

MEDIA

I SPOŁECZEŃSTWO

MEDIOZNAWSTWO • KOMUNIKOLOGIA • SEMIOLOGIA • SOCJOLOGIA MEDIÓW • MEDIA A PEDAGOGIKA

AKADEMIA TECHNICZNO-HUMANISTYCZNA
BIELSKO-BIAŁA 2023

MEDIA AND SOCIETY

MEDIA STUDIES • COMMUNICATION SCIENCES • SEMIOLOGY • MEDIA SOCIOLOGY • MEDIA AND PEDAGOGY

ISSN 2083-5701
e-ISSN 2545-2568
vol. 18/2023

MEDIA **I SPOŁECZEŃSTWO**

MEDIOZNAWSTWO • KOMUNIKOLOGIA • SEMIOLOGIA • SOCJOLOGIA MEDIÓW • MEDIA A PEDAGOGIKA

ISSN 2083-5701
e-ISSN 2545-2568
vol. 18/2023

Rada Naukowa

Prof. dr hab. Zofia Kowalik-Kaleta (honorowa przewodnicząca)

Prof. dr hab. Maciej Kawka – Uniwersytet Jagielloński, Kraków (przewodniczący)

prof. dr hab. Kalina Bahneva – Uniwersytet Sofijski im. św. Klemensa z Ochrydy, Sofia (Bułgaria)

doc. Ph Dr Irena Bogoczová – Uniwersytet Ostrawski (Czechy)

dr Sc Dunja Brozović Roncević – Uniwersytet Języka Chorwackiego i Lingwistyki, Zagrzeb (Chorwacja)

prof. dr hab. Bogusław Dunaj – Uniwersytet Jagielloński, Kraków (Polska)

dr hab. Mirosław Dzień, prof. ATH – Akademia Techniczno-Humanistyczna, Bielsko-Biała (Polska)

prof. dr hab. Iwona Hofman – Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin (Polska)

prof. Edward M. Horowitz, PhD – Cleveland State University (USA)

prof. Larysa Klymanska – Uniwersytet Narodowy Politechnika Lwowska (Ukraina)

dr hab. Agnieszka Łukasik-Turecka, prof. KUL – Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II (Polska)

ks. prof. dr hab. Janusz Mariański – Wyższa Szkoła Nauk Społecznych z siedzibą w Lublinie (Polska)

prof. dr hab. Tomasz Mielczarek – Uniwersytet Jana Kochanowskiego, Kielce (Polska)

prof. dr Vesna Mikolič – Uniwersytet Przymorza, Koper (Słowenia)

prof. dr hab. Agnieszka Ogonowska – Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków (Polska)

prof. dr hab. Kazimierz Ożóg – Uniwersytet Rzeszowski (Polska)

prof. dr hab. Mariusz Rutkowski – Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn (Polska)

prof. Lyudmila H. Sokuryanska – Charkowski Uniwersytet Narodowy im. Wasyla Karazina, Charków (Ukraina)

prof. dr Ljiljana Šarić – Uniwersytet w Oslo (Norwegia)

prof. dr hab. Ewa Szczęśna – Uniwersytet Warszawski (Polska)

dr hab. Magdalena Szpunar, prof. UŚ – Uniwersytet Śląski, Katowice (Polska)

prof. Yevhenia Tikhomirova – Wschodnioeuropejski Uniwersytet im. Łesi Ukrainki, Łuck (Ukraina)

prof. Yaryna Turchyn – Uniwersytet Narodowy Politechnika Lwowska (Ukraina)

prof. dr Snežana Venovska-Antevska – Uniwersytet Świętych Cyryla i Metodego, Skopje (Macedonia)

prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński – Uniwersytet Warszawski (Polska)

Komitet Redakcyjny

dr hab. Marek Bernacki, prof. ATH (ATH) – red. naczelny, **dr Patrycja Bałdys (AMW), dr Katarzyna Piątek (ATH)** – zastępcy red. naczelnego

dr Beata Bury – redaktor językowy /język angielski/, dr Ewelina Gajewska (ATH) – redaktor językowy /język polski/, adiustacja, język reklamy,

mgr Magdalena Kowalska – redaktor językowy /język angielski/, dr Elwira Lewandowska (ATH) – redaktor językowy /język angielski/, mgr inż.

Robert Paprotny (ATH) – redaktor statystyczny

mgr Paweł Dzierża (Esports Association) – socjologia nowych mediów, dr Anna Foltyniak-Pękala (ATH) – media międzynarodowe, regionalne i lokalne, dr Barbara Loranc-Paszyk (ATH) – językoznawstwo i media międzynarodowe, dr Tomasz Markiewka (ATH) – literaturoznawstwo i media międzynarodowe, dr hab. Monika Miczka-Pajestka, prof. ATH (ATH) – media a pedagogika, dr Robert Pysz (ATH) – media w edukacji, dr hab. Jolanta Szarlej, prof. ATH (ATH) – semiologia, komunikowanie społeczne, dr Justyna Wojciechowska (ATH) – językoznawstwo, dr Joanna Wróblewska-Jachna (ATH) – społeczeństwo informacyjne, dr Paulina Żmijowska (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) – media społecznościowe

Redakcja tomu

Patrycja Bałdys, Katarzyna Piątek

Adres Redakcji

Katedra Nauk Ekonomicznych i Społecznych ul. Willowa 2, 43-309 Bielsko-Biała

e-mail: mis@ath.bielsko.pl, kneis@ath.bielsko.pl

www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl

tel. +48 (33) 827-93-39

Copyright © by Akademia Techniczno-Humanistyczna, Bielsko-Biała 2023

Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe



ISSN 2083-5701 (wersja papierowa)

ISSN 2545-2568 (wersja online)

GICID 71.0000.1500.1589

DOI 10.53052/mis

Redaktor naczelny Wydawnictwa Naukowego ATH

dr hab. inż. Krzysztof Brzozowski, prof. ATH

Sekretarz Wydawnictwa Naukowego ATH

mgr Grzegorz Zamorowski

Wydawnictwo Naukowe

Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej,

ul. Willowa 2, 43-309 Bielsko-Biała

tel. /fax +48 (33) 827-92-68, e-mail: wydawnictwa@ath.bielsko.pl

Publikacja współfinansowana ze środków Ministerstwa Edukacji i Nauki
w ramach programu "Rozwój czasopism naukowych"

Spis treści

<i>Patrycja Bałdys</i> <i>Katarzyna Piątek</i> Wstęp	9
--	---

Studia i rozprawy

Obraz wojny w mediach, literaturze i sztuce

<i>Anna Foltyniak-Pękala</i> Wojna i jej świadkowie. O doświadczeniu wojny i Holokaustu w kulturze popularnej na przykładzie twórczości Wilhelma Sasnala	21
---	----

<i>Dominika Chmielewska</i> Nie tylko żołnierze i karabiny. Dezinformacja jako istotny element wojny w Ukrainie na przykładzie fake newsów i prorosyjskich narracji rozpowszechnianych w polskich mediach	34
--	----

<i>Nataliya Hado</i> Koncepcja rasyzmu we współczesnym znaczeniu z uwzględnieniem przesłanek historycznych	54
---	----

<i>Paulina Czernek-Pasierbek</i> Kobiece refleksja o wojnie w lirykach współczesnych poetek ukraińskich. Perspektywa feministyczna	63
---	----

Media społecznościowe i komunikacja medialna a społeczeństwo

<i>Jarosław Wiśnicki</i> Operacje wpływu społecznego w aspekcie zmian kulturowych w kontekście rosyjskich operacji psychologiczno-informacyjnych	75
---	----

<i>Emilia Mielus</i> Rola mediów społecznościowych w dyplomacji publicznej	90
---	----

<i>Joanna Wróblewska-Jachna</i> <i>Rafał Paprocki</i> Ekosystem komunikacji publicznej i prywatnej a lęk empiryczny i społeczny wobec pandemii COVID-19	106
---	-----

<i>Beata Bury</i> <i>Magdalena Kowalska</i> COVID-19 Meme a Day Keeps a Virus Away: Multimodal Analysis of Humor-Induced Corona Memes in Poland	125
--	-----

<i>Paulina Żmijowska</i> Komunikacja marek w czasach niepewności. Wpływ pandemii na zmiany zachowań zakupowych w sieci i trendy rynku e-commerce. Wybrane aspekty	138
---	-----

<i>Agata Marcinkowska</i> <i>Adam Tomaszewski</i> Protection of Minors from Accessing Inappropriate Content on the Internet: A Comparison of the Solutions Provided in Draft Law Number UD451 and those Adopted in Other Selected Countries	150
---	-----

<i>Michał Jas</i> Internet i prostytucja. Przypadek portalu erotycznego Roksa.pl	163
---	-----

Analizy. Szkice. Artykuły recenzyjne. Raporty

<i>Beata Czuba</i> „Ja bym to badał”. Afirmacja społeczności LGBT na przykładzie wybranych artykułów tygodnika „Polityka”	181
---	-----

<i>Urszula Wójcik</i> Artykuł publicystyczny jako utwór pracowniczy na gruncie najnowszego orzecznictwa sądowego	193
--	-----

Tryb recenzowania publikacji w czasopiśmie naukowym „Media i Społeczeństwo”, kryteria zakwalifikowania artykułu do druku, tzw. zapora ghostwriting i guest authorship.	204
Zasady przygotowania tekstów do druku	208
Lista recenzentów	213
Deklaracja o wersji pierwotnej (referencyjnej) czasopisma „Media i Społeczeństwo”	214

Contents

<i>Patrycja Bałdys</i> <i>Katarzyna Piątek</i> Introduction	9
---	---

Studies and Papers

The Image of War in the Media, Literature and Art

<i>Anna Foltyniak-Pękała</i> War and its Witnesses. About the Experience of War and the Holocaust in Popular Culture on the Example of Sasnal's Work	21
---	----

<i>Dominika Chmielewska</i> Not Only Soldiers and Guns. Disinformation on the War in Ukraine on the Example of Fake News and Pro-Russian Narratives Disseminated in Polish Media	34
---	----

<i>Nataliya Hado</i> The Concept of Raszyzm in the Modern Sense with Consideration of Historical Records	54
---	----

<i>Paulina Czernek-Pasierbek</i> Women's Reflection on the Ongoing War in the Poems of Contemporary Ukrainian Female Poets. Feminist Reading	63
---	----

Social Media and Media Communication Versus Society

<i>Jarosław Wiśnicki</i> Social Impact Operations in Terms of Cultural Change	75
--	----

<i>Emilia Mielus</i> The Role of Social Media in Public Diplomacy	90
--	----

<i>Joanna Wróblewska-Jachna</i> <i>Rafał Paprocki</i> The Public and Private Communication Ecosystem and Empirical and Social Anxiety Towards the COVID-19 Pandemic	106
---	-----

<i>Beata Bury</i>	
<i>Magdalena Kowalska</i>	
COVID-19 Meme a Day Keeps a Virus Away: Multimodal Analysis of Humor-Induced Corona Memes in Poland	125

<i>Paulina Żmijowska</i>	
Brand Communication in Times of Uncertainty. The Impact of the Pandemic on Online Purchasing Behavior and e-commerce Market Trends. Selected Aspects	138

<i>Agata Marcinkowska</i>	
<i>Adam Tomaszewski</i>	
Protection of Minors from Accessing Inappropriate Content on the Internet: A Comparison of the Solutions provided in Draft Law Number UD451 and those Adopted in Other Selected Countries	150

<i>Michał Jas</i>	
Internet and Prostitution. The Case of the Erotic Portal Roksa.pl	163

Analyses. Skeches. Rewiews Articles. Reports

<i>Beata Czuba</i>	
„I WOULD INVESTIGATE IT”. Affirmation of the LGBT Community on the Example of Selected Articles in Polityka Magazine	181

<i>Urszula Wójcik</i>	
A Journalistic Article as a Employee’s Work in the Light of Recent Judicial Decisions.	193

Reviewing Terms and Conditions	204
Style Sheet	208
List of Reviewers	213
Declaration of the Primary (i.e. Referential) Version of the Academic Journal „Media and Society”	214

Patrycja Baldys

Akademia Marynarki Wojennej w Gdyni

ORCID ID: 0000-0001-8446-8521

e-mail: p.baldys@amw.gdynia.pl, pbaldys@wp.pl

Katarzyna Piątek

Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

ORCID ID: 0000-0002-0605-1939

e-mail: kpiatek@ath.bielsko.pl

Wstęp

Żyjemy w świecie zdominowanym przez technnologie. Wykorzystujemy je chętnie we wszystkich sferach naszego życia, zapominając często, jak wyglądał świat bez nich. Jak bardzo przeniknęły naszą rzeczywistość, pokazują najlepiej dwa najistotniejsze wydarzenia z ostatnich trzech lat: pandemia wirusa COVID-19 i tocząca się za naszą wschodnią granicą wojna w Ukrainie. Pandemia COVID-19 w znaczącym stopniu przyczyniła się do rozwoju technologii, przede wszystkim zaś do przeniesienia większości naszej działalności do świata online. O tym, jak wielkie to były zmiany, świadczy chociażby rozwój telemedycyny. Technologie telemedyczne okazywały się wyjątkowo przydatne w sytuacjach, gdy dostęp do pacjenta był utrudniony lub trzeba było go nadzorować zdalnie. Nowoczesne systemy wyposażone w kamery o wysokiej rozdzielczości, narzędzia wizualizacji danych i raportowania pozwalały na monitorowanie stanu pacjentów, jego zmianę, a przede wszystkim przyspieszały decyzje dotyczące kolejnych kroków w leczeniu. Taki system ułatwia również monitoring pacjentów w domach¹. Rozwiązania wykorzystywane w czasie pandemii będą wykorzystywane nadal, co więcej, z całą pewnością będą doskonałe. Niewątpliwie największą rewelacją technologiczną tego okresu były szczepionki stworzone z użyciem technologii mRNA, w których jako matrycę do produkcji białek wirusowych wykorzystuje się kwas rybonukleinowy².

¹ Por. min. *Nowe technologie w czasach pandemii. Rozmowa z Michałem Kępowiczem, dyrektorem ds. relacji strategicznych Philips*, <https://www.termedia.pl/Journal/-147/pdf-41724-10?filename=Nowe%20technologie.pdf> (1.05.2023).

² *Szczepienia przeciw COVID-19. Innowacyjne technologie i efektywność*, https://nil.org.pl/uploaded_files/art_1608566989_nauka-przeciw-pandemii-biala-ksiega-2020-12-21.pdf (1.05.2023).

Z kolei podczas wojny w Ukrainie wykorzystane są innowacje technologiczne, związane ze strukturą sił zbrojnych i w zakresie taktycznym, strategicznym i operacyjnym. Współczesna wojna to:

„powszechne stosowanie dronów, sztucznej inteligencji (AI), cywilnych aplikacji na smartfony, używanie mediów społecznościowych a także oczywiście – nowoczesnych satelitów. To tylko kilka z wielu innowacyjnych narzędzi wykorzystywanych do prowadzenia wojny elektronicznej w połączeniu z bardziej konwencjonalnymi metodami, jak na przykład artyleria czy czołgi – także jednak naszpikowane najnowszą elektroniką”³.

Można zakładać, że nie przestaniemy używać nowych technologii, że będą się one nadal rozwijały i wchodziły w owe obszary naszego życia. Powodowane przez nie zmiany nie będą się sprowadzały wyłącznie do uproszczenia naszych działań w konkretnych sferach lub ich przyspieszenia. Nowe technologie będą prowadzić do zmian w strukturze społecznej, w naszych miastach, pracy, edukacji i sposobie myślenia. Co więcej, można zakładać, że w coraz większym stopniu będziemy uzależnieni od nowych technologii. Dobrym przykładem jest tutaj chociażby to, że już dzisiaj ciężko nam sobie wyobrazić świat bez smartfonów, smartwatchy, a przede wszystkim bez możliwości, jakie daje nam Internet. Mauro F. Guillén zauważa, że do 2030 r. czekają nas za sprawą technologii istotne zmiany w społeczeństwach. Jego zdaniem:

„zapoczątkują [one - przyp. red.] nową rzeczywistość, odznaczającą się tym, że w fabrykach, biurach, szpitalach, szkołach, domach, pojazdach i wszelkiego rodzaju infrastrukturach będą miliardy komputerów, czujników i zrobotyzowanych ramion. Po raz pierwszy będzie więcej komputerów niż ludzkich mózgow, więcej czujników niż oczu i więcej zrobotyzowanych ramion niż ludzi zatrudnionych w przemyśle wytwórczym”⁴.

Rewolucję, jaką przeżyjemy, Guillén porównuje z tą, która miała miejsce w kambrze. Wtedy na lądzie pojawiły się rozmaite biologiczne gatunki zwierząt i pojawiły się ekosystemy morskie. Jak stwierdza, porównanie to jest tylko trochę przesadzone. Technologie, które wkraczają do naszego świata, stanowią jego zdaniem obietnicę rozwiązania problemów, których do tej pory w żaden sposób nie potrafiliśmy rozwiązać. Wśród nich wskazuje ubóstwo, nieuleczalne do tej pory choroby czy chociażby kwestie związane z postępującymi zmianami klimatycznymi. Problem w tym, że każda zmiana technologii wywoływała wśród ludzi przypytyw wiary w to, że powyższe problemy uda się za ich pomocą rozwiązać. Tymczasem, jak pisze Guillén, nowe technologie przynoszą co prawda pewne rozwiązania, ale generują nowe, często do tej pory nie znane problemy⁵.

Dyskusja dotycząca roli technologii w społeczeństwie nie jest niczym nowym. W 1992 r. Neil Postman wydał jedną z ważniejszych swoich książek zatytułowaną *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*. Swoje rozważania nad techniką

³ *Nowe technologie na wojnie*, <https://think-tank.pl/nowe-technologie-na-wojnie/> (1.05.2023).

⁴ M.F. Guillén, 2030. *Jak ścieranie się najwyraźniejszych dzisiejszych trendów przekształci przyszłość wszystkiego*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2021, s. 213.

⁵ *Ibidem*, s. 213-214.

rozpoczyna od przedstawionej przez Platona w *Fajdrosie* historii króla Tamuza, który „gościł boga Teuta, wynalazcę wielu rzeczy, między innymi liczb, rachunków, geometrii, astronomii i pisma. Teut prezentował swoje wynalazki królowi Tamuzowi, twierdząc, że wszyscy Egipcjanie powinni je poznać i nauczyć się z nich korzystać”⁶. Król, słuchając Tamuza, za każdym razem wypytywał o to, jakie korzyści przynoszą wynalazki, jak można ich używać. Wydawał również swoją opinię na ich temat. Najwięcej kontrowersji wzbudziło pismo. Teut, zachwalając możliwości, jakie da Egipcjanom umiejętność pisania, wskazywał na mądrość i pamięć. Jednakże zdaniem króla litery wcale nie przyczynią się, że ludzie będą lepiej o wszystkim pamiętali. Jego zdaniem ten wynalazek to wynalazek niepamięci. Ludzie, wierząc w możliwości pisma, nie będą ćwiczyć pamięci. Według Tamuza pismo nie miało korzyści dla jego poddanych. Było tylko ciężarem. Tymczasem, jak pisał Postman, sprawa jest bardziej skomplikowana, bo: „Każda technologia jest zarazem ciężarem i błogosławieństwem; nie albo-albo, lecz tym i tym jednocześnie”⁷.

Wątek technologii i ich wpływu na społeczeństwo pojawia się również u Richarda Sennetta, który w *Prologu do Etyki dobrej roboty* pisze:

„W roku 1962, tuż po kryzysie kubańskim, podczas którego omal nie doszło do wojny atomowej, wpadłem na ulicy na jedną z moich nauczycielek, Hannah Arendt. Kryzys nuklearny był dla niej – podobnie jak dla nas wszystkich – wielkim wstrząsem; co więcej potwierdziło się wówczas jej przeświadczenie, któremu dała wyraz we wcześniejszej o parę lat książce *Kondycja ludzka*. Pisała tam, że ludzie techniki – i w ogóle wszyscy wytwórcy przedmiotów materialnych – nie panują nad swym stworzeniem. Dlatego właśnie niezbędna jest polityka i publiczny namysł nad technologią. Arendt nabrała tej wiary, gdy w Los Alamos powstała pierwsza bomba atomowa. (...) ludzie, którzy wytwarzają rzeczy, zazwyczaj nie rozumieją, co robią”⁸.

Lęk Arendt i wielu innych naukowców, jak uważa Sennett, jest zakorzeniony w kulturze Zachodu. Początków można szukać chociażby w micie o Pandorze. Pandora to uosobienie efektu ludzkiej pracy, który zagraża sam sobie. To ryzyko wynika z naszej ludzkiej natury. Przecież „wszyscy dajemy się uwieść temu, co ciekawe, intrygujące, ekscytujące – dlatego właśnie wmawiamy sobie, że otwarcie beczki Pandory to akt zupełnie neutralny”⁹. Podobnie jest z technologiami. Ekscytujemy się ich możliwościami, zapominając często o tym, żeby pomyśleć o kosztach ich wprowadzenia i negatywnych skutkach. Dla Hannah Arendt i jej pokolenia lęk przed autodestrukcją był czymś oczywistym, zwłaszcza gdy weźmie się pod uwagę liczby, co najmniej „siedemdziesiąt milionów ludzi padło ofiarami wojen, zginęło w obozach koncentracyjnych i gułagach w pierwszej połowie XX stulecia”. Zdaniem Arendt był to efekt sojuszu technokratycznej ślepoty i biurokratycznej potęgi – a ściślej biurokratów pragnących po prostu wykonywać swoją robotę, których uosobieniem był Adolf Eichmann odpowiedzialny za organizację systemu obozów koncentracyjnych.

⁶ N. Postman *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, PIW, Warszawa 1995, s. 11.

⁷ *Ibidem*, s. 16.

⁸ R. Sennett, *Etyka dobrej roboty*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A., Warszawa 2010, s. 7.

⁹ *Ibidem*, s. 8.

To właśnie on zainspirował ją do stworzenia terminu „banalność zła”¹⁰. Technologie używane bez odpowiedniego namysłu mogą stanowić dla ludzi realne zagrożenie. Sennett przywołuje wypowiedzi Martina Reesa, który twierdził, że rewolucja w mikroelektronice stwarza warunki, w których możemy nie zapanować nad wytworem naszej własnej pracy, jakimi są roboty. Oczywiście, to nie musi być scenariusz, który się zrealizuje, ale jak pisze Sennett, egzotyczny nieco świat samoreplikujących się robotów można przełożyć na problemy znacznie nam bliższe takie jak chociażby modyfikacja genetyczna roślin i zwierząt¹¹. Czy jednak powinniśmy w obawie przed konsekwencjami naszych wynalazków całkowicie o nich zapomnieć?

Rozwój technologii we współczesnych społeczeństwach staje się dobrym punktem wyjścia do dyskusji nad ich rolą i tym, czy nie powinny one podlegać kontroli i stawać się przedmiotem szerszej dyskusji publicznej. Świetnym przykładem jest dynamiczny rozwój sztucznej inteligencji w ostatnich latach. Cytowany wcześniej Guillén wspomina, że jeszcze w latach 90. XX w. sztuczna inteligencja wydawała się czymś odległym i niemającym specjalnego zastosowania. *The Economist* „pisał o «sztucznej głupocie», mówiąc, że nie ma praktycznego powodu, aby tworzyć inteligencje maszynowe nieodróżnialne od ludzkich”, ponieważ «ludzi jest pod dostatkiem»¹². Obecnie zastosowań sztucznej inteligencji jest coraz więcej. Kilka lat po ukazaniu się artykułu w *The Economist* mistrz szachowy Garry Kasparow, który twierdził, że sztuczna inteligencja nigdy nie pokona człowieka, musiał uznać przewagę komputera IBM Deep Blue. Kasparow popełnił błąd w obronie. Poddając się, krzyknął „*Foul play!* [...] Oszustwo? Ale kto miałby być oszustem? Komputer? Nie. Do dziś Garri Kasparow, [...] uważa, że walczył nie z maszyną, ale z innym człowiekiem kontrolującym komputer. Dowód? Według Rosjanina gra maszyny była «zbyt ludzka»¹³. Rok po przegranej Kasparowa specjalizująca się w zabawkach i grach amerykańska firma Tiger Electronics stworzyła robota rozpoznającego głos. Wraz z pojawieniem się tego typu rozwiązań nastąpił przełom robotyczny. Urządzenia, takie jak komputery czy roboty nie były już

„tylko maszynami do przeprowadzania obliczeń i operacji logicznych, a zaczęły coraz lepiej symulować uczucia i same stawać się obiektem uczuć ludzi. Kontakt z takimi robotami pozwala zaspokoić potrzebę przynależności i miłości, która obejmuje pragnienie obdarzania kogoś uczuciami i gotowość do przyjmowania uczuć (nawet jeśli są one tylko symulowane)”¹⁴.

W ten nowy świat wchodzimy już we wczesnym dzieciństwie za sprawą zabawek, takich jak Furby, My Real Baby, chomik Zhu Zhu, czy najstarsza z nich, czyli tamagotchi. Sherry Turkle pisze:

„Dzieci, które bawią się Furby czy My Real Baby, w trakcie poznawania swoich zabawek zaczynają myśleć o nich jak o stworzeniach żywych lub «w pewnym sensie żywych»; dorośli uczestniczący

¹⁰ *Ibidem*, s. 9.

¹¹ *Ibidem*, s. 9.

¹² M.F. Guillén, 2030..., *op. cit.*, s. 215.

¹³ 1997: *Deep Blue zwycięża Kasparowa*, <https://www.sztucznainteligencja.org.pl/portfolio/1997-deep-blue-zwyciezca-kasparowa/> (1.05.2023).

¹⁴ M. Juza, *Istota społeczna w świecie komputerów i robotów*, [w:] *Technologiczno-społeczne oblicza XXI wieku*, red. D. Gałuszka, G. Ptaszek, D. Żuchowska-Skiba, Wydawnictwo LIBRON – Filip Lohner, Kraków 2016, s. 97.

w zajęciach z terapeutycznym robotem Paro głowią się nad tym, jak scharakteryzować ową istotę, przybierającą postać małej foczki⁷. Rozpoczynają swe dociekania od pytań: «Czy ona pływa?», «Czy ona je?», kończąc na takich: «Czy ona jest żywa?» i «Czy ona potrafi kochać?»¹⁵.

W 2000 r. Honda przedstawia humanoidalnego robota ASIMO, który miał pełnić funkcję asystenta osobistego. W 2003 r. towarzyszył premierowi Japonii Jun'ichirō Koizumi podczas oficjalnej wizyty w Czechach. Witając się z premierem Czech, ASIMO po czesku powiedział: „Przybyłem do Czech, gdzie narodziło się słowo robot¹⁶, wraz z premierem Koizumi jako japoński wystannik dobrej woli”¹⁷. Honda wypożycza robota przedsiębiorstwom, które chętnie wykorzystują go m.in. jako asystenta witającego gości. Kolejnym krokiem w rozwoju sztucznej inteligencji było pojawienie się wirtualnej asystentki Siri w smartfonach firmy Apple. Siri jako narzędzie potrafiące logicznie odpowiadać na zadawane jej pytania stała się bohaterką nominowanego do Oscara filmu Spike'a Jonze'a z 2013 r. pt. *Ona*. Główne role zagrali w nim Joaquin Phoenix i Scarlett Johansson. Film opowiada historię Theodora Twombly, który po zakończeniu długiego związku zakochuje się w systemie operacyjnym Samantha przypominającym do złudzenia Applowską Siri. Podobną historię wykorzystali twórcy popularnego serialu *Teoria Wielkiego Podrywu (The Big Bang Theory)*. W odcinku 14 piątej serii Rajesh Koothrappali kupuje nowego Iphona 4S i zakochuje się w Siri. Podobnie jak w przypadku swoich poprzednich związków z kobietami ponosi porażkę, tym razem w swoim śnie. Wybiera się do biura, w którym pracuje Siri, ale nie jest w stanie z nią porozmawiać z uwagi na męczący go mutyzm wybiórczy¹⁸. Siri pojawia się również w innych odcinkach serialu.

Jak pisze Mauro Guillén, ze sztuczną inteligencją obecnie spotykamy się na każdym kroku, począwszy od personalizowanych reklam w mediach społecznościowych, kończąc na zdecydowanie poważniejszych zastosowaniach. Jako przykład podaje Chiny, w których

„państwowy aparat bezpieczeństwa używa technologii rozpoznawania twarzy wykorzystującej AI do monitorowania ludzi w małych wioskach podczas ich codziennych zajęć. Celem tego programu, zwanego jako Bystre Oczy, jest obliczenie wyniku dla każdego obywatela na podstawie faktycznego zachowania. Niepokojąco przypomina to Wielkiego Brata z *Roku 1984* George'a Orwella”¹⁹.

Wykorzystanie sztucznej inteligencji w naszych społeczeństwach istotnie zwiastuje wielką rewolucję. Jej przedsmak mieliśmy możliwość oglądać ostatnio przy okazji udostępnienia przez firmę OpenAI narzędzia opartego na systemie sztucznej inteligencji o nazwie ChatGPT. ChatGPT umożliwia tworzenie tekstów na zadany temat, przygotowanie tłumaczeń, analizę języka naturalnego i wszystkich zadań związanych z jego przetwarzaniem. Pojawienie się narzędzia wywołało ożywioną dyskusję na całym świecie. Z jednej strony, doceniano jego szybkość, dostarczane

¹⁵ S. Turkle, *Nadejście kultury robotycznej: nowy rodzaj związków*, [w:] „Sztuka i Filozofia” nr 41 z 2012, s. 109.

¹⁶ Autorem słowa jest czeski pisarz Karel Čapek, który użył go w dramacie *R.U.R (Rossumovi Univerzální Roboti)* wydanej w 1920 r. ASIMO podczas swojej wizyty w Czechach złożył wiązanek kwiatów pod pomnikiem pisarza.

¹⁷ *Robot attends Czech state dinner*, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/3170061.stm> (1.05.2023).

¹⁸ *The Big Bang Theory - Raj dates Siri*, <https://www.youtube.com/watch?v=vti6yzyuy1l> (1.05.2023).

¹⁹ M.F. Guillén, *2030...*, op. cit., s. 216.

przez nie odpowiedzi czy tworzone opracowania. Z drugiej, zaczęły pojawiać się opinie, mówiące o tym, że nie do końca znamy system i jego skutki. Elon Musk wraz z innymi dyrektorami branży technologicznej (wśród nich znaleźli się między innymi współzałożyciel Apple'a Steve Wozniak, Yoshua Bengio – zdobywca Nagrody Turinga, Jaan Tallinn – współzałożyciel Skype'a, Marco Venuti – dyrektor Grupy Thales itp.) zwrócili się w liście otwartym z prośbą o przerwę w pracach nad potężniejszymi systemami sztucznej inteligencji niż ChatGPT. Zdaniem sygnatariuszy listu systemy sztucznej inteligencji mogą stanowić poważne zagrożenie dla społeczeństw i ludzkości. Z całą pewnością wprowadzi ona głębokie zmiany w historii życia na Ziemi, a co za tym idzie, powinna być planowana i zarządzana z odpowiednią troską. Autorzy listu zauważają, że wyścig trwający obecnie pomiędzy laboratoriami prowadzącymi zaawansowane badania nad AI takiej gwarancji nie daje. Wdrażający coraz potężniejsze rozwiązania w zakresie sztucznej inteligencji nie zawsze rozumieją swoje wynalazki, są w stanie przewidywać ich skutki i kontrolować je²⁰. Oczywiście list Muska można potraktować jako hipokryzję, tym niemniej odbijają się w nim lęki podobne do tych wyrażanych wiele lat temu przez Hannah Arendt. Czy świat posłucha Muska? Wątpliwe. Badania będą trwały, sztuczna inteligencja będzie przez nas wykorzystywana w różnych rozwiązaniach. Ważne, żebyśmy rozumieli nasze wynalazki i potrafili je kontrolować. Jak pisze Richard Sennett: „Zawartość beczki Pandory nie musi budzić w nas przerażenia; możemy zhumanizować materialną stronę naszego życia, jeśli tylko lepiej zrozumiemy proces wytwarzania rzeczy”²¹. Kwestie te będą jeszcze przedmiotem dyskusji na łamach pisma.

W skład 18. numeru czasopisma wchodzi artykuły zamieszczone w trzech częściach. Pierwsza z nich poświęcona została wojnie w różnych ujęciach. Otwiera ją artykuł **Anny Foltyniak-Pękałi** pt. *Wojna i jej świadkowie. O doświadczeniach wojny i Zagłady w kulturze popularnej na przykładzie Wilhelma Sasnala*. Autorka analizuje twórczość artysty z perspektywy obecnego w niej wątku wojny i Zagłady. Istotne dla tego ujęcia stają się pojęcia świadka i postpamięci. Autorka stawia pytanie o to, na ile obecna sytuacja polityczna i wybuch wojny w Ukrainie aktualizuje obecne w polskiej pamięci wątki i postawy.

Dominika Chmielewska w artykule zatytułowanym *Nie tylko żołnierze i karabiny. Dezinformacja jako istotny element wojny w Ukrainie* dokonuje analizy wybranych fake newsów związanych z rosyjską inwazją na Ukrainę, które są rozprzestrzeniane w polskich mediach społecznościowych. Jednym z istotniejszych pytań są te dotyczące przyczyn powstawania fake newsów oraz zachowań i reakcji internautów. Autorka zastanawia się również nad tym, czemu współczesne społeczeństwa nie starają się

²⁰ *Pause Giant AI Experiments: An Open Letter*, <https://futureoflife.org/open-letter/pause-giant-ai-experiments/> (1.05.2023).

²¹ R. Sennett, „Etyka...”, *op. cit.*, s. 17.

weryfikować informacji i chronić swoich obywateli przed manipulacją. W artykule pojawiają się też porównania fake newsów dotyczących wojny w Ukrainie z tymi z okresu pandemii COVID-19.

W kolejnym artykule **Nataliya Hado** przedstawia koncepcję „rasyzmu”, jego podstawy historyczne i współczesne znaczenia. Rasyzm lub inaczej rosyjski faszyzm są nowymi terminami utworzonymi na potrzeby ideologii i praktyki społecznej rządu rosyjskiego końca XX i początku XXI w. Opiera się on na idei „specjalnej misji cywilizacyjnej” Rosjan, „starszości ludu braterskiego”, nietolerancji dla elementów kultury innych narodów; totalitaryzmie i imperializmie w stylu sowieckim. Autorka zwraca uwagę na to, że wykorzystuje ona również rosyjskie prawosławie jako doktrynę moralną. Istotną rolę odgrywają też geopolityczne instrumenty wpływu.

Tę część tomu kończy artykuł **Pauliny Czernek-Pasierbek**, która przedstawia najistotniejsze założenia badawcze krytyki feministycznej oraz wyjaśnia zagadnienie herstorii. Omawia także liryki współczesnych poetek ukraińskich (Musakowskiej, Petrosaniak i Fereszczuk), które stanowią pierwszą artystyczną refleksję na temat doświadczenia wojennego. Zdaniem Autorki wiersze pozwalają nie tylko na konfrontację z dramatycznym doświadczeniem toczącej się w Ukrainie wojny, ale także na zrozumienie tego, jak jest ona postrzegana przez kobiety, a jej przeżywanie formułowane za pomocą sztuki.

