

Pojęcie propagandy – ewolucja znaczenia

Podróż po tematyce propagandy – wywierania wpływu, operacji informacyjnych, walki informacyjnej, wojny informacyjnej, dezinformacji, operacji psychologicznych – musi się od czegoś zacząć. Zaczynamy od początku, włącznie z tłem historycznym. Wyłożenie tego tematu w taki sposób nie jest konieczne do tego, by nabyć świadomość działań współczesnych, a nawet móc stosować techniki i technologie. Jest to jednak zdecydowanie wskazane. W ten sposób wiedza i świadomość tematu będą pełniejsze. Pozwolą też wykształcić poczucie odpowiedzialności.

Czym zatem jest propaganda?

1.1. Problem od samego początku

Zacznę od tego, że słowo „propaganda” nie kojarzy się dziś najlepiej. A właściwie kojarzy się bardzo, bardzo źle. Z czymś nieczym, nieuczciwym, może nawet demonicznym, złym, szkodliwym, oszukańczym etc. Nie zawsze tak było, ale rozważania na ten temat trzeba rozpocząć systematycznie i stopniowo.

Ten rozdział stanowi wstęp do problematyki. Informacje są w nim wyłożone spójnie i zarysowane dość ogólnie. Nie zawsze od razu będzie oczywiste, dlaczego poruszane są konkretne wątki. Wszystko złoży się w całość po przeczytaniu książki. Jeśli jakieś informacje w tym rozdziale wydadzą się Czytelnikowi szczególnie trudne do przyjęcia (choć podane są np. odnośniki), to mimo wszystko zachęcam do wytrwania, by właściwie zrozumieć kluczowe podstawy przydatne w dalszej lekturze. Już na początku zmagam się z wielkim problemem wynikającym z faktu, że samo słowo „propaganda” powszechnie odbierane jest jako coś nacechowanego negatywnie. Zdaję sobie sprawę, że nie wygram z tym odbiorem tego słowa – wszak tradycja ta ma już prawie 100 lat. Jest to moja intencją ani celem tej książki. Co więcej, nie będę tu wyrażał opinii, nie o to chodzi – to zadanie dla Czytelnika.

Celem tego rozdziału jest więc coś innego. Chodzi o wykazanie, jak rzeczy się mają. Skąd się wzięły. Dlaczego pewne znaczenia, treści, określenia odbieramy tak, a nie inaczej. Może to być dla Czytelnika interesujące, bo przedstawienie informacji, ich wpływu, manipulacji nimi, ich modulacji – to coś istotnego w każdym rozdziale tej książki.

Zasadniczym przedmiotem tej książki jest bowiem właśnie zagadnienie wpływu informacyjnego. Zatem także jego znaczenia dla naszego życia, społeczeństwa, cywilizacji, państwa. Wpływu na jednostki, a także na całe populacje. Obieg informacyjny i komunikacyjny to

w epoce informacyjnej kluczowe zagadnienie. Dzieje się tak za sprawą znacznego przyspieszenia technologicznego, a co za tym idzie wpływu na społeczeństwa, a także na państwa.

To kwestie dotyczące wielu podmiotów – firm, instytucji państwowych, organizacji, wojsk – bo te rzeczy nie dzieją się same. To także kwestie ludzi (obywateli) indywidualnie, grupowo oraz szerzej, populacyjnie.

Dalsze rozważania to konieczny wstęp, poruszający kwestie techniczne, historyczne, a także prawne. Ta książka ma dać kompleksowy obraz problematyki. I tak też zaczynamy.

1.2. Nie wartościujemy

Ważna uwaga dla Czytelnika. W tej książce staram się nie wartościować. Poza miejscami, gdzie jest to niewątpliwe, nie przesądzam o tym, czy coś jest złe, czy coś jest dobre. Dlatego nie wyrażam tutaj swoich poglądów. Moim celem jest raczej, aby książka ta zawierała bezstronne, dobrze uzasadnione i przydatne informacje i użyteczne treści. Kwestię, do czego mogą być użyteczne, pozostawiam w gestii Czytelnika.

