tak wyraźnie zaznaczono istotę komunikacji i informowania w *Strategii Bezpieczeństwa Rzeczypospolitej Polskiej* z 2014 roku. Wyznacznikiem kierunków wykorzystania informacji i mediów w celu dezinformacji i odstraszenia przeciwnika jest Polityka Sojuszu NATO w Zakresie Komunikacji Strategicznej (StratCom) z 2009 roku.

Słowa kluczowe: media, bezpieczeństwo informacji, komunikacja, strategia bezpieczeństwa, strategia komunikacji, perswazja, dezinformacja, propaganda, manipulacja, wojna

„Kto mieczem wojuje, od miecza ginie” (*Ewangelia według św. Mateusza*, 2000, s. 2004). Ten znany cytat biblijny, na pozór odnoszący się tylko do walki zbrojnej, wojny oraz kary, może być jednak również adekwatny w przypadku użycia informacji do osiągnięcia zamierzonych celów. Brzmiałby wówczas tak: „Kto informacją wojuje, od informacji ginie”. Nasuwa się jednak pytanie, czy taka parafraza nie jest po prostu perswazją. Oczywiście, można to tak tłumaczyć. Perswazja to sztuka przekonywania kogoś do własnych racji. To także rodzaj ukierunkowanej komunikacji masowej, informowanie o wydarzeniach zgodnie z intencją nadawcy komunikatu. Może, więc manipulacja? To działanie mające na celu oszukanie osoby lub grupy osób, aby skłonić ich do działań sprzecznych z ich dobrem. Jest to także forma wywierania wpływu, skutkująca realizowaniem celów manipulatora. A dezinformacja, celowe przekazywanie fałszywej informacji wprowadzającej odbiorców w błąd? Dezinformacji najczęściej używają służby specjalne i wojsko, jako metody osiągnięcia celów operacyjnych. Ale niestety jest ona także narzędziem walki w rękach polityków, grup wpływu i mediów. A może zaproponowana powyżej parafraza znanego cytatu to propaganda, celowe działanie polegające na manipulacji intelektualnej i emocjonalnej, zmierzające do ukształtowania określonych poglądów i zachowań zbiorowości lub jednostki?¹

Warto zauważyć, że literatura przedmiotu dotycząca wpływu mediów i informacji na odbiorcę jest szeroka. Ujęli to w swoich analizach między innymi: E. Aronson (2012, 2008, 2000),

¹ Definicje perswazji, manipulacji, dezinformacji i propagandy powstały na podstawie kompilacji różnych objaśnień z wybranych źródeł (*Wielki słownik języka polskiego*, 2006; Aronson, 1995; *Perswazja w marketingu*, 2011).

T. Goban-Klas (2006, 2009), W. Netwig (1995), B. Dobek-Ostrowska (2003), J. Gajda (1988), M. Mrozowski (1991), W. Pisarek (1995), W. Furman (2003), D. McQuail (2007), D.P. Phillips (1979), D. A. Graber (1990), R. Burkart (2002), J. Condry, K. Popper, M. Król (1996), B. Reeves i C. Nass (2000), J. Blumler i M. Gurevitch (1995), B. Reeves, W. L. Rivers i C. Mathews (1995). Wszyscy ci badacze zajmują się różnymi aspektami mediów, nieustannie wskazując na ich swobodę w kreowaniu informacji. Niniejszy artykuł dostarcza argumentów na rzecz tezy, że informacja dziennikarska w mediach jest potęgą. Nie jest to oczywiście teza nowa, ale warto przyjrzeć się tej sile w kontekście bezpieczeństwa narodowego, międzynarodowego i możliwości użycia informacji jako broni (wojny hybrydowe). Przyjęta przez autorkę metoda obserwacji poprzez analizę zdarzeń w środowisku międzynarodowym, medialnym i literaturowym, syntezę pozwalającą na zestawienie faktów z badaniami, a także wnioskowanie, pozwoliła na stosunkowo szerokie obszarowo, choć nie do końca szczegółowe z racji charakteru publikacji, przedstawienie źródeł zagrożeń w obszarze informowania.