Część druga tomu poświęcona jest zagadnieniom wpływu mediów społecznościowych i komunikacji w mediach na społeczeństwo. W pierwszym artykule w tej części **Jarostaw Wiśnicki** podejmuje próbę zidentyfikowania mechanizmów operacji wpływu społecznego skupiającego się na przebudowie wzorców kulturowych. Autor analizuje procesy kreowania i rozprzestrzeniania się zagrożeń informacyjnych i psychologicznych w aspekcie kulturowym. Podkreśla, że są one w coraz większym stopniu podyktowane przez procesy globalizacji ułatwiające rozpowszechnianie informacji. To wykorzystywane jest w znacznym stopniu przez Federację Rosyjską w ramach prowadzonych przez nią operacji wpływu społecznego.

Emilia Mielus w artykule pt. *Rola mediów społecznościowych w dyplomacji publicznej* przedstawia, jaką rolę pełni współcześnie świat cyfrowy i media społecznościowe w prowadzonej przez państwa polityce zagranicznej. Analizie poddane zostały oficjalne dokumenty udostępniane na stronie Ministerstwa Spraw Zagranicznych. Autorka przedstawia możliwości, jakie dało pojawienie się nowych narzędzi dyplomacji publicznej oraz jak rozwój technologii, w głównej mierze związanych z Internetem, wpłynął na wizerunek państw. W szczególności istotna wydaje się rola i wpływ mediów społecznościowych na dyplomację publiczną. Autorka pokazuje, jak rozumienie mediów społecznościowych i ich działania wpływają na pozycję państw na arenie międzynarodowej. Jak twierdzi, w dzisiejszych czasach social media są odpowiedzią na potrzeby obywateli związanymi z dostępem do wiedzy i informacji. Tym samym transformacja podmiotów administracji rządowej wydaje się być nieunikniona, także w prowadzeniu polityki zagranicznej.

Joanna Wróblewska-Jachna i Rafał Paprocki w tekście zatytułowanym *Ekosystem komunikacji publicznej i prywatnej a lęk empiryczny i społeczny wobec pandemii COVID-19* przedstawiają wyniki badania przeprowadzonego wśród studentów Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej oraz Małopolskiej Uczelni Państwowej im. W. Pileckiego w Oświęcimiu. W badaniu wykorzystano modelowanie behawioralne przez ekosystem komunikacji publicznej. Wprowadzono nowy model pomiaru postawy opierający się na teorii dwusystemowej D. Kahnemana i teorii mózgu społecznego R. Dunbara. Model ten posłużył do ustalenia empirycznego poziomu lęku względem wirusa Sars-CoV-2. Skalę i parametry bazowe dla badanego zjawiska ustalono na podstawie oficjalnych danych statystycznych na temat śmiertelności COVID-19 w Polsce.

Tematyka pandemii pojawia się również w następnym artykule autorstwa **Beaty Bury i Magdaleny Kowalskiej**. Autorki zwracają uwagę, że rozpowszechnianiu się na świecie COVID-19 towarzyszyły memy związane z tym wirusem. Jedną z ich funkcji było wnoszenie dawki humoru i ironi w czasie pandemii, co więcej, przyczyniały się one do poprawy stanu emocjonalnego społeczeństwa i wpływały na zmniejszenie poziomu stresu. W artykule przedstawione zostały wyniki badań, którymi objęto 90 memów internetowych na temat COVID-19 opublikowanych na dwóch stronach internetowych: kwejk.pl i paczaizm.pl. Analiza koncentruje się na multimodalnych, wzajemnych oddziaływaniach tekstu i obrazu w memach poświęconych koronawirusowi oraz na wieloaspektowych interakcjach różnych elementów, które generują dowcipne znaczenia i dzięki którym powstaje semantyczna całość.

Część druga tomu kończy artykuł **Pauliny Żmijowskiej** zatytułowany *Komunikacja marek w czasach niepewności. Wpływ pandemii na zmiany zachowań zakupowych w sieci i trendy rynku e-commerce. Wybrane aspekty*. Zdaniem Autorki kryzysy, takie jak pandemia czy wojna wymuszają zmiany w postawach jednostek, które umożliwiają im sprawne funkcjonowanie w nowych warunkach obciążonych niepewnością. Wpływają one również na zachowania klientów na rynku. Przede wszystkim przyczyniają się do częstszego korzystania z tego, co oferuje e-commerce. W artykule zaprezentowano aktualne raporty i wyniki badań pokazujących zmiany zachodzące na rynku e-commerce i w zachowaniach zakupowych w sieci w czasach niepewności.

Część trzecią tomu otwiera artykuł **Agaty Marcinkowskiej i Adama Tomaszewskiego** pt. *Protection of minors against access to inappropriate content on the Internet: a comparison of the solutions provided by draft law number UD451 and those adapted in other selected countries*. Autorzy podejmują analizę zagadnienia ochrony małoletnich przed dostępem do treści nieodpowiednich w internecie, ze szczególnym uwzględnieniem rozwiązań zaproponowanych przez polskie Ministerstwo Cyfryzacji w projekcie ustawy o numerze UD451.

Z kolei **Michał Jas** w artykule zatytułowanym *Internet i prostytutka. Przypadek portalu erotycznego roksa.pl* podejmuje próbę monograficznego zarysu jednego z najpopularniejszych portali specjalizujących się w ogłoszeniach dotyczących usług seksualnych za pośrednictwem internetu. Autor stawia w nim pytania o nowe formy prostitucji zapośredniczonej przez media, portale erotyczne, w tym portal Roksa.pl i jego użytkowników. Artykuł ma jego zdaniem otwierać dyskusje nad innymi relacjami media–seks.

W kończących tom *Analizach i szkicach* zamieszczone zostały dwa artykuły. Pierwszy, autorstwa **Beaty Czuby** poświęcony został dyskursowi polskich mediów poświęconemu osobom reprezentującym środowiska LGBT. Autorka dokonuje analizy artykułów zamieszczonych w tygodniku „Polityka”.

Urszula Wójcik w swoim artykule na bazie najnowszych orzeczeń sądowych oraz komentarzy przedstawicieli doktryny, podejmuje próbę ustalenia przesłanek, jakie muszą zostać spełnione, aby artykuł publicystyczny stworzony przez dziennikarza zatrudnionego w oparciu o umowę o pracę nie został uznany za utwór pracowniczy.

Bibliografia

Guillén M.F. 2030. *Jak ścieranie się najwyraźniejszych trendów przekształci przyszłość wszystkiego*, Wydawnictwo Studi Emka, Warszawa 2021.

Juza M., *Istota społeczna w świecie komputerów i robotów*, [w:] *Technologiczno-społeczne oblicza XXI wieku*, red. D. Gałuszka, G. Ptaszek, D. Żuchowska-Skiba, Wydawnictwo LIBRON – Filip Lohner, Kraków 2016.

Postman N. *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, PIW, Warszawa 1995.

Sennett R. *Etyka dobrej roboty*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A., Warszawa 2010.

Turkle S., *Nadejście kultury robotycznej: nowy rodzaj związków*, [w:] „Sztuka i Filozofia” nr 41 z 2012.

Źródła internetowe

1997: Deep Blue zwycięża Kasparowa, <https://www.sztucznainteligencja.org.pl/portfolio/1997-deep-blue-zwyciezca-kasparowa/> (1.05.2023).

Nowe technologie w czasach pandemii. Rozmowa z Michałem Kępowiczem, dyrektorem ds. relacji strategicznych Philips, <https://www.termedia.pl/Journal/-147/pdf-41724-10?filename=Nowe%20technologie.pdf> (1.05.2023).

Nowe technologie na wojnie, <https://think-tank.pl/nowe-technologie-na-wojnie/> (1.05.2023).

Pause Giant AI Experiments: An Open Letter, <https://futureoflife.org/open-letter/pause-giant-ai-experiments/> (1.05.2023).

Robot attends Czech state dinner, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/3170061.stm> (1.05.2023).

Szczepienia przeciw COVID-19. Innowacyjne technologie i efektywność, https://nil.org.pl/uploaded_files/art_1608566989_nauka-przeciw-pandemii-biala-ksiega-2020-12-21.pdf (1.05.2023).

Studia i rozprawy

Studies and Papers

Obraz wojny w mediach, literaturze i sztuce

The Image of War in the Media, Literature and Art

Anna Foltyniak-Pękala¹

Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej, Polska

ORCID ID: 0000-0002-6055-588X

aoltyniak@ath.bielsko.pl

Wojna i jej świadkowie. O doświadczeniu wojny i Holokaustu w kulturze popularnej na przykładzie twórczości Wilhelma Sasnala

ABSTRAKT

Tekst jest próbą refleksji na temat twórczości Wilhelma Sasnala z perspektywy obecnego w nich wątku wojny i Zagłady. Prowadzę ją, posługując się pojęciami świadka i postpamięci, aby postawić pytanie, na ile obecna sytuacja polityczna i wybuch wojny w Ukrainie aktualizuje obecne w polskiej pamięci wątki i postawy.

SŁOWA KLUCZOWE: Holokaust, świadek, Wilhelm Sasnal, postpamięć, Ukraina

Zamiast wstępu

Kluczowe słowa zdefiniowane na początku niniejszego tekstu niosą ze sobą nie tylko szczególny ładunek znaczenia, stanowią także pojęcia, które w bazach indeksujących prace teoretyczne podejmujące tematykę wojny czy Zagłady² pojawiają się po wielokroć. Świadomość ogromu literatury i szczegółowych badań w obszarze studiów nad Zagładą, pojęciem świadka czy popkulturą, zmusza mnie do rozpoczęcia rozważań od krótkiej, ale – jak się wydaje istotnej – dygresji. Otóż tekst niniejszy nie rości sobie prawa do całościowego ujęcia tematu. Stanowi raczej próbę indywidualnego, aczkolwiek osadzonego w naukowym dyskursie, zarysowania tematu. Towarzyszy mu afektywne poruszenie, które być może, jak pisał Dariusz Czaja, chroni badaczy przed „jałowym popisem erudycji, niewolnictwem fiszek”, wyptywa z ciekawości czy

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MIS”: 05.06.2023”; data zatwierdzenia tekstu do druku: 24.06.2023; data publikacji: 30.06.2023.

² Podejmując ten temat, zdaję sobie sprawę, że istnieje już bogata literatura obejmująca studia nad Zagładą, do której odwołuję się w przypisach i w zestawieniu bibliograficznym, a co za tym idzie, nie sposób odwołać się w tak krótkim szkicu do wszystkich formułowanych przez nią problemów i wszystkich trwających czy rozstrzygniętych sporów.

wrażliwości, być może nadaje tekstom indywidualne piętno badawczej uważności. Przede wszystkim jednak pozwala poprzez spotkanie z dziełem, tekstem, obrazem, zrozumieć i nazwać otaczającą rzeczywistość w całym jej skomplikowaniu i pośród zaskoczeń, które przynoszą kolejne wydarzenia. Takim właśnie wymagającym rozpoznania, nazwania i zrozumienia wydarzeniem była inwazja rosyjska w Ukrainie w 2022 r. i jej, widoczne także w Polsce, następstwa. Wojna zmieniła istniejącą sytuację społeczną i polityczną, aktualizując pytania o przemoc i znaczenie sztuki. Uruchomiła także zbiorową pamięć (pozostawiam ten termin, póki co, bez szerszego komentarza) i dyskusję o przeszłych traumatycznych zdarzeniach polskiej historii. Dyskusję, w której poniekąd udział wzięły także Wilhelm Sasnał, i to właśnie spotkanie z jego artystyczną reakcją zarysowaną na okładce jednego z czasopism, uruchomiło niniejszą refleksję.

Opisuję krótko przygotowaną przez Sasnała po wybuchu wojny w Ukrainie okładkę „Pisma”, następnie próbuję odnaleźć w twórczości artysty kluczowe kategorie odnoszące się do reprezentacji wojny i Zagłady – odwołując się do koncepcji postpamięci i tzw. zespołu świadka, zamykam rozważania odniesieniem do aktualnej sytuacji.

Wojna z okładki

W kwietniu 2022 r. ukazał się numer „Pisma” z zaprojektowaną przez Wilhelma Sasnała okładką, jak pisze we wstępie redaktor naczelna pisma Barbara Sowa, pierwszą czarno-białą okładką w historii pisma, cytując:

„Kwietniowy numer poświęciliśmy językowi. Planowaliśmy go na długo przed rosyjską inwazją na Ukrainę, ale po 24 lutego stało się jasne, że obok języka nasze łamy zdominuje wojna. Od 42 dni śledzimy ją na wszystkich możliwych ekranach. W »Piśmie« przyglądamy się jej na swój sposób i komentujemy antywojenną okładką Wilhelma Sasnała. To pierwsza czarno-biała okładka w historii »Pisma«”³.

Okładka, o czym doskonale wiedzą badacze kultury literackiej, już dawno przestała być jedynie niemającym znaczenia opakowaniem, stała się za to „świadomym obiektem operacji twórczych”⁴. Istotna jest zarówno grafika, jak i umieszczone na niej: noty wydawnicze, omówienia czy rekomendacje, parateksty, witające czytelnika w książkowym przedśionku⁵. Jak zauważa Iwona Loewe, „współczesny odbiorca tekstów kultury coraz ekspansywniej jest zapraszany do ich odbioru”⁶ (bo opisana praktyka, dodać warto na marginesie, dotyczy nie tylko książek). Taką właśnie rolę pełni okładka „Pisma” przygotowana przez Sasnała. Obraz zachęca do lektury, ale równocześnie wprowadza do tematyki numeru, prowokując do namysłu i do dyskusji. Co takiego przedstawia?

³ „Pismo”, 2024, nr 4 (52), por. <https://magazynpismo.pl/obraz/okladka/wilhelm-sasnal-wojna/?seo=pw> (30.05.2023).

⁴ M. Lachman, *Okładkowy stan posiadania (w literaturze najnowszej)*, „Teksty Drugie”, 2012, nr 6, s. 101-117.

⁵ I. Loewe, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2007, s. 12.

⁶ *Ibidem*, s. 88.

Obwoluta to ascetyczny czarno-biały obraz, na którym widać dwie dorosłe postaci, jedna niesie na rękach, a druga prowadzi dziecko, jedna trzyma w rękach niewielki tobołek, druga walizkę. W górnej części obrazu umieszczony jest czarny okrąg, a nad nim, także czarny, napis „wojna”. Widniejące w nim litery „o” oraz „j” są mocno powiększone, jakby złowieszczo zwisały nad czarnym okręgiem-słońcem albo razem z nim tworzyły bombę spadającą na idące postaci. Malowany odważnymi, szorstkimi pociągnięciami pędzla obraz przywodzi na myśl, i techniką i tematem, poprzednie poświęcone tematyce wojny i Zagłady dzieła Sasnala. Tak jak w innych pracach twórca z jednej strony wyraźnie wskazuje kontekst, do którego obraz się odnosi, z drugiej konstruuje przedstawienie, w sposób, który cechuje nieoczywistość i uniwersalizm zarazem. Przywodzące na myśl wojennych uchodźców postaci z okładki mogą stanowić ilustrację każdej wojny czy kataklizmu, który wypędza ludzi z ich domostw, pozbawia bezpiecznego schronienia i skazuje na tułaczkę. Osadzenie go w wyraźnym kontekście, tj. na obwolucie poświęconego trwającej wojnie w Ukrainie pisma to jednak istotny sygnał, że oto istnieje realna sytuacja, do której się odnosi.

Taki pejzaż

Okładkowa interwencja Sasnala nie jest jednym artystycznym zaangażowaniem malarza w wojenną problematykę. Wiele z jego obrazów podejmuje tematykę II wojny światowej i okrucieństwa Holokaustu. Przypomnijmy: ten urodzony w Tarnowie w grudniu 1972 r. twórca jest absolwentem Akademii Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie – dyplom uzyskał u prof. Leszka Misiaka. Studiował także architekturę na Politechnice Krakowskiej. Popularność przyniosła mu działalność w grupie „Ładnie”, którą w latach 1996-2022 utworzył m.in. z Rafałem Bujnowskim i Marcinem Maciejowskim. W roku 1999 otrzymał pierwszą istotną nagrodę, było to Grand Prix na Biennale Malarstwa „Bielska Jesień”. W roku 2006 uhonorowano go europejską nagrodą artystyczną van Gogh Biennial Award w Amsterdamie. Od szeregu lat jest związany z Fundacją Galerii Foksal. Artysta, którego zajmuje także tworzenie komiksów i kręcenie filmów, należy dziś do najbardziej rozpoznawalnych polskich twórców. Jak zauważa portal Culture.pl Sasnal, wręcz „uznawany jest przez wielu krytyków za czołowego malarza swojego pokolenia”⁷. W cytowanym opisie sylwetki twórcy odnaleźć można szereg istotnych informacji o jego biografii i także krótką charakterystykę twórczości. W niej zaś informację, że „najważniejszy dla niego jest wybór tego, co namaluje na płótnie, a wybiera to, do czego ma stosunek emocjonalny”⁸. Przytoczone sformułowanie zdaje się oddawać istotę artystycznego zaangażowania autora, którego artystyczne wybory są podyktowane jego osobistym afektywnym zaangażowaniem. Wizja świata zaś, którą proponuje, zdaje się być przesycona jego indywidualną refleksją umocowaną jednakowoż w zbiorowych doświadczeniach i popkulturze.

⁷ *Wilhelm Sasnal*, Culture.pl, <https://culture.pl/pl/tworca/wilhelm-sasnal> (31.05.2023).

⁸ *Ibidem*.

Takie właśnie wydają się być tworzone przez niego obrazy, nawiązujące do trudnej pamięci II wojny światowej. Osnute wokół wątków o pamięci Shoa, czy – przytaczając Dariusza Czaję piszącego o dziennikach Kertesza – „ciążące w stronę jednego punktu”⁹, ascetyczne w swej formie, ale i różnorodne w treści odwołują się do elementów bolesnej polskiej historii. Historii stanowiącej poniekąd także dziedzictwo pochodzącego z Tarnowa malarza.

Miasto, w którym urodził się artysta, w 1939 r. zamieszkane było w połowie przez ludność żydowską, po wojnie zostało jej zaledwie 10% (wiele osób opuściło Polskę także później na skutek dalszych prześladowań)¹⁰. Sasnal zatem musiał zmierzyć się ze świadomością, że miejsce, w którym się urodził i dorastał, jest na polskiej mapie miejscem krwi, bólu i pustki, które pojawia się tam, gdzie znikają opisywane nostalgicznie przez Słonimskiego żydowskie miasteczka¹¹. Sam malarz, komentując swą twórczość, podkreśla, że po tematy stosunków polsko-żydowskich nie sięga z sentymentów, a właśnie powodowany szeregiem trudnych emocji, które znajdujemy chociaż nie wprost i nie w sposób oczywisty na jego obrazach. Tych poświęconych Zagładzie jest kilkadziesiąt, od portretów bohaterów kontrowersyjnego komiksu „Maus” poprzez przedstawienie budynków łudząco przypominających baraki w Auschwitz („Chlew”), aż po kreślone zielenią obrazy „Shoa”. nawiązujące do filmu Clada Lanzmanna pod tym samym tytułem. Polska publiczność miała okazję obejrzeć je wszystkie podczas wystawy zorganizowanej od 17 czerwca 2021 r. do 10 stycznia 2022 r. w Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN w Warszawie. Była to pierwsza indywidualna prezentacja twórczości Wilhelma Sasnala w polskim muzeum (cieszyła się ogromną popularnością, dzień przed finiszem obejrzało ją blisko 67 000 osób¹²). Zaprezentowano na niej obrazy powstałe w latach 1999-2022, także właśnie te opisane powyżej, poświęcone tematyce bezpośrednio Zagłady.

Czy w tej różnorodności przedstawień da się odnaleźć jakiś wspólny mianownik pozwalający uchwycić główną myśl czy kluczowy dla nich element? Czy znajdzie się wątek, postać, a może sposób przedstawienia, które będzie można z naukowym pietyzmem zakwalifikować jako te, które charakteryzują malarstwo Sasnala, a równocześnie aktualizują obecne w polskiej kulturze i oparte na wspólnej pamięci wątki uruchomione przez trwający konflikt zbrojny za wschodnią granicą?

⁹ D. Czaja, *Lekcje ciemności*, Czarne, Wołowiec 2009, s. 13-14.

¹⁰ N. Banai, *Bezformie wobec formalizacji. W stronę postnarodowej kultury upamiętnienia*, [w:] *Wilhelm Sasnal. Tytuł niepodany [Taki pejzaż]*, A. Szymczyk (red.), Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2022, s. 136.

¹¹ A. Słonimski, *Nowe wiersze*, Czytelnik, Warszawa 1959.

¹² Por. informacje o wystawie na stronie Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN w Warszawie, <https://www.polin.pl/pl/wydarzenie/finisaz-wystawy-taki-pejzaz> (24.03.2023).

Galeria jednego obrazu

Poszukując odpowiedzi na powyższe pytanie, proponuję, aby bliżej przyjrzeć się jednemu z prezentowanych podczas warszawskiej wystawy obrazów. Będzie to wspomniane płótno pt. *Shoah*. Przypomnę, film Lanzmanna, którym jest inspirowane, to trwające blisko dziewięć godzin nagrania rozmów ze świadkami Zagłady z Europy Środkowej. Omawiany obraz Sasnała to pejzaż przedstawiający okolice Trebłinki i trzech filmowych bohaterów: reżysera, polskiego świadka Zagłady i tłumaczkę. W wywiadzie z Jakubem Banasiem, tak oto obraz komentuje sam twórca:

„Mój Las przedstawia scenę, w której Lanzmann, tłumaczka i polski świadek wychodzą z lasu w okolicach Trebłinki. To zresztą bardzo ciekawe, jak pewne obrazy nabierają znaczenia, jak funkcjonują w przestrzeni publicznej, bo dla mnie to był zwykły obraz, jeden z wielu; malowałem go bez żadnej specjalnej aury. Tymczasem stał się ikoną; jego popularność rosta jak kula śniegowa, był wszędzie, jednak – co znamienne – raczej ze względu na swoją formę niż temat. Jest też obraz Jezioro i las, niemalże abstrakcyjny, również dotyczący przyrody, pejzażu Zagłady. Podobne ujęcie otwiera Shoah”¹³.

Popularność dzieła przerosła oczekiwania autora, ale – jak zauważa sam twórca – analizowane było jednak głównie z uwagi na kompozycję, kolor, malarskość czy technikę, a nie problem, który porusza. Przykładem takiej refleksji może być analiza Barbary Śniegowskiej. Przytaczam ten dosyć obszerny passus w całości:

„Obrazy Sasnała tworzone wokół doświadczenia są więc tylko pozornie zewnątrznie przyjemne w odbiorze. Artysta tworzy przestrzeń, równocześnie odnoszącą się do rzeczywistości, z której się wywodzi, z drugiej natomiast problematyzuje ją za pomocą materialności samego obrazu. Mościcki, analizując to zjawisko, zauważa, że malarskość ma u Sasnała podwójną funkcję – pośredniczy w budowaniu przedstawienia i zatrzymuje uwagę na sobie, grubej warstwie koloru i silnych pociągnięciach pędzla. Przykładem tego rodzaju działań jest obraz »Las«, w którym brak mimetycznego przedstawienia tytułowego jest zastąpione abstrakcyjnymi pociągnięciami pędzla, a ich materialna intensywność przeważa nad wykończeniem. Opowieść o byłych więźniach obozów koncentracyjnych odwiedzających miejsca swojego pobytu w czasie wojny jest tu zupełnie niema”¹⁴.

Materialność koloru, silne pociągnięcie pędzla, namacalna wręcz malarskość, której doświadczamy, obcując z obrazem, jednocześnie kształtuje i zawłaszcza przestrzeń dzieła. Jej intensywność powoduje, że jak pisze Śniegowska, przedstawiany temat – opowieść o byłych więźniach obozów „jest zupełnie niema”¹⁵. Opowieść bohaterów nie wybrzmiewa, pozostaje pozornie niesłyszalna, ale wydaje się, że to właśnie owa „niemota” stanowi o specyfice pojmowania przez malarza zbrodni Holokaustu i sile artystycznego wyrazu jego prac. Stanowi bowiem odwołanie do kluczowej, jak się wydaje, dla jego twórczości postaci świadka¹⁶.

¹³ J. Banasiak, *15 stuleci. Rozmowa z Sasnałem*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2017, korzystam z elektronicznej wersji książki.

¹⁴ B. Śniegocka, *Czy popbanalizm jest powtórzeniem pop-artu?*, [w:] *Tradycja współcześnie – repetycja czy innowacja?*, A. Jarmuszkiewicz, J. Tabaszewska (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012, s. 189.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ Przyjmuję ją, zdając sobie sprawę, że kategoria ta, jak się wydaje specyficzna dla Europy Środkowej, ma w badaniach nad Zagładą odrębne miejsce, podlegała licznym dyskusjom i różnorodnie jest definiowana. Prócz terminu świadek, będącego odpowiednikiem ang. „whitness” za sprawą książki Raula Hilberga pojawiło się także

Świadek

W zrozumieniu tej postaci, w takim kształcie, w jakim wyłania się ona z dzieł Sasnala, pomóc może postać tłumaczki z obrazu *Las*. Powróćmy do niej. Kobieta pojawia się na pracach jeszcze dwukrotnie. Jak notuje malarz:

„Namalowałem jeszcze dwa obrazy przedstawiające tłumaczkę (...). To Polka, elegancko ubrana kobieta, która musi tłumaczyć wspomnienia ocalałych, ale i świadków – chłopów. Co za kontrast! Tłumaczy i pali papierosy. Jest jednak tylko przekąźnikiem, medium, ona »przetłumacza«, lecz niczego nie tłumaczy, nie wyjaśnia. Jest świadkiem”¹⁷.

Kobieta, tłumaczka, która jest medium, niczego nie tłumaczy i nie wyjaśnia, jest (tylko lub aż) świadkiem. Należy wszak do kategorii istotnej z perspektywy rozumienia problemu Holokaustu w Polsce. Kraju, w którym patrzono na Zagładę z bliska. Polacy, ale – jak pisze Dariusz Stola – także mieszkańcy innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej (w przeciwieństwie do mieszkańców zachodniej Europy) „często osobiście widzieli lub słyszeli mordowanie Żydów i inne niebywałe przejawy okrucieństwa wobec nich albo czuli unoszący się od miejsc kaźni zapach śmierci”¹⁸. Bliskość, która nie tylko definiuje doświadczenie świadka, ale także zaciera granicę między widowiskiem a sceną kaźni – jak pisze badacz w cytowanym już fragmencie – „połączenie tej przestrzennej bliskości ze stworzonym przez okupanta systemem rządów, wrzęgających podbitą ludność w realizację polityki, sprawiało, że granica między sceną a widowiskiem była niejasna”¹⁹. Przez to, jak zauważa dalej autor, obserwator mógł w łatwy sposób doprowadzić do zbrodni (słowem, czynem, milczeniem) lub dokładanie w ten sam sposób pomóc prześladowanym. Czyny te i reakcje (bądź ich brak) stanowią „główny przedmiot współczesnych polskich dyskusji o Zagładzie”²⁰. Wyróżniane są, powołując się na badania Michała Bilewicza i Marii Babińskiej, trzy typy zachowań wobec Żydów w czasie okupacji: po pierwsze, zachowania pomocowe, po drugie, bierność, po trzecie, zachowania będące współudziałem w zbrodni (które tworzą odrębne kontinuum „od jawnej obserwacji, przez podglądanie, denuncjacje[...] aż po zabójstwa”²¹. Na obrazach Sasnala reprezentowani są głównie ci, którzy pozostali bierni

określenie „bystander”. Jak pisze R. Nycz: „...wydany w 2007 r. polski przekład tej książki, dokonany przez Jerzego Giebułtowskiego i zatytułowany *Sprawcy, ofiary, świadkowie. Zagłada Żydów 1933-1945* proponuje dla wybranego przez autora określenia „bystander” (a nie „witness”) oswojony w polszczyźnie termin „świadek”, co stało się wkrótce zarzewiem trwającego do dziś sporu, w toku którego coraz powszechniejsze uznanie, jak się zdaje, zyskuje określenie „postronny” jako możliwy do przyjęcia ekwiwalent angielskiego terminu. Równocześnie jednak badacz sugeruje, że żaden z terminów nie oddaje specyfiki „świadka”, por. R. Nycz, *My świadkowie*, „Teksty Drugie”, 2018, nr 3, s. 10. Prócz pojęcia „postronnego” Elżbieta Janicka postuluje, aby zastąpić je pojęciem „obserwatora uczestniczącego”. Oba pojęcia (jedno koncentrujące się na zaangażowaniu w wydarzenia, drugie na oddaleniu od nich) jednak zdają się, zdaniem Justyny Leder, nie oddawać specyfiki świadczenia. Por. J. Kowalska-Leder, *Kłopotliwa kategoria. Wokół tomu „Świadek: jak się staje, czym jest?”*, „Zagłada Żydów. Studia i Materiały”, 2020, nr 16. Warszawa 2007. Oba ww. stanowiska są, jak mi się wydaje, bliskie pojmowaniu tej postawy przez Wilhelma Sasnala.

¹⁷ J. Banasiak, *15 stuleci. Rozmowa z Sasnałem...*, op. cit.

¹⁸ D. Stola, *Reakcje, dyskusje spory. Polskie kontrowersje na temat Zagłady*, [w:] *Wilhelm Sasnal. Tytuł niepodany [Taki pejzaż]*, op. cit., s. 105.

¹⁹ *Ibidem*, s. 107.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ M. Bilewicz, M. Babińska, *Bystander, czyli kto? Potoczne wyobrażenia Polaków na temat stosunku do Żydów*

(i milczący). Pojawiają się także nie do końca uczciwi, których symbolizują zaczerpnięta z komiksu *Maus* świnia (*Maus 5* 2001) czy uwidoczniona jedynie w komiksowym dymku postać szmalcownika z nieistniejącego już bielskiego muralu²².

Zespół afektywny

Wszyscy także, jak można przypuszczać, cierpią na afektywną przypadłość, którą Ryszard Nycz nazywa modelowym zespołem cech polskiego świadka Zagłady:

„Postawa świadka, niesprowadzalna do innych postaw i zachowań, charakteryzowana była (o czym wiedzą doskonale badacze tej problematyki) przez wielu polskich pisarzy czasu Zagłady, wojny i okresu tuż powojennego; przez Nałkowską, Borowskiego, Miłosza, Różewicza (oraz wielu innych pisarzy i autorów świadectw)”²³.

Badacz, aby zobrazować swoją tezę, sięga po kilkudzaniową notatkę z *Dzienników* Zofii Nałkowskiej. Przytacza fragment, w którym autorka pisze, że żyje „obok tego” (jak możemy się domyślać chodzi o warszawskie getto, obok którego mieszkała podczas wojny), odczuwając wstyd i współczucie, winę. W drobiazgowej analizie cytowanego fragmentu Nycz opisuje emocjonalne doświadczenie pisarki (ów modelowy zespół cech polskiego świadka Zagłady), w którym kluczowe jest poczucie, że już samo bycie na jednej przestrzeni z tymi, którzy cierpią, obarcza ją pewną za to cierpienie odpowiedzialnością. Dzieje się tak, nawet jeśli nie ma „żadnej realnej możliwości sprawczego przeciwdziałania krzywdzie, dokonującym się zdarzeniom”²⁴. Niemożność działania (z powodu zagrożenia własnego życia, braku sposobności udzielenia pomocy czy innych równie istotnych powodów) nie tylko nie zwalnia z współodpowiedzialności za zbrodnię, ale także obarcza współcierpieniem. W analizowanym przez Nycza fragmencie *Dzienników* Nałkowskiej pojawia się zapis odczuć towarzyszących pisarce: „Jest to straszny wstyd, nie tylko współczucie. Wszelkie wysiłki, by wytrzymać, by nie dostać obłędu, by jakoś zachować siebie w tej grozie, uczuwa się jak winę”²⁵.

Katalog afektywnych wyliczeń pisarki otwiera współczucie, które nazwać można też empatią czy współodczuwaniem. Jako konsekwencja próby utrzymania normalności, czy po prostu życia w obliczu sąsiedztwa okrucieństwa. Pojawia się także poczucie winy, wreszcie pisarka odczuwa wstyd, czy – jak sama zaznacza – „straszny wstyd” towarzyszący empatii. Każda z wymienionych emocji niesie w sobie odrębny afektywny ładunek, każda odwołuje się do trudnych dla jednostkowego ego doświadczeń, niesie szereg informacji o nim samym. Jak wyglądałby

w czasie okupacji hitlerowskiej, „Teksty Drugie”, 2018, nr 3, s. 108-109.

²² W 2001 r. Sasnal tworzy mural z cytatem z *Maus* na ścianie Galerii BWA (zbudowanej w miejscu dawnej, zniszczonej podczas wojny synagogi). Mural to wyłącznie dialogi z dymkami odwołujące się do komiksu sceny, w której ojciec Artą Spiegelmana płaci polskiemu szmalcownikom za pomoc w ucieczce. Ucieczka się nie udaje, bo Polacy wydają chłopaka Niemcom (w tym samym czasie, w którym przez Białą, w której Spieglemanowie mieli fabrykę, przejeżdża pociąg) por. N. Banai, *Bezformie wobec formalizacji...*, op. cit., s.107.

²³ R. Nycz, *My świadkowie*, op. cit., s. 10.

²⁴ *Ibidem*, s. 11.

²⁵ Z. Nałkowska, *Dzienniki*, t. 5: 1939-1944, oprac., wstęp i komentarze H. Kirchner, Czytelnik, Warszawa 1996. s. 446.

afektywny katalog bohaterów Sasnala? W odautorskich komentarzach czytamy o wstydzie. Mówi o tym otwarcie, wspominając inspiracje do powstania warszawskiej wystawy:

„Moje obrazy bardziej niż samego Holocaustu dotyczą tego, jaki my, Polacy, mamy do niego stosunek. Przełomem byli dla mnie »Sąsiedzi« Jana Tomasza Grossa. Potem przyszedł »Maus« Spiegelmana i »Shoah« Lanzmanna, z których czerpałem pierwsze kadry. Historie, które powodują, że wstydzisz się za rodaków”²⁶.

W innym miejscu autor pisze jednak także o melancholii i stracie²⁷, co istotne kluczowym problemem dla artysty nie jest (nie)możliwość przedstawienia zbrodni, nie sama reprezentacja trudnych wydarzeń²⁸, ale to, jaki stosunek mają Polacy do Holocaustu – postawy, ale też emocje, afekty.

