



The Polish Journal of the Arts and Culture. New Series 19
(1/2024): 167–183 [DIALOGI I DIAGNOZY]

<https://doi.org/10.4467/24506249PJ.24.011.20486>

Aporie dotyczące propagandy we współczesnym świecie na przykładzie środowiska internetowego. Kilka refleksji związanych z inwazją Rosji na Ukrainę

Paulina TENDERA
Taras MAZUR

PAULINA TENDERA  <https://orcid.org/0000-0002-4709-3086>

Uniwersytet Jagielloński

E-MAIL: paulina.tendera@uj.edu.pl

TARAS MAZUR  <https://orcid.org/0000-0002-6893-39670>

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv

E-MAIL: fc.korona@gmail.com

Abstract

Contradictions in modern propaganda in the virtual world. Some reflections on the Russian invasion of Ukraine

According to numerous contemporary studies, the Russian-Ukrainian conflict and the hybrid war waged by Russia have generated a huge quantity of propaganda primarily in social media, such as Facebook, Instagram and Telegram. These tools are the easiest, fastest, cheapest and most effective way to reach millions of recipients who are (consciously and unconsciously) authors of propaganda content, administrators, participants of various discussion groups and readers. This is one of the reasons why, after the invasion began in Russia, many websites used for communication and building online communities were

blocked. However, the problem also lies outside the “Russian Internet”, as, apart from Lithuania, Latvia and Estonia, no other post-Soviet country has confirmed the existence of its secret services. We may therefore discover that Russian influence in the “information noise” surrounding the war is significant.

KEYWORDS: *propaganda, Russian invasion of Ukraine, media, social media, Slavoj Žižek*

SŁOWA KLUCZOWE: *propaganda, inwazja rosyjska na Ukrainę, media, media społecznościowe, Slavoj Žižek*

Wstęp

Prezentowany tekst stanowi szczególną kronikę pierwszych dni wojny. Nie jest jednak w żadnym razie artykułem specjalistycznym z dziedziny wiedzy o mediach, lecz uporządkowanym wyborem kwestii, jakie podejmowaliśmy w gronie kilku akademików, gdy rozpoczynaliśmy międzyuniwersytecką współpracę zarówno naukową, jak i humanitarną w pierwszych dniach inwazji rosyjskiej. Problematyka poruszana w tym eseju została więc poddyktowana przez ówczesną sytuację polityczną oraz sytuację kształtującą się w przestrzeni informacyjnej (aktywacja mediów społecznościowych, początki budowania narracji patriotycznej i solidarnościowej, oczekiwanie na reakcję świata), która potwierdzała, że od samego początku wojna w Ukrainie, jak żadna do tej pory, będzie wojną cyfrową (*digital war*) (Boichak 2021, 511–27). To nieszczęśliwe sformułowanie funkcjonujące przed inwazją rosyjską w dyskursie publicznym budowało przekonanie, że nowe konflikty toczące przed ekranami komputerów okażą się bezkrwawe. Rzeczywistość boleśnie zweryfikowała te nadzieje. Technologie cyfrowe dały nieznane do tej pory możliwości prowadzenia operacji wojskowych, rozszerzyły fronty bojowe o nowoczesne formy komunikacji, aktywacji i percepcji członków społeczeństwa, zatarły granice między podmiotami wojskowymi a cywilnymi, bronią, technologią i ofiarami. Media cyfrowe zapewniają bowiem niespotykane dotychczas możliwości udziału w wojnie.

Ogólna charakterystyka nowoczesnej propagandy pod kątem przekazywanych przez nią treści jest zbieżna z tą zaproponowaną jeszcze w 1927 roku przez Harolda D. Lasswella w książce *Propaganda Technique in the World War* (Lasswell, 1938; por. Asmolov 2019; Polovyi 2021, 179). Do stałych cech propagandy, występujących pomimo zmieniającego się w czasie medium, należą:



- treści publikowane jawnie przez przeciwników Ukrainy (autorskie),
- treści korzystające z równoległych źródeł informacji (cytowania, odniesienie, źródła),
- materiały wykazujące spójność przekazu z treściami wrogimi,
- materiały deklarujące obiektywność: prezentujące równocześnie negatywny i pozytywny punkt widzenia na dane zjawisko,
- materiały informacyjne tworzone wyłącznie na podstawie jednego, wrogiego źródła (czasem w ten sposób tworzone mogą być całe portale),
- materiały anonimowe i nieposiadające odniesienia do żadnego źródła (np. opinie na forach dyskusyjnych),
- materiały cechujące się oczywistym użyciem zwrotów charakterystycznych dla propagandy wroga (bardzo często kopiowanych za pomocą botów i fałszywych kont internetowych),
- zniekształcone i celowo zdeformowane treści/sensy zdarzeń (czasem występujące przypadkiem jako błędy poznawcze uczestników dyskusji internetowych wynikające np. z ogólnego chaosu informacyjnego lub zaburzonej logiki zdarzeń przedstawianych w mediach).

Ujęcie to krytycznie analizuje Gregory Asmolov, który dochodzi do wniosku, że Internet, chociaż daje alternatywne kanały informacji, to nie rozwiązuje problemu propagandy i nie uruchamia u odbiorców krytycznego myślenia. Z tego względu, badając problem propagandy, należy odłożyć na bok kwestię jej treści, a skupić się na śledzeniu jej mechanizmów, na tym, jak kształtuje ona relację między jednostką a jej otoczeniem (Asmolov 2019).