Wracając do powyższych definicji, warto podkreślić, że wspólną cechą wszystkich pojęć odnoszących się do wpływu mediów jest celowość działań, oznaczająca, że nic nie dzieje się bez przyczyny i określonych zamiarów. Można zatem stwierdzić, że mamy tu do czynienia ze świadomym oddziaływaniem na odbiorcę. Jest to zatem również walka za pomocą informacji, jakże powszechna dzisiaj. Żyjemy w świecie globalnej komunikacji, która stała się niezbędnym elementem życia. Siła komunikacji oraz informacji jest równie potężna, jak najlepsza broń. Informacja może wprawdzie wywoływać konflikty, wojny, zmiany, niewłaściwe postrzeganie rzeczywistości, ale ma także pozytywne aspekty. Dzięki informacjom ludzie wiedzą, co się dzieje, gdzie i jak uzyskać pomoc, mogą unikać także zagrożeń, kontrolują działania władz, uczą się, analizują rzeczywistość, bawią się itd. Informacje, przekazywane za pomocą mediów odgrywających kluczową rolę we współczesnym świecie, są już nawet elementem podstaw egzystencji pojedynczych jednostek, grup oraz narodów.

Dlatego właśnie warto spojrzeć na powiedzenie „Kto mieczem wojuje, od miecza ginie” w nowej, innej formie – „Kto informacją wojuje, od informacji ginie”. Jak istotna jest współcześnie informacja i komunikacja, szczególnie w aspekcie bezpieczeństwa, obrazuje cytat: „(...) Wydarzenia, jakie miały miejsce po wybuchu ukraińskiej wiosny wymuszają na nas zmianę sposobu myślenia o nowoczesnych zagrożeniach. Wojny hybrydowe charakteryzujące się asymetrycznym zaangażowaniem militarnym, wspartym agresywną polityką informacyjną i dezinformacją stały się najważniejszym zagrożeniem dla suwerenności wolnej Europy. (...) Ważne jest, abyśmy dostrzegli ogromną rolę funkcjonowania w środowisku informacyjnym – *Soft Power*, które okazuje się być istotnym czynnikiem osiągnięcia celów politycznych i militarnych” (Łuczak 2015, s. 8). Współczesna walka informacyjna warunkuje świadomość prawdziwych zdarzeń, zagrożeń

i poziomowi bezpieczeństwa. Odróżnienie rzeczywistości od fikcji na podstawie jedynie przekazywanych informacji, jest obecnie bardzo trudne. Sposobem na uniknięcie manipulacji i poznanie prawdy, jest szczegółowa analiza informacji przekazywanych przez wiele źródeł.

Wpływ przekazywanych treści na tzw. masy opisuje Gustave Le Bon, który stwierdza, że „(...) tłum na ogół zajmuje pozycję wyczekującej uwagi, co w nadzwyczajny sposób ułatwia sugestię. Jak zaraza rozchodzi się pierwsza lepsza ujęta w słowa sugestia, opanowuje wszystkie umysły, nadaje im pewien kierunek, każe im dążyć do jak najszybszego urzeczywistnienia panujących w danym momencie idei. Nie ma wtedy znaczenia, czy chodzi o podpalenie pałacu, czy o wielkie poświęcenie, gdyż każdej myśli poddaje się tłum z jednakową łatwością” (Le Bon 2003, s. 23). Świadomość takiego zachowania ludzi i możliwość oddziaływania na nich przez media, aby uzyskać oczekiwane zachowanie w sytuacjach kryzysowych, jest bronią, którą przeciwnik może bezkarnie wykorzystywać. W interesie mediów oraz struktur kierujących państwem jest dopełnienie w tej kwestii wszystkich standardów w celu uniknięcia zagrożeń bezpieczeństwa narodowego.

Typowe zagrożenia informacyjne, z którymi dość powszechnie mamy do czynienia to: intencjonalna selekcja przekazywanych informacji, inspiracja, dezinformacja i manipulacja (*Doktryna bezpieczeństwa informacyjnego RP*, 2015). Rozwiązaniem jest umiejętność prawidłowego korzystania z informacji. Najbardziej zagrożone są dzieci i ludzie z niskim wykształceniem, którzy nie potrafią posługiwać się kilkoma źródłami informacji jednocześnie i orientować się, jak odróżnić rzeczywistość od manipulacji medialnej (Aronson, Wilson, Ackert 2012, s. 202, 206). Ale te zagrożenia dotyczą również nas wszystkich. Dlaczego tak się dzieje? Przyczyną jest zamierzone działanie ludzi mediów prezentujących informacje. Na treść przekazu wpływają cztery czynniki².

Pierwszym z nich jest polityka medialna nadawcy. Każda redakcja nawet jeżeli deklaruje swoją „niezależność” ma indywidualny sposób przekazywania informacji i określone poglądy na konkretne tematy. Ta „niezależność” informacyjna sprawia, że informacje są przekazywane w sugestywny sposób lub/i opatrzone komentarzem zgodnym z profilem redakcji oraz poglądami dziennikarzy.