Dlaczego właśnie te ostatnie są tak istotne? Otóż dlatego, że właśnie poprzez afekty transmitowane jest międzypokoleniowe traumatyczne doświadczenie. Uczenie historii traumy, jak zauważa van Alphen „oznacza przekazywanie wiedzy, która nie panuje nad samą sobą”²⁹. Brak panowania nie oznacza jednak braku świadomości tego, co się wydarzyło, nie jest tożsamy z poznawczą dysfunkcją czy brakiem rozumienia. Brak panowania to brak kontroli na poziomie afektywnym, to niemożność koherentnego, całościowego pojmowania traumatycznego wydarzenia wynikająca z pewnego naddatku przekazu emocjonalnego, to on (w połączeniu z wiedzą) decyduje o kształcie pokoleniowego doświadczenia. Prześledźmy je. Pokolenie pierwsze to ocaleni i ich świadectwo, druga generacja pamiętających to synowie i córki ocalonych, którzy, jak przeczytać możemy w tekście poświęconym prozie Magdaleny Tulli, mają „wiele cech wspólnych z pierwszym (...). Dziedzictwo Auschwitz jest zatem przedstawiane przez nich jako przekleństwo, ale także jako najgłębszy budulec tożsamości drugiego pokolenia”³⁰. Pokolenie trzecie i pokolenie czwarte, którego nadejście przyniosło koniec tego, co Ester Jilovsky nazwała „pierwszą fazą pamięci o Holokauście” (wyznaczoną przez długość życia ocalałych³¹), wciąż poszukuje swoich sposobów na konceptualizację doświadczenia. Czas obecny to także rozprzestrzenianie się nowych praktyk pamięci związanych

²⁶ E. Dłużewska, *Sasnal: Gdybym wszędzie widział Zagładę poszedłbym do psychiatry. Ale Polski krajobraz jest skażony*, „Gazeta Wyborcza” 16. 06.2021, <https://wyborcza.pl/7,75410,27198034,sasnal-polski-krajobraz-jest-skazony-nie-mozna-o-tym-zapomniec.html> (23.04.2023).

²⁷ Por. wypowiedzi artysty: „We wszystkie moje pejzaże na wystawie wpisany jest palimpsest wojny, choć niekoniecznie jeden do jednego. Chodzi raczej o emocje – melancholię, może stratę” E. Dłużewska, *Sasnal: Gdybym wszędzie widział Zagładę...*, *op. cit.* Malarz zapytany o powody zainteresowania tematem Zagłady odpowiada także, że robi to: „z jakiegoś nieświadomego poczucia braku, który trudno zdefiniować. A może z poczucia winy, jakie, będąc wychowanym w tradycji chrześcijańskiej Polakiem, noszę”. *Wilhelm Sasnal Taki pejzaż*, informacja o wystawie na stronie Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN (2.04.2023), <https://polin.pl/pl/wilhelm-sasnal>.

²⁸ Odrębnym szeroko opisanym i istotnym problemem jest rzecz jasna sprawa reprezentacji Holocaustu w sztuce. Por. *Sztuka polska wobec Holocaustu (Polish Art and the Holocaust)*, red. M. Budkowska, M. Mutermilch, Żydowski Instytut Historyczny, Warszawa 2013.

²⁹ E. van Alphen, *Zabawa w Holocaust*, „Literatura na Świecie”, 2004, nr 1-2, s. 301.

³⁰ A. Bąk-Zawalski, *Italian High Heels (Włoskie szpilki)*, [w:] *Handbook of Polish, Czech, and Slovak Holocaust Fiction*, E.M. Hiemer i in., De Gruyter Reference (red.), Berlin 2021, s. 230.

³¹ Por. E. Jilovsky, *Remembering the Holocaust*, Bloomsbury, Nowy Jork – Londyn, 2015.

z Zagładą, nowych form wyrazu, eksploracji nowych przestrzeni (nowe media), w których realizuje się kultura literacka czy nawiązań do popkultury³². To właśnie widoczne jest u Sasnała, sięganie po gotowe elementy, fragmenty tekstów literackich i komiksowych (*Maus*) kadry z filmu (*Shoah*), wizerunki osób znanych (Narutowicz, Hitler), typowe elementy pejzaży (*Chlew* – baraki). Eksplorując kulturę popularną, sięgając po ikoniczne postacie, obrazy i pejzaże, równocześnie poszukuje różnorodnych elementów, które pomogą mu przekazać własne, indywidualne doświadczenie, ale także uchwycić to, co najistotniejsze w społecznej narracji i zbiorowej pamięci³³. Sztuka bowiem – jak pisze Joanna Karbońska – „umożliwia dostęp do tych aspektów pamięci, które bez jej udziału pozostałyby nieujawnione. Pozwala w pewien sposób poszerzyć kategorię niosących świadectwo, przekazujących pamięć”³⁴.

Tu pomocna będzie, zaproponowana przez Mariannę Hirsch, kategoria postpamięci, cytuję definicję badaczki:

„postpamięć jest silną i bardzo szczególną formą pamięci właśnie dlatego, że jej relacja wobec przedmiotu czy źródła jest zapośredniczona nie poprzez wspomnienie, ale wyobraźnię i twórczość (...). Postpamięć charakteryzuje doświadczenie tych, którzy dorastali w środowisku zdominowanym przez narracje wywodzące się sprzed ich narodzin. Ich własne, spóźnione historie ulegają zniesieniu przez historie poprzedniego pokolenia ukształtowane przez doświadczenie traumatyczne, którego nie sposób ani zrozumieć, ani przetworzyć. Wypracowałam tę koncepcję w odniesieniu do dzieci ocalonych z Zagłady, ale uważam, że może ona również posłużyć do mówienia o pamięci drugiego pokolenia”³⁵.

Kategoria, jak zauważa Hirsch, wypracowana w odniesieniu do ocalonych z Zagłady dzieci, wydaje się stanowić doskonałe narzędzie pozwalające na zrozumienie funkcjonowania pokoleniowej pamięci. Postpamięci, w której przeżycia, emocje zapośredniczone są także poprzez społeczne narracje, poprzez sztukę, literaturę czy inne teksty (pop)kultury. To one pozwalają nazwać i oswoić trudne doświadczenia i włączyć je do wspólnej pamięci czy społecznej narracji.

³² M. Łatoch-Zielińska, *Pamięć o Holokauście w czasach Instagrama na przykładzie projektu Eva Stories*, „Annales Universitatis Mariae Curie – Skłodowska”, 2022, nr 1, s. 145-167.

³³ Precyzując użyty termin, rozumiem go zgodnie z definicją zaproponowaną przez Olicka. Pamięć zbiorowa to dla niego równocześnie „pewien szczególnie aspekt indywidualnych wspomnień, podkreślenie jako warunku ich możliwości pewnych społecznych ram, w których powstają i trwają jak i wyłącznie publiczny dyskurs o przeszłości”. „Olick rozwiązuje problem poprzez zaproponowanie dwóch wersji głównego pojęcia, podkreślających jego różne strony: pamięci zbieranej [*collected*] oraz zbiorowej [*collective*]. Jak zaznacza Kobielska w przypisie swego tekstu, decyduje się na oddanie terminu Olicka jako pamięci zbieranej, a nie zbiorowej, ponieważ ta druga forma mogłaby sugerować istnienie „pewnego gotowego, określonego stanu agregacji pamięci, który staje się przedmiotem badań – co jest w oczywisty sposób niezgodne z procesualno-dynamicznym rozumieniem pamięci przez Olicka”, por. M. Kobielska, *Pamięć zbiorowa w centrum nowoczesności. Ujęcie Jeffreaya K. Olicka*, „Teksty Drugie”, 2010, nr 6, s. 179-194.

³⁴ J. Karbońska, „Jeśli my zapomnimy, kto będzie pamiętał?”. *Dzieło sztuki jako manifestacja postpamięci*, „Politeja”, 2015, vol. 3 (35) nr 3, s. 107.

³⁵ M. Hirsch, *Żałoba i postpamięć*, tłum. K. Bojarska, [w:] *Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki. Antologia*, E. Domańska (red.), Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2010, s. 254. Na temat postpamięci por. M. Ubertowska, *Praktykowanie postpamięci. Marianne Hirsch i fotograficzne widma z Czernowitza*, „Teksty Drugie”, 2013, 4, s. 269-289.

Kadr nie tylko z obrazu

Taką właśnie funkcję zdaje się pełnić także przywołany okładkowy obraz Sasnała. Bazuje on na najbardziej charakterystycznym, dostępnym dla większości Polaków medialnym przedstawieniu ukraińskiego konfliktu, jakim (poza doniesieniami z frontu), były kadry przedstawiające uchodźców: podróżujących do Polski pociągami, przemierzających kilometrowe odległości pieszo, koczujących na przejściach granicznych, lokowanych w punktach pomocy. Kadry będące zapisem trudnych, traumatycznych doświadczeń ucieczki z ogarniętej wojną ojczyzny. Zapisy owej traumy odnaleźć można nie tylko w doniesieniach medialnych. Interdyscyplinarne Laboratorium Badań Wojny w Ukrainie³⁶, powołane przez Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, przeprowadziło badania naukowe dotyczące traumy wojennej ukraińskich uchodźców³⁷. Posługując się udostępnioną przez War Survivors Institute skalą do badania traumy wojennej w języku ukraińskim (The Refugee Health Screener-15), badacze przygotowali listę najbardziej traumatycznych przeżyć dla respondentów. Najczęściej wskazywanym przez badanych wydarzeniem były wybuchy i ostrzały (21%), jako kolejny pojawiał się strach o życie (14%) głównie z uwagi na prowadzoną przez agresorów eksterminację ludności cywilnej, miejsce następane zajmowała ucieczka z Ukrainy. Jak donoszą autorzy raportu:

„Okolo 14% wskazało, że najgorszym doświadczeniem była podróż z Ukrainy do Polski. Respondenci pisali, że koszmarna była jazda pociągami ewakuacyjnymi, gdzie byli ludzie stłoczeni, brakowało powietrza i nie mogli się swobodnie przemieszczać. Dodatkowo pasażerowie pociągów, autobusów zwracali uwagę, że byli sparaliżowani strachem wynikającym z ostrzałów i bombardowań. Nietatwo też było przekroczyć granicę, gdzie w kolejkach niektórzy czekali na zimnie po kilka dni. Ucieczka z miejsca zamieszkania, jak pisali uchodźcy, była obciążona wielkim ryzykiem utraty życia. Ktoś pisał, że miał wypadek samochodowy w Rumunii, ktoś inny, iż nie miał doświadczenia w prowadzeniu samochodu, a musiał jechać przez trzy doby. Jeszcze inna osoba czekała w korku, a w pobliżu wybuchaly bomby. Sytuacja uchodźców, którzy zdecydowali się opuścić kraj była nie mniej dramatyczna niż tych, co pozostali na miejscu”³⁸.

Trudne, bolesne, jak zaznaczają krakowscy badacze, traumatyczne doświadczenie ucieczki z objętej wojną Ukrainy znalazło się w obszarze percepcji Polaków, nie tylko zapośredniczone naukowymi analizami; nie tylko uchwycone w medialnych telewizyjnych, prasowych, radiowych czy internetowych przekazach. Pojawiło się także, a może przede wszystkim, poprzez bezpośrednie relacje z uchodźcami. Większość uciekających z ojczyzny Ukraińców schronienia szukała przecież właśnie w Polsce. Pełne samochodów i autokarów drogi prowadziły na przejścia graniczne z Polską, przepełnione pociągi docierały na polskie stacje, gigantyczne kolejki tworzyły się na polsko-ukraińskich przejściach granicznych. Ci, którym udało się te przejścia przekroczyć, schronienia, chleba i pomocy szukali właśnie nad Wisłą.

³⁶ Interdyscyplinarne Laboratorium Badań Wojny w Ukrainie, Uniwersytet Pedagogiczny, (24.04.2023).

³⁷ *Ibidem*.

³⁸ *Ibidem*.

Dlaczego to wydaje się takie istotne? Doświadczenie obserwacji z tak bliska okrucieństwa wojny i obcowanie z wygnanymi i dotkniętymi cierpieniem nie jest bowiem, jak się wydaje, dla Polaków doświadczeniem nowym. Mam rzecz jasna pełną świadomość odmienności obu sytuacji i daleka jestem od prostych porównań – ale czy rozpoczęty w lutym 2022 r. konflikt i jego następstwa to dla Polaków nie jest kolejna sytuacja, podobna do tej znanej z konfliktów zbrojnych, w których brali udział? Czyż nie jest to aktualizacja dobrze wciąż jeszcze mimo upływu lat pamiętanej z czasów II wojny światowej sytuacji świadka? Czyż po raz kolejny Polacy nie stają przed koniecznością zmierzenia się z cudzym, zaświadczone, ale nie doświadczonym cierpieniem? Rzecz jasna i nie pozostawiająca od lat wątpliwości, że Shoa (o czym także już pisano) nie da się porównać do niczego. Zupełnie inne także są okoliczności, w których obecnie znajdują się Polacy. Pomaganie nie wiąże się z zagrożeniem życia, nie jest czynem, który naraża na utratę zdrowia czy oskarżenia o zdradę. Jest czymś, co ma swoje uzasadnienie i należne miejsce w społecznej przestrzeni. Jeśli jednak, jak zauważa Hirsch, „postpamięć od pamięci odróżnia pokoleniowy dystans, a od historii głęboka osobista więź³⁹”, to być może właśnie te zaszyte w społecznych narracjach afekty (ból, wstydu, winy), to wszystko, co kryło się w milczeniu poprzednich pokoleń, teraz dochodzi do głosu w pomocowym działaniu.

Zamiast zakończenia

Firma Maison&Partners na zlecenie Warsaw Enterprise Institute przeprowadzała badania, w których zapytała Polaków o ich postawy wobec wojny na Ukrainie⁴⁰. Wskazują one na rosnący wpływ propagandy rosyjskiej, a co za tym idzie, widoczną wzrastającą niechęć do uchodźców. Jednak na zmianę poglądów dotyczących przyczyn wojny czy postaw wobec ukraińskich obywateli mieć może wpływ szereg innych czynników, takich jak sytuacja społeczno-gospodarcza Polski – rosnąca inflacja; pewnego rodzaju zmęczenie czy wypalenie będące naturalnym elementem działań pomocowych. Relacje polsko-ukraińskie mają swoistą dynamikę napędzaną różnym paliwem, wspólna historia i lata sąsiedztwa spowodowały, że tyleż w niej poczucia braterstwa, ile wzajemnej niechęci. Jak będą się układać, pokażą kolejne badania, z pewnością jednak sytuacja wojny stanowi istotny rozdział w budowaniu polskiej tożsamości, w kształtowaniu postpamięciowych narracji, w których do głosu dochodzą znane od pokoleń afekty.

³⁹ M. Hirsh, *Żaloba i postpamięć...*, *op. cit.*, s. 254.

⁴⁰ Por. *Kryzys czy propaganda. Postawy Polaków wobec wojny na Ukrainie*, <https://wei.org.pl/wp-content/uploads/2023/01/Kryzys-czy-propagadna.pdf> [dostęp: 31.05.2023].

Bibliografia

- van Alphen E., *Zabawa w Holokaust.*, „Literatura na Świecie”, 2004 nr 1-2 s. 292-317.
- Banai N., *Bezformie wobec formalizacji. W stronę postnarodowej kultury upamiętnienia*, [w:] *Wilhelm Sasnal. Tytuł niepodany [Taki pejzaż]*, A. Szymczyk (red.), Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2022.
- Banasia J., *15 stuleci. Rozmowa z Sasnałem*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2017.
- Barthes R., *Światło obrazu. Uwagi o fotografii*, tłum. J. Trznadel, Wydawnictwo KR, Warszawa 1996.
- Bąk-Zawalski A., *Italian High Heels (Włoskie szpilki)*, [w:] *Handbook of Polish, Czech, and Slovak Holocaust Fiction*, red. E.M. Hiemer i in., De Gruyter Reference, H. Berlin 2021.
- Bilewicz M., Babińska M., *Bystander, czyli kto? Potoczne wyobrażenia Polaków na temat stosunku do Żydów w czasie okupacji hitlerowskiej.*, „Teksty Drugie”, 2018 nr 3, s. 97-116.
- Budrewicz Z. (red.), *Pamięć i afekty*, Wydawnictwo IBL, Warszawa 2015.
- Czaja D., *Lekcje ciemności*, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2009.
- Czaja D., *Sygnatura i fragment. Narracje antropologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.
- Dauksza A. (red.), *Świadek: jak się staje czym jest?*, Wydawnictwo IBL, Warszawa 2020.
- Dąbrowski A., *O naturze emocji.*, „Filozofuj!”, 2017, nr 4 (16), s. 9–11.
- Des Pres T., *Holocaust Laughter*, [w:] *Writing and the Holocaust*, red. Bereł, Holmes & Meier, New York 1988.
- Głowacka D., *Współpamięć, pamięć negatywna i dylematy przekładu w wycinkach z „Shoah” Claude’a Lanzmanna*, „Teksty Drugie” 2016, nr 6, s. 279-311.
- Hirsh M., *Żałoba i postpamięć*, tłum. K. Bojarska, [w:] *Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki. Antologia*, E. Domańska (red.), Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2010, s. 254.
- Jilovsky E., *Remembering the Holocaust.*, Bloomsbury, Nowy Jork – Londyn 2015.
- Kabrońska J., *„Jeśli my zapomnimy, kto będzie pamiętał?”. Dzieło sztuki jako manifestacja postpamięci*, „Politeja” 2015, vol. 3 (35), nr 3, s. 105-122.
- Kobielska M., *Pamięć zbiorowa w centrum nowoczesności. Ujęcie Jeffreaya K. Olicka*, „Teksty Drugie” 2010, nr 6, s. 179-194.
- Kowalska-Leder J., *Kłopotliwa kategoria. Wokół tomu „Świadek: jak się staje, czym jest?”*, „Zagłada Żydów. Studia i Materiały”, 2020, nr 16.
- Lacan J., *The Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis*, red. J.-A. Miller, tłum. A. Sheridan, Parasitic Ventures Press, Londyn 2015.
- Lachman M., *Okładowy stan posiadania (w literaturze najnowszej)*, „Teksty Drugie”, 2012, 6, s. 101-117.
- Łatoch-Zielińska M., *Pamięć o Holokauście w czasach Instagrama na przykładzie projektu Eva Stories*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska”, 2022, nr 1, s. 145-167.
- Leys R., *Wstyd współcześnie*, tłum. T. Bilczewski, A. Kowalcze-Pawlik, [w:] *Historie afektywne i polityki pamięci*, E. Wichrowska i in. (red.), Wydawnictwo IBL, Warszawa 2015.
- Leociak J., *Doświadczenia graniczne. Studia o dwudziestowiecznych formach reprezentacji*, Wydawnictwo IBL, Warszawa 2009.
- Loewe I., *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2007.
- Mościcki P., *Gra w malarstwo. O obrazach Wilhelma Sasnala*, [w:] *Sasnal. Przewodnik krytyki politycznej*, Krytyka Polityczna, Warszawa 2008.
- Nussbaum M. C., *The Intelligence of Emotions of Thought.*, Cambridge University Press, Cambridge 2001.
- Nałkowska Z., *Dzienniki*, t. 5: 1939-1944, oprac., wstęp i komentarze H. Kirchner, Czytelnik, Warszawa 1996.
- Nycz R., *My świadkowie*, „Teksty Drugie”, 2018 nr 3, s. 7-17.
- Opalski J., *Taki pejzaż*, „Teksty”, 1975, nr 1, s. 145-151.
- „Pismo”, 2024, nr 4 (52).
- Sartre J.-P., *Byt i nicość. Zarys ontologii fenomenologicznej*, przeł. J. Kiełbasa i in. Zielona Sowa, Kraków 2017.
- Stonimski A., *Nowe wiersze*, Czytelnik, Warszawa 1959.
- Stola D., *Reakcje, dyskusje spory. Polskie kontrowersje na temat Zagłady*, [w:] *Wilhelm Sasnal. Tytuł niepodany [Taki pejzaż]*, A. Szymczyk (red.), Krytyka Polityczna, Warszawa 2022.
- Sztuka polska wobec Holocaustu (Polish Art and the Holocaust)*, red. M. Budkowska, M. Mutermilch, Żydowski Instytut Historyczny, Warszawa 2013.
- Szymczyk A., *Taki pejzaż. Ilustrowany przewodnik po wystawie*, Wydawnictwo Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, Warszawa 2021.

Śniegocka B., *Czy popbanalizm jest powtórzeniem pop-artu?*, [w:] *Tradycja współcześnie - repetycja czy innowacja?*, red. A. Jarmuszkiewicz, J. Tabaszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.

Tabaszewska J., *Siostry i bracia wstydu.*, „Teksty Drugie”, 2016 nr 4, s. 7-16.

Ubertowska M., *Praktykowanie postpamięci. Marianne Hirsch i fotograficzne widma z Czernowitza*, „Teksty Drugie”, 2013, 4, s. 269-289.

Wichrowska E. (red.), *Historie afektywne i polityki pamięci*, Wydawnictwo IBL, Warszawa 2015.

Źródła internetowe

Dłużewska E., *Sasnal: Gdybym wszędzie widział Zagładę poszedłbym do psychiatry. Ale Polski krajobraz jest skażony*, „Gazeta Wyborcza” 16.06.2021 [(23.04.2023), <https://wyborcza.pl/7,75410,27198034,-sasnal-polski-krajobraz-jest-skazony-nie-mozna-o-tym-zapomniec.html>].

Filipow E., *„Oko za oko” czyni ślepym cały świat – wywiad z prof. Martha Nussbaum.*, 2020, <https://filozofuj.eu/oko-za-oko-czyni-slepym-caly-swiat-wywiad-z-prof-martha-nussbaum> (20.11.2022).

Kryzys czy propagadna. Postawy Polaków wobec wojny na Ukrainie, [<https://wei.org.pl/wp-content/uploads/2023/01/Kryzys-czy-propagadna.pdf>] (31.05.2023).

Kosiewski P., *Pejzaz z pamięci*, „Tygodnik Powszechny” 26.07.2021, <https://www.tygodnikpowszechny.pl/pejzaz-z-pamieci-168490> (14.03.2023).

Wilhelm Sasnal, Culture.pl, <https://culture.pl/pl/tworca/wilhelm-sasnal> [dostęp: 31.05.2023].

Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN w Warszawie <https://www.polin.pl/pl/wydarzenie/finisaz-wystawy-taki-pejzaz> (24.03.2023).

Interdyscyplinarne Laboratorium Badań Wojny w Ukrainie, Uniwersytet Pedagogiczny, por. <https://inter-lab-wojna-ukraina.up.krakow.pl/> (24.04.2023).

War and its witnesses.

About the Experience of War and the Holocaust in Popular Culture on the Example of Sasnal's Work

Summary

The essay is an attempt to reflect on the work of Wilhelm Sasnal from the perspective of the current themes of war and the Holocaust present in his art. I approach this reflection by using the concepts of witness and postmemory, aiming to explore the extent to which the current political situation and the outbreak of war in Ukraine resonate with the existing threads and attitudes within Polish memory.

Keywords: Holocaust, witness, Wilhelm Sasnal, postmemory, Ukraine

Dominika Chmielewska¹

Akademia Marynarki Wojennej im. Bohaterów Westerplatte w Gdyni, Polska

ORCID ID: 0000-0002-6770-3128

e-mail: dominikachmielewska5@wp.pl

Nie tylko żołnierze i karabiny. Dezinformacja jako istotny element wojny w Ukrainie na przykładzie fake newsów i prorosyjskich narracji rozpowszechnianych w polskich mediach

„Tak naprawdę nigdy nie było szybszego
i potężniejszego sposobu propagowania kłamstw
niż opublikowanie ich online”

Matthew D’Ancona, *Postprawda*

ABSTRAKT

Celem artykułu jest analiza wybranych fake newsów związanych z rosyjską inwazją na Ukrainę, które są rozpowszechniane w polskich mediach społecznościowych. Analizie zostały poddane przyczyny powstawania fake newsów, a w szczególności zachowanie i reakcja internautów. Wszystkie posty pochodzą z Facebooka i Twittera. Ważnym aspektem umieszczanych tam fake newsów jest powoływanie się na emocje i zaszczyty historyczne, co pokazują na wybranych przykładach. W artykule staram się również odpowiedzieć na pytania, dlaczego społeczeństwo nie weryfikuje informacji, jak bronić się przed manipulacją oraz porównuje dzisiejsze fake newsy do tych z czasów pandemii COVID-19.

SŁOWA KLUCZOWE: dezinformacja, fake news, manipulacja, społeczeństwo polskie, Rosja, Ukraina

Rosnąca rola fake newsów

Coraz szybszy rozwój nowych technologii oraz cyfryzacja dużej części ludzkiego życia umożliwiają zdobywanie informacji w niewyobrażalnym tempie. Wiadomość wysłana z Polski w kilka sekund zostaje odczytana w Japonii czy Stanach Zjednoczonych. Zniknęła bariera komunikacji i przepływu informacji, a wszystko to zawdzięczamy

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 27.12.2022; data zatwierdzenia tekstu do druku: 24.06.2023; data publikacji: 30.06.2023.

Internetowi. Warto przywołać słowa Neila Postmana, cenionego teoretyka mediów, który w książce *Technopol. Triumf techniki nad kulturą* zwrócił uwagę na dualistyczny charakter nowych technologii: „każda technologia jest zarazem ciężarem i błogosławieństwem; nie albo-albo, lecz tym i tym jednocześnie”². Każda innowacja w pewien sposób przewartościowuje różne aspekty życia, nieustannie zwiększając przy tym obsesję ludzkości wobec ciągłego dostępu do informacji. Postman jest autorem terminu „ekologia mediów”, dzięki któremu zapoczątkowano badania nad wpływem technologii na społeczeństwo, procesy poznawcze oraz nurty polityczne i filozoficzne. Sam wielokrotnie pochylał się nad problematyką toksyczności procesów w masowej komunikacji, dobitnie podkreślając jej ciemne strony:

„Ale dzin, który wypłynął z butelki, głosząc, że informacja jest nowym bogiem kultury, był oszustem. Rozwiązał oczywisty dla wszystkich problem niedoboru informacji. Nie ostrzegł wszakże przed znacznie gorzej widocznymi niebezpieczeństwami jej nadmiaru. Skutki długofalowe – chaos informacyjny – stworzyły kulturę podobną nieco do wspomnianej potasowanej talii kart. I co dziwniejsze, bardzo niewiele osób dostrzegało źródła swojej zgryzoty, a jeśli je dostrzegali, nie uświadamiali sobie tego”³.

W podobnym tonie swoje stanowisko przedstawia Peter Pomerantsev, brytyjski dziennikarz rosyjskiego pochodzenia. W książce *To nie jest propaganda. Przygody na wojnie z rzeczywistością* pisze o epoce obfitości informacji i zdradliwych prądach Internetu jako mechanizmach, których algorytmy zamieniają ludzi w bazy danych. Współczesność nazywa epoką „postfaktu”, gdyż fakty nie mają znaczenia, a bezstronność nie istnieje. Jego słowa pokazują, że utopia o nieograniczonym dostępie do informacji spełniła się na naszych oczach, lecz nie przyniosła ona takich korzyści, jakich oczekiwaliśmy.

„Dostęp do informacji miał pociągać za sobą bardziej świadomą debatę, ale wydaje się, że dziś jesteśmy mniej niż kiedykolwiek zdolni do rozmowy. Dostęp do informacji miał pociągać za sobą wzajemne zrozumienie ponad granicami, ale umożliwił też nowe i subtelniejsze formy wszczynania konfliktów i prowadzenia działalności wywrotowej. Żyjemy w świecie szalejącej masowej perswazji, w którym środki manipulacji mnożą się jak króliki; w świecie ukrytych postów reklamowych, operacji psychologicznych, haków, botów, miękkich faktów, deepfake’ów, fake newsów, ISIS, Putina, trolli, Trumpa”⁴.

Technologie informacyjne, jak wszystkie inne technologie, oprócz swoich zalet mają też wady. Celnie opisuje to Anna Mierzyńska w książce pt. *Efekt niszczący. Jak dezinformacja wpływa na nasze życie*. Autorka pokazuje, że kontroli i władzy nie dają wygrane wybory czy wojny, ale przede wszystkim generowany strach i chaos czy przyzwalanie na przemoc i nienawiść, a odpowiednio dobrany przekaz potrafi skłócić rodziny i całe państwa burząc zaufanie do drugiego człowieka oraz wszelkich instytucji.

² N. Postman, *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, PIW, Warszawa 1995, s. 13.

³ *Ibidem*, s. 78.

⁴ P. Pomerantsev, *To nie jest propaganda. Przygody na wojnie z rzeczywistością*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2020, s. 10.

„Efekt niszczący dezinformacji, rozprowadzanej w internecie i powielanej przez niektóre media, jest naprawdę potężny. Zwłaszcza że docieranie z nią do masowego odbiorcy za pomocą mediów społecznościowych jest dziś śmiesznie tanie. Właśnie dlatego dezinformacja, rozumiana jako świadome przekazywanie nieprawdziwych, zniekształconych danych czy narracji, stała się w ostatnich latach tak powszechna: daje ogromne możliwości przy niskich kosztach (za to odkrywanie prawdy staje się coraz droższe i bardzo czasochłonne). A że dezinformacja jest nieetyczna? Że niszczy ludzi, relacje, tkankę społeczną? W dzisiejszym świecie te kwestie zbyt często okazują się, niestety, nieistotne”⁵.

Artykuł poświęcony jest wpływowi fałszywych informacji na społeczeństwo polskie i nastroje w nim panujące. Internetowe komentarze znajomych czy polityków w mediach społecznościowych pokazały, jak duża jest skala nienawiści wywołanej nieweryfikowanymi informacjami, i to skłoniło mnie do zastanowienia się nad wpływem dezinformacji na społeczeństwo, w którym żyję. Analizie poddałam sytuację w polskich mediach społecznościowych – na Facebooku i Twitterze w okresie od drugiej połowy lutego do września 2022 r. Wstawiane w tym okresie posty i filmiki stanowiły dla mnie materiał badawczy łącznie z oficjalnymi stanowiskami przedstawicieli poszczególnych ministerstw czy komend policji. Najciekawszym aspektem nie były jednak zamieszczane fake newsy, a reakcje na nie. W mojej analizie powołałam się również na przykłady dezinformacji rozpowszechniane podczas pandemii COVID-19, znajdując w obu przypadkach podobieństwo w formie przekazu i wywołanych celowo emocjach.

Brak weryfikacji jako problem współczesności

Neil Postman w swojej książce *Zabawić się na śmierć* twierdzi, „że w tym, co dotknęło ludzi w Nowym Wspaniałym Świecie, nie chodziło o to, że oni się śmiali zamiast myśleć, ale o to, że nie wiedzieli ani z czego się śmieją, ani dlaczego przestali myśleć”⁶. Dlaczego mając szeroki dostęp do źródeł, ludzie nie weryfikują przeczytanych artykułów, i co gorsza, przekazują je w dalszy obieg bez sprawdzania autentyczności treści? Społeczeństwo, w którym żyjemy, doświadcza nieustannie „stresu informacyjnego”⁷, czyli nadmiaru informacji, których nie są w stanie przetworzyć. W technice manipulacji wykorzystuje się niedoskonałości ludzkich umysłów. Chęć dokładnego przetwarzania i weryfikacji wymaga wysiłku poznawczego, na co społeczeństwo nie ma czasu, ochoty czy nawet odpowiednio rozwiniętych zdolności. Bezkrytyczne przyjmowanie informacji wynika z naturalnej tendencji ludzkiego umysłu, która nazywana jest oszczędnością poznawczą. Zjawisko to polega na angażowaniu minimalnej ilości zasobów poznawczych do osiągnięcia wyznaczonego celu. Strategia ta zazwyczaj sprawdza się przy braku dostępności lub nadmiarze informacji, których przeanalizowanie przekracza możliwości umysłu⁸. Jak wynika z raportu NASK PBS:

⁵ A. Mierzyńska, *Efekt niszczący. Jak dezinformacja wpływa na nasze życie*, Wydawnictwo Agora, Warszawa 2022, s. 6.

⁶ N. Postman, *Zabawić się na śmierć*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2002, s. 229.

⁷ M. Ledzińska, *Człowiek współczesny w obliczu stresu informacyjnego*, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, 2009.

⁸ G. Gigerenzer, D. Goldstein, *Reasoning the fast and frugal way: Models of bounded rationality*, *Psychological Review*, 1996, s. 650–669.

„Bezpieczne wybory – Badanie opinii o (dez)informacji w sieci”, w ciągu 6 miesięcy poprzedzających badanie wiarygodności informacji zamieszczonych w Internecie sprawdzono 41,6% badanych. Oznacza to, że blisko 6 na 10 internautów przez pół roku nie zweryfikowało czy informacje, które czytają, są prawdziwe. Tymczasem biorąc pod uwagę dużą skalę problemu fałszywych wiadomości, jest niemal pewne, że zetknęli się w tym czasie z wieloma fake newsami”⁹.

Kolejnym powodem wiary w fałszywe informacje jest to, że ludzie po prostu chcą w nie wierzyć. Artykuł internetowy czy filmik na YouTube ma potwierdzić ich przekonania i dać możliwość zademonstrowania swojego stanowiska, powołując się przy tym na rzekomo wiarygodne źródła. Zjawisko to wyjaśnia badacz konfliktów Andreas Zick, który twierdzi, że:

„To zależy od mojego własnego nastawienia. Wierzę w spiski i mity, jeśli już wcześniej mam pewne przekonania albo żywię wobec kogoś wrogość. Wrogiem może być na przykład policja, rząd czy aktywiści ekologiczni. W sieci znajdziemy ogrom treści, które potwierdzają własne przekonania. Konsumuję tylko te kanały, które odpowiadają dokładnie moim poglądom. To już więcej niż tylko bańka, to rodzaj równoległego uniwersum, które zaspokaja wszystkie możliwe potrzeby”¹⁰.

Waldemar Furmanek przeanalizował zagrożenia wynikające z rozwoju technologii informacyjnych z perspektywy psychologii społecznej. Wymienia on między innymi te o charakterze psychologicznym (przymus bycia w sieci), technicznym (wirusy komputerowe), medycznym (promieniowanie komputera), prawnym (plagiaty), społecznym (atomizacja społeczeństwa) czy informacyjnym (rozbieżność informacji, dylematy etyczne)¹¹. Celnie twierdzi, że ilość dostępnych informacji prowadzi do przeładowania informacyjnego, a to wraz z ograniczeniami poznawczymi człowieka prowadzi do chaosu i bezradności. „Całość doznań bywa określana jako stres informacyjny, stanowiący jedną z odmian stresu poznawczego”¹². Ten dyskomfort psychiczny sprawia, że stajemy się podatni na dezinformację, zmniejsza się nasza zdolność koncentracji i powstają trudności z podejmowaniem decyzji. Konsekwencje są również widoczne dla ciała, gdyż pojawiają się bóle mięśni, nerwica czy zaburzenia snu.