Dwudziestowieczna charakterystyka propagandy odnosi się do treści. Nowoczesne medium zmienia zaś przede wszystkim **formę** przekazu, co widać w kilku istotnych punktach. Po pierwsze propagandy często nie da się zidentyfikować, gdyż korzysta ona z powszechnego w świecie zachodnim **prawa do wyrażania swoich przekonań** – w mediach społecznościowych funkcjonuje najczęściej jako opinia użytkownika, co nazywa się „propagandą partycypacyjną” (*participatory propaganda*), choć może być również dobrze wyprodukowana przez boty (Asmolov 2019). Na polskojęzycznych stronach spotkać możemy opinie (?), np. o 300 neofaszystach z Azowa kocujących w katakumbach Azowstal, którzy poddali się milicji Donieckiej Republiki Ludowej, lub o porażającej ukraińskiej biedzie, którą dostrzegają nawet skromnie żyjący Czeczeni, co ma sugerować, że stan państwa ukraińskiego jest tak zły, iż nie ma ono politycznej racji bytu (Wierzchołowski 2022, 8), a także opinie (?) na temat praworządności aneksji Krymu przez Rosję. Takie twierdzenia mogą być rozpowszechniane przez zwykłych użytkowników In-



ternetu, którzy je publikują i lajkują, nie są więc bezpośrednim efektem działań instytucji propagandowych. Zauważmy, że na takich rozwiązaniach opierają się nowatorskie praktyki propagandowe ze strony Rosji. Rosyjski Internet (Runet) jest zarządzany przez państwo inaczej, niż to się dzieje w przypadku „złotej zapory” Chin (blokowanie treści) lub Korei Północnej (pełne odcięcie od globalnej sieci). Rosja, dzięki „przeprogramowanej propagandzie” (Asmolov 2019; por. Oates 2016, 398 i nn.), skutecznie neutralizuje zdolność Internetu do podważania władzy państwowej mimo stosunkowo niewielkiej ingerencji w sieć. Novum polega tu na znaczącym zaangażowaniu w dezinformację, tworzeniu „propagandy obliczeniowej” (*computational propaganda*) opartej na sztabie agentów, botów i sztucznej inteligencji tworzącej np. syntetyczne obrazy (Asmolov 2019).

Wspomniana wyżej historia Krymu jest przykładem ogromnej bitwy propagandowej. Wielu mundurowych pacyfikujących Majdan w Kijowie uważanych jest na półwyspie za bohaterów: „tam Majdan to synonim zła i terroryzmu” (Stepan 2016, 103). W odniesieniu do propagandy problem ten jest bardzo zawily: czym innym są publikowane własne (zgodne ze stanem faktycznym czy nie) opinie, czym innym zaś świadomie produkowane treści propagandowe. Można więc sformułować pytanie: Czy propaganda zawsze musi przekazywać informacje fałszywe? Nie, ponieważ upowszechnia również prawdziwe informacje, ale w sposób selektywny. Nie, ponieważ za każdą propagandą idzie kontrpropaganda. I dalej: Czy narzucane przez propagandę oceny zdarzeń (moralne, etyczne) są prawdziwe lub fałszywe? Nie, ponieważ ocena moralna jest własnością co najmniej relatywną i zależy od podmiotu lub grupy podmiotów, nie wynika wprost z faktów. Te wszystkie okoliczności sprawiają, że propaganda nie może być postrzegana wyłącznie jako fałsz, a jej relacje z prawdą są niejasne i trudne do zbadania.

Trzeba założyć, że przed aneksją Krymu, którą teoretycznie przeprowadzono na podstawie plebiscytu, działania propagandowe były bardzo wzmożone i trafiły na podatny grunt. Krym jest ukraiński od prawie 70 lat, ale ponad 60% zamieszkujących tam osób to rdzenni Rosjanie (Stepan 2016, 104). Ponadto od lat stacjonuje tam rosyjskie wojsko (to m.in. główna baza rosyjskiej floty czarnomorskiej), które – zgodnie z dwustronnym porozumieniem – ma pozostać tam do 2042 roku. Dodajmy jednak: „jak w ogóle do tego referendum mogło dojść. Przecież by przeprowadzić referendum, trzeba zebrać, po pierwsze, trzy miliony podpisów. Po drugie, musi się na nie zgodzić parlament w Kijowie, a nie na Krymie. I wreszcie po trzecie, musi to być referendum ogólnoukraińskie. Żaden z tych warunków nie



został spełniony. Ale prawie nikomu tutaj to nie przeszkadza” (Stepan 2016, 123). Mamy tu zatem do czynienia z szeregiem sytuacji bezprecedensowych, gdzie stan rzeczy jednym, a czym innym litera prawa międzynarodowego i powinność.

Do problemów, które były wyreżyserowane przez propagandę, zaliczyć można z całą pewnością także zestrzelenie 17 lipca 2014 roku samolotu pasażerskiego linii Malaysia Airlines lot MH-17. Spadł on we wsi Grabowe, w obwodzie donieckim na Ukrainie, około 40 km od rosyjskiej granicy, zestrzelony rosyjską rakieta ziemia–powietrze wystrzeloną, jak raportowali holenderscy oraz amerykańscy eksperci, przez donieckich separatystów (Stepan 2016, 143). Na tym przykładzie Sara Oates przeprowadziła analizę, w wyniku której doszła do wniosku, że elity rosyjskie sprawnie dostosowują się do nowego środowiska mediów i bardzo dobrze wykorzystują możliwości nowoczesnej propagandy (Oates 2016).

Zdarzenia te mają elementy wspólne. Po pierwsze, odbiorca tych informacji zdaje sobie sprawę, że nie ma dostępu do prawdy o tym fakcie; po drugie, za czyn przestępczy nie udało się nikogo pociągnąć do odpowiedzialności. Czy więc zdarzenie to nie miało konsekwencji w realnym świecie? Nic podobnego! Miliony ludzi, którzy nawet zdawali sobie sprawę z tego, że nie są w stanie poznać prawdy o tym wydarzeniu, komentowało, lajkowało i udostępniało tysiące newsów na ten temat, współtworząc partycypacyjną propagandę.