Po drugie, informacja może być manipulowana nawet w przekazie na żywo. Problem dotyczy szczególnie relacji telewizyjnych. Mimo, iż mogłoby się wydawać, że obraz przekazywany na żywo jest prawdziwy, to odpowiednie kadrowanie może zmanipulować treść, uniemożliwiając

² Analiza autorska na podstawie badań dotyczących funkcji mediów w systemie zarządzania kryzysowego, (Cabaj 2006). Podobne wnioski można także znaleźć u wielu badaczy wpływu mediów na odbiorców.

pokazanie całej prawdy. Doskonałym przykładem takiej manipulacji jest emitowany we wrześniu 2015 roku materiał filmowy z Węgier obrazujący kobietę imigrantkę z niemowlęciem przewróconą na tory, szarpiącą się z Policją węgierską. Przy imigrantce znajduje się „rzekomo” broniący jej i dziecka mężczyzna. Tak sytuację przekazały popularne stacje telewizyjne, zarówno polskie i zagraniczne. W rzeczywistości, po obejrzeniu całego nagrania wyemitowanego w telewizji Euronews widać, jak to mężczyzna rzuca kobietę (żonę?) i dziecko na tory. W wielu mediach pokazywano wyłącznie fragment nagrania telewizyjnego „z kobietą z dzieckiem” po to, by zmanipulować widza, wywołać w nim współczucie, tak, by miał wrażenie, że Policja atakuje imigrantów, którzy się przed nią bronią³. Obroną przed tego typu działaniami mediów, manipulowania opinią publiczną, jest dostępność dużej ilości środków przekazu umożliwiająca widzom, zweryfikowanie przekazów, obejrzenie całości nagrania i uniknięcie manipulacji. Jednak, nie każdy będzie dążył do znalezienia prawdy bez wyraźnego wskazania. I tu powstaje ryzyko podatności odbiorców na „naginanie rzeczywistości” przez media.

Po trzecie, publikuje się tylko te informacje, które preferuje nadawca (zob. Pałdyna 2015). Nie o każdym wydarzeniu w kraju i na świecie można dowiedzieć się z popularnych mediów. Wiele stacji telewizyjnych, gazet oraz rozgłośni radiowych serwuje w gruncie rzeczy te same informacje, pomijając często te bardziej interesujące z punktu widzenia bezpieczeństwa, polityki itp. Zdarzało się, że główne polskie programy informacyjne pokazywały te same wydarzenia, różnie komentowane w zależności od polityki nadawcy. Informacje te dotyczyły błahych, pobocznych spraw, a pomijano np. tematykę uchodźców, która intryguje opinię publiczną. Jednocześnie część wiadomości dotyczyła narastających konfliktów zbrojnych w rejonie Bliskiego Wschodu i na Ukrainie, też ważnych, ale w danym momencie niekoniecznie najważniejszych dla opinii publicznej.

Czwartym czynnikiem jest to, że informacje ustawia się w takiej kolejności i w takim zestawieniu, by tworzyć w umysłach odbiorców pewną logiczną spójność oraz zależność między zdarzeniami i przyczynami ich wystąpienia. Bardzo często stosowana jest metoda układania serwisów informacyjnych polegająca na celowym prezentowaniu poszczególnych informacji, często dotyczących polityki, by nadać przekazowi odpowiedni ton i zaprezentować pożądaną przez redakcję obraz rzeczywistości politycznej w kraju i na świecie. Sugerowane obrazy ponownie wynikają z polityki medialnej nadawcy. Warto w tym miejscu wspomnieć o bulwersującym polską opinię publiczną filmie propagandowym wyemitowanym przez telewizję CNN na temat rzeczywistości społecznej i politycznej w Polsce⁴.

³ *Distraught Syria refugee pulls wife and baby onto train tracks, Hungary*, Euronews https://youtu.be/_gAxpQEm6Mk [dostęp: 12.03.2016].

⁴ *Made In Poland, GPS, What In the World, CNN*, www.t.co/buxvwxrbCI [dostęp: 6.12.2015].

Jak zatem przeciwdziałać manipulacji odbiorców i propagandzie informacyjnej? Jedną z metod jest działanie mające na celu pokazywanie obiektywnej prawdy⁵. Prawda stanowi element edukacji i prewencji jednocześnie. To swego rodzaju broń, będąca odpowiedzią na „miecz” – czyli informację, którą „wojują media”. Na złą – nieprawdziwą – informację należy odpowiedzieć informacją prawdziwą, niezależną i obiektywną. Trudność stanowi jedynie udowodnienie w „świecie manipulacji”, że właśnie ta, a nie inna informacja jest prawdziwa. Rozwiązaniem jest autorytet i wiarygodność medium, które przeciwdziało propagandzie i manipulacji. Taką metodą walki informacyjnej jest na przykład działanie władz Estonii. W celu ochrony przed propagandą rosyjską w mediach, Estonia uruchomiła rosyjskojęzyczną, publiczną telewizję ETV+ przeznaczoną dla liczącej kilkaset tysięcy mniejszości rosyjskiej mieszkającej w tym kraju.