Dezinformacja w naukach społecznych

Sam termin „fake news”, dosłownie tłumaczony z języka angielskiego jako „fałszywa wiadomość”, jest neologizmem. Oznacza „wiadomość medialną, która jednocześnie nie jest ani prawdą, ani kłamstwem, opiera się na dezinformacji, często zawierając fragmenty prawdziwe. Nie należy utożsamiać go z pomyłkami dziennikarskimi czy publikacjami opartymi na niesprawdzonych źródłach”¹³. W podobnym tonie przed-

⁹ NASK, *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo. Społeczeństwo. Polityka. Biznes*, Państwowy Instytut Badawczy NASK, Warszawa 2019, s. 8-9.

¹⁰ J. Weber, *Fake newsy i teorie spiskowe. "I świat staje się zrozumiały"*, <https://www.dw.com/pl/fake-newsy-i-teorie-spiskowe-i-%C5%9Bwiat-staje-si%C4%99-zrozumia%C5%82y/a-56556280> (10.11.2022).

¹¹ W. Furmanek, *Zagrożenia wynikające z rozwoju technologii informacyjnych*, <https://docplayer.pl/13978774-Waldemar-furmanek-zagrozenia-wynikajace-z-rozwoju-technologiei-informacyjnych-risks-arising-from-the-development-of-information-technology.html> (28.12.2022).

¹² *Ibidem*.

¹³ K. Bąkiewicz., *Wprowadzenie do definicji i klasyfikacji zjawiska fake news*, „Studia Medioznawcze”, tom 20,

stawia to rządowy portal gov.pl, który fake newsy definiuje jako „wpisy, wiadomości, całe kanały informacyjne, w których przekazywane dane okazują się nieprawdziwe lub przeinaczone. Celowo wprowadzają w błąd, szokują i budzą kontrowersje. Granica między zwyczajną pomyłką pisarską czy przejęzyczeniem, a fake newsem staje się coraz bardziej niejasna”¹⁴. Zespół ekspertów z krajów członkowskich Unii Europejskiej już w 2018 r. opracował oficjalną i jednolitą definicję dezinformacji jako „fałszywą, niedokładną lub wprowadzającą w błąd informację, stworzoną, zaprezentowaną i rozpowszechnianą dla zysku lub rozmyślnego spowodowania szkody publicznej”¹⁵.

Według danych z oficjalnej strony Komisji Europejskiej, 83% osób ankietowanych twierdzi, że dezinformacja zagraża demokracji, 63% młodych Europejczyków natrafia na fake newsy częściej niż raz w tygodniu, a 51% Europejczyków uważa, że padło ofiarą dezinformacji online¹⁶. Obywatele dostrzegają to, że dezinformacja ogranicza ich zdolność do podejmowania świadomych decyzji, ale również zdecydowanie podważa zaufanie do instytucji i mediów. To wszystko stało się podstawą do stworzenia nowego aktu prawnego, jakim jest Kodeks postępowania z zakresu dezinformacji. Miał on pełnić rolę drogowskazu dla platform internetowych i uświadomić im, jak ważne jest kształtowanie świadomego społeczeństwa informacyjnego. Podpisy pod nim złożyli przedstawiciele 16 internetowych gigantów, w tym Facebooka, Twittera, TikToka, Google’a oraz Microsofta. Sygnatariusze poparli idee wprowadzenia kontroli uiszczania reklam, za wzmocnieniem pozycji konsumentów, integralności usług i pomiaru skuteczności kodeksu. W 2020 r. Komisja Europejska opublikowała raport oceniający dwuletnie działanie tego kodeksu. Zdecydowanie poprawiła się przejrzystość reklam politycznych oraz zwiększono działania przeciwko fałszywym kontom.

W 2020 . nastąpił kolejny kryzys informacyjny związany z pandemią COVID-19. Mimo wcześniejszych działań społeczeństwa nie umiały bronić się przed kłamliwymi narracjami na temat wirusa i szczepionek. Dwa lata później Rosja zaczęła wykorzystywać fake newsy jako broń w walce z Ukrainą. 17 czerwca 2022 r. 34 sygnatariuszy – podmiotów, które swoją działalność gospodarczą opierają na dystrybucji informacji, podpisało nowy, bardziej restrykcyjny kodeks do walki z dezinformacją. Zawiera on 44 zobowiązania i 127 środków szczególnych, w tym między innymi „zobowiązanie do zwrotu przychodów z reklam szerzących fake newsy oraz konieczność ciągłego ulepszania systemów, które kwalifikują treści do zarabiania”¹⁷. Zobowiązania obejmują również identyfikację nowych mechanizmów żonglowania informacją, takich jak

nr 3 (78), Warszawa 2019, s 281.

¹⁴ M. Waszak, *Postprawda i fake news czy weryfikacja treści i źródeł informacji*, <https://www.gov.pl/web/baza-wiedzy/rozpoznawanie-nieprawdziwych-informacji> (12.11.2022).

¹⁵ CyberDefence24, *UE: Unijna definicja dezinformacji i nowy kodeks postępowania dla mediów*, <https://cyberdefence24.pl/ue-unijna-definicja-dezinformacji-i-nowy-kodeks-postepowania-dla-mediow> (15.11.2022).

¹⁶ Komisja Europejska, *Ulepszenia w kodeksie postępowania UE w zakresie zwalczania dezinformacji*, https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan/strengthened-eu-code-practice-disinformation_pl (15.11.2022).

¹⁷ M. Ostrowski, B. Galos, *Unia Europejska idzie na wojnę z dezinformacją*, <https://www.rp.pl/opinie-prawne/art36733061-ostrowski-galos-unia-europejska-idzie-na-wojne-z-dezinformacja> (15.11.2022).

fałszywe konta, boty oraz zmanipulowane cyfrowo obrazy lub nagrania wideo (tzw. deep fake). Kodeks z 2022 r. jest kolejnym etapem w walce z fake newsami. Przygotowuje on środowisko cyfrowe do następnej regulacji – aktu o usługach cyfrowych, który ma niebawem wejść w życie. Będzie on dawał możliwość nakładania kar finansowych na sygnatariuszy, co spowoduje, że początkowe rekomendacje UE zamienią się w rygorystyczną, sankcjonowaną umowę, a to wszystko w imię walki z manipulacją i dezinformacją.

Fake newsy w polskich mediach

Federacja Rosyjska od wielu lat kieruje swoje ataki informacyjne i propagandowe w stronę Polski. Mocna intensyfikacja takich działań miała miejsce przy okazji kryzysu związanego z pandemią koronawirusa, zwłaszcza na początku 2020 r. oraz podczas wprowadzania szczepień. Błędy związane z komunikacją w trakcie pandemii przyczyniły się do masowego powielania nieprawdziwych informacji. Problem ten powrócił z początkiem rosyjskiej inwazji na Ukrainę.

Już pod koniec lutego 2022 r. w Polsce zaczęto rozpowszechniać kłamliwą narrację dotyczącą wstrzymania dostaw paliw. W jednej chwili zaczęły tworzyć się korki do stacji benzynowych, co spowodowało wzrost cen i wpłynęło na brak dostępności paliwa. Polacy nalewali paliwo do kanistrów, a nawet beczek, płacąc za nie w tysiącach złotych – a wszystko w cieniu paniki i strachu. Fake konta umieszczały na swoich profilach posty o kończącym się paliwie w Polsce, które były udostępniane przez tysiące użytkowników portali społecznościowych.



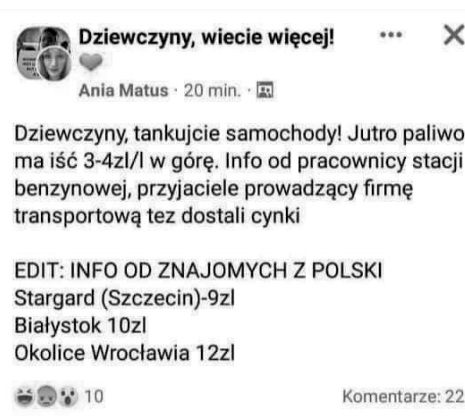
Nowe Spotted Słupsk - Express
1 godz. · 🌐

"Czy to prawda, że CPNY-y mają pomału zamykać bo wojsko rezerwuje paliwo? Kolejki na wszystkich stacjach paliw w Słupsku, ludzie tankują nawet do baniek."

👍 20

Komentarze: 25

Polub tę stronę



Dziewczyny, wiecie więcej!
Ania Matus · 20 min. · 🌐

Dziewczyny, tankujcie samochody! Jutro paliwo ma iść 3-4zł/l w górę. Info od pracownicy stacji benzynowej, przyjaciele prowadzący firmę transportową też dostali cynki

EDIT: INFO OD ZNAJOMYCH Z POLSKI
Stargard (Szczecin)-9zł
Białystok 10zł
Okolice Wrocławia 12zł

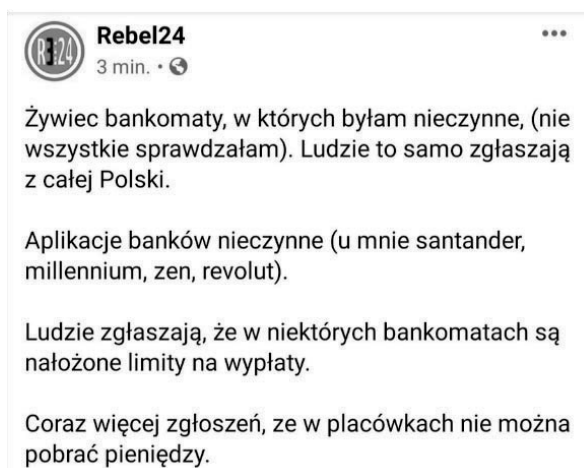
👍👎👤 10

Komentarze: 22

Źródło: <https://spidersweb.pl/2022/02/tankowanie-paliwa-orken-limity-cena-benzyny-diesel.html> [dostęp: 28.12.2022]).

Zarówno prezes zarządu PKN Orlen, jak i Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta zareagowali w szybkim tempie, zapewniając, że nie ma zagrożenia dla ciągłości dostaw paliw, równocześnie prosząc o zachowanie spokoju i nieuleganie rosyjskiej dezinformacji. Daniel Obajtek podkreślał, że „paliwa w Polsce nie zabraknie, bo nie jesteśmy uzależnieni wyłącznie od Rosji. Zabezpieczyliśmy kontrakty z dostawcami z Bliskiego Wschodu oraz Stanów Zjednoczonych i Afryki. Koncern już wypowiada umowy właścicielom stacji, którzy zawyżają ceny”¹⁸.

Kolejnym fake newsem była informacja o trudnościach z wypłacaniem pieniędzy z bankomatów. Również w tym wypadku Polacy ustawiali się w kolejkach i zaczęli pobierać wszystkie swoje pieniądze z kont. Trudności związane z niedostępnością bankomatów wynikały jedynie z dużej ilości wypłat i były one chwilowe.



Źródło: <https://fakehunter.pap.pl/raport/b4e8bfc7-5757-42de-85b9-46454b46e0e3> (28.12.2022).

Narodowy Bank Polski wydawał specjalne komunikaty o stałym przepływie gotówki, a Komisja Nadzoru Finansowego od razu zabrała stanowisko, podkreślając, że nie ma w planach wprowadzać żadnych limitów na wypłaty, a polski sektor bankowy działa bez zakłóceń. „Nie daj się nabrać i sam nie podawaj dalej fałszywych informacji”¹⁹—ostrzegęła w mediach.

Kolejnym pokłosiem manipulacji informacjami było tłumne ruszenie do aptek po płyn Lugola, czyli wodny roztwór jodu, który wypięło 18,5 mln ludzi po wybuchu reaktora w Czarnobylu, podczas największej w historii medycyny akcji profilaktycznej. Dezinformujące wpisy o zagrożeniu wzrostem promieniowania obiegły polskojęzyczny Internet po tym, jak 24 lutego rosyjskie wojska zajęły teren zamkniętej czarnobylskiej

¹⁸ M. Kunica, *W Polsce nie brakuje i nie zabraknie paliwa – zapewnia prezes Orlenu*, <https://businessinsider.com.pl/gospodarka/w-polsce-nie-brakuje-i-nie-zabraknie-paliwa-zapewnia-prezes-ornenu-tylko-u-nas/8h1b9bn> (12.11.2022).

¹⁹ CyberDefence24, *Uwaga na dezinformację! Nie będzie limitów na wypłatę gotówki*, <https://cyberdefence24.pl/biznes-i-finance/uwaga-na-dezinformacje-nie-będzie-limitow-gotowki-wypłacanej-z-bankow> (14.11.2022).

elektrowni atomowej. Jeszcze większa eskalacja fake newsów miała miejsce w późniejszym okresie, podczas działań wojennych w okolicach największej działającej ukraińskiej elektrowni w Zaporozżu. W przestrzeni medialnej pojawiały się również posty dotyczące potencjalnego zagrożenia atakiem jądrowym na Polskę, w ramach odwetu za pomoc Ukrainie. Taka narracja utrzymywała się w polskich mediach społecznościowych przez pierwsze pół roku po rosyjskiej agresji.



Źródło: https://demagog.org.pl/fake_news/wybuch-reaktora-atomowego-w-elektrowni-zaporoskiej-zmyslony-news/ (28.12.2022).



Źródło: <https://konkret24.tvn24.pl/swiat/rosyjska-dezinformacja-o-elektrowni-w-zaporozu-eksperci-gra-na-ludzki-strachu-ra1115779-6113361> (28.12.2022).

Dodatkowo emocje były podsycane faktem, iż do wielu samorządów trafiły tabletki z jodkiem potasu. Polacy, zwłaszcza ci, którzy pamiętali awarię reaktora w 1986 r., zaczęli wykupować preparaty jodowe z aptek, co doprowadziło do braków leków w aptekach i hurtowniach. Eksperci i portale demaskujące fake newsy apelowali: „to nie działa »na zapas«. Nie można brać tabletek jodowych zapobiegawczo. Podaje się je dokładnie wtedy, gdy są potrzebne, a więc gdy wiadomo o istniejącym w środowisku podniesionym poziomie radioaktywnego izotopu jodu”²⁰.

Profesor nauk medycznych Krzysztof Filipiak podkreśla:

„że robienie zapasów z płynu Lugola to absurd. Tak jak w dobie COVID-19 pacjenci z niezrozumiałych przyczyn kupowali amantadynę, tak w czasach Putin’22 zapanowała «moda» na płyn Lugola. Grozi to różnymi chorobami, głównie tarczycy, schorzeniami metabolicznymi, chorobami, które mogą nawet u niektórych osób prowadzić do groźnych powikłań kardiologicznych, internistycznych”²¹.

Można śmiało stwierdzić, że jest to przykład manipulacji poprzez odwoływanie się do faktycznych wspomnień, aby jeszcze bardziej odczuwać zagrożenie i poddać się antyukraińskiej narracji. Medycy i naukowcy informują, że aby uzyskać rzetelne informacje o sytuacji radiacyjnej w Polsce, należy obserwować stronę Państwowej Agencji Atomistyki²² czy też ogólnoeuropejski monitoring z mapy radiologicznej Joint Research Center Komisji Europejskiej²³.

Media społecznościowe i bezmyślność posiadaczy kont powoduje, że codziennie można trafić na posty zawierające fake newsy. Powstają antyukraińskie profile i grupy, które wcześniej prowadziły narrację antyszczepionkową, a teraz wstawiają fałszywe informacje mające pobudzić w nas silne emocje. Jedną z nich był rysopis mężczyzny oraz nagranie dokonanego gwałtu na nastoletniej dziewczynie. Podana w poście miejscowość różniła się – w zależności od grupy, do której kierowało się przekaz. Opis zawsze brzmiał jednakowo „w okolicy centrum zaatakowano młodą dziewczynę. Napastnik zgwałcił, a następnie ją okradł. Udostępniliśmy rysopis sprawcy. Na ten moment prowadzimy czynności mające na celu ustalenie tożsamości sprawcy. Ze wstępnych ustaleń wynika, że jest to najprawdopodobniej obywatel Ukrainy[...]”²⁴.

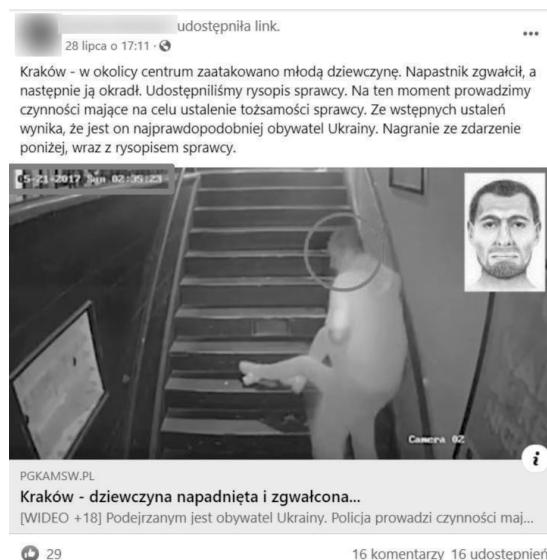
20 P. Stanisławski, *Jod, tabletki, płyn Lugola i rosyjskie groźby jądrowe – wyjaśniamy*, <https://www.crazynauka.pl/jod-tabletki-plyn-lugola-i-rosyjskie-grozby-jadrowe-wyjasniamy> (19.11.2022).

21 E. Kurzyńska, *Ekspert ostrzega: picie płynu Lugola na własną rękę jest groźne dla zdrowia*, <https://pulsmedycyny.pl/ekspert-ostrzega-picie-plynu-lugola-na-wlasna-reke-jest-grozne-dla-zdrowia-1143242> (19.11.2022).

22 Portal Gov.pl, <https://monitoring.paa.gov.pl/maps-portal/> (19.11.2022).

23 Komisja Europejska, Gamma DoseRates Simple Map, <https://remap.jrc.ec.europa.eu/Consent/Simple.aspx>, (19.11.2022).

24 Demagog.org, *Atak na Ukrainca w centrum? Zmyślona historia na potrzeby oszustwa!*, https://demagog.org.pl/fake_news/atak-ukrainca-w-centrum-zmyslona-historia-na-potrzeby-oszustwa (14.11.2022).



Źródło: https://demagog.org.pl/fake_news/atak-ukrainca-w-centrum-zmyslona-historia-na-potrzeby-oszustwa [dostęp: 28.12.2022]

Oczywiście jest to nieprawda, na zdjęciu z kamery widnieje 2017 rok, a dzięki funkcji Google'a – wyszukiwanie obrazem, można w prosty sposób zweryfikować, że zdarzenie to miało miejsce w Stanach Zjednoczonych. Lokalne komisariaty policji w Polsce potwierdziły, że są to informacje nieprawdziwe, a podany w poście link prowadzi do pustej strony, która może narażać na pobranie złośliwego oprogramowania na urządzenie.

Informacje na temat gwałtów i włamań do mieszkań dokonywanych przez uchodźców były bardzo mocno rozpowszechniane, zarówno w przekazie internetowym, jak i ustnym. Wywoływało to panikę i poczucie zagrożenia wśród mieszkańców terenów przygranicznych, do czego odniosła się Komenda Wojewódzka Policji w Lublinie już 2 marca, kilka dni po inwazji Rosji. „Apelujemy o rozsądek. Warto sobie uświadomić, że świadoma dezinformacja stanowi broń we współczesnym świecie! Przekazując takie niesprawdzone informacje możecie stać się narzędziem w rękach ludzi, którzy świadomie tworzą fake newsy i za ich pomocą biorą udział w wojnie!”²⁵. W maju masowo udostępniany był post z informacją o próbie gwałtu na dwóch chłopcach w Kostrzynie nad Odrą, którego mieli dokonać obywatele Ukrainy. Lubuska policja stanowczo zdementowała te informacje, podkreślając, jak ważna jest weryfikacja treści²⁶.

Również na początku marca pojawiła się fala fake newsów dotycząca braku dostępności Polaków do opieki zdrowotnej. Autorzy internetowych wpisów pełni oburzenia opowiadali o problemach w szpitalach i przychodniach, zapewniając, że priorytetowo

²⁵ KWP w Lublinie, *Uwaga na fake newsy na temat uchodźców!*, <https://policja.pl/pol/aktualnosci/215062,Uwaga-na-fake-newsy-na-temat-uchodzcow.html> (14.11.2022).

²⁶ News Lubelski, *Ukraińcy zgwałcili dwóch chłopców w Lubuskiem? Policja: "To fake news!"*, <https://newslubuski.pl/interwencje/12541-ukraincy-zgwalcili-dwoch-chlopcow-to-fake-news.html> (15.11.2022).

przyjmowani są tylko Ukraińcy. Social media były pełne historii „od znajomych”, w których mały chłopiec został wyrzucony ze szpitala onkologicznego, kobieta nie została przyjęta do szpitala z urazem nogi czy najbardziej znanego i symbolicznego przypadku Kasi z Ząbek, czyli „córki koleżanki kolegi”, której odmówiono pomocy, gdyż musi być miejsce dla uchodźców. Fake newsy urosły do poziomu absurdu, w którym zarzuca się szpitalom przeznaczanie wygodniejszych łóżek dla Ukraińców. Takie posty spotkały się z natychmiastową reakcją personelu medycznego, dyrektorów oraz polityków. Ministerstwo Zdrowia we wszystkich social mediach udostępniło swoje stanowisko, że „nie było sytuacji Kasi z Ząbek. Jest natomiast przypadek trollingu po myśli rosyjskiego agresora”²⁷. Do sprawy odniósł się premier Mateusz Morawiecki:

„chciałbym zdementować plotki i fake newsy, które pojawiają się np. o domniemanym pierwszeństwie dostępu do usług publicznych dla osób, które przybywają z Ukrainy. W żadnym z tych przypadków nie będziemy mieli do czynienia z uprzywilejowaniem uchodźców. Obywatele Ukrainy nie będą mieli w żadnym z obszarów praw i możliwości większych niż obywatele polscy”²⁸.



Piotr Strzembosz
@PiotrStrzembosz

"Wrocilaam ze szpitala na Kopernika (Kasia znowu skrecila chyba noge i jej spuchla). Po godzinie czekania na panią dr ... dostalam info, ze teraz przyjmują tylko Ukraińców i z wypadków.... Kasi nawet RTG nie zrobili.." - Info z pierwszej ręki od znajomej z Ząbek...

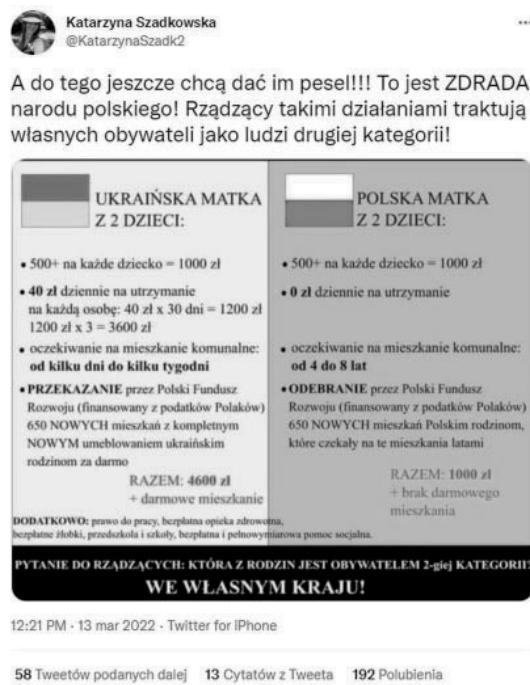
Źródło: <https://konkret24.tvn24.pl/polska/w-szpitalu-pryjmuja-tylko-ukraincow-i-z-wypadkow-re-sort-zdrowia-trolling-po-mysli-rosyjskiego-agresora-ra1098613> (28.12.2022)

Oprócz zabierania miejsc w szpitalach Ukraińcy są posądzani o zabieranie pracy, mieszkań oraz świadczeń socjalnych. Internet obieżyło porównanie w formie tabeli świadczeń pobieranych przez ukraińską matkę z 2 dziećmi oraz polską matkę również z 2 dziećmi. To wszystko wraz z podpisem „która z rodzin jest obywatelem 2-giej kategorii? We własnym kraju!”²⁹. Twórcą tego porównania jest asystentka posta RP Grzegorza Brauna. Post udostępniany był na grupach o różnej tematyce, aby dotarł do jak największej liczby osób, zwłaszcza matek. Są to kolejne działania mające na celu zniechęcić Polaków do uchodźców i niestety, tak jak w przypadku manipulacji antyszczepionkowej, są skuteczne.

²⁷ Twitter.com - Ministerstwo Zdrowia @MZ_GOV_PL, https://twitter.com/MZ_GOV_PL/status/1500745896400764928?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Eetweetembed%7Ctwterm%5E1500745896400764928%7Ctwgr%5E6e-9185a414b83f8fe5a67d851349486ebd2dc966%7Ctwcon%5E1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.wprost.pl%2Fkraj%2F10647160%2Ftak-dzialaja-trolle-z-kremla-ministerstwo-zdrowia-demaskuje-fake-newsa.html [dostęp: 15.11.2022].

²⁸ P. Wójtowicz, *Wysyp okołomedycznych fake newsów. Lekarz demuntuje plotki o dostępności opieki zdrowotnej dla Polaków i Ukraińców*, <https://www.medonet.pl/zdrowie/wiadomosci,uchodzczy-nie-zabieraja-miejsc-w-szpitalach-polakom--to-fake-news,artykul,36375354.html> (15.11.2022).

²⁹ G. Sieczkowska, „Ukraińska matka a polska matka” – celowy zabieg antyimigracyjnej narracji, <https://konkret24.tvn24.pl/polityka/ukrainska-matka-a-polska-matka-celowy-zabieg-antyimigracyjnej-narracji-ra1099435> [dostęp: 15.11.2022].



Źródło: <https://twitter.com/katarzynaszadk2> (28.12.2022)

Kolejnym przykładem szerzenia antyukraińskiej narracji jest przekonanie, że uchodźcy otrzymują wyjątkowe przywileje. W sierpniu 2022 r. jeden z użytkowników Facebooka umieścił na swoim profilu zdjęcie zielonej tablicy z nazwą miejscowości napisanej alfabetem łacińskim oraz cyrylicą. Pod nim umieścił podpis: „Na Taką Polskę zasłużyliście swoim uległym milczeniem. Ucz się ukraińskiego inaczej nie rozumiesz czego od Ciebie żąda twój Pan – Banderowiec”³⁰. To samo zdjęcie umieścił użytkownik Twittera, opisując je podobnie: „Jeśli Polacy nadal będą biernie przyglądać się działaniom nie rządu, tak zaczną wyglądać miejscowości, miasta i wioski. #StopUkranizacjiPolski”³¹. Tego typu posty poruszają polskie społeczeństwo w negatywny sposób. Rozpoczyna się internetowa dyskusja kwestionująca sąsiedzką pomoc i zarzucająca Ukraincom przejmowanie władzy w Polsce. Tymczasem tym drugim językiem, którym zapisana jest nazwa miejscowości Gładyszów, jest nie ukraiński, a łemkowski. W 2008 r. w tej miejscowości oraz w innych w tej gminie odbyły się referenda w sprawie postawienia znaku z podwójnym zapisem nazwy³². Umożliwiła to ustawa z 2005 r. o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym. Niestety, tego typu posty nie tylko przyczyniają się do szerzenia nienawiści, ale pokazują, że użytkownicy portali nie weryfikują czytanych treści, zarazem bezmyślnie udostępniając je dalej.

³⁰ Demagog.org, *Znak z nazwą miejscowości po ukraińsku? Nie, to język łemkowski!*, https://demagog.org.pl/fake_news/znak-z-nazwa-miejscowosci-po-ukrainku-nie-to-jezyk-lemkowski/ (16.11.2022).

³¹ *Ibidem*.

³² *Ibidem*.



Źródło: https://demagog.org.pl/fake_news/znak-z-nazwa-miejscowosci-po-ukrainsku-nie-to-jezyk-lemkowski/ [dostęp: 28.12.2022]

Na Facebooku i TikToku pojawiło się nagranie udostępnione przez trenera i konsultanta biznesowego posługującego się nazwą levi1916_official³³, który w swojej wypowiedzi stwierdził, że podejrzany jest fakt nadawania uchodźcom numerów PESEL. Nagranie to zdobyło tysiące polubień i wiele popierających komentarzy. Użytkownicy dzielili się swoimi przemyśleniami twierdząc, że partia rządząca sprowadza sobie wyborców i ukrainizuje Polskę. Według polskiego prawa zgodnie z ustawą z 2022 r. o pomocy obywatelom Ukrainy³⁴, każdemu nadaje się numer PESEL, jeśli jego pobyt uznano za legalny. Nie jest to jednak równoznaczne z nadaniem obywatelstwa oraz nie uprawnia do udziału w wyborach. Numer PESEL pozwala na korzystanie z opieki zdrowotnej, pomocy społecznej, założenia kont bankowych oraz korzystania z podstawowych praw w Polsce. Informacja o tym, że numer ten nadaje prawa wyborcze, jest kolejnym elementem prorosyjskiej propagandy.

W tworzeniu fake newsów znaczącą rolę odgrywają historyczne zaszłości. W sierpniu 2022 r. na Twitterze został opublikowany skan dokumentu³⁵, w którym polska ambasada domaga się zmiany nazwy ulicy, na której znajduje się ambasada Rosji. Dotychczasowa ulica Belwederska miałaby zmienić nazwę na ulicę Stepana Bandery, działacza ukraińskiego ruchu nacjonalistycznego, który prowadził na Wołyniu i w Galicji Wschodniej eksterminację ludności polskiej. Dokument posiadał symbole Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz elektroniczny podpis wiceministra Marcina Przydacza.

³³ Demagog.org, PESEL to nie obywatelstwo, a uchodźcy nie są przesiedleńcami, https://demagog.org.pl/fake_news/peesel-to-nie-obywatelstwo-a-uchodzcy-nie-sa-przesiedlencami/ (16.11.2022).

³⁴ Internetowy System Aktów Prawnych, Dz.U. 2022 poz. 583, <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20220000583> (18.11.2022).

³⁵ Twitter.com, Marian Konarski - @marian_konarski, https://twitter.com/marian_konarski/status/1559891528390262786 [dostęp: 12.11.2022].

Wiceszef polskiej dyplomacji jasno odpowiedział, że „to fake. Nigdy takie pismo nie powstałoby w polskim MSZ. Błędy językowe jasno wskazują na potencjalnych autorów tej prowokacji”³⁶. W polskim Internecie dominował również wizerunek Ukraińca jako naziisty, co pokrywa się z rosyjską narracją i słowami Putina o denazyfikacji Ukrainy. Polacy masowo udostępniali zdjęcie prezydenta Zełenskigo trzymającego koszulkę reprezentacji Ukrainy ze swastyką³⁷. Pod postem mnóstwo komentarzy typu: „kolaborant”, „banderowiec” „morderca Polaków”. Zdjęcie oczywiście jest fotomontażem, a oryginał znajduje się na oficjalnym profilu prezydenta na Instagramie, gdzie na koszulce zamiast swastyki widać numer 95.



Źródło: <https://mobile.twitter.com/wiktoriakrasno1> (28.12.2022)

Czy uczymy się na błędach pandemii?

Informacja jest siłą, jednak w momencie braku jej weryfikacji jest doskonałym narzędziem propagandowym i manipulacyjnym. Pandemia koronawirusa pokazała, jaką siłą ma dezinformacja w momencie, w którym użytkownicy udostępniali antyszczepionkowe posty tajemniczych kont w mediach społecznościowych. Aktualnie konta te powielają fałszywe, prorosyjskie informacje, bazując na silnych emocjach i skłaniając użytkowników do nieufności, a wręcz nienawiści do sąsiadów z Ukrainy. Przykładem jest profil mężczyzny posługującego się na Twitterze nazwą @Pdzadz³⁸.

³⁶ Twitter.com, Marcin Przydacz - @marcin_przydacz, https://twitter.com/marcin_przydacz/status/1559826131150405632?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1559826131150405632%7Ctwgr%5E5c6f2e677af8db74c2da8b06a1cd2d832001d0c1%7Ctwcon%5Es1_%ref_url=https%3A%2F%2Fdemagog.org.pl%2Ffake_news%2Fmsz-chce-w-warszawie-ulicy-stepana-bandery-to-fake-news%2F (12.11.2022).

³⁷ Twitter.com, Wiktoria Krasnopolska - @WiktoriaKrasno1, https://twitter.com/WiktoriaKrasno1/status/1500089887890059266?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1500089887890059266%7Ctwgr%5E1f3dac4d96331724c3c9631364114e939d5831bd%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fpulsemebed.eu%2Fp2em%2FVkJXvOL9K%2F (12.11.2022).

³⁸ Twitter.com, Paweł Dzadz - @Pdzadz, <https://twitter.com/Pdzadz> (12.11.2022).



Źródło: <https://mobile.twitter.com/wiktoriakrasno1> (28.12.2022)

W grudniu 2021 r. publikował posty z pytaniem „Dlaczego powstają nowe mutacje wirusa SARS-CoV-2? To przez szczepionki – szczepionki roznoszą wirusa”. W lutym 2022 r. uważał, że „segregacja Sanitarna jest nie Konstytucyjna. Brońmy swoich praw”. Na początku marca 2022 definitywnie twierdził, że „na Ukrainie nie ma żadnej wojny!”, a kilka dni później dzielił się swoimi przemyśleniami na temat pomocy dla Ukraińców – „słyszeliście że każdy uchodźca Ukraiński ma dostać Polskie obywatelstwo (nr PESEL) + ma dostać 120zł/ dziennie + mieszkanie i wyżywienie”. Podobnie zachowywał się użytkownik @PiotrWiel³⁹, który przed wojną publikował posty antyszczepionkowe: „Niedzielski chciał rozkręcić V falę, ale wyszła mu kałuża”, w trakcie wojny zaczął wstawiać przemyślenia zgodne z narracją Kremla:

„nie wzrusza mnie ukraińska blogerka na ruinach szpitala i faszująca «Mam tę moc» ukraińska dziewczynka. Nie robią na mnie wrażenia «masowe groby» w Mariupolu i Buczy. Dlaczego? Bo widzę to, na co inni boją się patrzeć. Znow jesteśmy mięsem armatnim geopolityki i cieszymy japę”.

Takich kont są tysiące, co podkreśla Marcin Żukowski z Nieagencji, firmy zajmującej się marketingiem non-fiction:

„Dla uważnych obserwatorów mediów społecznościowych zjawisko zmiany tematycznej części profili nie było zaskoczeniem. Już wcześniej konta, gdzie publikowano treści antyszczepionkowe i antycovidowe, były kojarzone z działalnością ze Wschodu. Gdy zaczęła się wojna, po prostu się potwierdziło, że antyszczepionkowe paliwo było dostarczane właśnie stamtąd”⁴⁰.

³⁹ Twitter.com, Piotr Stanisław Wielgucki - @PiotrWiel, <https://twitter.com/PiotrWiel> (12.11.2022).