Niektóre – nawet samo wymienianie pewnych źródeł, odnośników, wydarzeń, procesów, historii, anegdot, osób czy przytaczanych danych – może być przez niektórych uznane za niewłaściwe, kontrowersyjne, zaskakujące. Być może, Czytelniku, nie będziesz się z tym zgadzał, jest w tym jednak pewna metoda. Jest to konieczne, by treść książki była kompletna. Tam, gdzie potrzebne, prawidłowo osadzona w wydarzeniach przeszłych, pokazana na ich tle. Ponownie, nie jest to książka o tzw. poglądach, które – zwłaszcza miejscami – niekoniecznie muszą być dla Czytelnika ciekawe. Jeśli w ogóle byłyby do przyjęcia. Nie o to chodzi. A w takich miejscach – nazwijmy je tłem – Czytelnik wcale nie musi się ze wszystkim zgadzać. Wystarczy przyjąć, że coś jest lub że coś było. Niech Czytelnik sam oceni, zdecyduje, wybierze, co istotne. Dotyczy to także tego rozdziału. Oczywiście sprawa będzie się miała nieco inaczej w dalszych częściach książki, gdzie omawiane są rzeczy już ściśle eksperckie, techniczne, naukowe.

To do dzieła.

1.3. Natura zmian w przestrzeni informacyjnej

Zasadniczym elementem, który wpływa na całość problematyki omawianej w tej książce, jest zjawisko szybkiej zmiany. To szybkie zmiany społeczne i cywilizacyjne zachodzące w wyniku rozwoju nauki i techniki. Technika i technologie mają ogromny wpływ na dzisiejszy świat. Rozwój w tej mierze znacznie przyspieszył. Część przyczyn tych procesów jest dobrze znana, a nawet oczywista. Jeden z elementów tych zmian i ich przejawów prawdopodobnie, Czytelniku, często nosisz w kieszeni lub masz pod ręką. Chodzi o smartfon – symbol zmian technologicznych w tym wieku. Zwykle ludzie mają go przy sobie, dzięki czemu dysponują natychmiastowym dostępem do informacji i komunikacji – rozrywkowej, zawodowej. Smartfony, komputery i tzw. komputeryzacja i usieciowienie znajdują się w istocie w centrum obecnych zmian i odpowiadają za przyspieszenie. To właśnie świadczy o tym, że znajdujemy się

w erze informacyjnej. Także dlatego ujęcie problematyki propagandy 100 lat temu musiało być zupełnie inne niż dziś.

Możemy wymienić konkretne przykłady: strony internetowe, aplikacje, nowe kanały informacyjne i medialne. Instagram, Facebook, TikTok, wyszukiwarka Google, komputery, smartfony, inteligentne urządzenia w rodzaju zegarków, a nawet urządzeń do fitnessu oraz warianty i odpowiedniki tych rozwiązań za 5, 10, 20 i 50 lat. Coraz częściej także znaczenie mają elementy podstawowe, które w „wyższych warstwach” dostarczają lub w inny sposób działają na dane – różne modele przetwarzania informacji: generatywna AI (ang. artificial intelligence, czyli sztuczna inteligencja), GPT (ang. generative pre-trained transformer, czyli silnik modeli językowych sztucznej inteligencji), LLM (ang. large language model, czyli duży model językowy generujący treści na podstawie „wyczonego” modelu opisującego wiedzę).

Rozwój techniki i nauki prowadzący do tych dobrodziejstw cywilizacji nastąpił w ciągu ostatnich 60 lat, choć one same bezpośrednio pojawiły się 5, 10, 20 lat temu. Zatem umownie przyjmijmy, że kluczowy jest czas pierwszych 20 lat XXI wieku. Truizmem i oczywistością jest, że dziś mamy na wyciągnięcie dłoni informacje wszelkiego rodzaju: o wydarzeniach w kraju i na świecie, o najnowszych doniesieniach sportowych, ekonomicznych, gospodarczych i społecznych, a nawet o rozrywkowych ploteczkach w różnych branżach. Dane te wpływają na nasze umysły, są konsumowane, przetwarzane, udostępniane. Jednak ktoś albo coś odpowiada za tworzenie tych treści. Jednocześnie mamy rządy z różnymi centrami odpowiadającymi za komunikację społeczną. Mamy różne firmy pomagające w komunikacji. Mamy centra odpowiedzialne za tworzenie reklam i PR. Mamy radio, telewizję, media elektroniczne, media społecznościowe, a nawet różne jednostki państwowe lub nawet wojskowe działające w tych lub powiązanych obszarach. Mamy również systemy kształcenia – szkolnictwo. Wiele podmiotów wchodzi w interakcje, czasem konkuruje, rywalizuje. Takie wypełnienie informacyjne składa się na pewne środowisko (tworzy je), w którym obraca się współczesny człowiek. Jak wykazuje ta książka, rzeczy te wpływają też na nasze rozumienie spraw, na nasz rozwój jednostkowy. Mają wpływ na to, jak myślimy, jakie działania podejmujemy, kim będziemy lub kim jesteśmy. Dobra techniczne i informacyjne usprawniają nasze życie. Umożliwiają pewien wpływ, pewne efekty. Jednak ze zmianami tymi wiąże się także ryzyko, a rzeczy dobre mogą prowadzić również do nadużyć. Zarówno w wyniku przypadku, zbiegu okoliczności, jak i celowego i systematycznego działania.