* * *

Propaganda antyukraińska, jako typowa postnowoczesna propaganda, opiera się na **reminiscencjach** oraz uczuciu **nostalgii** za idealizowanym okresem wspólnoty państwowej pomiędzy Rosją a Ukrainą, czyli mitycznym obrazem Związku Radzieckiego, zwanego czasem *brave past world* (Polovyi 2021, 171). Znaczenie tej narracji jest bardzo duże. Sprawia ona, że wielu Ukraińców staje się zwolennikami zbliżenia geopolitycznego z Rosją. Funkcjonalna wydaje się tu nowa definicja propagandy zaproponowana przez Asmolova: jest to oddziaływanie na jednostkę za pomocą **treści symbolicznej** w celu skłonienia jej do budowania określonej relacji z otoczeniem lub przedmiotem (np. konfliktem). Nostalgia to uczucie, które w dużej mierze opiera się na treściach symbolicznych (Asmolov 2019), z kolei cały obszar uczuć to cel podatny na manipulacyjne techniki psychologiczne (*manipulative psychological techniques*) oraz – w wymiarze szerszym – inżynierię społeczną (*social engineering*). Ta ostatnia w kontekście cybernetycznym skoncentrowana jest



nie tylko na zmianie zachowania grup społecznych, ale także na pozyskiwaniu niejawnych informacji (Reynolds 2017; por. Guitton 2020).

Wiele zjawisk, które obserwujemy od wielu lat w polityce ukraińskiej, takich jak negatywny stosunek do Unii Europejskiej, wyrażanych jest tą samą retoryką co w Rosji. Tak przykładowo, jeszcze w 2013 roku „ukraiński parlament nie przyjął ani jednej uchwały umożliwiającej podpisanie umowy stowarzyszeniowej z Unią Europejską” (Stepan 2016, 14), do czego zachęcała wspólnota i czego oczekiwało społeczeństwo. Jest to rodzaj podwójnej gry z Zachodem, ponieważ Ukraina procedowała to porozumienie i przygotowywała się do jego podpisania. Pod wpływem nacisków ze strony Waszyngtonu, Rady Europy, Unii Europejskiej i innych instytucji domagających się zdecydowanych działań antykorupcyjnych i prodemokratycznych pojawiły się liczne hasła, by Ukraina szła własną drogą lub mocniej zbliżyła się do Federacji Rosyjskiej.

Antyukraińska propaganda rozwija się najszerzej na ziemiach tzw. **Novorossii**, czyli terytoriach, o których mówi się, że „historycznie” powinny należeć do Rosji. Mieszka tam wielu obywateli rosyjskiego pochodzenia, do których łatwo przemawia język – z zachodniej perspektywy – nietolerancji, ksenofobiczny i dyskryminacyjny.

Miękkie fakty?

Tak przedstawiony obraz rzeczywistości przypomina słowa Donald Trumpa, który powiedział kiedyś, że żadna ilość dowodów nie wystarczy, by we współczesnym postnowoczesnym świecie pociągnąć kogokolwiek do odpowiedzialności (Buncombe 2018).

Funkcjonowanie w świadomości podmiotu świata realnego jako gry, narracji, która sprzyja relatywizacji faktów, widzieliśmy w trakcie wystąpienia Władimira Putina w międzynarodowej telewizji podczas aneksji Krymu dokonanej przez armię rosyjską. Z drwiącym uśmiechem oświadczył on wówczas, że na półwyspie nie ma żadnych żołnierzy rosyjskich, podczas gdy ich obecność tam stanowiła element powszechnej wiedzy (podobnie zresztą zrobił w przypadku Donbasu i Aleppo). Później, równie lekceważąco, przyznał, że, owszem, żołnierze byli na Krymie. Prawdopodobnie kłamał nie dlatego, że chciał zastąpić jedną rzeczywistość inną, ale żeby po prostu dać jasno do zrozumienia, że fakty nie mają znaczenia, ponieważ udowodnienie prawdy nie sprawi, że uda się pociągnąć go do odpowiedzialności. Ten lekceważący ton ujawnia podejście do rzeczywistości jako do gry. Pomija bowiem moralnie najcięższe zarzuty: w wojnie życie tracą setki tysięcy ludzi.



Dodatkowe założenia – szczegółowe dane o świecie cyfrowym

Dla pogłębionych badań w obszarze filozofii można postawić następujące diagnozy szczegółowe, które odnoszą się do prowadzonego wywodu.

1. Diagnoza pierwsza mówi, że współcześnie mamy do czynienia ze znaczącym **wzrostem ilości informacji** i swobodą dostępu do nich, jednak nie przynosi to oczekiwanych korzyści, np. krytycyzmu, wolności i wiedzy (Asmolov 2019). Mamy raczej do czynienia z „szalejącą masową perswazją”, a nie możliwością bardziej obiektywnej analizy rzeczywistości i faktów. Komentuje to bardzo dobrze Peter Pomerantsev, pisząc:

Dostęp do informacji miał pociągnąć za sobą więcej wolności, by ciemieni mogli przeciwstawiać się potęgom, ale przyniósł też możliwym tego świata nowe sposoby dławienia i uciszenia protestów. Dostęp do informacji miał pociągać za sobą bardziej świadomą debatę, ale wydaje się, że dziś jesteśmy mniej niż kiedykolwiek zdolni do rozmowy (Pomerantsev 2020, 10).

2. Zgodnie z drugą diagnozą **kultura to nie tylko język, sztuka, nauka, światopogląd czy tradycja, ale również hierarchie wartości oraz sposób, w jaki kategoryzujemy i poznajemy świat**. Współcześnie w tworzeniu każdej z tych dziedzin życiowych biorą udział boty i trolle internetowe. Badanie tego procesu nazywa się surfacingiem, czyli „wydobyciem na powierzchnię” danych, słów kluczowych, komunikatów, kont na portalach społecznościowych, botów, trolli i cyborgów propagujących określone treści. Obecnie wydaje się, że jest to już metoda przestarzała, która nie nadąża za produkcją nowych form przekazu i treści internetowych. Inaczej uważają Maria i Thomas Haighowie. W artykule *Stopping Fake News: The Work Practices of Peer-to-Peer Counter Propaganda*¹ starają się dowieść, że naukowcy potrafią efektywnie odróżniać newsy od fake newsów (por. Haigh 2017, 19). Ponadto dodajmy, że w pogłębionych badaniach nad cyberprzestępczością wyróżnia się już wiele rodzajów trollingu, np.: *bikini trolls* (np. troll naiwnie pytający na forum: „Rosja jest zła? Świat nie jest czarno-biały, to nie takie proste?”), zwykle schowany za zdjęciem