We wspomnianym powyżej filmie telewizji CNN na temat sytuacji politycznej w Polsce, wyemitowanym w programie „GPS”, którego autorem jest znany dziennikarz i politolog Fareed Zakaria, Polska jest opisana z jednej strony jako kraj rozwoju gospodarczego, ale także państwo, w którym po ostatnich wyborach prezydenckich i parlamentarnych „sprawy przybrały zły obrót”. Film przedstawia Polskę, jako kraj skrajnie nacjonalistyczny, pełny nieobliczalnych polityków, nietolerancyjny i antyimigracyjny. Film jest manipulacją, propagandą mającą na celu zdeprecjonowanie pozycji Polski na arenie międzynarodowej i pokazanie jej jako kraju problematycznego, niegodnego pozycji partnera do rozmów na wysokich szczeblach. Efekt został osiągnięty, gdyż obraz został zapamiętywany przez odbiorców, a sprostowanie nie ma tak silnego oddziaływania, jak manipulacja i perswazja. Należy tu dodać, że powyższa opinia jest efektem własnej, autorskiej analizy i syntezy zdarzeń, w związku z czym część czytelników może nie podzielać tego zdania. Niemniej jednak warto zastanowić się nad faktem, kto uległ propagandzie i manipulacji.

Jako kolejne przykłady walki informacyjnej można potraktować wojnę internetową wypowiedzianą tzw. Państwu Islamskiemu (ISIS) przez aktywistów z ugrupowania „Anonymous” oraz amerykańską odpowiedź na internetową propagandę Państwa Islamskiego. Celem ISIS jest m.in. rekrutacja nowych bojowników – także z Zachodu. Departament Stanu USA w odpowiedzi rozpowszechnił w mediach społecznościowych własne materiały wideo m.in. film zatytułowany „Welcome to the ISIL-Land” (czyli „Witaj w kraju ISIL”, jak inaczej określa się Państwo Islamskie), który pokazuje bojowników tej radykalnej organizacji popełniających okrutne zbrodnie, w tym egzekucje muzułmanów i chrześcijan, czy wysadzanie w powietrze meczetów. Po drugiej stronie frontu znajduje się tzw. Państwo Islamskie, które prowadzi alternatywną i aktywną kampanię propagandową w Internecie, mającą na celu propagowanie „nowego Kalifatu”

⁵ Zgodnie z Kartą Etyczną Mediów (1995): Zasada obiektywizmu oznacza, że autor przedstawia rzeczywistość niezależnie od swoich poglądów, rzetelnie relacjonuje różne punkty widzenia. http://www.radaetykimediow.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3 [dostęp: 28.01.2016].

oraz pozyskanie nowych bojowników. Sądząc po sile oddziaływania i rozrastaniu się ugrupowania, propaganda ISIL wydaje się być niestety skuteczniejsza.

Wspomniana na wstępie wypowiedź generała broni Mirosława Różańskiego – Dowódcy Generalnego Rodzajów Sił Zbrojnych, dotycząca stosowania w wojnach hybrydowych agresywnej polityki informacyjnej i dezinformacji, wskazuje na konieczność przeciwstawiania się temu poprzez podjęcie podobnych kroków (Łuczak 2015, s. 8). Już w 2009 roku NATO uznało to zagrożenie i dostrzegło konieczność odpowiedniego funkcjonowania w środowisku informacyjnym. Powstała wówczas Polityka NATO w Zakresie Komunikacji Strategicznej (*StratCom, NATO Strategic Communication Policy*, 2009). Polega ona na „koordynacji i odpowiednim zastosowaniu działań oraz zdolności komunikacyjnych w celu osiągnięcia zamierzonych celów”. Realizowane są one poprzez: operacje informacyjne (*Information Operations*), dyplomację publiczną (*Public Diplomacy*), działalność prasowo informacyjną (*Public Affairs*), wojskową działalność prasowo-informacyjną (*Military Public Affairs*) i działania psychologiczne (*Psychological Operations*). Działania te mają na celu podniesienie świadomości ogólnie pojętej opinii publicznej, ułatwienie zrozumienia celów polityki Sojuszu oraz wsparcie działań Sojuszu poprzez wykorzystanie pełnego spektrum dostępnych kanałów informacyjnych: mediów tradycyjnych, mediów wykorzystujących technologię internetową oraz bezpośredniego zaangażowania opinii publicznej.