Żeby docenić i odpowiednio zrozumieć to zagadnienie i w ogóle problematykę związaną z przestrzenią informacyjną, konieczne jest rozpoczęcie od podstaw. Problem zmian w przestrzeni informacyjnej, bezpieczeństwa informacji czy też bezpieczeństwa informacyjnego jest zagadnieniem złożonym. W istocie istnieje od czasów niepamiętnych, a to za sprawą stopniowych zdobyczy cywilizacyjnych. Skoro ma być od podstaw, to niech tak będzie.

1.4. To słowo na „p”

W gruncie rzeczy prawdą jest, że na początku było słowo.

Wiele zmieniło właśnie wykształcenie sformalizowanych trybów komunikacji – języka umożliwiającego porozumiewanie się przez przekazy, pogłoski, a także plotki. Od tego czasu

informacje znajdowały się w obiegu, zdarzenia i historie mogły być sprawniej szerzone, wymieniane, przekazywane innym (także między pokoleniami). Informacje zawarte były w mitach, w wierszach. I to nawet w tych pochodzących z ery antycznej.

Propaganda w antyku...

Pierwsze zapiski o potencjalnych celach propagandowych datowane są właśnie na antyk. Nie chcę, aby Czytelnik czuł się teraz jak na lekcji w szkole, ale takie są fakty.

Wiersze i elegie, np. *O cnocie* (gr. *Areté*) Tyrtajosa¹ mają wydźwięk jednoznacznie propagandowy. Zresztą wiersze i pieśni bardzo często miały taki wydźwięk także dużo później. Jak inaczej ocenić marsze lub pieśni wojskowe? One mają pewien cel, np. zagrzewanie do walki, budowanie morale w wojsku lub w społeczeństwie. To zatem element wywierania wpływu, operacji informacyjnej lub nawet walki informacyjnej (w tym rozdziale jeszcze używam tych sformułowań bez podawania definicji – w intuicyjnym ich rozumieniu, a o szczegółach będzie od rozdziału następnego). Tyrtajos znał się na rzeczy. Na sztuce. Był fachowcem. Był także sprawnym spartańskim propagandystą, nawet jeśli jedynie wyrażał opinie lub uczucia podzielane przez wielu współobywateli. Warto zauważyć, że podobne lub identyczne idee do tych wyrażanych w twórczości Tyrtajosa – poświęcenia (życia) dla ojczyzny – miały oddźwięk także dużo później, również w historii innych państw. W tym Polski, np. po powstaniu styczniowym (XIX wiek), czy w trakcie II wojny światowej, w ramach Armii Krajowej, w powstaniu warszawskim (XX wiek). To piękne adaptacje literackie. Piękna sztuka, nie ma co do tego żadnych wątpliwości. Ale upowszechnienie takich postaw mogło mieć bardzo konkretne cele polityczne i wojskowe, a nawet jeśli niekoniecznie cele, to takie efekty. Choć trzeba przyznać, że sama idea Tyrtajosa „walki do skutku”² (do końca), tj. niewycofywania się, nawet za cenę życia, niekoniecznie musi mieć sens wojskowy lub operacyjny. To był przykład przekazów kanałami znanymi w starożytności. Propagacja również za pośrednictwem pisma, ale przede wszystkim komunikacją mówioną. Powtarzanie wierszy i przekaz od jednego człowieka do drugiego.