¹ W niniejszym artykule cytujemy preprint z: <https://tomandmaria.com/Tom/Writing/StopFakePreprint.pdf> odczyt z dn. 20.07.2024



profilowym młodej dziewczyny), *conspiracy trolls* (trolle szerzące teorie spiskowe, długo tworzące pseudonaukowe wpisy), *agressive trolls* (tworzące bardzo emocjonalne, czasem wulgarne wpisy), *wikipedia trolls* (posługujące się informacjami zaczerpniętymi z powszechnie dostępnych źródeł informacji, takich jak wikipedia lub blogi historyczne, przywołujące prawdziwe wydarzenia, jednak używające ich w złych intencjach) i wiele form trollingu (Reynolds 2016, 30).

3. Diagnoza numer trzy zakłada, że **świat zaprojektowany w Internecie znacząco różni się od rzeczywistości „naturalnej”**. W sieci faktycznie kategoria prawdy traci sens, ponieważ nie realizuje żadnego celu świata internetowego, a w wyniku tego staje się bezużyteczna. W Internecie – na co przystali bez protestu jego użytkownicy – szerzenie kłamliwych informacji nie jest przestępstwem (sporadycznie ściga się za to prawem), a większość użytkowników przystosowała się do świata, w którym prawda, kategoria działania lub wartość są nieobecne.
4. Diagnoza czwarta mówi, że boty i trolle działają nie dzięki jednemu silnemu komunikatowi (np. jednemu celebrycie, który wypowie jakieś stanowisko), lecz za pomocą powielania i **powtarzania „w nieskończoność” jednego komunikatu** (często w nieoczywisty i podprogowy sposób). Wskazują na to badania Marcosa Bastosa (Pomerantsev 2020, 45), który pokazuje, że masowość przekazu propagandowego generowanego w sieci jest szczególnie widoczna w rozwoju massmediów, popkultury i kultury popularnej.

* * *

Agencja Badań Internetu (ABI w Rosji pod Petersburgiem) stanowi największą na świecie farmę trolli. Jest ona na tyle wpływowa, że potencjalnie może zmienić np. wyniki wyborów w Stanach Zjednoczonych. Badania na ten temat przeprowadziła m.in. Ludmiła Sawczuk, która ujawniła, że ABI prowadzi nie tylko prostą agitację polityczną, ale także wiele tematycznych stron internetowych bardzo dalekich przedmiotowo od kwestii politycznych. Istotnym wydaje się fakt, że większość farm trolli, niezależnie od tego, w którym kraju się znajdują, to organizacje finansowane lub współfinansowane z budżetu państwa. W kontekście tym jeszcze raz powraca wątek nieobecności dychotomii „prawda–fałsz” w środowisku Internetu. Tak naprawdę łatwiej jest ten fakt ująć w zdanie i wypowiedzieć, niż przekazać zdziwienie i dezorientację wynikające z doświadczenia świata, który bardzo dobrze funkcjonuje, rozwija



się, generuje komunikaty, ale nie istnieje w nim nic takiego jak prawda lub fałsz. Prawdopodobnie bez bezpośredniej naoczności i wejścia w ten świat niewielu z nas byłoby w stanie wyobrazić sobie rzeczywistość pozbawioną tej dychotomii. Najważniejszy jednak w tym wszystkim okazuje się fakt, że choć twórczość trolli może się komuś nie podobać, to kłamstwo w Internecie nie jest nielegalne.

Dodatkowe tezy i rozwinięcie problemu

Dodatkowym problemem poznawczym w Internecie jest powszechne zaburzenie proporcji. Peter Pomerantsev pisze: „Wręcz sama forma mediów społecznościowych zaburza czas, miejsce, proporcje: ataki terrorystyczne wyświetlają się obok kocich psot; najnowsze żarty wypływają wraz ze starymi zdjęciami rodzinnymi. W rezultacie wszystko się spłaszcza, jak gdyby zanikał dystans między przeszłością a teraźniejszością” (2020, 51).

Obszar kultury i sztuki popularnej włączone są do działań trolli poprzez identyfikację z historią, ruchem narodowym, etnicznym lub z tożsamością. Jest to proces nieunikniony – każdy odbiorca kultury staje się jej uczestnikiem poprzez utożsamienie z wybraną historyczną narracją. Przykładem mogą być współczesne **dzieła sztuki** odnoszące się do szeroko znanych problemów emigracyjnych rozumianych historycznie i współcześnie. W Rosji będzie to zaś odniesienie do mitu wielkości Związku Radzieckiego. Chodzi tu o użycie podobnych środków wyrazu, np. stylu socrealistycznego, kolorystyki, kompozycji, cytatu itd., aby wykazać ciągłość historyczną i przynależność/jedność duchową i kulturową. Wiele mówi się o tym, że w sytuacjach kryzysowych powstaje najlepsza, najbardziej żywa i oddziałująca społecznie sztuka. Przypisywać to można postawom heroicznym, ale również nostalgii i ucieczce od przytłaczającej, pozbawionej logiki i perspektyw na przyszłość rzeczywistości.