⁴⁰ J. Kunert, M. Jaroń, *Konta antyszczepionkowe pracują dla Kremla. „Potwierdziło się, że paliwo było ze Wschodu”*, <https://konkret24.tvn24.pl/polityka/konta-antyszczepionkowe-pracuja-dla-kremla-potwierdzilo-sie-ze-paliwo-by>

Cel w każdym przypadku jest taki sam – tworzenie chaosu informacyjnego w sferze medialnej. W walce z tym zjawiskiem jedenaście instytucji i organizacji, w tym NASK, CyberDefence24 i Demagog, opracowało Kodeks Dobrych Praktyk⁴¹, w którym omówiono kluczowe kwestie w obszarze wszelkich działań związanych z dezinformacją. Już we wstępie zaznaczono, że ofiarami zafałszowanych komunikatów mogą stać się nie tylko internauci, ale również media czy osoby uznawane za autorytety. Przedstawiono również pojęcia, takie jak trolle, czyli konta zamieszczające kontrowersyjne lub silnie zabarwione emocjonalnie treści, oraz boty, czyli konta zautomatyzowane lub półzautomatyzowane charakteryzujące się powtarzającymi zachowaniami dotyczącymi interakcji z treściami publikowanymi przez inne konta⁴². Kodeks w związku sposób opisuje, jak przeciwdziałać zjawisku dezinformacji. Jest to w pierwszej kolejności fact-checking, czyli etapowa weryfikacja informacji poprzez porównywanie źródeł, sprawdzanie treści i obrazów, sięganie do pierwotnych materiałów. Następnie jest to edukacja użytkowników, która jest kluczowym działaniem w długofalowej walce z dezinformacją. Powinna być ona realizowana poprzez kampanie informacyjne i inne środki, które muszą dotrzeć do szkół i miejsc pracy. Kolejnym punktem są wysokie standardy działań medialnych, w tym oddzielenie informacji od publicystyki. Równie ważnym elementem jest zgłaszanie i blokowanie treści informacyjnych poprzez stosowne procedury na platformach społecznościowych⁴³. „Wypracowany Kodeks Dobrych Praktyk jest jednym z kamieni milowych w uspołnieniu standardów walki z dezinformacją”⁴⁴. Również Państwowy Instytut Badawczy NASK wraz z Google prowadzą kampanię pt. „Nie daj się nabrać na metodę kozła ofiarnego”, gdyż właśnie Ukraińców obwinia się za wszystkie problemy, te związane z poszukiwaniem pracy, mieszkaniem, dostępem do lekarzy czy podwyżkami cen. Autorzy podkreślają, że przekaz całej kampanii jest jasny, aby nie dać się manipulacji, gdyż wojna nie dzieje się tylko w terenie, ale też w naszych telefonach⁴⁵.

Polska organizacja fact-checkingowa Demagog przygotowała analizę pt. „Osiem miesięcy później... Antyukraińska dezinformacja w Polsce”⁴⁶, która pokazała, że w polskojęzycznym Internecie słabnie zainteresowanie postami dotyczącymi Ukrainy. Wzmożone zainteresowanie utrzymywało się do początku kwietnia 2022 r., jednak to nie wiąże się ze spadkiem antyukraińskiej narracji. Atmosfera strachu przed wojną była podsycana przez niektórych internetowych twórców, takich jak Huber Czerniak, który przekonywał, że konsekwencją polskiego wsparcia dla

lo-ze-wschodu-ra1100795, (15.11.2022).

⁴¹ NASK, *Kodeks Dobrych Praktyk*, <https://www.nask.pl/pl/wlaczweryfikacje/kodeks-dobrych-praktyk/4991,Kodeks-Dobrych-Praktyk.html> (15.11.2022).

⁴² *Ibidem*.

⁴³ *Ibidem*.

⁴⁴ *Ibidem*.

⁴⁵ Research by Jigsaw, *Nie daj się nabrać na metodę “kozła ofiarnego”*, https://www.youtube.com/watch?v=PC-G7WB-i_n4 (14.11.2022).

⁴⁶ Ł. Grzesiczak, *Osiem miesięcy później... Antyukraińska dezinformacja w Polsce*, https://demagog.org.pl/analiza_i_raporty/osiem-miesiecy-pozniej-antyukraińska-dezinformacja-w-polsce/ (12.11.2022).

Ukraińców może być atak bombą atomową⁴⁷. Miało również miejsce zastraszanie wzrostem przestępczości, rzekomymi chorobami przynoszonymi z Ukrainy oraz tym, że Polacy tracą ekonomicznie na wsparciu sąsiadów. Dane opublikowane na stronie Brand24 i opisane przez Demagog pokazują, że występowanie w polskojęzycznym Internecie fraz „nachodźca”, „przesiedleńcy” czy „upaina” miało swój szczyt na przełomie lutego i marca, a trwało do połowy kwietnia. Spadek ten odnotowano jedynie do czerwca, gdyż ponownie obserwowane jest nasilenie antyukraińskiej narracji. Mimo spadku zainteresowań samą Ukrainą, którego szczyt wypadł między 27 lutym a 5 marca⁴⁸, w dalszym ciągu pojawiają się frazy używane do szerzenia dezinformacji.

Refleksja kończąca

Wojna w Ukrainie pokazuje, że społeczeństwo, mimo styczności z fake newsami podczas pandemii COVID-19, w dalszym ciągu łatwowiernie rozprzestrzenia informacje przeczytane w social mediach. Świat dysponuje licznymi narzędziami w walce z manipulacją, jednak dalej stanowi ona poważny problem. Metody manipulacji są podobne do mechanizmów propagandy między innymi z czasów Związku Radzieckiego, jednak zmieniła się forma otoczenia i sposób jej upowszechniania. Rozwój technologii, szeroka i szybka skala komunikacji sprawiają, że informacje, czy prawdziwe czy nie, obiegają cały Internet, zostawiając po sobie ślad w niespotykanym dotychczas tempie. Według danych Instytutu Badań Internetu i Mediów Społecznościowych:

„3 marca odnotowano wzrost incydentów dezinformacyjnych o... 20 tys. proc. Tylko w ciągu 24 h pojawiło się wówczas 120 tys. wpisów dezinformujących w temacie wojny w Ukrainie. Gros tych incydentów dotyczyło mediów społecznościowych - 69 proc. z nich znalazło się na Facebooku, a 24 proc. na Twitterze. Tylko 8 proc. tych działań odbyło się na tradycyjnych portalach internetowych”⁴⁹.

Wojna cyfrowa trwa, a społeczeństwo polskie jest niestety łatwym celem manipulacji, co czyni je bezradnym wobec dezinformacyjnego chaosu. Powielanie fałszywych informacji przez tysiące kont sprawia, że informacje te są odbierane jako prawdziwe zgodnie z celnymi słowami Waldemara Łysiaka, że przecież „miliony much nie mogą się mylić”.

⁴⁷ Hubert Czerniak TV, *Hubert Czerniak – Uwaga! Promieniowanie! Jak się ochronić? Czarnobyl, Fukushima i... co dalej?*, <https://www.youtube.com/watch?v=NePFzx8o-9Q> (14.11.2022).

⁴⁸ Ł. Grzesiczak, *Osiem miesięcy później... Antyukraińska dezinformacja w Polsce*, https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/osiem-miesiecy-pozniej-antyukraińska-dezinformacja-w-polsce/ (12.11.2022).

⁴⁹ Money.pl, *Jak walczyć z fake news i rozpoznać dezinformację? Tutaj znajdziesz porady ekspertów*, <https://www.money.pl/gospodarka/jak-walczyz-z-fake-news-i-rozpoznać-dezinformacje-tutaj-znajdziesz-porady-ekspertow-6760344765164320a.html> (16.11.2022).

Bibliografia

- Bąkiewicz K., *Wprowadzenie do definicji i klasyfikacji zjawiska fake news*, „Studia Medioznawcze”, tom 20, nr 3 (78), Warszawa 2019.
- Gigerenzer G., Goldstein D., *Reasoning the fast and frugal way: Models of bounded rationality*, Psychological Review, 1996.
- Ledzińska M., *Człowiek współczesny w obliczu stresu informacyjnego*, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, 2009.
- Mierzyńska A., *Efekt niszczący. Jak dezinformacja wpływa na nasze życie*, Wydawnictwo Agora, Warszawa 2022.
- NASK, *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo. Społeczeństwo. Polityka. Biznes*, Państwowy Instytut Badawczy NASK, Warszawa 2019.
- Pomerantsev P., *To nie jest propaganda. Przygody na wojnie z rzeczywistością*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2020.
- Postman N., *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, PIW, Warszawa 1995.
- Postman N., *Zabawić się na śmierć*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2002.

Źródła internetowe

- CyberDefence24, *UE: Unijna definicja dezinformacji i nowy kodeks postępowania dla mediów*, <https://cyberdefence24.pl/ue-unijna-definicja-dezinformacji-i-nowy-kodeks-postepowania-dla-mediow> (15.11.2022).
- CyberDefence24, *Uwaga na dezinformację! Nie będzie limitów na wypłatę gotówki*, <https://cyberdefence24.pl/biznes-i-finanse/uwaga-na-dezinformacje-nie-bedzie-limitow-gotowki-wyplacanej-z-ban-kow> (14.11.2022).
- Demagog, *Atak na Ukrainca w centrum? Zmyślona historia na potrzeby oszustwa!*, https://demagog.org.pl/fake_news/atak-ukrainca-w-centrum-zmyslona-historia-na-potrzeby-oszustwa/ (14.11.2022).
- Demagog.org, *PESEL to nie obywatelstwo, a uchodźcy nie są przesiedleńcami*, https://demagog.org.pl/fake_news/pesel-to-nie-obywatelstwo-a-uchodzcy-nie-sa-przesiedlencami/ (16.11.2022).
- Demagog.org, *Wybuch reaktora atomowego w elektrowni zaporoskiej? Zmyślony news!*, https://demagog.org.pl/fake_news/wybuch-reaktora-atomowego-w-elektrowni-zaporoskiej-zmyslony-news/ (28.12.2022).
- Demagog.org, *Znak z nazwą miejscowości po ukraińsku? Nie, to język lemkowski!*, https://demagog.org.pl/fake_news/znak-z-nazwa-miejscowosci-po-ukrainsku-nie-to-jezyk-lemkowski/ (16.11.2022).
- Fakehunter.pap.pl, <https://fakehunter.pap.pl/raport/b4e8bfc7-5757-42de-85b9-46454b46e0e3> (28.12.2022).
- Furmanek W., *Zagrożenia wynikające z rozwoju technologii informacyjnych*, <https://docplayer.pl/13978774-Waldemar-furmanek-zagrozzenia-wynikajace-z-rozwoju-technologie-informacyjnych-risks-arising-from-the-development-of-information-technology.html> (28.12.2022).
- Grzesiczak Ł., *Osiem miesięcy później... Antyukraińska dezinformacja w Polsce*, https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/osiem-miesiecy-pozniej-antyukrainka-dezinformacja-w-polsce/ (12.11.2022).
- Hubert Czerniak TV, *Hubert Czerniak – Uwaga! Promieniowanie! Jak się ochronić? Czarnobyl, Fukushima i... co dalej?*, <https://www.youtube.com/watch?v=NePFzx8o-9Q> (14.11.2022).
- Internetowy System Aktów Prawnych, Dz.U. 2022 poz. 583, <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20220000583> (18.11.2022).
- Komisja Europejska, *Gamma DoseRates Simple Map*, <https://remap.jrc.ec.europa.eu/Consent/Simple.aspx> (19.11.2022).
- Komisja Europejska, *Ulepszenia w kodeksie postępowania UE w zakresie zwalczania dezinformacji*, https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan/strengthened-eu-code-practice-disinformation_pl (15.11.2022).
- Konkret24.tvn24.pl, *W szpitalu „przyjmują tylko Ukraińców i z wypadków”? Resort zdrowia: „trolling po myśli rosyjskiego agresora”*, <https://konkret24.tvn24.pl/polska/w-szpitalu-przyjmuja-tylko-ukraincow-i-z-wypadkow-resort-zdrowia-trolling-po-mysli-rosyjskiego-agresora-ra1098613> (28.12.2022).
- Konkret24.tvn24.pl, *Rosyjska dezinformacja o elektrowni w Zaporozu. Eksperci: gra na ludzkim strachu*, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat/rosyjska-dezinformacja-o-elektrowni-w-zaporozu-eksperci-gra-na-ludzkim-strachu-ra1115779-6113361> (28.12.2022).

Kotkowski Ł., *Polacy rzucili się do tankowania. Limity na stacjach, ceny paliw poszybowały, a Orlen wprowadza nowe zasady*, <https://spidersweb.pl/2022/02/tankowanie-paliwa-orlen-limity-cena-benzyny-diesel.html> (28.12.2022).

Kunert J., Jaroń M., *Konta antyszczepionkowe pracują dla Kremla. „Potwierdziło się, że paliwo było ze Wschodu”*, <https://konkret24.tvn24.pl/polityka/konta-antyszczepionkowe-pracuja-dla-kremla-potwierdzilo-sie-ze-paliwo-bylo-ze-wschodu-ra1100795> (15.11.2022).

Kunica M., *W Polsce nie brakuje i nie zabraknie paliwa – zapewnia prezes Orlenu*, <https://businessinsider.com.pl/gospodarka/w-polsce-nie-brakuje-i-nie-zabraknie-paliwa-zapewnia-prezes-orlenu-tylko-u-nas/8h1b9bn> (12.11.2022).

Kurzyńska E., *Ekspert ostrzega: picie płynu Lugola na własną rękę jest groźne dla zdrowia*, <https://pulsmedycyny.pl/ekspert-ostrzega-picie-plynu-lugola-na-wlasna-reke-jest-grozne-dla-zdrowia-1143242> (19.11.2022).

KWP w Lublinie, *Uwaga na fake newsy na temat uchodźców!*, <https://policja.pl/pol/aktualnosci/215062,Uwaga-na-fake-newsy-na-temat-uchodzcow.html> (14.11.2022).

Money.pl, *Jak walczyć z fake news i rozpoznać dezinformację? Tutaj znajdziesz porady ekspertów*, <https://www.money.pl/gospodarka/jak-walczy-z-fake-news-i-rozpoznać-dezinformacje-tutaj-znajdziesz-porady-ekspertow-6760344765164320a.html> (16.11.2022).

NASK, *Kodeks Dobrych Praktyk*, <https://www.nask.pl/pl/wlaczweryfikacje/kodeks-dobrych-praktyk/4991,Kodeks-Dobrych-Praktyk.html> (15.11.2022).

News Lubelski, *Ukraińcy zgwałcili dwóch chłopców w Lubuskiem? Policja: „To fake news!”*, <https://news-lubuski.pl/interwencje/12541-ukraincy-zgwalcili-dwoch-chlopcow-to-fake-news.html> [dostęp: 15.11.2022].

Ostrowski M., Galos B., *Unia Europejska idzie na wojnę z dezinformacją*, <https://www.rp.pl/opinie-prawne/art36733061-ostrowski-galos-unia-europejska-idzie-na-wojne-z-dezinformacja> (15.11.2022).

Portal Gov.pl, <https://monitoring.paa.gov.pl/maps-portal/> (19.11.2022).

Research by Jigsaw, *Nie daj się nabrać na metodę „kozła ofiarnego”*, https://www.youtube.com/watch?v=PC-G7WB-i_n4 (14.11.2022).

Sieczkowska G., *„Ukraińska matka a polska matka” – celowy zabieg antyimigracyjnej narracji*, <https://konkret24.tvn24.pl/polityka/ukrainka-matka-a-polska-matka-celowy-zabieg-antyimigracyjnej-narracji-ra1099435> (15.11.2022).

Stanisławski P., *Jod, tabletki, płyn Lugola i rosyjskie groźby jądrowe – wyjaśniamy*, <https://www.crazy-nauka.pl/jod-tabletki-plyn-lugola-i-rosyjskie-grozby-jadrowe-wyjasniamy/> (19.11.2022).

Twitter.com, Marcin Przydacz - @marcin_przydacz, https://twitter.com/marcin_przydacz/status/1559826131150405632?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1559826131150405632%7Ctwgr%5E5c6f2e677af8db74c2da8b06a1cd2d832001d0c1%7Ctwcon%5Es1_%2F%2Fdemagog.org.pl%2Ffake_news%2Fmsz-chce-w-warszawie-ulicy-stepana-bandery-to-fake-news%2F (12.11.2022).

Twitter.com, Marian Konarski - @marian_konarski, https://twitter.com/marian_konarski/status/1559891528390262786 (12.11.2022).

Twitter.com - Ministerstwo Zdrowia @MZ_GOV_PL, https://twitter.com/MZ_GOV_PL/status/1500745896400764928?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1500745896400764928%7Ctwgr%5E6e9185a414b83f8fe5a67d851349486ebd2dc966%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.wprost.pl%2Fkraj%2F10647160%2Ftak-dzialaja-trolle-z-kremla-ministerstwo-zdrowia-demaskuje-fake-newsa.html (15.11.2022).

Twitter.com, Paweł Dzadz - @Pdzadz, <https://twitter.com/Pdzadz> (12.11.2022).

Twitter.com, Piotr Stanisław Wielgucki - @PiotrWiel, <https://twitter.com/PiotrWiel> (12.11.2022).

Twitter.com, Wiktoria Krasnopolska - @WiktoriaKrasno1, https://twitter.com/WiktoriaKrasno1/status/1500089887890059266?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1500089887890059266%7Ctwgr%5E1f3dac4d96331724c3c9631364114e939d5831bd%7Ctwcon%5Es1_c10&ref_url=https%3A%2F%2Fpulsmedycyny.pl%2Fpulsmedycyny%2Fwypis-ze-wspisanki-w-warszawie-wielgucki-wyja%C5%9Bnia-why%C4%99-zrozumia%C5%82y-a-56556280 (12.11.2022).

Waszak M., *Postprawda i fake news czy weryfikacja treści i źródeł informacji*, <https://www.gov.pl/web/baza-wiedzy/rozpoznawanie-nieprawdziwych-informacji> (12.11.2022).

Weber J., *Fake newsy i teorie spiskowe. „I świat staje się zrozumiały”*, <https://www.dw.com/pl/fake-newsy-i-teorie-spiskowe-i-%C5%9Bwiat-staje-si%C4%99-zrozumia%C5%82y-a-56556280> (10.11.2022).

Wójtowicz P., *Wysyp okotomedycznych fake newsów. Lekarz dementuje plotki o dostępności opieki zdrowotnej dla Polaków i Ukraińców*, <https://www.medonet.pl/zdrowie/wiadomosci,uchodzcy-nie-zabieraja-miejsc-w-szpitalach-polakom--to-fake-news,artykul,36375354.html> (15.11.2022).

Not Only Soldiers and Guns. Disinformation on the War in Ukraine on the Example of Fake News and Pro-Russian Narratives Disseminated in Polish Media

Summary

The aim of the article is to analyze selected fake news related to the Russian invasion of Ukraine spread on Polish social media. The author is interested in the reasons why fake news has been created. Also, the behavior and reaction of the Internet users towards fake news have been subjected to analysis. The results of the study show that the examples of fake news collected from Facebook and Twitter appeal to emotions and the past. In the article the author tries to answer the question why people do not verify the reliability of information and how they can defend themselves against manipulation. The author also compares today's fake news to this from the time of the COVID-19 pandemic.

Keywords: disinformation, fake news, manipulation, Polish society, Russia, Ukraine

Nataliya Hado¹**Lwowski Uniwersytet Narodowy im. Iwana Franki, Ukraina**

ORCID ID: 0000-0003-0665-573X

e-mail: natalia_gado@yahoo.com

Koncepcja rasyzmu we współczesnym znaczeniu z uwzględnieniem przesłanek historycznych

ABSTRAKT

W artykule podano główne cechy pojęcia rasyzm, jego historyczne przesłanki oraz współczesne przejawy. Przedstawiono krótką chronologię pojawienia się ideologii rasyzmu, której udało się połączyć nie tylko główne cechy faszyzmu i nazizmu, a także główne różnice czy nowatorstwa, które pojawiły się w kontekście rosyjskim. Przedstawiono rozumienie ideologii rasyzmu przez współczesnych naukowców. We wnioskach zawarta jest definicja rasyzmu, która opiera się na badaniach przeprowadzonych w artykule.

SŁOWA KLUCZOWE: rasyzm, nazizm, faszyzm, „ruski mir”, ideologia Rosji

Wprowadzeniem

Spółeczność międzynarodowa i społeczeństwo ukraińskie od dawna potrzebowały definicji tego, z czym Ukraina i jej obywatele toczą wojnę o swoje istnienie. Słowa „rosyjska armia” czy „Putin” nie do końca trafnie opisują istotę tej wojny. Nie są to terminy, których można użyć do zarysowania koncepcji jako całości. Nie uwzględniają np. roli Rosyjskiego Kościoła Prawosławnego, który błogosławi wojnę agresywną, czy pomijają miliony rosyjskich obywateli popierających wojnę (według różnych statystyk od 72 do 76%). Biorąc to pod uwagę, najbardziej poprawnym i zrozumiałym terminem w tej sytuacji wydaje się „rasyzm”, którego aktywnie używają naukowcy, dziennikarze i ukraińscy ustawodawcy.

Rasyzm (od Rosja, „Rasza” i „faszyzm”) lub rosyjski faszyzm jest terminem używanym do opisu ideologii politycznej i praktyki społecznej reżimu rosyjskiego końca XX i początku XXI w., zbudowanej na idei „specjalnej misji cywilizacyjnej” Rosjan, „starszości ludu braterskiego”, nietolerancji dla elementów kultury innych narodów,

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 30.05.2023; data zatwierdzenia tekstu do druku: 26.06.2023; data publikacji: 30.06.2023.

totalitaryzmie i imperializmie w stylu sowieckim, wykorzystaniu rosyjskiego prawosławia jako doktryny moralnej i na geopolitycznych instrumentach wpływu².

Po zaatakowaniu Ukrainy przez Rosję 24 lutego 2022 r. zakres użycia tego terminu gwałtownie wzrósł. Dlatego bardzo ważne jest rozważenie głównego znaczenia terminu „rasyzm” i jego głównych komponentów mających cechy charakterystyczne dla takich ideologii jak nazizm i faszyzm, i związanych z nimi aspektów, takich jak: kult jednostki, kult śmierci, mitologizacja przeszłości, wszechstronna cenzura i wojna totalna jako środek do osiągnięcia swoich celów. Taka konkretyzacja umożliwia wytyczenie granic pojęciowych i potępienie ideologii „rasyzmu” i jej sprawców, jak to się odbyło w Trybunale Norymberskim³ z ideologią nazizmu i jego przywódcami.

Definiowanie rasyzmu jako ideologii

Rasyzm to termin nieformalnie używany w odniesieniu do rosyjskiego rządu, który potrzebuje definicji naukowej, a od 2 maja 2023 r. jest to oficjalny zarys polityki i ideologii władz rosyjskich w ustawodawstwie ukraińskim. Rada Najwyższa Ukrainy przyjęła uchwałę „W sprawie wykorzystywania przez reżim polityczny Federacji Rosyjskiej ideologii rasyzmu, potępiającą podstawy i praktyki rasyzmu jako totalitarne i mizantropijne”⁴. Rasyzm został zdefiniowany jako ideologia stosowana przez władze Federacji Rosyjskiej, współczesny „rosyjski faszyzm”, który pozwoli na ukształtowanie jednolitego podejścia instytucji międzynarodowych do polityki rosyjskiej, która stała się podstawą nieuzasadnionej agresji zbrojnej na Ukrainę.

Według ukraińskich ustawodawców rasyzm to:

„Brutalna, niesprowokowana wojna Rosji z Ukrainą, która obnażyła całemu światu prawdziwą istotę reżimu politycznego W. Putina, jako neoimperialnej, totalitarnej dyktatury naśladowującej najgorsze praktyki z przeszłości i ucieleśnienia idee faszyzmu i narodowego socjalizmu we współczesnej wersji rosyjskiego faszyzmu (rasyzm)”⁵.

Przejawami ideologii rasyzmu są masowe i systematyczne łamanie praw człowieka zarówno wewnątrz Federacji Rosyjskiej, jak i na okupowanych terytoriach Ukrainy, prześladowanie obywateli za najmniejsze przejawy sprzeciwu, które we współczesnej Federacji Rosyjskiej są interpretowane wyłącznie jako zdrada „interesów narodowych”, ustanowienie idei „rosyjskiego nacjonalizmu” jako podstawy ideologii państwowej, wywyższanie się Rosji i Rosjan kosztem brutalnego ucisku,

² N. Hado, *Rosyjska propaganda religijna podczas wojny w Ukrainie: historia powstania i mechanizmy oddziaływania*, „Media i Społeczeństwo”, nr 17, 2022, s. 44-50, <https://mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/resources/html/article/details?id=236156> (15.02.2023).

³ Międzynarodowy Trybunał Wojskowy w Norymberdze – od 20 listopada 1945 r. do ogłoszenia wyroku 1 października 1946 r.

⁴ Projekt uchwały w sprawie oświadczenia Rady Najwyższej Ukrainy „O określeniu istniejącego reżimu politycznego w Federacji Rosyjskiej jako rasyzmu i potępieniu jego ideologicznych podstaw i praktyk społecznych jako totalitarnych i mizantropijnych”, <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/41531> (15.05.2023).

⁵ Wyjaśnienie uchwały „O określeniu istniejącego reżimu politycznego w Federacji Rosyjskiej jako rasyzmu i potępieniu jego ideologicznych podstaw i praktyk społecznych jako totalitarnych i mizantropijnych”, <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/41531> (15.05.2023).

odmowa prawa do samostanowienia innych narodów, które stały się główną koncepcją światopoglądową w Federacji Rosyjskiej. A co najważniejsze, w uzasadnieniu do rezolucji stwierdza się, że idee te są obecnie agresywnie zasiewane na okupowanych terytoriach Ukrainy i towarzyszy im zakaz wszystkiego, co ukraińskie.

Posłowie uważają państwową ideologię rosyjskiego nacjonalizmu, lepiej znaną jako koncepcja „rosyjskiego miru”, za podstawę rasyzmu i jego genezę. Wśród ważnych cech ideologii rasyzmu Ukraina zidentyfikowała kult władzy i militarystyki, a także kult osoby Putina. Odrębnie wskazywali, że przejawem rasyzmu jest wykorzystywanie Rosyjskiej Cerkwi Prawosławnej do wzmacniania tej ideologii⁶. Pod względem władzy przejawy rasyzmu obejmują naruszanie uznanych granic innych państw, tworzenie nielegalnych formacji zbrojnych i ruchów separatystycznych w innych krajach. W kategoriach wojskowych rasyzm polega na stosowaniu zabronionych metod prowadzenia wojny oraz na systematycznym popełnianiu zbrodni wojennych i masowych mordów, egzekucjach, torturach i deportacjach.

„Raszym rozumujemy jako nowy typ totalitarnej ideologii i praktyki, który jest podstawą ustroju utworzonego w Federacji Rosyjskiej pod przywództwem prezydenta W. Putina i opiera się na tradycjach rosyjskiego szowinizmu i imperializmu, praktykach reżimu komunistycznego ZSRR i narodowym socjalizmie”⁷.

Pojęcie rasyzmu w badaniach naukowych

W oświadczeniu Rada Najwyższa Ukrainy stwierdza, że wojna rozpętała przeciwko Ukrainie jest bezpośrednią konsekwencją polityki „raszystowskiego” reżimu. Choć „raszym” był nieformalnym określeniem, którego Ukraińcy zaczęli używać od 2014 r., a Gruzini – od wojny w 2008 roku, do zachodniego dyskursu wszedł dopiero po 24 lutego 2022 r. Do tej pory najczęstszym określeniem tego, co teraz szerzej odzwierciedla to pojęcie, było sformułowanie „russkij mir”. W kwietniu 2022 r. Prezydent Ukrainy Wołodymyr Zełenski zaczął używać słowa „raszym” w swoich oficjalnych przemówieniach skierowanych przeciwko rosyjskiemu reżimowi w obliczu inwazji.

Na Zachodzie słowo to zaczęło być aktywnie używane w dużej mierze dzięki artykułom amerykańskiego historyka Timothy'ego Snydera. Ten ostatni uważa termin „raszym” za ukraiński wynalazek: „Język ukraiński zaoferował neologizm, którego powstanie pomaga nam głębiej przyjrzeć się twórczości innej kultury, a którego znaczenie pomaga nam zrozumieć, dlaczego ta wojna toczy się – i dlaczego trzeba ją wygrać”⁸. Profesor Uniwersytetu Yale bezpośrednio wskazuje, że ideologia, na której opiera się reżim Putina, nosi znamiona faszystwu:

⁶ N. Hado „Rosyjska propaganda religijna... *op. cit.*

⁷ Projekt uchwały w sprawie oświadczenia Rady Najwyższej Ukrainy „O określeniu istniejącego reżimu politycznego w Federacji Rosyjskiej jako rasyzmu i potępieniu jego ideologicznych podstaw i praktyk społecznych jako totalitarnych i mizantropijnych”, <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/41531> (15.05.2023).

⁸ Tłumaczenie własne, T. Snider, The War in Ukraine Has Unleashed a New Word, <https://www.nytimes.com/2022/04/22/magazine/ruscism-ukraine-russia-war.html> (15.05.2023).

„Faszyści nazywający innych «faszystami» to faszyzm doprowadzony do nielogicznej skrajności jako kult szaleństwa. To jest skrajny punkt zniekształcania rzeczywistości poprzez szerzenie nienawiści, gdzie propaganda jest czystym żądaniem... Nazwałem to «schizofaszyzm». Ale Ukraińcy mają bardziej eleganckie sformułowania. Nazywają to «rasyzmem»⁹.

„Nowe słowo ‘rasyzm’ jest skuteczną konceptualizacją światopoglądu Putina”¹⁰. Profesor Snyder opisał także atrybuty „rasyzmu”:

- kult wodza i kult umarłych,
- państwo korporacyjne (państwo, w którym duże korporacje kontrolowane przez rząd mają wpływy gospodarcze),
- mityczna przeszłość,
- cenzura,
- scentralizowana propaganda,
- wojna i zniszczenie”¹¹.

Timothy Snyder zauważył, że podczas gdy Zachód spierał się o to, którego ze współczesnych polityków i partii można porównać do „faszystów”, pominął „główny przypadek odrodzenia faszyzmu, jakim jest reżim Putina w Federacji Rosyjskiej” lub „rasyzmu”.

„Agresor w tej wojnie nieustannie próbuje powrócić do nieistniejącej przeszłości, do bezsensownych i nekrofilnych obrazów historii. Powody, dla których Rosja powinna podbić Ukrainę, według Putina, to chrzest [Rosja], który wydarzył się tysiąc lat temu, jak również rozlew krwi w czasie drugiej wojny światowej. Ale rosyjskie mity o imperium nie mogą zawierać obrazu Ukraińców zabitych w nowej wojnie”¹².

Inna badaczka amerykańska, Anne Applebaum, autorka książek *Gułag* i *Czerwony głód: wojna Stalina z Ukrainą* również podkreśla, że termin „faszyzm” nie wystarczy do opisania obecnego reżimu i jego metod w Rosji:

„Nie podoba mi się termin faszyzm w kontekście rosyjskim. Tylko z jednego powodu: ponieważ przypomina większości ludzi na świecie o Holokauście i masowych mordach na Żydach. To rozprasza. Słowo «rasyzm» jest tu bardziej odpowiednie, bo to wskazuje, że mamy do czynienia ze specjalną rosyjską wersją ideologii zagłady – i dlatego ten termin jest bardziej konkretny i użyteczny”¹³.

Według niej rasyzm jest formą kolonializmu lub „hiperimperializmu” współczesnej Rosji.

⁹ T. Snider, We Should Say It. Russia Is Fascist. <https://www.nytimes.com/2022/05/19/opinion/russia-fascism-ukraine-putin.html> (15.05.2023).

¹⁰ T. Snider, The War in Ukraine Has Unleashed a New Word <https://www.nytimes.com/2022/04/22/magazine/ruscism-ukraine-russia-war.html> (15.05.2023).

¹¹ T. Snider, We Should Say It. Russia Is Fascist., <https://www.nytimes.com/2022/05/19/opinion/russia-fascism-ukraine-putin.html> (15.05.2023).

¹² *Ibidem*.

¹³ Applebaum: zachodnia pomoc Ukrainie nie osłabnie, https://www.youtube.com/watch?v=jk9-_TVR-Gk&ab_channel=BBCNews%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0 (15.02.2023).

Historyczne i teoretyczne podstawy rasyzmu

Raszym, jak udało się ustalić, podobny jest do tych ideologii, które zostały już potępione jako zbrodnicze, a charakteryzują się wiarą w wyższość własnego narodu i wynikające z niej prawo do decydowania o losie innych, akcentowana antydemokracja, kult przywódcy, kult władzy, zaniedbanie praw człowieka i prawa międzynarodowego, odwoływanie się do heroicznej przeszłości, której chwała musi zostać przywrócona. „Ruski mir” apeluje do dawnego imperialnego projektu – „Pax Romana” i jednego z głównych rosyjskich mitów historycznych o Moskwie jako Trzecim Rzymie. Ważną rolę odgrywają w niej podstawy religijne, pojęcie sakralizacji wojny i misyjny charakter narodu rosyjskiego. Chociaż bliższe współczesnej ideologii rosyjskiej jest pod każdym względem nie imperializm rzymski, ale pojęcie „mesjanizmu stepowego”, używane przez Mongołów w XII w. – którzy szerzyli wiarę w boskość swojej misji, a upokorzenie zniewolonych narodów traktowali jako największą cnotę¹⁴.

Okres ZSRR dla jego twórców i wyznawców jest „ziemią obiecaną” przyszłości, ale „w rzeczywistości to jest powrót cywilizacji do innego pojęcia «Pax Sovietica» – nie tak dawnego, aby można było całkowicie zapomnieć o ideologii komunistycznej, ale wystarczająco odległego w czasie, aby przepisać historię na nowo, jak w orwellowskim «1984»¹⁵, i gloryfikować ten okres dla nowych pokoleń. Polityka społeczna Rosji nieprzyjazna wobec jej narodu jedynie podsyca idee propagandowe poprzez rosnącą tęsknotę za Związkiem Radzieckim i pragnienie odrodzenia „dawnej chwały imperium”¹⁶.

Osobno należy zastanowić się nad religijnym fundamentem, na którym opiera się raszym z koncepcjami „świętej wojny” i połączeniem nowoczesnego imperium rosyjskiego z chrześcijaństwem, a raczej z rozumieniem chrześcijaństwa przez Rosyjską Cerkiew Prawosławną. Ponieważ rosyjski „raszym” nie tylko łączy w sobie główne cechy faszyzmu i nazizmu, ale także tworzy nową ideologię, zwłaszcza w ideach kulturowanych przez propagandę religijną. Oprócz podłoża politycznego i religijnego „raszym” ma także wymiar kulturowy, a dokładniej kształtuje nowe rozumienie kultury – kultury nienawiści, supremacji, zniszczenia. Co z kolei w związku z niszczeniem kultury prowadzi do destrukcji językowej „zepsucia języka”, odejścia daleko od porządku cywilizacyjnego, stracenie poczucia ładu i postępowanie się wyłącznie rytuałem¹⁷. W fazie pierwszej oznacza to łamanie wszelkiego tabu, odrzucenie własnych zahamowań, uwolnienie najniższych pragnień i popędów. Następuje erupcja wulgarności, agresji i seksualizacji oraz zaostrzającego się konfliktu społecznego.