Stąd już blisko do zapisów w księgach. Bo systematyczne używanie pisma – na papierze – usprawniło ten proces propagacji informacji niosących pewne wartości, idee. Choć nawet informacje obrazkowe były szerzone także na innych elementach ważnych cywilizacyjnie. Przykładem niech będą choćby wizerunki rzymskich cesarzy na monetach. Tu z kolei mamy inny obraz produktów propagandowych. Monety to coś, co produkowane jest masowo. Monety były bite w dużych ilościach, używali ich wszyscy powszechnie i ciągle. Z kolei teksty były przepisywane w średniowiecznych zakonach. To utrwalanie przekazu. Takie reprodukcje były jednak ograniczone, gdyż nie było wielu wyedukowanych lub wykształconych zakonników, ich możliwości były ograniczone pod względem praktycznym – taka praca była też czasochłonna, co ograniczało zasięg. Do czasu aż za sprawą Gutenberga powstała maszyna drukarska, co ogromnie usprawniło kopiowanie treści, tekstu, wymianę i obieg informacyjny. Mechaniczne i powtarzalne reprodukcje treści usprawniło również edukację, prowadząc do zmniejszenia analfabetyzmu i upowszechnienia kształcenia. Od tego czasu liczba repro-

¹ Za: H.J. Shey, *Tyrtaeus and the art of propaganda*, „*Arethusa*” 1976, vol. 9, nr 1, s. 5–28.

² Zob. *ibidem* gr. *αισχρής δε φυγής*, co można przetłumaczyć jako „hańbiąca jest ucieczka”.

dukcji mogła znacznie wzrosnąć, dzięki temu, że były one wykonywane szybko i niższym kosztem. A co dopiero dzisiaj, gdy reprodukcja zajmuje milisekundy. Wystarczy proste „kopiuj, wklej” na komputerze czy smartfonie i przesłanie treści dalej.

Zmiany takie umożliwiają rywalizację na gruncie informacji.

1.5. Moc słów

Czy te rozważania są teoretyczne? W żadnym wypadku. Ta książka dotyka bowiem istotnych zagadnień bezpieczeństwa informacji i bezpieczeństwa informacyjnego. Kwestia terminologii i używanych słów jest ważna, nawet kluczowa i musimy ją docenić. Słowa mają wielką moc, a używane w odpowiedni sposób – mogą mieć duży wpływ. Dlatego zaczynamy od słów. Dla przykładu – od konkretnego słowa. Bo ważnym elementem technik składających się na to zagadnienie jest sztuka operowania słowem w taki sposób, aby wywierać wpływ. Przykładami tu są chociażby retoryka (przemowa), erystyka (sztuka sporu), a także perswazja (przekonywanie, wpływ), której być może jesteś, Czytelniku, często poddawany, czasem w sposób nieoczywisty, tj. nie zdajesz sobie z tego sprawy, chociażby dlatego, że nie zwracasz na to uwagi, bo zajmuje Cię coś innego.

Pamflety a szerzenie informacji

Czasem wystarczy samo propagowanie informacji jakimiś kanałami. Tak było w XVI wieku w Niemczech, gdzie za pośrednictwem szerzonych pamfletów chciano skłonić władze do zaangażowania się w ściganie wiedźm³. Chodziło o kobiety, którym zarzucono prowadzenie szkodliwej działalności, np. magicznej, co często oznaczało sytuację, gdzie ktoś kogoś nie lubił, ale trudno było mu wyjaśnić zachowanie jakiejś osoby. Były to akcje „uświadamiające” (np. o zagrożeniu), ale władze miast poważnie obawiały się możliwości doprowadzenia do zamieszek na tym tle. A to już kwestia stabilności, bezpieczeństwa i porządku publicznego. W Norymberdze wprowadzono wręcz cenzurę (zakaz szerzenia takich informacji), gdyż obawiano się destabilizacji społecznej, np. zamieszek i oszalałego tłumu⁴. W innych miejscach w społeczeństwie protestanckim akcja ta jednak doprowadziła do egzekucji kobiet podejrzanych o „wiedźmowstwo”, a metoda szerzenia tych informacji miała znamiona dzisiejszych virali i paniki moralnej w mediach elektronicznych i społecznościowych. Treść szerzyła się szybko, doprowadzała do paniki, infekując informacyjnie szerokie terytoria – ostatecznie doprowadzając do 20 000 egzekucji na przestrzeni lat, co było specyfiką niemieckiego protestantyzmu tamtych czasów⁵. W opracowaniu, z którego czerpiemy te informacje, przytoczono przykładowe elementy takich pamfletów, także autentyczne zarzuty wobec wiedźm:

³ R. Walinski-Kiehl, *Pamphlets, Propaganda and witch-hunting in Germany c. 1560–c. 1630*, „Reformation” 2002, vol. 6, nr 1, s. 49–74.

⁴ Ibidem.

⁵ Ibidem.