Na sytuację kryzysową schematycznie reagują nie tylko osoby dotknięte traumą wojenną, bezpośredni świadkowie, ale także inni członkowie społeczeństwa, których dotyka zjawisko tzw. postpamięci lub którzy emocjonalnie i osobiście utożsamiają się z walczącymi na froncie. Maria Stepan opisuje ten stan następująco:

Taka nowa ukraińska moda. Wyszywanki. Na głowach dziewczyn wianki. Chłopaki obcięte na Kozaków. Czyli z czubem, podgoleni po bokach. Z wytatuowanym tryzubem na ramieniu. Samochody najlepiej białe. Tak, by można było wylepić



na karoserii, a jakże, wyszywanę. Najlepiej czarno-czerwony ludowy wzór. A jak się nie da, to trzeba choć udekorować się na niebiesko-żółto. Wystarczy wstążeczka przy torebce. Ale lepiej, gdyby jeszcze we włosach. I niebiesko-żółta bransoletka. I jeszcze niebiesko-żółte paznokcie. Ukraińcy na wszystkie sposoby zabijają wyrzuty sumienia. Że normalnie żyją, pracują, chodzą do kina. A tam, na wschodzie, tacy sami i takie same jako oni i one, walczą. Więc choć trzeba się patriotycznie zamaskować. Pójść, przyjechać, na Majdan. Popłakać przy kapliczce (wybudowanej na Instytuckiej, w miejscu, gdzie w lutym rozstrzelano Niebiańską Sotnię). Kupić płytę z *Pływe Kacza...* Wrzucić coś tam do puszek na ochotnicze bataliony (2016, 169).

Ważnym elementem badań socjologicznych byłoby – np. w kontekście wojny na Ukrainie – przeanalizowanie wpływu propagandy na kształtowanie się języka dyskursu publicznego i prywatnego, czyli tego, w jakim stopniu wybrane oddziaływanie propagandowe (np. wprowadzenie elementów nowomowy) zmienia język debaty publicznej, a także język prywatny. Takie badania mogłyby pokazać tempo, w jakim myślenie przekształcone przez propagandę oddala zarówno grupy społeczne, jak i indywidualnych użytkowników od rzeczywistości. Jak mówi Alberto Escorcia: „Tragedia cyfrowej manipulacji zasadza się więc nie tylko na tym, że poszczególne osoby doświadczają nękania i przemocy [ze strony trolli – przyp. P.T. i T.M.], lecz także na tym, że znów oddziela ludzi od ich własnej rzeczywistości” (Pomerantsev 2020, 83). Tak przedstawione środowisko, w którym funkcjonuje jednostka – użytkownik Internetu – wobec każdej innej osoby korzystającej z Internetu, opisane zostało jako „propaganda peer-to-peer”, czyli działająca w strukturze równorzędnych uczestników komunikacji (Haigh i Haigh 2017, 7–9).

Problem komunikacji wizualnej – obraz jako narzędzie propagandy

Aby rozszerzyć perspektywę analizy filozoficznej współczesnej propagandy, przywołać możemy ważną teorię zaproponowaną przez Slavoja Žižka. W swoim filmie *Perwersyjny przewodnik po ideologiach* (Wielka Brytania, 2012) poszukuje on źródła ideologii/propagandy jako zjawiska typowego dla kultury postnowoczesnej, a jednocześnie zagadkowego i wielopoziomowego. Jego rozważania mogą w znacznym sensie pogłębić nasze zrozumienie propagandy w obszarze mediów społecznościowych, choć należy uwzględnić również fakt, że współczesna wojna propagandowa, którą obserwujemy



na linii Zachód–Rosja, jest zjawiskiem nowym i w przyszłości z pewnością będzie wymagała zrewidowania i zaktualizowania wiedzy.

W jednym ze swoich komentarzy do zjawiska ideologii Žižek opowiada o filmie *They Live* (Stany Zjednoczone Ameryki, 1988) z 1988 roku, przedstawiającym historię robotnika najemnego, który pewnego dnia odkrywa w opuszczonym kościele pudełko pełne okularów przeciwsłonecznych. Jak się okazuje, nie są to zwykłe okulary – po ich założeniu widzimy świat bez propagandy, samą rzeczywistość i komunikaty, które wysłał zideologizowany, nowoczesny świat. Nie są to nawet komunikaty – to proste nakazy, takie jak „konsumuj”, „reprodukuj”, „bądź posłuszny”. Film ten skłania do refleksji, nie dziwi zatem, że przyczynił się do wielu akademickich dyskusji. Za jego sprawą stajemy w trudnej, ale kreatywnej sytuacji. Działa niczym ważne koncepcje filozofii współczesnej poszukujące klucza do prawdy i wolności. Žižek, podobnie jak Erich Fromm w książce *Ucieczka od wolności*, uświadamia nam, że wolność jest stanem szczęścia i wyrazem intensywności życia, trudnym do osiągnięcia i bolesnym. Jednocześnie reżyser nie daje gotowej recepty, jak ten stan uzyskać. Z tej perspektywy świat przepelniony propagandą kształtuje środowisko zniewolenia duchowego i moralnego człowieka (tzw. impotencji moralnej, czyli braku odpowiedzialności za swoje życie i za świat, który nas otacza²). Refleksja Žižka wiele nam mówi także o sposobie, w jaki pobieramy i przekształcamy informacje ze świata zewnętrznego. Artysta wyznacza nam wielkie, życiowe przedsięwzięcie – mamy dotrzeć do stanu wolności indywidualnej i go utrzymać. Mówi przecież, że jakkolwiek powrót do stanu dawnego, bezpośredniego, nie-ideologicznego doświadczenia rzeczywistości **jest już niemożliwy**. Z tej perspektywy krytyka „współczesnej wojny totalnej” lub „wojny cyfrowej” nie może skoncentrować się na poszukiwaniu obrony doraźnej, lecz musi trwale uwrażliwić społeczeństwo na manipulacje stosowane na niespotykaną dotąd skalę (por. Asmolov 2019).