Faza druga polega na zakończeniu walki wszystkich ze wszystkimi przez walkę wszystkich z naznaczonym przeciwnikiem, czyli znalezienie tzw. kozła ofiarnego. Atakuje się osoby, symbole, zagusza racje i odrzuca jakiegokolwiek argumenty, rozpalając

¹⁴ N. Hado, *Rosyjska propaganda religijna*, op. cit.

¹⁵ *Rok 1984* to opowieść o totalnym zniewoleniu człowieka przez władzę państwa totalitarnego, o przejściu kontroli nad każdym aspektem życia jednostki, nawet jego uczuć i myśli.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ A. Zwoliński, *Zepsucie języka jako źródło destrukcji kultury*, „Społeczeństwo”, 160(4), s. 46-63. <https://doi.org/10.58324/s.296>, dz. cyt., w: <https://doi.org/10.58324/s.296>, (15.02.2023).

wojnę kulturową. Przekreślenie znanych pojęć, znaczeń i treści – odejście od znaczenia słów, które dotąd były zrozumiałe i dla wszystkich jednoznaczne, mocno działa jak zjawisko społeczne, tak zwana nowomowa, która „pomaga” usprawiedliwiać nieetyczne postępowania, kształtuje nowy typ człowieka, nieświadomego tego, co się z nim dzieje i kim jest¹⁸. Mechanizmy te nasilają się w czasie wojny, chociaż oczywiście kształtowanie się nowych znaczeń następuje stopniowo¹⁹.

Dzisiejszy „rasyzm” jest więc miksturą szowinistycznego „wielkoruskiego” światopoglądu, pragnienia ożywienia imperium rosyjskiego, nostalgią za Związkiem Radzieckim, mającym mocną podstawę religijną, która to wszystko uzasadnia i umożliwia łączenie niekompatybilnych pojęć²⁰ (jednocześnie czczą Mikołaja II i Stalina). I pomimo pozornie prostych i zrozumiałych niekonsekwencji, ideologia ta umożliwiła mobilizację setek tysięcy rosyjskich obywateli do wojny z Ukrainą i wezwania do „uderzenia bronią nuklearną”, które można znaleźć w rosyjskich sieciach społecznościowych od zwykłych Rosjan.

Jednak ideologia współczesnego „rasyzmu”, według wielu badaczy, powstała przy udziale rosyjskich intelektualistów i publicystów. Najbardziej znanym z nich jest ultrakonserwatywny filozof polityczny Ołeksandr Dugin, który rozwinął teorię wielowiekowej konfrontacji między państwami morskimi („atlantystami”) a kontynentalnymi państwami Europy i Azji („światem euroazjatyckim”). Po drugiej wojnie światowej walka ta toczyła się między USA i innymi krajami zachodnimi ze strony „atlantyckiej” a Związkiem Radzieckim ze strony „eurazjatyckiej”. A od 1991 r. Rosja chroni Eurazję. O. Dugin szczegółowo sformułował swoją koncepcję w wydanej, w 1997 r. książce *Podstawy geopolityki*, w której wiele uwagi poświęcił Ukrainie jako „ogromnemu zagrożeniu dla całej Eurazji”²¹. I tezy, z których wywodzi się retoryka Władimira Putina, uzasadniającego inwazję na Ukrainę w 2022 r.:

- istnienie Ukrainy w obecnych granicach i przy obecnym statusie „suwerennego państwa” jest równoznaczne z zadaniem straszliwego ciosu geopolitycznemu bezpieczeństwu Rosji, równoznaczne z inwazją na jej terytorium”;
- konieczność „geopolitycznego rozkładu Ukrainy”, zanim dołączy ona do „atlantystów”;
- Ukraina, mimo że posiada odpowiednie atrybuty, nie jest państwem;
- Ukraińcy nie mają języka narodowego, a tak zwany „język ukraiński” jest sztucznym tworem stworzonym z elementów języka starosłowiańskiego i lokalnych dialektów „dnieprowskich”.

Władimir Putin w swoim artykule *O historycznej jedności Rosjan i Ukraińców* uzasadnił ideę „jednego narodu” wspólnym językiem „staroruskim” XI-XIII w. Dugin nie był jedynym teoretykiem tej koncepcji. „Ruskij mir” był w rzeczywistości oficjalną doktryną Rosyjskiego Kościoła Prawosławnego.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ A. Zwoliński, *Wojna: wybrane zagadnienia*, Kraków 2003, s. 171.

²⁰ N. Hado, *Rosyjska propaganda religijna, op. cit.*, s. 44-50.

²¹ S. Morfinow, „Raszizm: istoriija „rosijskoho faszizmu” wid teorii Duhinada ideolohii „Brata-2”, <https://www.bbc.com/ukrainian/features-63072100> (15.02.2023).

Ciągłość ideologicznych podstaw rasyzmu

Historia Rosji od jej powstania zawiera fakty, w których można dostrzec przejawy rasyzmu w różnych fazach, które nazwano już imperializmem lub rosyjskim nacjonalizmem. Korzenie współczesnego rasyzmu zawierają hybrydową kombinację wszystkich okresów historycznych, jednak najbliższe im do sowieckiej ideologii.

Nawet w czasach, gdy Związek Sowiecki przestał istnieć, retoryka Rosji oparta na ideologii sowieckiej, formalnie przystosowana ideą braterstwa, była zawsze rusyfikująca, czyli w mniejszym lub większym stopniu rasistowska. O tym dobrze świadczy słynne zdanie M. Gorbaczowa, „najbardziej liberalnego” radzieckiego przywódcy ostatnich lat istnienia Związku Radzieckiego (1985-1991): „Charków jest miastem rosyjskim”. Aresztowany za antysowiecką agitację i utworzenie organizacji antysowieckiej bojownik z komunizmem, rosyjski pisarz A. Sołżenicyn w 1990 r. w artykule *Jak odbudować Rosję* opracował program „powrotu” ziemi Ukrainy, Białorusi i północnego Kazachstanu.

Przejściem do ideologii rasyzmu jest często nazywany okres między 2012 a 2014 rokiem, ponieważ to właśnie wówczas Putinowska Rosja przekształciła własne postrzeganie wartości kulturowych i politycznych w agresywną wojnę z Ukrainą. Jednak czasy pierestrojki, kiedy teoretycznie Rosjanie próbowali przemyśleć swoją historyczną i ideologiczną pozycję, a także czasy Jelcyna (1991-1999), podczas pierwszej kadencji, kiedy Rosja, nazywana „Weimarską”, była tylko bierną fazą tego samego rasyzmu. Do zbiorowego obrazu nosiciela rasyzmu z tego etapu należy rosyjski film *Brat-2* (1997), który dowodzi, że motyw przewodni „podboju Ukrainy” był obecny w ideologii Rosji niemal cały czas i na długo przed nim. Kolejnym tego dowodem jest utrata 2 czerwca 1996 r. przez Ukrainę, pod presją Rosji, statusu nuklearnego.

Fakt, że Rosja rzekomo ma prawo rządzić swoimi sąsiadami, jest od wielu stuleci wiodącym tematem rosyjskiej historii, a jej współczesne przejawy, które nazywa się rasyzmem, świadczą o wielowiekowej „tradycji” takiego ideologicznego rozwoju. Amy Applebaum uważa rasyzm za formę kolonializmu lub „hiperimperializmu” współczesnej Rosji:

„To jest państwo, które uważa się za tak lepsze od swoich sąsiadów, przynajmniej jeśli mówimy o jego elicie, że myśli, że ma prawo do wymazania ich z powierzchni Ziemi, z mapy świata, niszczenia ich do woli, zabijania ich cywilów – nie tylko żołnierzy. Ideologią, która daje im usprawiedliwienie dla takich działań, jest swoisty rodzaj imperializmu. Są państwem, które ma prawo do istnienia, i jest państwem, które nie ma prawa do istnienia”. Tak więc, jakiegokolwiek słowo wybierzemy, aby opisać tę ideologię, mamy do czynienia z imperialną ideologią mającą na celu ludobójstwo i eksterminację”²².

Dlatego bardziej trafne będzie mówienie nie o pojawieniu się rasyzmu podczas rosyjskiego ataku na Ukrainę, ale o najnowszej formie rasyzmu, która weszła do teorii i praktyki państwowej. Rasyzm opiera się na wielowiekowych rosyjskich ideologiach imperialnych i wszystkich wcześniejszych światowych „ludonienawistnych” ideologiach nierosyjskich.

²² Applebaum: zachodna pomoc Ukrainie nie osłabnie, https://www.youtube.com/watch?v=jk9-TV-R-Gk&ab_channel=BBCNews%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0, (15.02.2023).

Na przykład rasyzm, podobnie jak faszyzm, ma za zadanie, dać ludziom wyobrażenie o alternatywnym świecie, o misji konkretnego narodu i postawić sobie za cel przeformatowanie całego otaczającego świata, odwołując się do tej misji. Państwo rośnie wraz ze społeczeństwem, które przestaje być społeczeństwem, a staje się populacją. Wszystkie instytucje – zarówno państwowe, jak i obywatelskie – są niszczone. Państwo staje się wielkim mechanizmem mającym na celu koncentrację zasobów dla osiągnięcia tego „wyższego” celu, a obywatele zostają odsubiektywizowani, produkując utopijne idee niewiele różniące się od orwellowskiego *Rok 1984*.

Wnioski

Rasyzm, podobnie jak faszyzm czy nazizm, tworzy silny kult jednostki, militarizm, totalitaryzm. Ideologiczną nowością tej teorii jest koncepcja „ruskiego miru” – koncepcja zbiorowa, w której ideolodzy rosyjscy uwzględniają nie tylko historię Rusi Kijowskiej, choć Moskwy w tym czasie nie było, ale także terytorium Imperium Rosyjskiego w okresie początku XX w. i „wielkości” ZSRR. Oznacza to, że „ruski mir” to ideologia zniszczenia cywilizacji wyższych od rosyjskiej, co znajduje odzwierciedlenie w niszczyielskiej wojnie wobec wszystkich tych, którzy sprzeciwiają się totalitaryzmowi i „imperializmowi” Rosji. Również rola komponentu religijnego w rasyzmie jest znacznie większa niż w innych ideologiach – ideologię wspiera „duchowa” teoria Rosyjskiej Cerkwi Prawosławnej o „boskości” Rosjan i „błogosławieństwie” agresywnej nienawiści do innych ludzi, którzy wyrażają opinie różniące się od typowej propagandy Federacji Rosyjskiej.

Podsumowując, pojęcie rasyzmu można zatem zdefiniować jako rodzaj reżimu politycznego, radykalną autorytarną ideologię polityczną oraz pojęcie antykulturowe, które opiera się na idei „ruskiego miru”. Dodatkowo charakterystycznymi cechami są też: silny kult jednostki z mityczną przeszłością, militarizm i scentralizowana propaganda, totalitaryzm, mający na celu zjednoczenie ziemi poprzez prowadzenie wojen hybrydowych, systematyczne popełnianie zbrodni wojennych i masowe mordy.

Bibliografia

- Hado N., *Rosyjska propaganda religijna podczas wojny w Ukrainie: historia powstania i mechanizmy oddziaływania*, „Media i Społeczeństwo”, nr 17, 2022, s. 44-50.
Zwoliński A., *Zepsucie języka jako źródło destrukcji kultury*, „Społeczeństwo”, 160(4), 46–63.
Zwoliński A., *Wojna – wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo: WAM, Kraków 2003.

Źródła internetowe

- Epplbaum: zachidna dopomoha Ukraini ne oslabne, https://www.youtube.com/watch?v=jk9-TVRGk&ab_channel=BBCNews%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0 (15.02.2023).
Hado N., *Rosyjska propaganda religijna podczas wojny w Ukrainie: historia powstania i mechanizmy oddziaływania*, „Media i Społeczeństwo”, nr 17, 2022, s. 44-50, <https://mediaispoleczenstwo.ath.biel-sko.pl/resources/html/article/details?id=236156> [dostęp: 15.02.2023].

Hado N., *Slidy radianskoj propahandy w religijnych wydanniach*, <https://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/manipuliacia-propahanda/slidy-radyanskoyi-propahandy-u-relihiynykh-vydannyakh.html> (15.05.2023).

Morfinow S., *„Raszyszczm”: istoriia „rosijskoho faszyszczmu” wid teorii Duhinado ideologii „Brata-2”*, <https://www.bbc.com/ukrainian/features-63072100> (15.02.2023).

Projekt uchwały w sprawie oświadczenia Rady Najwyższej Ukrainy „O określeniu istniejącego reżimu politycznego w Federacji Rosyjskiej jako raszyszczmu i potępieniu jego ideologicznych podstaw i praktyk społecznych jako totalitarnych i mizantropijnych”, <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/41531> (15.05.2023).

Snider T., *The War in Ukraine Has Unleashed a New Word*, <https://www.nytimes.com/2022/04/22/magazine/ruscism-ukraine-russia-war.html> (15.05.2023).

Snider T., *We Should Say It. Russia Is Fascist.*, <https://www.nytimes.com/2022/05/19/opinion/russia-fascism-ukraine-putin.html> (15.05.2023).

Wyjaśnienie uchwały „O określeniu istniejącego reżimu politycznego w Federacji Rosyjskiej jako raszyszczmu i potępieniu jego ideologicznych podstaw i praktyk społecznych jako totalitarnych i mizantropijnych”, <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/41531> (15.05.2023).

Zwoliński A., *Zepsucie języka jako źródło destrukcji kultury.*, „Społeczeństwo”, nr 160(4), s. 46-63, <https://doi.org/10.58324/s.296>, dz. cyt., w: <https://doi.org/10.58324/s.296> (15.02.2023).

The Concept of Raszyszczm in the Modern Sense with Consideration of Historical Records

Summary

The article presents the main features of the concept of Rashism, its historical accounts and contemporary manifestations. A short chronology of the emergence of Rashism is presented in the article. The article explains that Rashism has managed to combine not only the main features of Fascism and Nazism, but also the main differences or innovations that appeared in the Russian context. The article outlines how modern scientists understand and perceive Rashism. The concluding paragraph contains a definition of Rashism, which is based on the author's research and analysis conducted for the purposes of the article.

Keywords: Rashism, Nazism, Facism, Russkiy Mir (Russian World), Russian ideology

Paulina Czernek-Pasierbek¹
Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej
ORCID: 0000-0002-3448-9217
mail: czernekpaulina15@gmail.com

Kobieca refleksja o wojnie w lirykach współczesnych poetek ukraińskich. Perspektywa feministyczna

ABSTRAKT

Autorka w swoim artykule przedstawia najważniejsze założenia badawcze krytyki feministycznej oraz wyjaśnia zagadnienie herstorii. Omawia także (posługując się narzędziami wypracowanymi przez krytykę feministyczną) liryki współczesnych poetek ukraińskich (Musakowskiej, Petrosaniak i Fereszczuk), które są pierwszą artystyczną refleksją na temat doświadczenia wojennego. Lektura wierszy pozwala nie tylko na konfrontację z dramatycznym, gwałtownym doświadczeniem wojny, ale także na zrozumienie tego, w jaki sposób jest ona postrzegana przez kobiety, a jej przeżywanie formułowane za pomocą sztuki.

SŁOWA KLUCZOWE: wojna w Ukrainie, herstoria, krytyka feministyczna, konflikt zbrojny, wojna

Słowo wstępne

Konflikty zbrojne to doświadczenia, które towarzyszą ludzkości od wieków. Z racji swego dramatyizmu stały się w naturalny sposób jednym z najpowszechniejszych tematów w sztuce, niezależnie od momentu dziejowego czy też kręgu kulturowego. Współczesne perspektywy badawcze i zmieniające się formy odczytu dzieł literackich pozwalają na odkrycie zupełnie nowego sposobu postrzegania wojny, który przez wieki był pomijany. Krytyka feministyczna postuluje konieczność uważnej lektury wojennych narracji kobiecych. Ich sposób partycypacji i zupełnie różne od męskiego doświadczenie codzienności w czasie konfliktu zbrojnego to niezwykle cenne i coraz częstsze refleksje artystyczne o otaczającej rzeczywistości. Jak pisze Kujawińska-Courtney, „język, którym się posługujemy, osadzony jest na strukturze binarnej, opiera się na dychotomii i pomiędzy takimi kulturowo określonymi przeciwieństwami, jak racjonalność/ emocjonalność, aktywność/pasywność, słońce/

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji MiS: 24.01.2023; data zatwierdzenia tekstu do druku: 24.06.2023; data publikacji: 30.06.2023.

księżyc, Adam/Ewa, mężczyzna/kobieta”². To właśnie analiza tej dychotomicznej natury pozwala na pełniejsze zrozumienie dwóch zupełnie odmiennych, równoważnych sposobów odbierania tych samych doświadczeń.

W swoim artykule chciałam omówić (posługując się narzędziami wypracowanymi przez krytykę feministyczną) liryki współczesnych poetek ukraińskich, które są pierwszą artystyczną refleksją na temat doświadczenia wojennego. Lektura wierszy pozwala nie tylko na konfrontację z dramatycznym, gwałtownym doświadczeniem, ale także na zrozumienie tego, w jaki sposób jest ono postrzegane przez kobiety i przez nie formułowane za pomocą sztuki.

Płeć w historii

Według Margaret Mead podział ról społecznych jest uwarunkowany przez konwencję i kulturę. Nie wynika on z faktycznych uwarunkowań biologicznych, ale ról, jakie społeczeństwo stereotypowo przepisuje danej płci. *Gender studies* to nurt badań interdyscyplinarnych, rozwijających się na gruncie feminizmu akademickiego, dla których podstawowym zagadnieniem jest tak zwana płeć społeczno-kulturowa, różna od biologicznej. Jedną z odmian *gender studies* jest krytyka literacka genderowa, która między innymi bada cechy narracji pod kątem nacechowania płciowego czy też podejmuje się reinterpretacji znanych, utrwalonych przez stereotypy, wzorców interpretacyjnych.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że badania genderowe są ściśle związane z teorią społeczeństwa patriarchalnego, która zakłada, że kobiety są ofiarami instytucjonalnie utrwalonej męskiej dominacji, uzasadnianej nierównością biologiczną płci. To wielowiekowe przekonanie doprowadziło do wykluczenia kobiet z najważniejszych obszarów życia społecznego. „Kobiecość” była pojmowana jako odwrotność lub też uzupełnienie męskości (bierność, wycofanie, słabość), przez co kobiety były wyłączone z życia publicznego. *Gender studies* stanowią ważny element walki z dyskryminacją kobiet w społeczeństwie. Należy również podkreślić, że badania genderowe nie są nastawione wyłącznie na obalenie zasad kultury patriarchalnej, ale mają na celu wyrównanie i zniesienie sztucznie uwarunkowanych założeń i konstruktów, które nie mają swojego podłoża w badaniach biologicznych.

Linda Brannon podkreślała, że to właśnie stereotypy, które formułowały się „na zasadzie silnego sprzężenia zwrotnego”³, są podstawowym źródłem konfliktu między płciowego. Jak pisze Stefan Florek:

„Stereotypy mają naturę zniekształconych obrazów rzeczywistości, które nieustannie wymykają się świadomej refleksji, fałszują percepcję i wypaczają zachowanie. Przerazająca siła stereotypu ujawnia się chyba najwyraźniej, gdy ulegają mu grupy, które są przezeń dyskryminowane”⁴.

² K. Kujawińska-Courtney, *Feministyczna krytyka literacka: teorie i praktyki*, „Pamiętnik Literacki”, 1998, nr. 3, s. 99-100.

³ L. Brannon, *Psychologia rodzaju*, Gdańsk 2002, s. 213.

⁴ S. Florek, *Psychika mężczyzny – ewolucyjne uwarunkowania i społeczny stereotyp*, [w]: B. Płonka-Syroka, *Stereotypy wzorce męskości w różnych kulturach świata*, Warszawa 2008, s. 21.

Czym jest herstoria?

Narracje historyczne obfitują w bogate opisy manewrów frontowych, działań zbrojnych, wypraw, zamachów stanu, buntów czy wielkich nazwisk wojowników, przywódców. Niewiele w nich opowieści o codziennym życiu, które przecież nieustannie musiało się toczyć równolegle ze zmaganiem politycznymi. Niewiele też narracji o uczestnictwie kobiet w życiu publicznym, a takie dzieła jak *Buntowniczk. Niezwykłe Polki, które robiły, co chciały* Andrzeja Fedorowicza to ciągle historie na miarę pewnego dziejowego precedensu. Lwia część historii, którą znamy, została spisana przez mężczyzn – a więc to ich punkt widzenia na dzieje przyjmujemy. Kobiety dopiero na przełomie XIX i XX w. wkroczyły aktywnie w świat polityki i toczyły liczne spory na temat podstawowych praw – prawa wyboru, samostanowienia czy prawa głosu. Francuska filozofka Hélène Cixous pisała o szczególnej roli kobiet, które powinny być świadome, jak istotne dla nich samych jest:

„[w]ejście w Historię, która zawsze opierała się na [ich] wyparciu. Pisząc, [kobiety powinny] wykuć broń przeciwko antylogosowi. Pisać, by wreszcie móc przejąć inicjatywę w swojej sprawie, by mieć prawo i miejsce w całym systemie symbolicznym, w procesie historycznym. Czas nareszcie, by kobieta odcisnęła swój ślad w języku pisanym i mówionym⁵”.

Kujawińska-Courtney powołuje się w swoich rozważaniach na termin herstoria, przytaczając jego pierwotny, wynikający z badań amerykańskich feministek, kontekst – „krytyka feministyczna zajmuje się również odkrywaniem kobiecej historii („her-story”) i kobiecej kultury. Ujawnia istnienie społeczności kobiet, co wspomaga ich twórczość, i propaguje prace niedoceniane, często zapomnianych pisarek⁶. Herstoria to więc nic innego jak opis dziejowy z perspektywy feministycznej, który kładzie szczególny nacisk na przedstawienie nie tylko pozycji kobiet w historii, ale również ujawnia ich sposób postrzegania rzeczywistości. Zdaniem badaczek feministycznych historia w modelu tradycyjnym jest skupiona przede wszystkim na ujawnieniu optyki mężczyzn ze szczególnym uwzględnieniem właśnie ich roli, a kobiety i ich ogląd rzeczywistości są konsekwentnie pomijane lub nawet lekceważone. Obszar zainteresowań kobiet stanowczo wykraczał poza opowieści o wojnie i doniosłych wydarzeniach, często pozwalał skupić się na rutynowej codzienności, doświadczeniach cielesności, macierzyństwa, walki o podstawowy byt i godność – a takie narracje są równie ciekawe, jak i obcesowo nieobecne. Jedną z czołowych teoretyczek feministycznych, Gerda Lerner, postulowała wyraźnie, że:

„[h]istoria obejmować musi wyjaśnienie kobiecych doświadczeń w całym ich przebiegu czasowym, [...]. Kluczowe pytanie, jakie się tu rodzi, jest następujące: jak wyglądałaby historia, gdyby spojrzeć na nią oczami kobiet i nadać jej porządek zgodny z uznanymi przez nie wartościami?”⁷

⁵ H. Cixous, *Śmiech Meduzy*, tłum. A. Nasiłowska, „Teksty Drugie” 1993, nr 4/5/6, s. 152-153.

⁶ K. Kujawińska-Courtney, *Feministyczna krytyka literacka: teorie i praktyki*, „Pamiętnik Literacki”, 1998, nr 3, s. 104.

⁷ G. Lerner, *The Challenge of Women's History*, [w:] *Ibidem The Majority Finds Its Past: Placing Women in History*, New York, 1979, [w:] E. Showalter, *Krytyka feministyczna na bezdrożach*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja”, 1993, nr 4/5/6 (22/23/24), s. 137.

Według Ardenera kobiety należą do grupy społecznie zdominowanej przez mężczyzn i pozbawionej prawa głosu (tzw. *muted group*). Według badaczy i antropologów kultury męskocentryczna perspektywa nie tylko nie jest przydatna do analizowania doświadczenia kobiecego – „[o]bserwacja z zewnątrz nigdy nie mogła przynieść tych samych wyników, co zrozumienie od wewnątrz”⁸, ale także niezaprzeczalnie pozostaje niepełna, gdy mowa o pełnym obrazie rzeczywistości.

Jednak największą trudnością jest przede wszystkim określenie, jakie konkretnie cechy uznać możemy za kluczowe dla doświadczenia kobiecego, które są charakterystyczne dla kobiecego pisarstwa. Już w początkach ubiegłego stulecia Virginia Woolf pisała, że nie podlega wątpliwości wyjątkowość żeńskich narracji i ich charakterystyczna specyfika, kłopotliwe jednak jest precyzyjne wyjaśnienie, czym w zasadzie jest owa „żeńskość” i co ją wyróżnia.

„Kristeva, jak i wiele innych feministek francuskich, łączy język «kobięcy» i kobiece pisarstwo (*l'écriture féminine*) z tzw. kobiecą wrażliwością, a nawet kobiecym ciałem. Hélène Cixous, która jest krytykiem i pisarką, namawia kobiety do «pisanie swoimi ciałami», gdyż według niej poprzez pisanie kobieta może wyzwolić się spod językowej i cielesnej opresji”⁹.

Według różnych teorii feministycznych pisarstwo kobiet charakteryzuje więc szczególnie wrażliwość na tematy prozaicznej codzienności, która nierozzerwalnie (według metaforycznej teorii Nancy K. Miller) łączy się z twórczością. Samo w sobie tworzenie przypomina „wysnuwanie tekstu z siebie”. Wiele badaczek podkreśla również szczególne skupienie na cielesności (aprobowanej bądź też opresyjnej, zawstydzającej i będącej obiektem zagrożenia przemocą), macierzyństwie, dojrzewaniu. Mamy również do czynienia z tzw. *writing the body* – twórczynie posługują się cielesnością (często nawet w sposób przesadny czy brutalny), aby podkreślić traumatyzm i swoją niezgodę na przedmiotowe czy przemocowe traktowanie. Jak pisze Marta Spychalska:

„pisarstwo kobiet to określenie, które francuskie feministki podają w wątpliwość, podkreślając, że piszące o swoim doświadczeniu kobiety nie mogą zamykać się w określonych dla siebie zasadach stylu pisarskiego. Pisarstwo kobiet to już z zasady walka o odzyskanie własnego ciała, podmiotowości, niezależności wobec męskiego, «uniwersalnego» wzorca, [która] pozwoli kobiecie «mówić jako kobieta» (*parler femme*) i zaistnieć w porządku symbolicznym”¹⁰.

Jak w ukraińskiej poezji wojennej wybrzmiewa kobiecy głos?

W lutym rozpoczęła się zbrojna inwazja Rosji na Ukrainę, która oficjalnie jest uznawana za jeden z najpoważniejszych konfliktów zbrojnych od czasów drugiej wojny światowej. Kryzys militarny, jak również związane z nim załamanie europejskich wartości humanistycznych, skłania do refleksji nie tylko nad samym zagadnieniem działań zbrojnych

⁸ E. Showalter, *Krytyka feministyczna na bezdrożach*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja”, 1993, nr 4/5/6 (22/23/24), s. 139

⁹ K. Kujawińska-Courtney, *Feministyczna krytyka literacka: teorie i praktyki*, „Pamiętnik Literacki”, 1998, nr 3, s. 101-102.

¹⁰ M. Spychalska, *Znikająca kobieta i feministyczne śledztwo*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja”, 2002, nr 6 (78), s. 116-117.

(światowym kryzysem ekonomicznym, inflacją czy kryzysem energetycznym). Przedmiotem rozważań na powrót stają się takie zagadnienia, jak miejsce człowieka w świecie, rola sztuki i artystów w sytuacji konfliktu militarnego, społeczne obowiązki i powinności wobec państwa. Na szczególną uwagę jednak wedle mojego przekonania zasługuje twórczość pisarzy i pisarek ukraińskich, która jest niezwykle emocjonalnym świadectwem potężnego dziejowego kryzysu humanistycznego.

Na przełomie wiosny i lata redakcja (Burnatowski, Kloska, Lebda, Paluch, Zajas) krakowskiego kwartalnika „Czas Literatury” postanowiła poświęcić numer konfliktowi zbrojnemu w Ukrainie, publikując zarówno wywiady, felietony, krótkie formy prozatorskie, jak i liryki. Wśród publikowanych tekstów znalazły się takie nazwiska ukraińskich poetek, jak Julija Musakowska, Hałyna Petrosaniak, Iryna Szuwałowa, Wiktorija Fereszczuk, Olha Poworoznyk, Ołesia Mamczycz, Kateryna Babcyra i wiele innych. Analiza liryków współczesnych twórczyń, będących bezpośrednią reakcją na działania wojenne w ich ojczyźnie, odsłania niezwykle ciekawe, z perspektywy lektury feministycznej, horyzonty badawcze. Poetki ujawniają bowiem własny, kobiecy ogląd dramatycznego doświadczenia osadzonego we współczesnej rzeczywistości europejskiego kręgu kulturowego.

W lirykach uczuciem dominującym, zarówno u podmiotek lirycznych, jak i odbiorcy, jest niezaprzeczalnie przerażenie i poczucie pewnego rodzaju „paraliżu”, który ma różnorodne źródła.

Pierwszym, dominującym obrazem wyłaniającym się z ukraińskich liryków jest (dobrze znana nam z romantycznej, polskiej kultury literackiej) personifikacja ojczyzny (lub poezji) i nadanie jej cech kobiecych. W odróżnieniu jednak od polskiego XIX-wiecznego wyobrażenia ojczyzny-matki, u poetek ukraińskich niezwykle często ojczyzna (poezja ojczysta/sztuka) przypomina raczej młodą, narażoną na przemoc fizyczną oraz seksualną kobietę. Mamy więc do czynienia z przykładem feministycznej praktyki pisarskiej, jakim jest właśnie *writing the body*.

W pozbawionym tytułu wierszu Julii Musakowskiej pojawia się personifikowana ojczyzna, o której poetka pisze jako o kobiecie mającej „nagie, rozdarte ciało” niczym ofiara gwałtu (jednej z najgorszych możliwych form przemocy zarówno fizycznej, jak i emocjonalnej):

Podczas gdy wściekły pies
wyrwał z jej ciała krwawe kawałki mięsa,

już blisko tętnicy szyjnej.

Zebrali się cały tłum
ludzi w pełnym uzbrojeniu
ale nikt nie nacisnął za spust,

żeby go przypadkiem nie kopnął
odrzuć¹¹

¹¹ J. Musakowska, ***, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022, s. 16.

Ukraina-kobieta staje się bezbronną ofiarą brutalności agresywnego napastnika, z którym nie ma szans zwyciężyć w pojedynku. Dodatkowo dramatyzm sytuacji potęguje fakt milczenia społeczeństwa na temat krzywdy ojczyzny-kobiety, która padła ofiarą napaści. Wojna w liryku Musakowskiej jawi się tym samym jako doświadczenie nie tylko o charakterze masowym i społecznym, ale także (co kluczowe z punktu feministycznej lektury) osobista tragedia skutkująca traumą i fizyczną dewastacją.

Jeszcze brutalniejszy obraz przemocy na tle seksualnym ujawnia się w wierszu Ełły Jewtuszenki, w którym poetka nawiązuje do rzezi w Buczy (zbrodni wojennej dokonanej w marcu 2022 r., w wyniku której brutalną śmierć poniosło ponad czterystu nieuzbrojonych ukraińskich cywilów). Bohaterką, która pada ofiarą brutalnej przemocy i mordu, staje się sama twórczość poetka. Jewtuszenko pisze:

poezja umarła zaatakowali ją w Buczy
i wrzucili do otworu kanalizacyjnego naga
zawinęli ją w ukradziony dywan i rzucili przy drodze
a przedtem a jakże długo gwałcili¹²

Turpistyczne wizje liryczne skupiają szczególną uwagę odbiorcy na dwóch kwestiach – szczególnym okrucieństwie i na wciąż powracającym temacie cielesności. Gwałt w poezji Ukrainek jawi się jako najbardziej dramatyczna forma przemocy, która zdaje się być doświadczeniem gorszym od samej śmierci (związany z traumą, upokorzeniem, dehumanizacją). Brutalna przemoc na tle seksualnym jest doświadczeniem, którego ofiarami zdecydowanie częściej są kobiety – tym bardziej cenna jest tu liryczna, żeńska perspektywa poetka, która podkreśla, że pomimo braku czynnego udziału w walkach zbrojnych na froncie kobieta również może paść ofiarą brutalnej napaści – nie mniej dramatycznej, nie mniej traumatycznej. Warto również zaznaczyć, że u obu poetek ofiarami są kolejno ojczyzna (pogwałcone zostają więc szacunek do wolności narodów, prawo do suwerenności i niepodległości) oraz sztuka poetka (piękno, humanistyczne wartości etyczne oraz estetyczne).

Kolejnym lirycznym doznaniem, widocznym zwłaszcza u Musakowskiej, Szuwałowej i Michalicy, jest dominujące poczucie upokorzenia i wstydu, które nierozzerwalnie poetki-podmiotki łączą z zagadnieniami swojej płci, poruszając tym samym problem zawstydzania kobiet i umniejszania ich roli w sytuacji zagrożenia, a nawet stawiania im pewnych zarzutów wywołujących poczucie winy.

W cytowanym już wcześniej liryku Musakowskiej personifikowana ojczyzna staje się ofiarą nie tylko fizycznej napaści. Nim do tego dojdzie, podmiotka mówi:

Robili oraz publikowali zdjęcia i nagrania
o wysokiej rozdzielczości

obawiali się, osądzali
niepokoiłi się, cmokali¹³

¹² E. Jewtuszenko, ***, „Czas Literatry”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022, s. 22.

¹³ J. Musakowska, ***, *op. cit.*, s. 16.

Tym samym poetka zwraca uwagę na częste zjawiska, jakich ofiarami padają kobiety: *body shamingu* (zawstydzania ciała) oraz *cat callingu* (formy ulicznego molestowania). Publikowane masowo w sieci zdjęcia z masakr wojennych, osobistych dramatów ludzi oraz medialny szum, który miał na celu też napędzenie przynoszącej ogromne korzyści finansowe gospodarki medialnej, poetka ocenia też w kategoriach swoistego rodzaju przemocy. Dostrzega ona paralelę pomiędzy sytuacją kobiet, które często padają ofiarą poniżającej i godzącej w osobistą godność agresji słownej.