Jej wyznaniem jest,
Że powinna zamrozić
Ziarno i winorośl w tym roku,
Aby czcić diabła⁶.

Mniejsza z tym, w jaki sposób „skłaniano” podejrzane osoby do składania tego rodzaju wyznań, np. wymuszając ich złożenie za pomocą środków przemocowych, takich jak tortury. Nie wchodzimy też w rozważania demonologiczne, ale można sobie wyobrazić, że w XVI-wiecznym społeczeństwie, przy niskim poziomie wykształcenia, propagacja takich treści mogła mieć poważne skutki. Co jednak najważniejsze, prowadziło to do destabilizacji społeczeństwa. Dlatego walczono z taką destabilizującą propagandą. Ścigano drukarzy tworzących takie treści⁷. Wszak chodziło o stabilność miasta czy państwa.

Już kilkakrotnie użyliśmy sformułowania „propaganda”, ale czy w sposób właściwy? Niezupełnie, dawniej słowo to bowiem nie istniało, a nawet gdyby, to nie znaczyłoby tego co dziś. Nie byłoby w taki jak dziś sposób odbierane. Ale po kolei.

Zasadniczą cechą języka jest to, że znaczenie słów ulega zmianom. To nie jest książka o specyfice i ewolucji słowotwórstwa, są to jednak fakty. Można taką ewolucję dostrzec także w zmianach w odbiorze słowa „propaganda”. Kiedy dziś to czytasz, to prawdopodobnie kojarzy Ci się to, Czytelniku, z czymś złym, a co najmniej podejrzany. Sformułowanie to jest dziś nacechowane mocno pejoratywnie. Stanowi nawet obelgę.

Nie zawsze tak było. Dawniej słowo „propaganda” miało znaczenie bardziej funkcjonalne i opisowe.

Informacje o pochodzeniu słowa „propaganda” być może dla niektórych dziś będą zaskakujące. Jak już zaznaczyłem, według Ewangelii św. Jana „na początku było Słowo”. W istocie słowo „propaganda” zawdzięczamy je właśnie Kościołowi katolickiemu.

1.6. Pochodzenie „propagandy” zawdzięczamy Kościołowi katolickiemu

W XVII wieku, a dokładnie w 1622 roku, papież Grzegorz XV powołał Świętą Kongregację dla Propagandy Wiary (Sacra Congregatio de Propaganda Fide), znaną później pod nazwą Kongregacji ds. Ewangelizacji Narodów, a zniesioną w 2022 roku⁸.

To jest pierwsze użycie tego słowa. Jego stworzenie⁹. Zatem paradoksalnie, mówiąc o propagandzie, za każdym razem niejako odnosimy się do dziedzictwa katolickiego. Lecz tu w propagandzie chodzi raczej o propagację, np. wiary lub poglądów na nią. O jej szerzenie.

⁶ „Her confession is | That she should have frozen | Grain and the grape-vine this year | In order to honour the devil”, *ibidem*, s. 18.

⁷ *ibidem*.

⁸ P. Guilday, *The Sacred Congregation de Propaganda Fide (1622–1922)*, „The Catholic Historical Review”, 1921, vol. 6, nr 4, s. 478–494.

⁹ M.T. Prendergast, T.A. Prendergast, *The invention of propaganda: A critical commentary on and translation of Inscrutabili Divinae Providentiae Arcano* [w:] *The Oxford Handbook of Propaganda Studies*, Oxford 2013, <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199764419.013.016>.

O edukację, o upowszechnienie. Także np. o kształcenie kleryków. Wszystko to w rozumieniu raczej neutralnym, choć z punktu widzenia Kościoła na pewno pożądanym, czyli patrząc od tej strony – pozytywnym. To poniekąd stanowiło odpowiedź na kryzys klerykalny w tamtych czasach, ale to także kulminacja działań kontrreformacyjnych, tych kierowanych wobec ruchów reformacyjnych, np. protestanckich. Było to też narzędzie stworzone w odpowiedzi na potrzeby czasów, wynikające ze skomunikowania z nowymi lądami w tzw. Nowym Świecie. Dotarcie do Ameryki Północnej, Południowej i innych kontynentów z europejskiego punktu widzenia było „odkryciem nowych lądów”. Chodzi także o wyzwania powstałe w Europie właśnie przez rozwój innych prądów wyznaniowych (tj. reformacyjnych), jak np. wspomnianego już protestantyzmu. Działalność reformacyjna, antykatolicka (także w sferze informacyjnej) była wtedy faktem, tworzone antykatolickie pamflety i innego rodzaju przekazy, organizowano ruchy antyklerykalne. Powstały więc nowoczesne sposoby wpływu na opinie ludzi¹⁰. Wtedy właśnie ważny był zwłaszcza wkład ludzi sprawnie operujących słowem, także literatów¹¹. Od tej strony środowiska te również posługiwały się metodami propagandowymi, choć bez stosowania tej nazwy.