Wróćmy jeszcze na chwilę do historii Johna Nady, głównego bohatera *They Live*. Gdy idzie on ulicą w nowych tajemniczych okularach, nie tylko widzi rzeczywistość pozbawioną ideologii, ale dzieje się także coś więcej – widzi słowa i pojęcia zamiast obrazów, np. w miejscu leżącej na plaży młodej kobiety zachęcającej z billboardu do zakupu wczasów pojawia się komunikat

² Podobnie do tej sytuacji odnosi się Fromm: „Na ogół mówi się, że aby działać, trzeba umieć myśleć. Myśl jest pierwsza, a dopiero potem pojawia się sensowne działanie. Jestem pewien, że to prawda, ale prawdą jest także coś innego, mianowicie coś zupełnie odwrotnego. Jeżeli nie mamy możliwości działania, silnie powstrzymuje nas myślenie, które pojawia się jedynie wtedy, gdy istnieje jakaś szansa jego wykorzystania” (2016, 65).



słowny: „bądź posłuszny” (*obey*). Zmiana komunikatu propagandowego na „nagą rzeczywistość” (niezależnie od tego, co dokładnie Žižek ma na myśli, używając sformułowania „naga rzeczywistość”) skutkuje zmianą **formy** przekazu informacji/komunikatu (z obrazu na słowo). Dużo to mówi o sposobie oddziaływania ideologii i pokazuje, że **w obszarze propagandy „myślimy” obrazami („myśleć obrazem” to oksymoron), a nie pojęciami, formami czy treścią**. Ta okoliczność dramatycznie zmienia ocenę mocy, z jaką oddziałują na nas obrazowe przekazy mediów społecznościowych. Propaganda pomija główny ośrodek myślenia krytycznego u odbiorcy, wpływając wprost na afekty i emocje.

Współczesna filozofia i kognitywistyka przestrzegają przed konsekwencjami „myślenia obrazowego”, przed dominacją kultury wizualnej nad kulturą słowa/znaczenia/sensu, przed zanikającymi potrzebami kontaktu ze zdaniem, wypowiedzią, argumentowaniem, wnioskowaniem itd., przed sprowadzaniem komunikatów do zdjęć, znaków, gifów, emotikon. **To forma właśnie, a nie treść komunikatu, jest właściwym narzędziem szerzenia propagandy**. Jak słusznie twierdzi Žižek, trzeba przyjąć do wiadomości i zrozumieć wewnętrzną aporię ideologii – jest ona pustym naczyniem, które możemy wypełnić dowolną treścią; jest pustą formą, która będzie działać niezależnie od tego, jaką treścią ją wypełnimy. To samo stara się powiedzieć Asmolov, gdy twierdzi, że współcześnie badania nad treścią propagandy to nonsens, bo jej główna siła i sprawczość tkwią w formie.

Taką uwagę można analizować pod kątem zjawiska typowego dla propagandy, a mianowicie niezgodności lub niepełnej zgodności faktów z przypisywanym im pojęciem/opisem. Tego typu sformułowań jest coraz więcej w przestrzeni publicznej i coraz rzadziej słychać głosy sprzeciwu wobec jawnego naruszania obszarów znaczeniowych zarówno klasycznych pojęć filozofii (np. wolność, sprawiedliwość, wojna, prawda), jak i pojęć o silnych ładunkach emocjonalnych (np. faszyzm, nazizm), które służą dziś przede wszystkim jako tzw. argumenty emocjonalne lub „straszaki” (np. denazyfikacja Ukrainy).

Zjawisko celowego przesuwania i naruszania obszarów znaczeniowych jest znane pod nazwą **chaosu semantycznego**. Wyjaśnijmy, że stanowi on narzędzie kształtowania postaw społecznych poprzez długofalowe, ale przynoszące trwałe skutki działania mające na celu przyzwyczajenie ludzi do faktu, że – mówiąc metaforycznie – czarne jest białe albo że obowiązujące dotychczas normy etyczne, nazewnictwo, podziały itd. należy uznać na absurdalne, przesądne, przestarzałe. Zmiana ma oczywiście dotyczyć pojęć istotnych,



abstrakcyjnych, na których opierał się obiektywizm kultury zachodniej. Propaganda post-nowoczesna zmierza do przewyciężenia jednoznaczności pojęć na rzecz ich płynności i relatywności (co jest charakterystyczne także dla całego ruchu postmodernistycznego).

Jako konsekwencje takiego zjawiska należy wskazać m.in. to, że człowiek:

- nie rozumie stawianych mu pytań (np. kojarzy, że Mussolini to faszysta, ale nie wie, co to znaczy „zdefiniować” słowo „faszyzm” i nie zna jego znaczenia),
- nie potrafi analizować pojęć pod kątem ich zakresów (np. odruchowo lub emocjonalnie wyraża przekonanie, że demokracja jest sprzeczna z nazizmem i że nowoczesny system polityczny przed nim nas chroni),
- nie potrafi zidentyfikować i nazwać poprawnie zjawisk współczesnego świata, ponieważ słowa, którymi się posługuje, odnoszą się tylko do obrazów z przeszłości (nie rozpozna nazizmu, jeśli nie zobaczy swastyki),
- nie rozumie, że pojęcie samo w sobie (np. demokracja, faszyzm) nie ma wartości pozytywnej lub negatywnej, ponieważ ocenie etycznej podlegają jedynie czyny.

Tą różnicę między słowem a wyobrażeniem uświadamia sobie John Nada, gdy po tym, jak zakłada magiczne okulary, z billboardu znika nagle półnaga kobieta, a pojawia się prosty rozkaz „bądź posłuszny”. Film *Žižka* pozwala nam uświadomić sobie ten mechanizm i przełamać go bez okularów: za uśmiechniętą twarzą w reklamie wybielającej pasty do zębów, nowego modelu samochodu, torebki, telefonu, a także wszystkich fikcyjnych, wyidealizowanych obrazów działań politycznych... Reżyser analizuje tę kwestię również w filmie pt. *Z-Boczona historia kina* (2006), gdzie wyraźnie stwierdza, że problemem współczesnego człowieka nie jest traktowanie fikcji zbyt poważnie, lecz przeciwnie, odnoszenie się do niej zbyt niepoważnie. Zapominamy, że fikcja nie jest wyłącznie rozrywką, lecz stanowi dla większość z nas alternatywny świat, oddalający nas od rzeczywistości i zasad w niej obowiązujących.