Tu warto wspomnieć, że NATO aktywnie wykorzystuje media społecznościowe poprzez czynny udział cywilnych i wojskowych pracowników NATO, nawet na obszarach operacji wojskowych Sojuszu. Tematyczna aktywność w mediach społecznościowych obejmuje m.in.: dyskusje o bezpieczeństwie i ogólnych sprawach polityki NATO oraz przedstawianie pracy personelu z zachowaniem wszelkich zasad bezpieczeństwa organizacji. Dzieje się to oczywiście bez łamania zasad i praw krajów członkowskich i bez ujawniania informacji niejawnych. Działania w obszarze komunikacyjnym NATO cechuje innowacyjność technologiczna, aktywność, szybka reakcja na zmiany w środowisku informacyjnym, spójność przekazu, oraz transparentność. *StratCom* zainicjowała również zmiany w postrzeganiu komunikacji i informacji dotyczących zagadnień bezpieczeństwa oraz podnoszenia świadomości obronnej członków Sojuszu.

Dostrzeżenie wagi i siły komunikacji oraz możliwości wykorzystania informacji w celu dezinformacji i odstraszenia przeciwnika, przyczyniło się do uwzględnienia tych kwestii w przygotowaniu strategii bezpieczeństwa i wytycznych do dalszych działań. *StratCom* wyznacza nowe trendy w strategii bezpieczeństwa, która obecnie musi liczyć się z istotą siły informacji i możliwością użycia jej jako broni. Metodą walki z zagrożeniami informacyjnymi jest ich zdiagnozowanie, a następnie znalezienie właściwych rozwiązań w celu ich unikania lub/i przeciwdziałania im. Jednym z ważnych kroków w kierunku zwrócenia uwagi na kwestie komunikacji

oraz informacji w kontekście bezpieczeństwa jest działalność rządów na rzecz wyznaczenia właściwych kierunków przeciwdziałania zagrożeniom informacyjnym.

W Polsce pierwszy raz, tak wyraźnie, zaznaczono istotę komunikacji i informowania w *Strategii Bezpieczeństwa Rzeczypospolitej Polskiej* z 2014 roku. Strategia zbudowana jest na dwóch filarach: operacyjnym i preparacyjnym. W obu elementach zwraca się uwagę na działania ściśle związane z komunikacją. W strategii operacyjnej wymienia się m.in. „działania ochronne” i „działania społeczne” w sferze bezpieczeństwa. W skład pierwszych wchodzi: bezpieczeństwo informacyjne (w tym ochrona informacji niejawnych), zarządzanie kryzysowe, przeciwdziałanie oraz zwalczanie zjawisk korupcyjnych i korupcjogennych. Działania społeczne w sferze bezpieczeństwa dotyczą natomiast ochrony i umacniania tożsamości narodowej, edukacji dla bezpieczeństwa oraz działań mediów na rzecz bezpieczeństwa. Każdy z wymienionych elementów i działań jest związany z koniecznością komunikowania oraz z przepływem informacji. Wymaga to odpowiedniego informowania, dostosowania przekazu, intensywnej komunikacji oraz udziału mediów w procesie, jako nośnika informacji dla grup opinii publicznej.

Podobne elementy, które bezsprzecznie dotyczą przepływu i ochrony informacji, wskazano w strategii preparacyjnej. Jest tu mowa o „podsystemach ochronnych”, złożonych z następujących elementów: instytucji właściwych do spraw cyberbezpieczeństwa, instytucji ochrony informacji niejawnych, instytucji ochrony infrastruktury krytycznej oraz o „podsystemach społecznych”, takich jak media w systemie bezpieczeństwa narodowego oraz system ochrony dziedzictwa narodowego. W strategii wskazano wiele obszarów, w których dla osiągnięcia bezpiecznych warunków życia, niezbędna jest komunikacja, bezpieczeństwo informacji, kontrola ich przepływu, ochrona mediów publicznych (gdyż stanowią one element infrastruktury krytycznej) oraz ochrona polskiej tożsamości narodowej.

Postanowienia *Strategii Bezpieczeństwa Narodowego RP* dotyczące bezpieczeństwa informacyjnego i ochrony informacji niejawnych oraz cyberbezpieczeństwa stanowią punkt wyjścia do opracowania racjonalnego systemu działań w wymiarze bezpieczeństwa informacyjnego. Pierwszym tego typu szczegółowym dokumentem rozwijającym kwestię bezpieczeństwa informacyjnego była *Doktryna Cyberbezpieczeństwa RP*, przyjęta w 2015 roku. Kolejnym powinna być *Doktryna Bezpieczeństwa Informacyjnego*, której projekt został przedłożony w celu konsultacji przez Biuro Bezpieczeństwa Narodowego w lipcu 2015 roku. Jednak po zmianach personalnych, będących konsekwencją wyborów prezydenckich, projekt został, na razie, wstrzymany⁶.