Iryna Szuwałowa zwraca również uwagę na problem wywoływania w kobietach nieadekwatnego do sytuacji poczucia wstydu oraz pewnego rodzaju poczucia winy czy niższości w związku z sytuacją, w której zostały postawione. W mediach (zwłaszcza o nacechowaniu patriarchalno-konserwatywnym), w sytuacji nasilającego się konfliktu zbrojnego, bardzo często można się spotkać z niewybrednymi komentarzami, jakoby feminizm miał swoje granice tam, gdzie rozpoczyna się obowiązkowa służba wojskowa. Tego typu hasła godzą nie tylko w same kobiety, ale również eskalują problem nierówności płci oraz przyczyniają się do nieprawidłowego rozumienia postulatów feministycznych. Szuwałowa zwraca uwagę w swoim liryku na dramat przeżyć kobiet, które nie tylko doświadczają uczucia wstydu, ale nawet swoistego rodzaju poczucia winy w związku z tym, iż znalazły się w sytuacji zapewniającej im podstawowe, humanitarne warunki i poczucie bezpieczeństwa:

Skoro mnie nie zabijają
czy mam prawo
rozmawiać z tymi których zabijają
jak równy z równym

czy ma mnie prawo boleć
skoro nie mam rany
skarżyć się
skoro nie mam straty

czy mam prawo
do bezsenności
kiedy tu
nie słyszeć syren¹⁴

Obowiązkowa służba wojskowa nie jest zarządzeniem kobiet, natomiast, jak się okazuje, nagminnie to one padają ofiarą oskarżeń i zawstydzania, którego celem jest (jak widać w utworze Szuwałowej – skutecznym) wywołanie w kobietach wstydu, poczucia niższości względem obywatelskiego obowiązku. Skutkuje to u kobiet przekonaniem, jakoby ich poświęcenie w innych wymiarach niż służba wojskowa nie było dostatecznie wartościowe i mniej cenne niż poświęcenie mężczyzn.

¹⁴ I. Szuwałowa, ***, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022, s. 19.

Na uwagę zasługuje również liryk Kateryny Michalcyny, który z kolei porusza zagadnienie dysonansu pomiędzy społecznym przymusem stawianym kobietom odnośnie do ich wyglądu i prezencji (obsesji piękna, presji nienagannej kreacji oraz dbałości o wygląd zewnętrzny) a ofiarnością i postawą „heroicznej męczennicy”:

jestem celem.
jestem celem.
porcelanowym, białym
umyтым dzisiaj rano do najdrobniejszego kawałeczka ciała

ubranym dzisiaj rano we wszystko odświętne:
ulubione trampki, sukienka w kwiatki, kolorowa.
cienki płaszczyk na ostre od niedawna ramiona
jestem celem.
jestem celem.
pasują mi piękne rzeczy¹⁵

Kobieta w sytuacji zagrożenia życia własnego i bliskich ciągle, jak zaznacza Michalcyna, żyje pod ciężarem przytłaczającej, społecznej obsesji piękna, która jednocześnie w tejże sytuacji staje się paradoksalnie jednocześnie wyrazem próżności i braku ofiarności. Kobieta może pełnić w wojennej rzeczywistości jedynie dwie role – heroicznej ofiary lub pięknej porcelanowej lalki, której zadaniem jest bycie urodziwą niezależnie od sytuacji, w jakiej się znajduje, bez okazywania uczuć czy też dezaprobaty, ponieważ

cele nie płaczą.
i nie skarżą się na brak wiary.
i w ogóle się nie skarżą, wcale.
i nikomu nie wyrzucają¹⁶

Trzecim, lecz nie mniej ważnym zagadnieniem jest podkreślenie w lirykach szczególnej uważności kobiet i ich wrażliwości na otaczającą rzeczywistość, gdzie wojna (paradoksalnie) jest jednocześnie tłem i centrum rozważań. Jednym z najlepszych przykładów tego typu kobiecej uważności jest utwór Wiktoriji Fereszczuk *ten wiersz trwa póki wojna trwa*, w którym każda strofa utworu to krótka, trzywersowa refleksja na temat otaczającej rzeczywistości. Zachwycający, a jednocześnie paraliżujący dosłownością doświadczenia jest sposób obrazowania rzeczywistości przez poetkę. Wojna, stając się integralną, dominującą częścią rzeczywistości w wierszu Fereszczuk odgrywa jednocześnie rolę głównego bohatera oraz tła lirycznych zdarzeń. Na tle bardzo konkretnych, dramatycznych wydarzeń o charakterze polityczno-militarnym Fereszczuk ukazuje, że człowiekiem kieruje przede wszystkim jego osobiste doświadczenie „tu i teraz”. Wymienia ona bowiem:

¹⁵ K. Michalcyna, *** „Czas Literaturny”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022, s. 29.

¹⁶ *Ibidem*.

w porę złapać kota
[...]
po godzinie policyjnej
zupełnie zabrakło podpasek
wojna nie ma w sobie nic z kobiety
[...]
a teraz boisz się długo mydlić głowę
zostać goła i namydlona
przy zagrożeniu ataku lotniczego
[...]
dzisiaj odbierałyśmy ziemniaki
jak na święto. miałyśmy dla siebie
cały dzień bez wojny
[...]
Plecak ewakuacyjne pachnie
tender jasmin
jaśmin uspokaja¹⁷

Jak pisały Gilbert i Gubar:

„samotność kobiecego artysty; jej poczucie wyobcowania [...] usilna potrzeba posiadania żeńskiej publiczności wraz z obawą przed wrogością męskich czytelników; kulturowo uwarunkowana nieśmiałość w przedstawianiu siebie; lęk przed patriarchalnym autorytetem sztuki; niepokój związany z niestosownością kobiecej inwencji — wszystkie te objawy «poczucia niższości» naznaczają przedsiębrane przez kobietę-pisarza poszukiwania artystycznego samookreślenia, odróżniając wysiłki autokreacji przez nią podejmowane od dokonywanych przez jej męskich odpowiedników¹⁸.

Podsumowanie

Wybuch wojny w Ukrainie to jeden z najbardziej dramatycznych kryzysów nie tylko politycznych, ale także humanistycznych. Podważone zostały jedne z najbardziej podstawowych praw człowieka, pogwałcona została jego osobista godność, wiara w pokój oraz prym intelektu nad atawistyczną agresją i chęcią posiadania. Bogumiła Berdychowska zwróciła jednak uwagę na szczególną rolę literatury ukraińskiej w tym czasie – „Odłożyli [pisarze i pisarki] robotę literacką na bok [...] trudno w tej sytuacji koncentrować się na czymkolwiek innym niż tu i teraz [...] na wielkie dzieła musimy poczekać, na razie trzeba się fizycznie obronić przed unicestwieniem”¹⁹.

¹⁷ W. Fereszczuk, *ten wiersz trwa póki wojna trwa*, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022, s. 24-25.

¹⁸ M. Gilbert, S. Gubar, *Madwoman in the Attic, The Woman Writer and the Nineteenth-century Literary Imagination*, New Haven 1979, s. 50.

¹⁹ B. Berdychowska, J. Burnatowski, K. Zajas, *Cały naród walczy*, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022, s. 6.

Bibliografia

- Berdychowska B., Burnatowski J., Zajas K., *Cały naród walczy*, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18) Kraków 2022.
- Brannon L., *Psychologia rodzaju*, Gdańsk 2002.
- Cixous H., *Śmiech Meduzy*, tłum. A. Nasiłowska, „Teksty Drugie” 1993, nr 4/5/6.
- Fereszczuk W., *ten wiersz trwa póki wojna trwa*, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas(red.), 2(18), Kraków 2022.
- Florek S., *Psychika mężczyzny – ewolucyjne uwarunkowania i społeczny stereotyp*, [w]: B. Płonka-Syroka, *Stereotypy wzorce męskości w różnych kulturach świata*, Warszawa 2008.
- Gilbert S., Gubar S., *Madwoman in the Attic, The Woman Writer and the Nineteenth-century Literary Imagination*, New Haven 1979.
- Jewtuszenko E., ***, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022.
- Kujawińska-Courtney K., *Feministyczna krytyka literacka: teorie i praktyki*, „Pamiętnik Literacki”, 1998, nr 3.
- Lerner G., *The Challenge of Women's History*, w tejże: *The Majority Finds Its Past: Placing Women in History*, New York, 1979, [w]: E. Showalter, *Krytyka feministyczna na bezdrożach*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja”, 1993, nr 4/5/6 (22/23/24).
- Michalcyna K., ***, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022.
- Muskakowska J., ***, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022.
- Showalter E., *Krytyka feministyczna na bezdrożach*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja”, 1993, nr 4/5/6 (22/23/24).
- Spychalska M., *Znikająca kobieta i feministyczne śledztwo*, „Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja”, 2002, nr 6 (78).
- Szuwałowa I., ***, „Czas Literatury”, J. Burnatowski, K. Zajas (red.), 2(18), Kraków 2022.

Women's Reflection on the Ongoing War in the Poems of Contemporary Ukrainian Female Poets. Feminist Reading

Summary

The author presents in her article the key research assumptions of feminist criticism and explains the concept of „herstory.” She also discusses the poetry of contemporary Ukrainian women poets (Musakowska, Petrosaniak, and Fereszczuk) using tools developed by feminist criticism. These poems serve as the first artistic reflection on the experience of war. Reading the poems allows not only for a confrontation with the dramatic and violent experience of war but also for an understanding of how it is perceived by women and how their experiences are formulated through art.

Keywords: war in Ukraine, herstory, feminist criticism, armed conflict, war

***Media społecznościowe
i komunikacja medialna a społeczeństwo***

*Social Media
and Media Communication Versus Society*

Jarosław Wiśnicki¹
Uniwersytet Mikołaja Kopernika
ORCID ID: 0000-0002-1164-4624
e-mail: jar.wisnicki@gmail.com

Operacje wpływu społecznego w aspekcie zmian kulturowych w kontekście rosyjskich operacji psychologiczno-informacyjnych

ABSTRAKT

W artykule została podjęta próba zidentyfikowania mechanizmów operacji wpływu społecznego skupiającego się na przebudowie wzorców kulturowych. Podjęcie analizy kreowania i rozprzestrzeniania się zagrożeń informacyjnych i psychologicznych w aspekcie kulturowym podyktowane jest coraz większą asymilacją kulturową w globalnym społeczeństwie ze szczególnym uwzględnieniem aspektów kulturowych w operacjach wpływu społecznego prowadzonych przez Federację Rosyjską. Treść opracowania uwypukla powstawanie zagrożeń informacyjnych będących determinantami zagrożeń społecznych. W treści artykułu znaczące miejsce zajmuje analiza kreowania kultury ze szczególnym uwzględnieniem rozwijającej się sieci owej kultury popularnej będącej inkubatorem społecznej wyobraźni i wrażliwości. W opracowaniu zaprezentowany został wpływ i rola mediów masowych na kształtowanie świadomości, z jednoczesnym odsłonięciem mechanizmów kreowania opinii publicznej.

SŁOWA KLUCZOWE: kultura, informacja, media, mechanizmy wpływu społecznego, operacje informacyjne, kreowanie opinii publicznej

Wstęp

Opracowanie ma charakter synkretyczny. Z jednej strony stanowi podsumowanie i uzupełnienie dotychczasowej wiedzy teoretycznej na temat operacji wpływu społecznego², z drugiej – zawiera potwierdzenie owej wiedzy na podstawie analizy konkretnych działań informacyjno-psychologicznych prowadzonych przez Rosjan w kontekście zmian kulturowych. Poddany analizie obszar stanowi dobre

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 23.01.2023; data zatwierdzenia tekstu do druku: 23.06.2023; data publikacji: 30.06.2023.

² Przyjmuję tu standardowe rozumienie wpływu społecznego jako procesu, w rezultacie którego dochodzi do zmiany: zachowania, opinii lub/i emocji człowieka wskutek tego, co robią, myślą lub czują inni ludzie E. Aronson, T.D. Wilson, Psychologia społeczna. Serce i umysł, Zysk i S-ka., Akert R.M. Poznań 1997, s. 5-6; D. Doliński, J. Maciuszek, R. Polczyk (red.), Wokół wpływu społecznego, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012

pole badawcze wpływu informacji na kreowanie opinii publicznej. Celem artykułu jest ukazanie ewolucji operacji wpływu społecznego prowadzonych przez Rosję w kontekście zmian kulturowych, czyli ukierunkowanego zastosowania szeregu technik i procedur w celu przebudowy wzorców kulturowych. Badania naukowe zmierzają do udzielenia odpowiedzi na następujące główne pytanie badawcze: Co należy przebudować w danej kulturze, by ją zaadaptować do potrzeb manipulantów? Jakich mechanizmów użyć? W jaki sposób zapewnić skuteczną komunikację? Autor analizuje podwód, dla którego kreowanie kultury ze szczególnym uwzględnieniem rozwijającej się sieciowej kultury popularnej będącej inkubatorem społecznej wyobraźni i wrażliwości staje się determinantą zagrożeń społecznych. Podjęcie analizy kreowania i rozprzestrzeniania się zagrożeń o charakterze informacyjnym i psychologicznym w aspekcie kulturowym podyktowane jest coraz większą asymilacją kulturową w globalnym społeczeństwie ze szczególnym uwzględnieniem aspektów kulturowych w operacjach psychologiczno-informacyjnych prowadzonych przez Federację Rosyjską.

Mając na względzie pewne kwestie metodologiczne i teoretyczne związane z konceptualizacją przyjętego przedmiotu badań, opracowanie zostało oparte na krytycznej analizie aktywności zmierzających do przebudowy wzorców kulturowych ze szczególnym uwzględnieniem zastosowanych mechanizmów wpływu społecznego. Poddane analizie zostały wybrane aktywności odzwierciedlające przedmiotowe działania wyodrębnione w kontekście przyjętego obszaru badawczego. Podstawowe metody badań użyte w pracy to: analiza literatury przedmiotu, analiza i synteza logiczna oraz wnioskowanie.

Przebudowa wzorców kulturowych

Niczym nieskrępowany przepływ informacji, rozwój i procesy globalizacyjne praktycznie we wszystkich obszarach aktywności ludzkiej wyzwoliły nowe i reaktywowały w znacznej mierze stare zagrożenia, przekraczając z łatwością utarte granice. Uzbrojona informacja, stanowiąca główny ładunek operacji wpływu społecznego zarówno dziś, jak i wczoraj, była i jest jedną z głównych form kontroli społeczeństw. Nakładane klisze poznawcze, mity, stereotypy i inne techniki programowania zachowań ludzkich są nader często wykorzystywane przez nadawcę celem prowadzenia oddziaływania informacyjnego. Współcześnie, w zdigitalizowanym świecie, intensyfikowane są procesy poznawcze, zwielokrotniające odbiór kreowanej rzeczywistości przez kolejne i następne filtry zakładane przez pośredników kolportujących informację. Te swoiste klisze poznawcze zakładane nam przez autorytety, rzekome bądź autentyczne wygłaszane prawdy naukowe, tzw. autorytety rozproszone, słowem – niemal zawsze z drugiej ręki. Taka konstrukcja rzeczywistości zakłada wiarę w tych, którzy są dostarczycielami informacji. Umysł ludzki, by móc funkcjonować, potrzebuje oparcia. Utrata wiary w autorytety potwierdza prowadzenie wieloletniego oddziaływania mającego na celu doprowadzenie do zburzenia porządku systemu etycznego, destabilizując sytuację wewnętrzną.

W czasach nam współczesnych, rozpatrując kulturę jako kreatora naszego jutra, należy coraz baczniej przyglądać się rozwijającej się sieciowej kulturze popularnej, będącej inkubatorem społecznej wyobraźni i wrażliwości. Dlatego też jej naturalną podatność na asymilację najpełniej oddają kody kulturowe funkcjonujące w naszych społecznościach. Określają one znaczenie, które przypisujemy różnym zdarzeniom, zjawiskom, przedmiotom i innym rzeczom. Czynnikiem sprawczym osiągniętych korzyści są pojedynczy ludzie, jak i całe społeczności. Człowiek, będąc istotą społeczną, tworzy społeczności, których podstawowym ogniwem łączącym jest właśnie komunikacja stymulująca naszą wolę. Konsekwencją takiego stanu rzeczy jest intencjonalność będąca charakterystyczną cechą ludzkiej komunikacji społecznej. Co za tym idzie, komunikujemy się, zawsze mając jakiś cel. Tym celem jest wywieranie wpływu na odbiorcę poprzez przekazywanie mu swojego punktu widzenia, swojego postrzegania świata. Modyfikacja samej istoty, rodzajów i sposobów identyfikacji kodów kulturowych w społeczeństwie jest kluczowa dla osiągnięcia wpływu na naszą wolę.

To właśnie aktywności w obszarze kultury są coraz częściej postrzegane przez pryzmat zmian społecznych, które stymulują. Główne zadanie kontroli mentalnej polega na modelowaniu podświadomości z jednoczesną aktywizacją bodźców z otoczeniem, a jednoczesnym stymulowaniem podświadomości w powiązaniu jej świadomej kontroli. Wdrukowanie kodu kulturowego w danym narodzie polega na zaprojektowaniu trendu i obudowaniu go komunikacyjnie. To lepsze niż zmuszać ludzi do polubienia czegoś, czego nie chcą, czy doprowadzenia do rozstrzygnięć siłowych³. Przykładem tego jest Federacja Rosyjska, która poprzez kreowanie kultury prowadziła oddziaływanie w stosunku do Gruzji czy Ukrainy zarówno podczas aneksji Krymu, jak i podczas trwającej wojny. Fritz W. Ermarth, analizując wojnę rosyjsko-gruzińską i aneksję Krymu, dostrzegł swojego rodzaju powtarzalność podstawowych jej składowych oraz ich ewolucję w zakresie stosowanych narzędzi i technik. Według badacza poczynania Rosjan charakteryzowała nie tylko względna trwałość, począwszy od czasów Imperium Rosyjskiego przez okres ZSRR po czasy rządów obecnego prezydenta Federacji Rosyjskiej Władimira Putina⁴. Celem zgłębienia mechanizmów oddziaływania do tego wątku będziemy jeszcze wracać.

Niemniej jednak należy mieć na względzie, iż operacje wpływu w aspekcie kulturowym skupiają się na przebudowie wzorców kulturowych. W procesie tym niebagatelną rolę odgrywają media masowe będące głównym narzędziem rozpowszechniania intoksykowanych informacji. W nich to komunikaty medialne są na ogół polisemiczne, a ich interpretacja zależy w głównej mierze od kontekstu przyjętej narracji i kultury odbiorców. Efektywność wpływu społecznego uzyskiwana jest zazwyczaj w wyniku kodowania informacji do celów ideologicznych i instytucjonalnych oraz w celach manipulowania odbiorcą. Obiektem oddziaływania, w zależności od prowadzonej

³ J. Koprowska, Kod kulturowy - ukryty klucz do sukcesu, <https://www.hbrp.pl/b/kod-kulturowy---ukryty-klucz-do-sukcesu/P1ByJxB4y> (14.04.2020).

⁴ M. Budzisz, *Wszystko jest wojną. Rosyjska kultura strategiczna*, Wydawnictwo Zero Sp. z o.o., Warszawa 2021, s. 11-17.

operacji, są jednostki, grupy społeczne, jak i całe społeczeństwa ze szczególnym uwzględnieniem najmłodszych odbiorców. Podyktowane jest to znaczną podatnością na trwałe przyswojenie i utrwalenie obrazów, w konsekwencji czego traktowanie ich jako swoje, warunkując tym samym zachowania w przyszłości.

Swoista matryca kodu kulturowego, będąca wyznacznikiem podejmowanych decyzji, jest w użyciu od stuleci. Ten jeden z determinantów czyni ją skuteczną, gdyż modyfikowanie rozciągnięte w czasie w zasadzie jest niemalże niedostrzegalne. Procesy takie kształtowały wydarzenia historyczne. Płynące stąd doświadczenia pokoleń modelowały społeczne postrzeganie relacji międzyludzkich. Owe matryce trwają przez wieki, nadawały unikatowy charakter narodom i kulturom. Clotaire Rapaille wykazał w swych opracowaniach, że jednym z najważniejszych czynników kształtujących nasze codzienne wybory jest właśnie kod kulturowy⁵. Uwarunkowania te sprawiają, iż ów niewidzialny wyznacznik naszych decyzji kieruje naszą nieświadomością. W tej sytuacji jedynie wnikliwa analiza kształtowania kultury cyfrowej umożliwia dojście ogółu w szczególności, wzorów i przekonań kulturowych w drobnych i (wydawałoby się) marginalnych niekiedy sferach naszego codziennego życia. Słowem, od intuicyjnych posunięć poznawczych nie ma ucieczki. Można próbować ograniczać liczbę i rolę w procesie dociekań, ale nie sposób się ich pozbyć. Stanowi to również przyczynek do rozważań względem przenikających się i wzajemnie uzupełniających wszystkich dziedzin życia społecznego znajdujących swe źródło w kulturze narodów. Zatem nie ma przesady w maksymie „tyle warte są państwa, ile warta jest ich kultura”. Hayek zaś, odnosząc się do tego zagadnienia, mówi, że umysł zaprojektował kulturę – to ona go ewolucyjnie wytworzyła, zarazem przekształcając się pod jego wpływem: „umysł i kultura rozwijały się równoległe a nie kolejno”⁶.

Należy jednakże pamiętać, iż jedną z głównych nici tkających nową szatę przebudowy kulturowej jest *soft power*, które w rosyjskich teoriach prowadzenia działań militarnych zostało sprowadzone do specjalnych technologii oddziaływania na potencjał protestu⁷. Należy też zaznaczyć, mając na względzie podjętą analizę, iż określenie miękkie siła w ujęciu działań Rosjan nie jest tożsame z teorią *soft power* Josepha S. Nye. Sytuacja taka prowadzi do oddziaływania na odbiorcę poprzez stosowanie środków i technik sterowania społecznego, w tym walki informacyjno-psychologicznej będącej zasadniczym narzędziem dywersji ideologicznej. Ilustracją na poparcie powyższej tezy jest koncepcja miękkiego oddziaływania sformułowana przez analityków z Centrum Studiów Obronnych działającego przy moskiewskim Rosyjskim Centrum Studiów Strategicznych. W opinii naukowców *soft power* jest niczym innym

⁵ R. Clotaire, *Kod kulturowy*, MT Biznes, Warszawa 2019, s. 24.

⁶ P. Zonik, https://www.academia.edu/9606255/Umysl_C5%82_a_kultura_Studium_neuroantropologiczne_w_perspektywie_teorii_dzia%C5%82ania_Fredricha_A_Hayeka_Mind_and_Culture_A_neuroanthropological_study_in_the_perspective_of_Fridich_A_Hayek_s_theory_of_action__ (18.08.2022).

⁷ D.D. Kasprzycki, *Rosyjska wizja wojny przyszłości. Formuła wykorzystania instrumentarium koncepcji wojny nowej generacji w oparciu o doświadczenia z działań wobec Ukrainy*, Wydawnictwo Inforteditions, Tarnowskie Góry 2022, s. 150.

jak jednym z narzędzi, czy szerzej rzecz ujmując, technologii walki geopolitycznej, której celem jest uzyskanie dominacji nad przeciwnikiem w efekcie przejęcia „mentalnej” kontroli nad mechanizmami formułowania przez elity kraju polityki zagranicznej, wewnętrznej i ekonomicznej, a także narzucenia ludności zaatakowanego, a może należałoby napisać: zainfekowanego kraju swojego świata wartości. W pierwszym rzędzie obiektem tego rodzaju „miękkiej agresji” stają się elity przywódcze, struktury siłowe i intelektualne. Wskutek tego *soft power* realizowana jest w trzech obszarach wzajemnie się przenikających. Pierwszym z nich jest codzienna komunikacja mająca skutek krótkookresowy – dotyczy ona w znacznej mierze bezpośrednich kontaktów osobowych, drugim – komunikacja obliczona na uzyskanie celów średniodystansowych realizowana w znacznej mierze poprzez media o charakterze lokalnym, oraz trzecim komunikacja o charakterze systemowego oddziaływania długookresowego angażującego również dyplomację publiczną. Wszystkie te działania zasadniczo prowadzą się do oddziaływania poprzez świat wartości, wzorców i idei, by finalnie wpłynąć na zmianę nastawienia szeroko pojętego odbiorcy, począwszy od najniżej usytuowanych grup społecznych po kręgi opiniotwórcze i decyzyjne względem prowadzenia polityki danego podmiotu międzynarodowego. Istotną częścią sterowania społecznego jest tzw. zarządzanie refleksyjne, którego celem jest dobrowolne przyjmowanie intoksykowanych informacji, by w konsekwencji rozpowszechnić go, afirmując jako własny. W efekcie czego wykorzystanie *soft power* skupia się na oddziaływaniu i kształtowaniu postrzegania rzeczywistości, co za tym idzie ukierunkowaniu opinii publicznej w skali mikro, jak i makro. Każda wiadomość ma swój ładunek i niczym pocisk trafiając w cel, staje się bezwzględnie skuteczna. W konsekwencji czyni komunikację bardzo potężnym narzędziem do wywierania wpływu na ludzi. W rezultacie tego warto uznać trafność przekazu za kluczową determinantę sterowania społecznego.

Komunistyczna przebudowa świadomości społecznej

Jednakże operacje wpływu przebudowujące istniejące wzorce kulturowe wykraczają daleko poza przytoczone przykłady, choć zasady w nich przedstawione adaptują do swoich potrzeb. Doskonałym przykładem operacji wpływu jest komunistyczna przebudowa świadomości mas. Twórcą owej koncepcji był Antonio Gramsci. Ten urodzony w 1891 r. na Sardynii filozof wybrał karierę polityczną. Był jednym z założycieli Włoskiej Partii Komunistycznej. Po dojściu Benita Mussoliniego do władzy uciekł do Rosji w obawie przed represjami. Tam doświadczył ładu porewolucyjnego ustanowionego przez Lenina i komisarzy ludowych. Wówczas zrozumiał, że w bolszewizmie posłuszeństwo mas wymuszano tylko za pomocą terroru. Jednakże identyfikowanie się z ideą ładu politycznego nie wyływało ze zrozumienia dla środków jej wprowadzania. Doświadczenia te skłoniły go do poszukiwania odpowiedzi na pytanie, jakie mechanizmy powinno się stworzyć, by komunizm był nie tylko akceptowalny, ale i cieszył się uznaniem mass i przez nie był postrzegany jako ten jedyny

niosący dobrobyt i wszelkie spełnienie. Dwa lata po powrocie do kraju filozof został aresztowany i w celi więziennej tworzył podwaliny przeprowadzenia skutecznej rewolucji marksistowskiej na Zachodzie. Owocem przemyśleń były 33 zeszyty więzienne, które stanowiły ogrom jego twórczości. Głównym tematem rozważań była w istocie najbardziej podstawowa aporia marksowskiej „teorii” społecznej, Gramsci opracował najbardziej podstawową i oryginalną kategorię hegemonii klasowej, w ramach której szczególnie ważne miejsce przypadło hegemonii kulturalnej. To właśnie w jej ustanowieniu upatrywał osiągnięcie sukcesu politycznego. Stworzył wizję nowej kultury sprawującej nadzór nad procesami społeczno-politycznymi. Jego dorobek światowej sławy brytyjski historyk Eric J. Hobsbawm podsumował następująco: „Gramsci był niezwykle filozofem, być może geniuszem, i prawdopodobnie najoryginalniejszym w zachodniej Europie myślicielem komunistycznym dwudziestego wieku”⁸. Filozof w swych przemyśleniach doszedł do wniosku, że największą siłą, z którą przyjdzie się zmierzyć, będzie chrześcijaństwo. Jego zdaniem Kościół stanowił instytucję wiążącą chłopów, robotników, kapitalistów, arystokrację oraz duchowieństwo w jedną kulturę. Ten włoski teoretyk komunistyczny traktował chrześcijaństwo jako swoisty system immunologiczny społeczeństwa kapitalistycznego. Uzależniał zdominowanie Zachodu od wcześniejszego chrystianizowania go. Zwracał przy tym uwagę na Kościół katolicki, stawiając go jako wzór w aspekcie zarządzania ludzką świadomością. To właśnie musiało ulec zmianie. Ten obszar należało przejąć. Dlatego też w sposób niepozostawiający złudzeń stwierdził: „Idea socjalizmu chrześcijańskiego to kwadratura koła. Socjalizm jest teoretyczną negacją i praktyczną likwidacją religii. Socjalizm jest właśnie religią, która musi zabić chrześcijaństwo”⁹. Uznał on, że usunięcie religii musi być procesem poprzedzonym przebudową świata wartości, a taki proces wymaga czasu. Sukcesu komunizmu upatrywał w operacji wpływu, której głównym zadaniem było opanowanie i przekształcanie kultury poszczególnych narodów. Stanem docelowym miało być, jak pisze Dariusz Rozwadowski w swej książce *Marksizm kulturowy*:

„doprowadzenie do takich zmian w świadomości społeczeństw, że dobrowolnie, w sposób demokratyczny miały one odrzucić ukształtowane na bazie chrześcijaństwa normy moralne i obyczajowe, kategorie estetyczne, wzorce postępowania oraz tradycyjne wartości, a utożsamić się i przyjąć za swoje te nowe – stworzone przez marksistów”¹⁰.

Tym samym przejmując nadzór nad procesami społeczno-politycznymi przez klasę dominującą. To ona wyznacza świadomość i ideologię mas.

Zatem jak się powinna przejawiać i czym w zasadzie jest hegemonia? Gramsci wyjaśniając to, odnosi się do kapitalizmu, w którym klasa rządząca sprawuje władzę nie tylko przez kontrolowanie środków produkcji, ale również utwierdzając ją poprzez wywieranie znaczącego wpływu na dwa podstawowe kanały artykulacji i zabezpieczenie

⁸ J. Bartyzel, Jesteś tutaj: prof. Jacek Bartyzel » Eseje i artykuły naukowe » Antonio Gramsci, czyli „Nowoczesny Książę” w walce o hegemonię intelektualną, Antonio Gramsci, czyli „Nowoczesny Książę” w walce o hegemonię intelektualną <http://www.legitymizm.org/gramsci-nowoczesny-ksiaze> (13.07.2021).

⁹ D. Rozwadowski, *Marksizm kulturowy 50 lat walki z cywilizacją Zachodu*, PROHIBITA, Warszawa 2018, s. 22.

¹⁰ *Ibidem*, s. 23.

jej interesów, sprawując kontrolę nad umysłami. Uważa bowiem, że poza wpływami politycznymi istotną rolę odgrywają również wzorce kulturowe, których zasadniczym rezerwuarem są instytucje religijne, oświatowe, naukowe, artystyczne i oczywiście media. Sytuacja taka umożliwia klasie panującej osiągnięcie dwóch celów. Pierwszym z nich jest wywieranie presji względem przyjętych linii politycznych, na aparat rządowo-administracyjny, niwelując tym samym skutki periodycznych kryzysów gospodarczych, zapewniając przetrwanie ustrojowi. Drugi zaś wyposaża będących przy władzy w olbrzymie i masowe środki indoktrynacji, kontrolujące świadomość obywateli i neutralizując oponentów społecznych, skłaniając ich do uznania panowania klasy rządzącej za naturalne i prawowite. Upraszczając, sprowadza się do tego, że coraz większa liczba ludzi spleta wspólną wykładnię życia społecznego. Dlaczego jakieś konkretne działanie: branie ślubu cywilnego, ubieranie się w rzeczy szare, bez wyrazu, w jednym kroju – wydaje się sensowne? Ponieważ moi rodzice również uważają je za sensowne, a także moje rodzeństwo, sąsiedzi, ludzie z mojej społeczności, z innych miast, a nawet dalej. A dlaczego zatem wszyscy ci ludzie sądzą, że ma to sens? Ponieważ ich sąsiedzi i przyjaciele podzielają ten sam pogląd. Tym samym ludzie utwierdzają się w swoim przekonaniu – działa to jak samozaciskająca się pętla. Po każdym wzajemnym potwierdzeniu sieć znaczeń zaciska się mocniej, aż w końcu w zasadzie nie ma się wyboru, tylko trzeba wierzyć w to, co wszyscy inni.

Antonio Gramsci uważał, że taka kohabitacja skutecznie przezwycięży napięcia w bazie ekonomicznej i walnie przyczyni się do utrzymania władzy, zapobiegając tym samym potencjalnej rewolucji. Odnosząc się do pozarządowych ster wpływu społecznego tak pisał:

„Szkolnictwo wszystkich stopni i Kościołów to w każdym kraju dwie najpotężniejsze organizacje kulturalne. Po nich idą dzienniki, czasopisma, wydawnictwa, prywatne instytucje wychowawcze, zarówno te, które są uzupełnieniem szkoły państwowej, jak i instytucje kulturalne typu uniwersytetów. Inne zawody (...) stanowią pewien nieobojętny fragment życia kulturalnego. Należą tu na przykład lekarze, oficerowie armii, pracownicy sądownictwa (...) Najbardziej typową z tych kategorii intelektualistów jest kler, monopolizujący przez długi czas (...) rozległą i ważną dziedzinę: ideologię religijną, czyli filozofię i naukę epoki wraz ze szkołą, nauczaniem, moralnością, wymiarem sprawiedliwości, dobroczynnością, opieką społeczną itd.”¹¹.

Tymczasem, odnosząc się do prowadzenia działań przygotowujących do osiągnięcia demokratycznej zgody, a w zasadzie przyzwolenia społecznego na dominację idei specjalistycznych, kreśli swoisty plan operacji wpływu społecznego mającego doprowadzić do przebudowy społecznej. Dariusz Rozwadowski odnosząc się do tego, pisze:

«Owo» fabrykowanie zgody» odbywa się poprzez «neutralizację» ideologii socjalizmu. Gdy ideologia zostaje «zneutralizowana», postrzegana jest przez społeczeństwo jako zespół zdroworozsądkowych i «przeźroczystych» poglądów. Jednak emancypacja nie może się dokonać wysiłkiem samego «ludu». «Masy» same – podkreślał Gramsci – bez udziału inteligencji nie mogą samodzielnie wypracować świadomości rewolucyjnej. To zadanie powierzył «intelektualistom organicznym», czyli grupie ludzi nadających swoim działaniem charakter i kierunek rozwoju społeczeństwa. To ludzie zajmujący «kierownicze» stanowiska w niewralgicznych, ze względu na prawidłowe

¹¹ *Ibidem*, s. 22.

funkcjonowanie społeczeństwa obywatelskiego, instytucjach. A więc dyrektorzy różnego typu szkół, redaktorzy, nauczyciele, przedstawiciele instytucji religijnych, prezesi fundacji, przedstawiciele mediów, kierownicy domów kultury, właściciele dyskotek, prezesi wspólnot mieszkaniowych, a nawet tak – wydawałoby się – marginalnych «odcinków frontu ideologicznego» jak związków wędkarskich, punktów skupów buraków czy miejskich bibliotek. Po to, aby kontrolować dobór i ekspozycję książek w tejsze bibliotece lub określać sposób ustalenia cen płodów rolnych dostarczanych do skupu przez rolników, co pozwala zrozumieć, że nie były to bynajmniej «odcinki», których obsadzenie należało powierzyć przypadkowi. Wywołany przez owych «intelektualistów organicznych» «ruch zbiorowy» stanowić ma «proces molekularny», który doprowadzi do «intelektualnej i moralnej reformy całego społeczeństwa» i to jeszcze zanim «klasa robotnicza» przejmie władzę polityczną w państwie¹².