Stworzono nowe struktury i cele (protestanckie). I one poszukiwały przestrzeni, wyznawców, ludzi, których można przekonać. To w oczywisty sposób stworzyło wyzwanie dla istniejącego porządku – w tym przypadku dla Kościoła katolickiego. Nie jest tu istotne, czy Czytelnik tej książki jest osobą wierzącą (a jeśli tak, to w co i jak) czy też niewierzącą (a jeśli tak, to w jaki sposób). Wyjaśnienie tego fenomenu i procesu nie wymaga wiary albo niewiary. Jest to bowiem proste. Pojawia się nowa instytucja, ideologia (tu: prądy protestanckie) i ona się „rozpycha”, tworząc konkurencję dla zastanego porządku (tu: Kościoła katolickiego). Istniejące instytucje mają wówczas wybór. Mogą nic nie robić, spokojnie się poddać, dać za wygraną i powiedzmy przejść do historii. Mogą też coś robić, przeciwdziałać. Byłoby naiwnością sądzić, że w przypadku powstania wyzwania dla dużej i ważnej instytucji, a taką niewątpliwie był wtedy Kościół katolicki, obędzie się bez jakiegokolwiek oporu, a nawet walki. Co zatem robić? Przeciwdziałać. Tak też się stało i dlatego właśnie powstała struktura *Sacra Congregatio de Propaganda Fide*. Tłumacząc wprost: kongregacja propagandy. Temu zawdzięczamy to słowo „propaganda”. Zatem słowo „propaganda” pochodzi od łac. *propagare* (szerzyć), a definicji dziś można znaleźć wiele¹².

1.6.1. Propaganda rewolucyjna – rewolucja francuska

Dopiero później słowo „propaganda” zyskało znaczenie szerzenia pewnych innych ideologii, wartości, poglądów, np. politycznych. Chociażby podczas rewolucji francuskiej, gdy metody propagandowe stosowano systematycznie. Różnego rodzaju metody kształtowania opinii, przekazywania informacji, metody wpływu, powiedzielibyśmy – propagandowe, zdecydo-

¹⁰ G.S. Jowett, V. O'Donnell, *Propaganda & persuasion*, Los Angeles–London 2018.

¹¹ R. Roldán-Figueroa, Tomás Carrascón, *anti-roman catholic propaganda, and the circulation of ideas in Jacobean England*, „History of European Ideas” 2013, vol. 39, nr 2, s. 169–206.

¹² R. Marlin, *Propaganda and the ethics of persuasion*, Peterborough 2013.

wanie były wykorzystywane podczas rewolucji francuskiej i była to propaganda rewolucyjna, polityczna. Zawarta w pieśniach, w wierszach, w oficjalnych przemowach, w odezwach, w działaniach.

1.6.2. Karykatura, gilotynowanie, głowy na kiju

Co istotne, wtedy to strategia państwa zaprzęgała do działań wiele kanałów, co współgrało też z tymi działaniami państwowymi oraz wojskowymi.

Zwłaszcza z dzisiejszej perspektywy może ciekawić, jak wtedy grupy ludzi (często analfabetów, niewykształconych) szerzyły idee mające zmieniać system polityczny (obalić starą monarchię etc.), wykorzystując np. sztukę. Na znaczeniu zyskała zwłaszcza karykatura – wymierzona we wrogów politycznych (polityków, arystokratów, kler etc.)¹³. Ale jedno to karykaturalne przedstawianie głów wrogów nabitych na tyczki, a zupełnie inne – faktyczne działania (właśnie takie). I nie chodzi mi tu o słynne gilotynowanie, co o faktyczne wydarzenie, gdy we francuskim parlamencie głowa urzędującego ministra skończyła na kiju i była podsuwana marszałkowi parlamentu Francji. Ten niezbyt smaczny i wstrząsający przykład pokazuje, jak ładunek niepokoju społecznych, również kanalizowany przekazami informacyjnymi, propagandowymi, może doprowadzić do realnych konsekwencji.