⁶ Projekt z dnia 24 lipca 2015, Biuro Bezpieczeństwa Narodowego, https://www.bbn.gov.pl/ftp/dok/01/Projekt_Doktryny_Bezpieczenstwa_Informacyjnego_RP.pdf [dostęp: 25.07.2015].

Bezpieczeństwo informacyjne jest jednym z obszarów bezpieczeństwa narodowego i międzynarodowego, mającym charakter transsektorowy i wpływającym na funkcjonowanie całego systemu bezpieczeństwa. Może ono zostać zachwiane poprzez zagrożenia informacyjne, które stały się istotnym elementem nowoczesnej wojny. To wojna propagandowa, która powoli niszczy tożsamość ideową, polityczną i moralną jednostek, grup społecznych oraz narodów. Co więcej, stopniowo prowadzi ona do utraty ich spójności, a nawet atrofii, rozplywania się w chaotycznym świecie, bez kręgosłupa w postaci tradycji, kultury i własnej tożsamości. Usiłuje się w niej wykorzystać wspomnianą powyżej ułomność natury ludzkiej, brak naturalnej potrzeby weryfikacji docierających do umysłów bodźców informacyjnych, podatność na pojedynczy przekaz, który może być nierzetelny. Możliwe jest także wykorzystywanie technik manipulacji i perswazji dla osiągnięcia zamierzonych celów.

Poważnym zagrożeniem bezpieczeństwa informacyjnego jest niedoinformowanie społeczeństwa, które przy braku dostatecznej wiedzy o otoczeniu, jest bardziej podatne na perswazję (*Doktryna Bezpieczeństwa Informacyjnego*). To niedoinformowanie może wykorzystać przeciwnik, celowo dezinformując społeczeństwo, czyli wprowadzając w błąd jego przedstawicieli poprzez podawanie informacji skonstruowanych tak, by przedstawiać pożądany obraz rzeczywistości (np. poprzez działalność propagandową). Takie działania prowadzą np. do rozwoju postaw antypaństwowych, pojawiania się postaw agresywnych takich, jak „islamofobia” i „szpiegomania”, a nawet do stymulowania konfliktów społecznych (tamże).

Negatywnym efektem agresji informacyjno-propagandowej jest także obniżanie się morale społeczeństwa, prowadzące do ułomności polityczno-militarnych procesów decyzyjnych (tamże). Wspomniane negatywne postawy są zgodne z intencjami wrogiego podmiotu informacyjnego. Najczęściej jest nim inne państwo, które poprzez wpływanie i manipulowanie opinią publiczną realizuje własne interesy sprzeczne z interesem polskim, ale mogą to być także pozapaństwowe instytucje i organizacje realizujące swoje cele (np. Związek Wypędzonych w Niemczech).

Co wpływa na budowanie powyższych postaw i zagrożeń? Problem tkwi w przestrzeni medialnej, która charakteryzuje się monopolizacją rynku informacyjnego, wynikającą z dominacji światowych koncernów medialnych, gromadzących najpopularniejsze tytuły, stacje radiowe i telewizyjne oraz portale internetowe. Problemem jest także, co może brzmieć kontrowersyjnie, niekontrolowany rozwój rynku informacyjnego (*Strategia rozwoju rynku medialnego w Polsce 2015–2020*). Tu warto wspomnieć o dynamicznym wzroście różnego typu portali internetowych o charakterze informacyjnym, niebędących własnością dużych koncernów medialnych. Portale te, niejednokrotnie będące częścią (witryn) mediów społecznościowych, publikują informacje interesujące z punktu widzenia odbiorcy i sytuacji międzynarodowej, nie zawsze przekazywane

także przez media „mainstreamowe”, znane odbiorcom, w związku z czym trudniej jest zweryfikować wiarygodność informacji oraz ich właściciela-autora. Media te mogą propagować idee sprzeczne z interesem narodowym, mogą być przejmowanie lub finansowanie przez podmioty nieprzychylnie lub wrogo państwu.

Popularność mediów społecznościowych, takich jak Facebook, wpływa na stały wzrost potencjalnych odbiorców takich potencjalnie wrogich przekazów. Liczba użytkowników Facebooka w styczniu 2015 roku wynosiła 1,39 miliarda osób i stale rośnie (Kemp 2015). W tak dynamicznym medium rodzi się kolejne zagrożenie, jakim jest nieświadome lub celowe powielanie przekazu informacyjnego sprzecznego z interesem narodowym przez użytkowników. Zdarza się, że taki przekaz jest też później powielany przez media masowe, które wykorzystują Facebook jako jedno ze źródeł informacji i opinii, a to stanowi jeszcze większe zagrożenie dla wiarygodności i wolności mediów. Środowisko społecznościowe nie jest bowiem gwarantem niezależności, bezstronności i obiektywizmu, a tego oczekuje się od wolnych mediów. Autorytet i wiarygodność to solidne podstawy prawdy informacyjnej.