Ideologia i propaganda, którymi przepełnione są media społecznościowe, stawiają nas przed kolejnymi wyzwaniem intelektualnymi:

- należy wydstać dyskurs o ideologii z zawłaszczającej jej filozofii francuskiej i marksistowskiej, które same operują językiem relatywizującym, psychologizującym i postmodernistycznym; innymi słowy, aby uciec od propagandy trzeba powrócić do rzeczy, faktu i obiektywizmu, ponieważ w środowisku, w którym nie funkcjonuje dychotomia prawda–fałsz, poszukiwanie prawdy jest nonsensem,



- mechanizm komunikatu propagandowego działa usypiająco i ogłupiająco (zawiesza krytyczne myślenie, np. wtedy, gdy przekonuje się nas, że dane opinie wypowiadają eksperci lub naoczni świadkowie) tak samo w świecie konsumpcji, reklamy, jak i polityki; propaganda polityczna przejawia się wszędzie tam, gdzie bolesne doświadczenie totalitarnego rządu łagodzi się uśmiechem i obietnicą: denazyfikacji, przywrócenia prawa, równości, repatriacji, konstytucji i nadania szeregu praw społecznych w przyszłości; Žižek wskazuje, że zideologizowani ludzie kierują się wyłącznie uczuciem pożądania (a więc afektem), które choć ciągle zaspokajane, nigdy nie osiąga poziomu sytości.

W filmie *They Live* widzimy jeszcze jedną ważną scenę – John Nada walczy ze swoim przyjacielem, który nie chce założyć okularów. Chyba każdy, kto widział ten fragment, zastanawiał się, skąd bierze się zaciekłość, skąd ten sprzeciw wobec bezpiecznej – zdawałoby się – czynności. Walka bohaterów trwa długo i ostatecznie kończy się sukcesem Nady. Jak można skomentować ten dziwny moment? Oto dwie możliwości:

- współczesny człowiek posiada znaczącą niechęć do myślenia krytycznego, decyzje afektywne odbiera jako „głos serca”, każdą swoją wypowiedź uważa za przemyślaną, każdy proces swojego rozumu nazywa zaś „myśleniem”, ponadto znakomicie unika konfrontacji z faktami; sprzyja temu środowisko Internetu, które – jak wcześniej wskazaliśmy – jest neutralne w kategoriach prawda–fałsz, a także środowisko intelektualne, szczególnie zachodnie; faktycznie, myślenie jest procesem męczącym, dodatkowo może budzić lęk, ponieważ wiąże się z potencjalną koniecznością zmiany poglądów, przyznania się do błędu i ostatecznie dokonania rewizji własnej identyfikacji i tożsamości,
- pamiętajmy, co o wyjściu z jaskini pisał Platon; w *Państwie* przedstawiona jest droga wyjścia z jaskini, którą pokonują razem mistrz i uczeń; Platon wyraźnie zaznacza w tym dialogu, że wspomniana podróż jest dla ucznia niebezpieczna i dokonuje się ona dosłownie przemocą i gwałtem; to bardzo ważne, by uświadomić sobie, że wolność stanowi wartość pryncypialną, którą jednak trudno się cieszyć – prawdziwa wolność jest bowiem stanem samotności, walką z niezrozumieniem i odrzuceniem oraz porzuceniem egoistycznych pragnień oraz oczekiwań.



Walka o wolność w zideologizowanym świecie. Zakończenie

Zgodnie z pewną opowieścią Platon chciał odebrać sobie wzrok, ponieważ przeszkadzał mu w widzeniu idei. Nie jest to jednak podanie prawdziwe. W rzeczywistości filozof mówił tylko o tym, by zmrużyć oczy. Faktycznie, w odniesieniu do tego, co jest dla naszego myślenia naprawdę ważne, obrazy są zbędne. Gdy myślenie jest prawdziwe, obdarte z propagandy, odbywa się wyłącznie na pojęciach i definicjach. **Zamknięcie oczu to symboliczny akt nieposłuszeństwa wobec nakazu ideologii: „reprodukuj”, „konsumuj”, „bądź posłuszny”, „zaspokajaj pragnienia”**. Należy pamiętać, że akt nieposłuszeństwa stoi u źródeł każdej nowej historii: sprzeciw, ucieczka, ciekawość, mityczny akt nieposłuszeństwa Adama i Ewy, Prometeusz, Lucyfer...

Z tych rozważań płyną różne wnioski. W naszym świecie tkwi pewna sprzeczność: „W rzeczywistości wolność i zdolność okazywania nieposłuszeństwa są nierozłączne i dlatego wszystkie systemy społeczne, polityczne i religijne, które głoszą wolność, ale tłumią nieposłuszeństwo, nie mówią prawdy” (Fromm 2015, 31). Nieposłuszeństwo może być kluczem do wolności i odtrutką na propagandę. Faktem jednak pozostaje, że społeczeństwo podejmuje wobec jednostki trud, jakim jest stworzenie takiego typu osobowości, która pragnie czynić to, co powinna, która nie tylko jest skłonna, lecz także chętna, aby odgrywać tę rolę nałożoną przez społeczeństwo tak, aby funkcjonowało w sposób płynny.

Uwagi te nie mogą być traktowane jako bezkrytyczne przyjęcie teorii Žižka. Nie wolno nam bowiem tracić czujności, gdy czytamy, że „nadszedł [...] czas, aby przywrócić do życia Marksowską intuicję, zgodnie z którą Kapitał jest ostateczną siłą «wydziedziczenia», która podkopuje każdą trwałą tożsamość społeczną, i zinterpretować «późny kapitalizm» jako epokę, w której tradycyjna trwałość pozycji ideologicznych (autorytet patriarchalny, utracone role seksualne itd.) staje się przeszkodą na drodze do niczym niepohamowanego utowarowienia każdego życia” (Žižek 2001, 76). Žižek nie ma racji; podtrzymuje (jako zdaniem nieusuwalny) konflikt świata ludzkiego, nie zauważa, że polaryzowanie świata na „nas” i „tamtych” to jedno z najsilniejszych narzędzi aktywizujących ludzi do bezzasadnej wojny. Wydostanie się z propagandy polega na zauważaniu, że rzeczywistość nie jest spolaryzowana i że zjawisko to nie jest cechą samej rzeczywistości, lecz efektem działania totalitarnych teorii planowania społecznego.