1.6.3. Efekty propagandy – czy da się przewidzieć przyszłe wydarzenia?

Właśnie konsekwencje są tu istotne. Bo przecież w szerzeniu informacji i próbach „wpływu” nie chodzi jedynie o szerzenie dla samego szerzenia. Komuś chodzi o jakieś konkretne efekty, o podejmowane działania. O skłonienie odbiorców do podejmowania działań. A nie wyłącznie do przyswojenia sobie informacji.

Natomiast przekonanie, że wydarzenia dzieją się „nagle”, ma ograniczony sens. Wojny mają swoje przyczyny, podobnie jak rewolucja francuska i wszystko, co działo się po niej. Wydarzenia takie jak nagłe erupcje polityczne lub wojskowe często są poprzedzone informacjami dostępnymi publicznie, np. publikowanymi w prasie. Tak było przed I wojną światową, przed II wojną światową, przed wojną w Ukrainie w 2022 roku, a także przed – z dzisiejszej perspektywy odległym wydarzeniem – właśnie rewolucją francuską¹⁴. Stąd analiza środowiska informacyjnego jest bardzo ważna, także badanie tzw. otwartych źródeł (ang. *open source intelligence*, OSINT). Oczywiście nie zawsze stawka jest tak wysoka jak w przypadku wojny światowej. Ale już tutaj mamy jasno zarysowane wnioski: zawsze warto obserwować, zwłaszcza twórczość wybranych osób, instytucji, grup. W tamtym czasie we Francji mogły być to

¹³ C. Suciū, *Propaganda of the French Revolution*, 12.07.2019, <https://about.proquest.com/en/blog/2019/propaganda-of-the-french-revolution>.

¹⁴ R.C. Darnton, *Trends in radical propaganda on the eve of the French Revolution (1782–1788)*, praca doktorska, Oxford University 1964.

osoby związane z różnymi tzw. salonami, grupkami towarzyskimi zrzeszającymi „znajomych”, czasem grupami politycznymi, twórczymi etc. One mogły zdawać sobie sprawę z dziejących się procesów, przynajmniej niektóre z nich (inna sprawa, że wgląd, dostęp do takich źródeł nie zawsze jest łatwy).

Dlaczego to dla nas ważne? Bo obserwując i analizując środowisko informacyjne, także dziś można przyjmować kilka podejść: analizować społeczności (grupy), od tych znacznych rozmiarów, po te mniejsze, a także analizować indywidualne osoby o potencjalnie większym wpływie na społeczności (dziś nazywane czasem influencerami). Sprowadza się to do studiowania informacji, także propagandy.

1.6.4. Lenin a propaganda w mediach społecznościowych

Metody propagandowe stosował też inny rewolucjonista – Lenin¹⁵. Rozumiał on konieczność walki propagandowej w znaczeniu o wiele bardziej ofensywnym, politycznym¹⁶.

Pewne pozostałości tej ewolucji, wypracowanej także przez system sowiecki, komunistyczny i tamte techniki, odczuwamy nawet dzisiaj. Chociażby w postaci dezinformacji i przekazów propagandowych za pośrednictwem różnego rodzaju kanałów medialnych, społecznościowych. Bardziej uchwytnie, chociażby w znanych działaniach „rosyjskich botów i trolli” w mediach społecznościowych, w mieszaniu w procesach wyborczych innych krajów. To tylko pewien element. O tym jednak będzie mowa w rozdziałach późniejszych. W tym przypadku dotknęliśmy ważnego tematu szkodliwości propagandy. Propaganda niewątpliwie może być złośliwa, szkodliwa (ang. *malicious*).

Ale znaczenie samego słowa mocno ewoluowało i jeszcze nie tak dawno nie traktowano go jako coś jednoznacznie „złego”. Przeanalizujmy pozytywny przykład.

1.6.5. Propaganda w ONZ

Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych to międzynarodowa struktura, gdzie ważne są słowa i wyrażane stanowiska w kontekście dyplomatycznym i prawnym. Jeszcze w 1947 roku użyto w rezolucji sformułowania „propaganda”, w zasadzie rutynowo, jakby był to pewien proces polityczny, a może mechaniczny. Jakby propaganda stanowiła narzędzie.