Obecnie w globalnym świecie massmediów, tych tradycyjnych i internetowych, toczy się wojna informacyjna – wieloaspektowa i na różnych obszarach tematycznych. Globalny zasięg działań i możliwość wpływania na opinie i postawy miliardów osób na całym świecie, świadczy o sile rażenia broni, jaką jest informacja. Obszar wykorzystania broni informacyjnej wiąże się z polityką energetyczną, społeczną, militarną, międzynarodową, zdrowotną, klimatyczną itd. Poziomą wiedzę o wymienionych obszarach czyni każdą stronę albo silniejszą albo słabszą. Osiągnięcie zamierzonego celu zależy od wykorzystania metod, takich jak perswazja, dezinformacja, inspiracja, propaganda, manipulacja i odpowiedniego użycia ich w mediach. Każda ze stron toczących wojnę informacyjną, rekompensuje negatywne działania informacyjne, przeprowadzając kontratak z użyciem jeszcze silniejszej broni (informacji). Warto o tym pamiętać i wdrażać wszelkie dostępne i skuteczne metody rzetelnego informowania, oddzielenia komentarzy od prawdy i edukowania odbiorców o tym, jak nie stać się ofiarą wojny informacyjnej, równie dotkliwej jak wojna konwencjonalna i równie destrukcyjnej z punktu widzenia psychologicznego i fizycznego. Celem jest zapewnienie bezpieczeństwa i pokoju, żeby „wojując informacją, przez informację nie zginąć”.

Bibliografia

- Aronson, E. (2000). *Człowiek istota społeczna*, Warszawa: PWN.
- Aronson, E., Wilson, T., Akert, R. (2012). *Psychologia społeczna*, Poznań: Zysk i S-ka.
- Aronson, E., Pratkanis, A. (2008). *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, Warszawa: PWN.
- Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder*, Wien: Böhlau Verlag.
- Biblia. Ewangelia według św. Mateusza*, (2000). Warszawa: Vocatio.
- Blumler, J., Gurevitch, M. (1995). *The Crisis of Public Communication*, London: Routledge.
- Cabaj, K. (2006). *Funkcje mediów w systemie zarządzania kryzysowego*, Niepublikowana praca doktorska, Warszawa: Wydział Bezpieczeństwa Narodowego AON.
- Condry, J., Popper, K., Król, M. (1996). *Telewizja – zagrożenie dla demokracji*, Warszawa: Sic!
- CNN. *Made In Poland, GPS, What In the World*, (2015). www.t.co/buxvwxbCI [dostęp: 6.12.2015].
- Dobek-Ostrowska, B. (2003). *Media masowe w systemach demokratycznych*, Wrocław: Dolnośląska Szkoła Wyższa Edukacji Towarzystwa Wiedzy Powszechnej.
- Doktryna bezpieczeństwa informacyjnego RP*, Projekt z dnia 24 lipca 2015, Biuro Bezpieczeństwa Narodowego, https://www.bbn.gov.pl/ftp/dok/01/Projekt_Doktryny_Bezpieczenstwa_Informacyjnego_RP.pdf, [dostęp 25.07.2016].
- Euronews. *Distraught Syria refugee pulls wife and baby onto train tracks, Hungary* (2015). https://youtu.be/_gAxpQEm6Mk, [dostęp: 12.03.2016].
- Furman, W. (2003). *Czy i jak masowe media mogą wpływać na nierówności społeczne?*, Rzeszów: Wyższa Szkoła Zarządzania w Rzeszowie.
- Gajda, J. (1988). *Środki masowego przekazu w wychowaniu*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Goban-Klas, T. (2006). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa: PWN.
- Goban-Klas, T. (2009). *Media i terroryści. Czy zastraszą nas na śmierć*, Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Graber, D. A. (1990). *Seeing is remembering: How visuals contribute to learning from television news*, „Journal of Communication”, 40 (3), ss. 134-155.
- Kemp, S. (2015). *Digital, Social & Mobile in 2015 from We Are Social Singapore*, LinkedIn, http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015/3-We_Are_Social_wearesocialsg_3COUNTRIES [dostęp: 16.03.2016].
- Le Bon, G. (2005). *Psychologia tłumu*, Kęty: Antyk.