Dziś boty, trolle i cyborgi mogą stworzyć dowolną symulację panujących opinii – poparcia lub nienawiści – i oddziaływać efektywnie w przestrzeni Internetu ogólnościowego. Symulacja ta jest jeszcze wzmacniana, ponieważ ludzie zmieniają swoje zachowania, przekonania, wartości, wybory, by dostosować je do tego, co uważają za rzeczywistość. Co ciekawe, działania trolli odnoszą swój największy skutek także wtedy, gdy są ujawniane. Ludzie słysząc o fałszywych kontaktach, zaczynają podejrzliwie traktować wszystko, co pojawia się w Internecie, wątpią w prawdziwość każdej informacji, rezygnują z prób dotarcia do prawdy. Jednocześnie chętnie uciekają od faktów w konsumpcjonizm i rozrywkę, którą dostarczają zarówno media państwowe, jak i Facebook, Twitter... Ostatecznie kompromitacja pojęcia obiektywności likwiduje pole, na którym można by racjonalnie argumentować przeciwko irracjonalnym emocjom. Wszystko jest grą, wszystko wydaje się nierealne.

Przywołajmy jeszcze ostatni problem, z którym prędzej czy później będziemy musieli się skonfrontować. Faktem stała się kompromitacja pojęcia prawdy w przestrzeni Internetu i w środowiskach intelektualnych Zachodu (powrót do płynnej rzeczywistości postmodernistycznej i marksizmu). Nie sposób racjonalnie mówić o prawdzie w środowisku postmodernistycznym. Zwróćmy więc uwagę na bardzo ważny fakt: w klasycznym rozumieniu pojęcie propagandy sytuuje się w podobnej relacji do pojęcia prawdy jak fałsz. W potocznym rozumieniu słowo „propaganda” oznacza *fake news* lub fałszywą narrację. Główny problem współczesnego świata mediów polega na tym, że różnica między faktami rzetelnie przekazanymi, a *fake newsami* przestaje być istotna dla odbiorcy.

Jeśli rozumienie propagandy jest silnie negatywnie skorelowane z rozumieniem prawdy, to wymaga istnienia tej ostatniej. Podważając istnienie obiektywnej prawdy, kompromitując to pojęcie, kwestionujemy również istnienie propagandy. Propaganda zatem nie istnieje? Ale przecież zjawisko nie znika! W gruncie rzeczy to wielka zagadka i niebezpieczeństwo, które stoi przed nami obecnie.

Bibliografia

- Asmolov, Gregory. 2019 *The Effects of Participatory Propaganda: From Socialism to Internalisation of Conflicts*. Dostęp: 10 lipca 2024. <https://jods.mitpress.mit.edu/pub/jyzg7j6x/release/2>.
- Boichak, O. 2021. „Digital War: Mediatized Conflicts in Sociological Perspective”. W *The Oxford Handbook of Digital Media Sociology*, red. Deana A. Rohlinger, Sarah Sobieraj, 511–27. Oxford: Oxford University Press.



- Buncombe, Andrew. 2018.11.22. *Trump Suggests „Vicious World” Should Be Blamed for Khashoggi Murder While Disputing Saudi Responsibility*, Independent. <https://www.the-independent.com/news/world/americas/us-politics/trump-khashoggi-murder-blame-vicious-world-saudi-journalist-a8647701.html>.
- Fromm, Erich. 2015. *O nieposłuszeństwie i inne eseje*. Przełożył Stefan Baranowski. Kraków: Vis-a-vis Etiuda.
- Fromm, Erich. 2016. *Patologia moralności. Przyczynek do nauki o człowieku*. Przełożyli Stefan Baranowski, Robert Palusiński. Kraków: Vis-a-Vis Etiuda.
- F. Fromm, 2016, *Ucieczka od wolności*. Przełożył Jan Andrzej Ziemiński. Wydawnictwo Czytelnik.
- Guitton, Matthieu J. 2020. „Cybersecurity, social engineering, artificial intelligence, technological addictions: Societal challenges for the coming decade”. *Computers in Human Behavior* 107 (June), no. 106307.
- Haigh, Maria, i Thomas Haigh. 2017. „Stopping Fake News: The Work Practices of Peer-to-Peer Counter Propaganda”. *Journalist Studies*, no 19 (1): 1–26.
- Lasswell, Harold D. 1938. *Propaganda Technique in the World War*. New York: Peter Smith.
- Oates, Sarah. 2016. „Russian Media in the Digital Age: Propaganda Rewired”. *Russian Politics*, no. 1 (4): 398–417.
- Pieniazek, Paweł. 2017. *Greetings from Novorossiya: Eyewitness to the War in Ukraine*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Polovyi, Mykola. 2021. „Exploration of the Right to Freedom of Expression for Promoting Pro-Russian Propaganda in Hybrid War”. *Politeja*, no. 2 (71).
- Pomerantsev, Peter. 2020. *To nie jest propaganda. Przygody na wojnie z rzeczywistością*. Przełożyła Aleksandra Paszkowska. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Reynolds, Anna, red. 2016. *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare*. Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence.
- Stepan, Maria. 2016. *Człowiek to człowiek, a śmierć to śmierć. Reportaże z Ukrainy*. Warszawa: Wydawnictwo Zwierciadło.
- Wierzchołowski, Grzegorz 2022.07.6. „Sieć putinowskich trolli oplata Polskę”. *Gazeta Polska* nr 27: 6–9.
- Wojciechowski, Marcin. 2006. *Pomarańczowy Majdan*. Warszawa: Wydawnictwo WAB.
- Žižek, Slavoj. 2001. *Przekleństwo fantazji*. Przełożył A. Chmielewski. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