Rzecz działa się krótko po zakończeniu II wojny światowej. Wszyscy mieli dość wojny. Gdzie tu miejsce dla propagandy? Stało się tak za sprawą rezolucji 110 „Środki, jakie należy podjąć przeciwko propagandzie i podżegaczom do nowej wojny”¹⁷, w której wezwano państwa

¹⁵ J. Wilke, *Propaganda* [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, red. W. Donsbach, Malden-Oxford-Carlton 2008.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ „Condemns all forms of propaganda, in whatsoever country conducted, which is either designed or likely to provoke or encourage and threat to the peace, breach of the peace, or act of aggression”; „To promote, by all means of publicity and propaganda available to them, friendly relations among

członkowskie ONZ do stosowania „wszelkich kanałów propagandy dostępnych państwom” w celu szerzenia pokojowych stosunków między państwami, natomiast potępiono „propagandę sprzyjającą aktom agresji zbrojnej”. Czyli propaganda może być zła i dobra? Zdekodujmy to!

Sformułowanie „wszelkie formy” sugeruje, że form, metod i dostępnych środków jest lub może być wiele. Rezolucja ta potępia propagandę wzywającą i podżegającą do wojny. Czyli pewne jej użycie, wcale nie arbitralne, bo bardzo konkretne – w jakimś określonym celu. Odnosi się krytycznie do wszelkich form propagandy, „prowadzonej w dowolnym kraju, której celem lub prawdopodobnym następstwem jest prowokowanie, zachęcanie i zagrożenie dla pokoju, naruszenie pokoju lub akt agresji” (pkt 1). Z tego wynika jasno, że propaganda jest tu czymś złym, szkodliwym. Umówmy się, że wojny są złe, wszak giną wtedy ludzie, niszczone jest mienie. Wydaje się, że możemy przyjąć taki pogląd, choć zapewne nie wszyscy muszą się z tym stwierdzeniem zgodzić.

Wracając do rezolucji ONZ, to w tej samej rezolucji mamy także sformułowanie: „promować, wszelkimi dostępnymi środkami rozgłaszania i propagandy, przyjazne stosunki między narodami”. W tym miejscu słowo „propaganda” użyte jest już w zupełnie innym znaczeniu niż poprzednio. Nagle znaczenie to nie jest negatywne, a jakby neutralne. Z uwagi na jego cel. Być może nawet znaczenie pozytywne? Jest to sformułowanie nawet nieco techniczne, nienacechowane wartościami („zło” albo „dobro”). Chodzi o osiągnięcie czegoś, celu („przyjazne stosunki między narodami”). Skłania nas to zrewidowania rozumienia pojęcia „propaganda” w punkcie pierwszym tej rezolucji jako czegoś o znaczeniu „złym”. Co więcej, mowa tu o „środkach”! Zatem o metodach technicznych stosowanych do propagacji propagandy.

Mamy więc sformułowanie czysto techniczne, a nie publicystyczne. Tak termin „propaganda” był użyty jeszcze w roku 1947. Ale może to jakiś wypadek przy pracy, odosobniony przykład czegoś niszowego? No niezupełnie, bo rezolucja ta została przyjęta jednogłośnie. Przez wszystkich ówczesnych członków ONZ, czyli reprezentantów 57 państw, także Polski. Co do meritum to odnoszono się oczywiście do tematu potępienia podżegania do wojny – czegoś zrozumiałego w kilka lat po hekatombie II wojny światowej.

Jednak – nie wprost – dano nam też świadectwo czasu. Tego drobiazgu i konkrety, który nas interesuje. Czyli użycia słowa „propaganda” w funkcji i w znaczeniu czysto technicznym, nienacechowanym jako samo w sobie żadnym wartościowaniem ogólnym. Taki wniosek jednoznacznie wynika z faktu, że w tym samym dokumencie to samo słowo odnosi się do czegoś negatywnego (podżeganie do wojny, w szczególności do wojny napastniczej, aktu agresji), jak i do czegoś pozytywnego (popularyzacja stosunków pokojowych między państwami).

1.6.6. Propagacja idei? Dekodujemy dalej

Znane nam słowo „propaganda” samo w sobie jest zapożyczeniem z łaciny. *Oxford English Dictionary* datowany na 1679 rok podaje kilka znaczeń. Jest to np. „organizacja schematu lub ruchu propagującego jakąś doktrynę lub praktykę”, ale także „systematyczne rozpowszech-

nations based upon the Purposes and Principles of the Charter”, United Nations General Assembly Resolution 110 (II), *Measures to be taken against propaganda and the inciters of a new war*, 3 November 1947, A/RES/2/110, <http://www.un-documents.net/a2r110.htm>.