- Łuczak, W. (2015). *Zmiany zagrożeń, zmiany w wojsku*, Rozmowa z generałem broni Miroslawem Różańskim – dowódcą generalnym Rodzajów Sił Zbrojnych, „Raport”, nr 10.
- McQuail, D. (2007). *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa: PWN.
- Mrozowski, M. (1991). *Między manipulacją a poznaniem*, Warszawa: LOK.
- Nentwig, W. (red.). (1995). *Czwarta władza? Jak polskie media wpływają na opinię publiczną?*, Poznań: Wydawnictwo UAM.
- StratCom. NATO Strategic Communication Policy*, 14.09.2009.
- Pałdyna, M. (2015). *Selekcja informacji w mediach – zasady, wartości, manipulacje*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, nr 2, Warszawa: Wydawnictwo SWPS.
- Phillips, D.P. (1979). *Suicide, motor vehicle fatalities, and the mass media. Evidence toward a theory of suggestion*, „American Journal of Sociology”, Vol. 84, No. 5., ss. 1150-1174.
- Pisarek, W. (1995). *Czwarta władza czy czwarty stan*, Poznań: Wydawnictwo UAM.
- Reeves, B., Nass, C. (2000). *Media i ludzie*, Warszawa: PIW.
- Rivers, W. L., Mathews, C. (1995). *Etyka środków przekazu*, Warszawa: Ars Polonia.
- Rogaliński, P. (2011). *Perswazja w marketingu*, <http://www.rogalinski.com.pl/perswazja-w-marketingu/> [dostęp: 12.03.2016].
- Strategia Bezpieczeństwa Rzeczypospolitej Polskiej* (2014), Warszawa: Biuro Bezpieczeństwa Narodowego.
- Strategia rozwoju rynku medialnego w Polsce 2015–2020*. (2015). Fundacja Sztuka Media Film we współpracy z Polskim Instytutem Sztuki Filmowej, Krajową Radą Radiofonii i Telewizji, <http://sztukamediafilm.pl/wp-content/uploads/2014/09/SMF-Strategia-rozwoju-ryнку-medialnego-w-Polsce-2015-2020.pdf>, [dostęp: 12.03.2016].
- Wielki słownik języka polskiego*. (2006). Warszawa: PWN.

Summary: The Power of Information. Information Security is one of the areas of national and international security with its intersectional character. It affects the functioning of the entire security system. It may be disrupted by the information threats that have become an essential part of modern warfare. A method of counteracting information threats is to diagnose them and then find appropriate solutions in order to avoid them. One of the important steps to focus on communication and information issues in the security context, is the governments' activity determining the proper directions to avoid information threats. In Poland, the National Security Strategy of The Republic Of Poland clearly stated the essence of communication and information issues in 2014 for the first time. The NATO Strategic Communication Policy (StratCom, 2009) establishes the ways of the use of information and media in order to deter and misinform enemies in the Alliance.

Key Words: media, security, information, communication, information security, security strategy, strategic communication, persuasion, disinformation, propaganda, manipulation, warfare.

Katarzyna Ewa Derlatka (poprzednie nazwisko: Cabaj), doktor nauk wojskowych, specjalista bezpieczeństwa narodowego, absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego oraz Wydziału Bezpieczeństwa Narodowego Akademii Obrony Narodowej. Jest wykładowcą Akademii Obrony Narodowej, Uczelni Nauk Społecznych oraz m.in. prelegentem Rządowych Wyższych Kursów Obronnych. Ma doświadczenie w pracy dziennikarskiej, *Public Relations* i komunikacji w sprawach bezpieczeństwa. Jest ekspertem w zakresie bezpieczeństwa przemysłowego i biznesu. Posiada m.in. certyfikat BTEC (The British Business and Technology Education Council) Professional Award Level 4 in Security Management oraz Audytora Wewnętrznego ISO 27001. Tematykę badawczą podjętą w rozprawie doktorskiej poświęconej „Funkcji mediów w systemie zarządzania kryzysowego” kontynuowała w innych opracowaniach i publikacjach, m.in. w: *Modele zagrożeń aglomeracji miejskiej wraz z systemem zarządzania kryzysowego na przykładzie miasta stołecznego Warszawy*, (2009), *Zarządzanie kryzysowe a media i granice państw w erze globalizacji* (2010), *Zarządzanie kryzysowe – Podręcznik*, (2014). Publikowała też na temat zagadnień bezpieczeństwa przemysłowego i biznesu w międzynarodowym miesięczniku *My Security Journal* wydawanym przez Group Business Security w Deutsche Telekom A.G. Obecnie pracuje nad monografią poświęconą roli mediów w zarządzaniu kryzysowym.

Kontakt z autorką: kederlatka@gmail.com