W przekonaniu Gramsciego główne zmiany miały następować w obszarze ludzkiej świadomości. Zasadniczymi narzędziami miała być zaś swoista triada: państwowego monopolu edukacyjnego, mediów i przemysłu rozrywkowego. Taki proces transformacji społeczeństw w samym założeniu jak i przeprowadzeniu jest skomplikowany i wymaga czasu. Jednym z głównych powodów, według myśliciela, było posiadanie przez państwa demokratyczne złożonego systemu obronnego, który przypominał „system okopów i fortyfikacji” w wojnie pozycyjnej, do której zwykł to porównywać. Uważał, że w takiej sytuacji trzeba zastosować strategię pozwalającą przezwyciężyć opór systemu obronnego. Polegać to miało na wdieraniu się w poszczególne odcinki systemu okopów i fortyfikacji, w jego instytucje polityczne, oświatowe, religijne, w prasę, wydawnictwa i radio, zdobywając jeden okop po drugim, a do jeszcze niezdobytých wprowadzając ducha „rozłamu” (*scissione*)¹³.

Tym samym zainicjował „długi marsz przez instytucje”. Sprowadzający się do wnikania, a następnie przejęcia przez aktywistów nie tylko urzędów państwowych, sztabów wojskowych, komend policji, kierownictw poczt, telegrafów, ale również do instytucji opiniotwórczych, konstytuujących, a nawet kreujących świadomość życia społecznego, jak ambony, szkoły, katedry uniwersyteckie, media, teatry, kina i cała szeroko pojęta sztuka od środka. Nadto opanowania ośrodków opiniotwórczych, by zmienić dominującą kulturę.

Etapem pośrednim było kształtowanie odpowiednich poglądów, trendów, mody, zwyczajów, sympatii i fascynacji. Uformowany w ten sposób nowy człowiek – *Homo sovieticus* – w przyszłości sam, bez przymusu państwa, przyjmować miał komunistyczne postulaty za własne.

Naturalnym następstwem omawianych treści jest kompleksowa przebudowa kulturowa będącej sprawstwem operacji wpływu społecznego w Rosji Radzieckiej. Determinantą tego procesu było stworzenie społeczeństwa mobilizacyjnego, mającego odzwierciedlać szerokie wykorzystanie komunikowania masowego dla celów propagandy politycznej. Realizowania kampanii w imię celów społecznych, w sferze polityki, wojny, rozwoju gospodarczego, pracy i częstokroć religii. Istotną determinantą jest potrzeba działań z zewnątrz nastawionych na jego przebudowę i tłumaczących podejmowany wysiłek narodu. W rezultacie dająca sposobność do utrzymania

¹² T. Rynkiewicz, *Od „proletariatu” do „człowieka masowego”*, „Człowiek w Kulturze” 2008, nr 20, s. 29-30.

¹³ J. Bartyzel, Antonio Gramsci...

władzy politycznej poprzez kontrolowanie napięć, kreowanie świadomości społecznej i stabilizację w państwie.

Wówczas adaptowano dominujące w kulturze tradycyjne ideały i wartości do poziomu intelektualnego i estetycznego pewnej części społeczeństwa. Jej powstanie i funkcjonowanie kojarzone jest ze społeczeństwem epoki industrialnej, a i także postindustrialnej, zmianami demograficznymi i wszechobecną urbanizacją. Lucjan Suchanek w swym opracowaniu zwraca uwagę na fakt, iż kultura masowa skupia szczególną wspólnotę ludzi nie w zależności od czynnika formalno-społecznego lub klasowego, lecz funkcjonalnego, polityczno-psychologicznego i jednoczy ludzi z różnych warstw i klas¹⁴.

Owo rozróżnienie ma zasadniczy wpływ na określenie adresata, uwzględniając przy tym strukturę i hierarchię społeczną. Warty podkreślenia jest czynnik dostępności i zrozumienia odbioru, który jest kluczowy w manipulacji społeczeństwem. W kulturze popularnej ów krąg odbiorców jest najszerszy, a biorąc pod uwagę rozwój środków masowego przekazu, można zaryzykować stwierdzenie, że i dostępny dla każdego. Zdaniem części naukowców świadczy to o misyjności kultury popularnej. Czyni to zatem kulturę jednym z głównych obszarów wpływu społecznego. Herbert Marcuse, odnosząc się do człowieka jednowymiarowego, uważał, że masa, stanowiąca większość narodu, to ludzie, którzy nie są w stanie uwolnić się od nacisku propagandy i manipulacji oraz niezdolni są do rozumienia faktów, ocen, alternatyw¹⁵. Podobne zdanie prezentuje współczesny badacz rosyjski, Dmitrij Olszanski, który uważa, iż masa stanowi szczególną wspólnotę ludzi nie w zależności od czynnika formalno-społecznego lub klasowego, lecz funkcjonalnego, polityczno-psychologicznego i jednoczy ludzi z różnych warstw i klas¹⁶. Nader dobrą ilustracją takiej kontroli jest społeczeństwo konsumpcyjne. W nim to dzięki wielopoziomowej i szeroko dostępnej komunikacji poprzez środki masowego oddziaływania kreowany jest określony model życia, tworzący wartości i budujący mity. Zasadniczą rolę w tym procesie stanowią nośniki informacji, których wpływ jest wprost proporcjonalny do ich rozwoju technologicznego, a głównymi wyznacznikami są dostępność i zasięg. W rezultacie transmisja informacji od materiałów drukowanych, radia, telewizji i Internetu poprzez przemysł rozrywkowy do przemówień sprawia, iż krąg odbiorców wzrósł niepomierne. W konsekwencji doszło do sytuacji, w której kultura masowa zaczęła docierać praktycznie do każdego, bez względu na miejsce, w którym się znajduje.

Powróćmy jednakże do przesłania, gdzie należy zaakcentować, iż jednym z głównych narzędzi kształtowania nowego człowieka, za Rosji Radzieckiej, „człowieka radzieckiego”, była kultura masowa, a jej orężem manipulacja. Kultury nie można zawęzić i jedynie definiować jej w kategoriach tekstów, obrazów czy dźwięków, ponieważ

¹⁴ L. Suchanek, *Kultura masowa w Rosji i radziecki eksperyment antropologiczny*, rocznik Komisji Kultury Słowian PAU, tom XII, 2016, s. 11.

¹⁵ Г. Маркузе, *Одномерный человек*, Москва 1994, s. 336.

¹⁶ Д. Ольшанский, *Массовые настроения переходного времени*, „Вопросы философии” 1992.

wiąże się ona również z wzorcami życia i myślenia oraz, potencjalnie, wszelką ludzką działalnością. Odnosząc się do metod kształtowania człowieka radzieckiego, Michaił Heller napisał:

„Aby zmienić «byt», należało przede wszystkim skruszyć stary system państwowy, ekonomiczny i społeczny. Jeden z najmocniejszych ciosów wymierzono w społeczeństwo. Obiektem ataku stają się wszelkie więzi między ludźmi, które składają się na tkankę społeczną: religia, rodzina, pamięć historyczna, język. Społeczeństwo jest systematycznie i planowo rozbijane, jednostki pozbawiane wybranych przez siebie związków, zamiast których mają przyjąć inne, wybrane dla nich przez państwo”¹⁷.

Poprzez kulturę masową aparat ideologiczny agitatorów i propagandzistów upowszechniał tworzenie wizji człowieka i społeczeństwa radzieckiego. W literaturze inżynierowie dusz najobszerniej przedstawiali wizję człowieka nowej epoki. Bohatera oddanego sprawie, ideologii, walczącego z wrogiem klasowym. Te szczególne cechy miały odgrywać zasadniczą rolę w kreowaniu wzorca do naśladowania, z którym każdy odbiorca powinien się utożsamiać. Szeroko pojęta literatura stała się nośnikiem uproszczonej, lecz jak najbardziej pożądanej wizji społeczeństwa osadzonego w realiach „swój” – „obcy”. Twórcy literatury podpowiadali narodowi, jak żyć, jakim być i jak walczyć z „wrogiem ludu”¹⁸. Tym samym przenikanie się i wzajemne wzmacnianie obszarów wpływu społecznego w kształtowaniu nowego człowieka stało się możliwe, ze względu na eksponowanie funkcji pozaestetycznych. Szczególny nacisk kładziony był na funkcję dydaktyczną. Dlatego też w niezliczonych formach literackich powielano treści utwierdzające czytelników, wdrukowując stereotypy mające służyć za wzór do naśladowania. Do głównych należy zaliczyć: prostego robotnika, starego rewolucjonistę, uczciwego pracownika kołchozu czy kobietę pracującą. Nie brakowało w twórczości również wrogów klasowych, dywersantów i szkodników. Powieści prezentowały społeczeństwo kolektywne, w którym dla człowieka jako osoby w zasadzie nie było miejsca. Stanowiło to swoistą apoteozę życia społecznego.

Innym, istotnym obszarem formowania społecznego była literatura dla dzieci i młodzieży. Ze względu na kształtowanie nowych pokoleń zasadniczego znaczenia nabiera edukowanie najmłodszych. To oni wyprą tych niedostosowanych i naturalnie podążą z gruntownie wykształconym światopoglądem w dorosłe życie. Podczas XIII Zjazdu Partii w 1924 r. podkreślano, że „koniecznie należy przystąpić do tworzenia literatury dla dzieci pod ścisłą kontrolą i kierownictwem partii w celu umocnienia w tej literaturze momentów wychowania klasowego, internacjonalistycznego i szacunku dla pracy”¹⁹. W ten sposób dyktat polityczny sankcjonował wychowanie i edukację oparte na moralności komunistycznej. Aleksander Zinowiew, odnosząc się do całokształtu twórczości literackich, w swoich powieściach *Światłana przyszłość* i *Denne wyżyny* pokazuje świat, jaki powstał w wyniku oddziaływania ideologów, propagandzistów i pisarzy. Sugerowany przez nich postęp społeczny powstawał

¹⁷ М. Геллер, *Машина и винтики. Истия формирования жоветского человека*, London 1985.

¹⁸ А. В. Фатеев, *Образврага в советской пропаганде, 1945–1954 гг.*, Монография, Москва 1999.

¹⁹ Сочинения, т. 1–45, Москва 1941–1967, т. 31, s. 266.

przez formułowanie środków ograniczających i regulujących działalność praw socjalnych, takich jak: moralność, prawo, religia, sztuka, prasa, jawność, opinia publiczna, opozycja.

Film uznawany przez Lenina za najważniejszą ze sztuk stanowił ważne narzędzie ideologizacji mas. Dla ujednolicenia przekazu, a co za tym idzie dla podniesienia efektywności oddziaływania, 27 września kinematografia została nacjonalizowana i wkrótce powstało Goskino ZSRR (Государственный комитет СССР покинематографии), które odpowiadało za cenzurę. Warto podkreślić, iż nie było to jedyne prostowanie ścieżek ideologicznych. Pomagali w tym także tzw. *добровольцы цензуры* (donosiciele – *стукачи*), którzy zwracali uwagę na wszelkie błędy ideologiczne, donosząc o tym do komitetów partii. Ta główna ze sztuk kształtująca w znacznym stopniu paradygmat kultury masowej była nośnikiem jednoznacznego przekazu ideowego, wykorzystując typowe ideologizmy epoki. Kinematografia rosyjska skupiała się wówczas na produkcjach dla młodzieży i dzieci, kształtując tym samym nowe pokolenia. Nie brakowało również filmów historycznych gloryfikujących wielką wojnę ojczyźnianą. Oczywiście w innych nurtach kina, jak np. kryminalnym, pełno było postaci walczących z wrogiem klasowym, oddanych partii pograniczników, milicjantów, zwiadowców. Filmem oddającym przesłanie tamtej epoki jest *17 mgnień wiosny*. Twórczość kinematografii muzycznej, w głównej mierze, jak w melodramacie Grigorija Aleksandrowa *Cyrk*, ukazywała wyższość życia w Kraju Rad nad zachodnim stylem życia. Wydzźwięk filmów miłosnych także wzmacniał przyjętą narrację. Choć stroniono od scen erotycznych, dominowało w nich rodzące się uczucie, którego rozkwit osadzony był w scenerii pracy dla budowania świetlanej przyszłości. Zazwyczaj ich przesłaniem było zakładanie rodziny dla dobra wspólnego.

Kolejną składową kultury masowej stanowią sztuki plastyczne. Znaczna część prac ukazywała rewolucyjną walkę narodu i tworzenie nowego świata. Głównym bohaterem był człowiek pracy. Istotnym elementem twórczości, mającym bezpośredni wpływ na kształtowanie postaw, misję wychowawczą i agitacyjną, były plakaty. W sposób szczególny sztuka miała kształtować rewolucyjną świadomość społeczną i estetyczną. Osobny przedział w tej twórczości stanowiły portrety przywódców dodające patetyzmu władzy, stawiając poszczególne osoby w panteonie bóstw narodowych.

Nie można pominąć przebudowy celebrowanych świąt stanowiących istotną część życia pojedynczego człowieka, jak i całych społeczeństw. Szczególnego znaczenia w przekształcaniej rzeczywistości nabrały takie święta, jak: Nowy Rok, Dzień Kobiet, Dzień Zwycięstwa, Rocznica Wielkiej Rewolucji Październikowej czy Święto Pracy, a z czasem święta poszczególnych zawodów, wyrażając euforię i radość życia mieszkańców pierwszego państwa robotników i chłopów. Ich widowiskowy charakter był sam w sobie nośnikiem idei.

W nurcie kultury masowej wszystkie rodzaje i typy sztuk, podobnie jak wszelkie periodyki opracowane przez propagandzistów, ideologów miały odciągać od tradycyjnej antropologii i aksjologii oraz wdrukowywać nowe postrzeżenie świata. To działanie było ukierunkowane na zmianę całego dotychczasowego porządku – zarówno społecznego, jak i duchowego. Określały one zbiór form społecznych i moralnych, i wyznaczały obowiązujące normy człowieka epoki radzieckiej. Tak też w ciągu ostatnich 70 lat istnienia państwa radzieckiego podporządkowano sobie wszystkie sfery naukowego, społeczno-politycznego i kulturalnego życia kraju.

Środki i techniki manipulowania ideologicznego kulturą masową propagowane były przez środowiska dziennikarskie. Dziennikarze postrzegani byli jako „inżynierowie dusz”. Ich profesja zobowiązywała do doskonałej znajomości instrumentu, na którym grali – całej klawiatury ludzkich popędów i instynktów, ich otchłani i sublimacji, powinni umieć świadomie wywoływać wśród mas pożądane odruchy warunkowe, hamować jedne, wyzwalać inne, tworzyć nowe, prowokować działania. Stanowili oni strukturę homogeniczną, o ukształtowanym swoistym etosie, hermetyczną ze względu na ideologiczną wierność systemowi. Gazety, czasopisma, radio i telewizja pełniły istotną rolę w tubie propagandowej partii. Instytucje medialne tworzyły się wokół kluczowych zadań społecznych, jakimi były rozpowszechnianie informacji i właśnie kultury. One to wzmacniały przekaz, docierając do całego społeczeństwa. Dla marksistowskich interpretacji roli mediów masowych kluczowa zawsze pozostawała kwestia władzy. Rozważając to zagadnienie należy wspomnieć, iż od lat siedemdziesiątych minionego wieku marksizm rolę przekazywania schematów kulturowych i ram ekspresji scedował w głównej mierze na media. Na przestrzeni lat podkreślano fakt, iż media są w istocie rzeczy narzędziami kontroli sprawowanej przez klasę rządzącą i komunikującymi w jej interesie.

Komunizm, prowadząc wieloaspektową przebudowę wzorców kulturowych, zmierzał do pozbawienia swobody myśli i wolności wyboru całe społeczeństwa. Ta swoista cecha totalitaryzmu (od łac. *totus* – cały) będąca dążeniem państwa do kontroli nad każdą sferą życia, ingerowała najintensywniej w kulturę. Ten najcenniejszy obszar będący najpowszechniejszym nośnikiem, jest skutecznym narzędziem wprowadzania idei i ideologii nadawcy.

Trendy agresji kulturowej Federacji Rosyjskiej

By uchwycić kierunek współczesnego oddziaływania Federacji Rosyjskiej w obszarze oddziaływania poprzez kulturę, należy się odnieść do najnowszej „Strategii bezpieczeństwa narodowego Federacji Rosyjskiej” z 2021 r. Uwypuklone jest w niej powstanie nowego zagrożenia i konieczności ochrony tradycyjnych wartości i suwerenności kulturowej Wschodu, z uwagi na swoistą „westernizację” rosyjskiej kultury oraz sabotaż informacyjny i psychologiczny. Przyczyniły się do tego również

„próby fałszowania historii Rosji i świata, zniekształcania prawdy historycznej i niszczenia pamięci historycznej, podżegania do konfliktów etnicznych i międzynarodowych... Problemy wynikające ze stosunków międzyetnicznych i międzynarodowych stają się przedmiotem geopolitycznych gier i spekulacji, które generują wrogość i nienawiść”²⁰.

Mając na względzie analizowany obszar badawczy, należy pamiętać, iż współczesne czasy nie stanowią wyjątku aktywności zmierzających do wykorzystania kultury w operacjach wpływu społecznego. Rosyjskie działania psychologiczno-informacyjne w kontekście przebudowy kulturowej istniały w minionych czasach, podlegały przebudowie, zmieniał się ich charakter, ale nadal pozostają częścią arsenału operacji psychologiczno-informacyjnych Rosji. Prowadzone rozważania skłaniają do wniosku, iż intensywność eksplorowania tego obszaru uzależniona jest od planów ekspansywności prowadzonej polityki.

W czasach, w których dezinformacja toczy chorobę niczym wirus drenujący mózgi społeczeństwa, potrzebne jest znalezienie odpowiedzi na pytania: jakie mechanizmy napędzają rozpowszechnianie się dezinformacji? Jak stworzyć mechanizmy obronne? Pewna nadzieja jest w funkcjonujących instytucjach państwowych powołanych do neutralizowania i obrony przed plagą naszych czasów. Dla zintensyfikowania prac powołano również interdyscyplinarny i międzynarodowy zespół naukowców mających zdiagnozować naszą podatność na intoksykowanie środowiska informacyjnego poprzez samoreplikację mylnych informacji. Polscy eksperci będą badać m.in. procesy poznawcze i cechy osobowości, psychologowie z Uniwersytetu w Oslo zajmą się analizą zjawisk społecznych, naukowcy z Collegium Novitum skupią się na etyce procesów zachodzących w internecie. Natomiast zadaniem zespołu informatyków z Politechniki Poznańskiej jest opracowanie algorytmów, opartych na sztucznej inteligencji, dzięki której można będzie analizować zachowania ludzi wrażliwych na dezinformację²¹. Należy mieć na uwadze tę istotną okoliczność, że najlepszą tarczą obrony przed zgubnym wpływem manipulacji jest przede wszystkim wiedza. To właśnie kultura jest strefą życia społecznego, która pozwala dokonać właściwego rozróżnienia. Zapewne właśnie dlatego narażona jest ona na największą agresję informacyjną.

²⁰ M. Dura, <https://www.defence24.pl/rosja-odpowiada-na-sankcje-nowa-strategia-bezpieczenstwa-narodowego-analiza> (14.07.2021).

²¹ O. Krettek, *Dezinformacja - choroba XXI wieku*, <https://www.polskieradio.pl/10/5366/Artykul/2693798,Dezinformacja-choroba-XXI-wieku> (17.03.2021).

Zakończenie

Podjęta analiza skłania do wniosku, iż obróbka masowej świadomości społeczeństwa w aspekcie przebudowy kulturowej, mającej służyć intencji manipulanta, jest możliwa i w konsekwencji prowadzi do destabilizacji państwa i narodu²². Główną determinantą tego procesu jest przebudowa świadomości kulturowej prowadzona długotrwałe i konsekwentnie. W ten sposób działania niemilitarne, jak to pokazywała historia, także i współcześnie mają przygotować grunt pod działania militarne. Tak Rosja w 2014 r. doprowadziła do destabilizacji wschodniej Ukrainy, gdzie wprowadzone operacje informacyjno-psychologiczne ze szczególnym uwzględnieniem podejmowanych działań w obszarze przebudowy świadomości kulturowej umożliwiły aneksję Krymu. Podobnie również przygotowywano się do polaryzacji społeczeństwa ukraińskiego zakończonej inwazją w 2022 r. Warto podkreślić, iż w obu przypadkach głównym narzędziem były media, zarówno te nowoczesne, jak i te tradycyjne. Zgodnie z ideą marszu przez instytucje były przejmowane, te bardziej odporne były zagłuszane. Na podkreślenie zasługuje fakt wzmacniania przekazu poprzez rosyjskie stacje telewizyjne i radiowe, które zwiększając moc nadajników prowadziły oddziaływanie, zwłaszcza na ludność republik nadgranicznych. Najlepszym tego potwierdzeniem są republiki doniecka i ługańska, które poddane obróbce informacyjno-psychologicznej, o czym mógł przekonać się autor niniejszego opracowania w rozmowach telefonicznych z ukraińskimi znajomymi, przyczyniły się do wybuchu trwającej wojny.

Zwróćmy uwagę, iż subtelne mechanizmy oddziaływania informacyjno-psychologicznego są stosunkowo trudno wykrywalne. Ich charakter jest wieloaspektowy i wykorzystuje każdą sposobność umożliwiającą podjęcie operacji wpływu społecznego. Działania prowadzone w jej obrębie zyskują coraz bardziej na znaczeniu ze względu na osiąganie strategicznych celów państwowych bez uciekania się do jakichkolwiek form nacisku w rozumieniu działań kinetycznych. W konsekwencji oczywiste wydaje się, iż wbrew powszechnym skojarzeniom siła nie przejawia się wyłącznie w zbrojności, a potęga może mieć wiele obliczy.

Współcześnie narzędziami zapewniającymi skuteczną komunikację są, podobnie jak w analizowanym obszarze komunistycznej przebudowy świadomości mas, prasa, radio, telewizja. Jednakże nowym nośnikiem informacji zwielokrotniającym przekaz nadawcy jest internet. Trudno sobie wyobrazić lepsze narzędzie prowadzenia operacji wpływu społecznego. To właśnie media dyktują nam najnowsze trendy w modzie, kreują kult gwiazd filmowych, upowszechniają pewien styl życia oraz nowe normy kulturowe. Mając na względzie popularność, jaką zdobyły, i liczbę użytkowników angażujących się godzinami w komunikowanie w cyberprzestrzeni, znajdujemy odpowiedź na pytanie dotyczące podatności odbiorców na podszepty mediów wpływające na zachowanie ludzi, ich postawę, zajmowane stanowisko na temat otaczającego świata, czyli tzw. opinię społeczną.

²² J. Wiśnicki, *Czwarta władza w kontekście konfliktów zbrojnych i aktów terrorystycznych*, Wydawnictwo Adam Marszałek Toruń 2019, s. 123.

Bibliografia

- Aronson E., Wilson T.D, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Zysk i S-ka, Akert R.M. Poznań 1997.
- Budzisz M., *Wszystko jest wojną, Rosyjska kultura strategiczna*, Wydawnictwo Zero Sp. z o.o., Warszawa 2021.
- Clotaire R., *Kod kulturowy*, MT Biznes, Warszawa 2019.
- Сочинения, т. 1–45, *Москва 1941–1967*, т. 31.
- Doliński D., Maciuszek J., Polczyk R. (red.), *Wokół wpływu społecznego*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2012.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Фатеев А. В., *Образврага в советской пропаганде, 1945–1954 г.*, Монография, Москва 1999.
- Kasprzycki D. D., *Rosyjska wizja wojny przyszłości. Formuła wykorzystania instrumentarium koncepcji wojny nowej generacji w oparciu o doświadczenia z działań wobec Ukrainy*, Wydawnictwo INFORTtitions, Tarnowskie Góry 2022.
- Геллер М., *Машина и винтики. Истия формирования жоветского человека*, London 1985, przekład polski: M. Heller, *Maszyna i śrubki. Jak hartował się człowiek sowiecki*, Paryż 1988.
- Маркузе Г., *Одномерный человек*, Москва 1994.
- Ольшанский Д., *Массовые настроения переходного времени*, „Вопросы философии” 1992, № 4.
- Rozwadowski D., *Marksizm kulturowy. 50 lat walki z cywilizacją Zachodu*, PROHIBITA, Warszawa 2018.
- Rynkiewicz T., *Od „proletariatu” do „człowieka masowego”*, „Człowiek w Kulturze” 2008, nr 20.
- Szewczak J., *Idiokratyzacja, czyli zmowa głupców*, Wydawnictwo Biały Kruk, Kraków 2020.
- Suchanek L., *Kultura masowa w Rosji i radziecki eksperyment antropologiczny*, rocznik Komisji Kultury Słowian PAU, tom XII, 2016.
- Wiśnicki J., *Czwarta władza w kontekście konfliktów zbrojnych i aktów terrorystycznych*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2019.

Źródła internetowe:

- Bartyzel J., Jesteś tutaj: prof. Jacek Bartyzel » Eseje i artykuły naukowe » Antonio Gramsci, czyli „Nowoczesny Książę” w walce o hegemonię intelektualną, Antonio Gramsci, czyli „Nowoczesny Książę” w walce o hegemonię intelektualną <http://www.legitymizm.org/gramsci-nowoczesny-ksiazke> (13.07.2021).
- Dura M., <https://www.defence24.pl/rosja-odpowiada-na-sankcje-nowa-strategia-bezpieczenstwa-narodowego-analiza> (14.07.2021).
- Krettek O., Deinformacja - choroba XXI wieku, <https://www.polskieradio.pl/10/5366/Artykul/2693798,Deinformacja-choroba-XXI-wieku> (17.03.2021).
- Koprowska J., Kod kulturowy – ukryty klucz do sukcesu, <https://www.hbrp.pl/b/kod-kulturowy---ukryty-kucz-do-sukcesu/P1ByJxB4y> (14.04.2020).
- Zonik P., https://www.academia.edu/9606255/Umys%C5%82_a_kultura_Studium_neuroantropologiczne_w_perspektywie_teorii_dzia%C5%82ania_Fredricha_A_Hayeka_Mind_and_Culture_A_neuroanthropological_study_in_the_perspective_of_Fridich_A_Hayek_s_theory_of_action__ (18.08.2022).

Social Impact Operations in Terms of Cultural Change

Summary

The article seeks to identify mechanisms of social impact operations that focus on the reconstruction of cultural patterns. An analysis of the creation and spread of cultural information threats is the result of an increasing cultural assimilation in the global society with a particular reference to cultural aspects in the social impact operations conducted by the Russian Federation. This study highlights the emergence of information threats, which are considered determinants of social risks. This article focuses on the analysis of the culture creation with special emphasis on the growing network of popular culture which is a breeding ground for social imagination and sensitivity. The paper presents the impact and role of mass media in building awareness by discussing the mechanisms of public opinion formation. Keywords: culture, information, media, social impact mechanisms, information operations, formation of public opinion

Emilia Mielus¹**Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Polska**

ORCID ID: 0000-0003-3283-933X

e-mail: em117629@doktorant.sgh.waw.pl

Rola mediów społecznościowych w dyplomacji publicznej

ABSTRAKT

Dyplomacja publiczna, odmiennie od tradycyjnej powszechnie znanej dyplomacji, stanowiącej czynności prowadzone między państwami, wykorzystuje media społecznościowe i jest narzędziem komunikacji i państwowego *public relations*. Dynamicznie zmieniające się procesy komunikowania nieuchronnie wpływają na sposób uprawiania polityki zagranicznej i dyplomacji publicznej. Pokazał to 44. prezydent Stanów Zjednoczonych Barack Obama, wprowadzając komunikację dyplomatyczną na Twittera. W 180 znakach, które wtedy dawał tweet, w sekundę informował świat o działaniach amerykańskiej administracji. To pokazuje, że nowe technologie wpływają na kształtowanie się norm, wartości i sposobu pracy dyplomatów. Dyplomaci, wykorzystując możliwości, jakie dają nowe technologie, stają się komunikatorami, przekąźnikami informacji o państwie, które reprezentują. Wiele inicjatyw podejmowanych w tym zakresie służy do realizacji celów polityki zagranicznej i zarządzania marką państwa. Autorka stawia sobie za cel zwrócenie uwagi na zwiększającą się rolę nowych mediów w realizacji celów politycznych i kreowania wizerunku polityków. Ponadto zostanie omówione, jak rozumienie ich działania przekłada się na pozycję państwa na arenie międzynarodowej. Wszelkie ograniczenia chociażby w dostępności do wiedzy o tym, co robią rządzący, przekładają się na sprzeciw. Świadomy obywatel domaga się wiedzy, informacji i interakcji. A to właśnie umożliwiają media społecznościowe. Publikacja ta potwierdzi, że transformacja podmiotów administracji rządowej jest nieunikniona, także w prowadzeniu polityki zagranicznej.

SŁOWA KLUCZOWE: dyplomacja, dyplomacja publiczna, dyplomacja cyfrowa, wizerunek państwa, social media, media

Wprowadzenie

W okresie pandemii COVID-19 siła nowych mediów ukazała się z pełną mocą. W dobie obostrzeń i zakazów opuszczania mieszkań nowe technologie bywały momentami jedynym oknem na świat. Umożliwiły częste kontakty, naukę, pracę i wiele innych aktywności. To doświadczenie pokazało, że odwrotu od cyfrowych usług już nie ma,

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MIS”: 12.10.2022; data zatwierdzenia tekstu do druku: 27.12.2022; data publikacji: 30.06.2023.

media stały się wpływowym aktorem życia publicznego. Pojawiające się technologie cyfrowe, owszem, wniosły nowe możliwości, ale jednocześnie pozwoliły na inwigilację i kontrolę społeczeństwa na masową skalę. Reżimom autokratycznym pomagają w utrzymaniu władzy skuteczniej niż cokolwiek wcześniej. Manuel Castells, hiszpański socjolog oraz najczęściej cytowany na świecie naukowiec z zakresu nauk społecznych, postrzega władzę jako podstawowy proces społeczny, w którym liczą się zdolności relacyjne, więc także władza mediów realizuje się poprzez układ relacji z podmiotami, które określają współczesny charakter struktury systemu mediów oraz ich otoczenia². Castells trafnie łączy siłę mediów z władzą rządów państw. O tym, że władza mediów łączy się z władzą polityki, świadczą słynne sojusze łączące siły w grze na zasadzie *win-win*³. Pojawia się pytanie, czy nowe technologie wyposażyły odbiorców w narzędzia władzy wobec potężnych aktorów politycznych? Niektórzy twierdzą, że obecnie sami możemy tworzyć niezależne media, a przykładem mogą być Internetowi twórcy (bloggerzy, yutuberzy) oraz dziennikarze obywatelscy podający informację na bieżąco. Aby obywatel mógł świadomie uczestniczyć w życiu publicznym, musi mieć dostęp do kluczowych informacji, ich weryfikacji, poznania odmiennych punktów widzenia. To wszystko są cechy profesjonalnych mediów.

Alicja Jaskiernia na łamach „Siły Mediów” dowodzi, że Internet zwiększył wybór kanałów dostępu i możliwości komunikacji, jednak nie idzie to w parze z jakością. Jaskiernia ocenia, że obecnie mamy kult celebrytów, tabloidyzację, a informacja „twitterowa” deprecjonuje rzeczową debatę społeczną, kierując uwagę publiczności ku skandalom i politycznemu teatrowi⁴. Zatem czy liczba fanów na Facebooku albo ilość obserwatorów na Twitterze idzie w parze z głosami wyborczymi? Niekoniecznie. Od momentu powstania w 1996 r. media społecznościowe zdołały wciągnąć połowę z 7,7 miliarda ludzi na świecie. Platformy społecznościowe prawie potroiły swoją łączną bazę użytkowników w ostatniej dekadzie, z 970 milionów w 2010 r. do 4,48 miliarda użytkowników w lipcu 2021 r. Dlatego celem tego artykułu będzie wskazanie, jak ważną rolę pełni świat cyfrowy i media społecznościowe w prowadzonej przez państwa polityce zagranicznej. Podczas pracy nad artykułem korzystałam z jakościowych metod badawczych. Byo to: przegląd literatury przedmiotu (w języku polskim i angielskim) i jej krytyczna analiza. Drugim źródłem była analiza dokumentów zastanych – sięgnęłam po oficjalne dokumenty udostępnione przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych. W jego pierwszej części omówię, jakie możliwości dało pojawienie się na przestrzeni ostatnich lat nowych narzędzi dyplomacji publicznej oraz jak rozwój technologii w XXI w. wpłynął na wizerunek państw. W drugiej części wskażę zaś wpływ i rolę pojawienia się mediów społecznościowych na dyplomację publiczną.

² M. Castells, *Władza komunikacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

³ Przykłady „sojuszu” premiera Tony’ego Blaira, lidera brytyjskiej Partii Pracy, z Rupertem Murdochem lub Nicolasa Sarkozy’ego z medialnymi baronami Francji.

⁴ A. Jaskiernia, *O sile władzy i sile mediów. Nowy system komunikacyjny – nowe obszary badań*, Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej, <https://www.ptks.pl/publikacje-ptks/seria-ptks/item/sila-mediow-2> (1.08.2022).

Tradycja kontra nowoczesność

Według Józefa Kukułki, historyka i dyplomaty,

„dyplomacja oznacza metodę elastycznego i zręcznego prowadzenia oraz załatwiania spraw, albo też umiejętność osiągania tego, co możliwe i optymalne. (...) Skoro negocjacje są przeciwieństwem konfrontacji, to dyplomacja jest podstawowym instrumentem tworzenia warunków pokoju”⁵. Według Beaty Ociepki, która jako pierwsza podjęła próbę opisanie miękkiej siły Polski oraz jej związku z dyplomacją publiczną, „dyplomacja publiczna jest jedną z form komunikowania politycznego w wymiarze międzynarodowym”⁶.

Obejmuje działania o charakterze strategicznym, koordynacyjnym i wykonawczym. Charakteryzuje się tym, iż jest realizowana w części przez wyspecjalizowane agendy rządowe, na których spoczywa zadanie wypracowania pożądanego wizerunku państwa, określenia form jego rozpowszechniania na świecie, a także identyfikacji grup docelowych, do których ów przekaz promocyjny powinien być adresowany. W praktyce dyplomacja publiczna jest działalnością rozwijaną także przez wiele podmiotów, takich jak np. organizacje pozarządowe. Rozumiana jako kształtowanie marki danego kraju jest aktywnością, w której uczestniczy – świadomie lub nie – każdy obywatel, mający do czynienia z cudzoziemcami. Na sposób uprawiania dyplomacji, w tym również publicznej czy cyfrowej, wpływa wiele czynników. Już nie tylko procesy takie, jak edukacja, dostępność dóbr kultury, błyskawiczny przepływ informacji wpłynęły na zakończenie klasycznego rozumienia dyplomacji. Globalizacja i świadomość rozwijających się coraz szybciej możliwości cyfrowych wyprzedzają epokę. Już w 2002 r. wspomniana B. Ociepka pisała, że „świat dzięki okablowaniu staje się areną działania publiczności globalnej z dostępem do mediów elektronicznych. Radio i telewizja są już mediami globalnymi”, a pojęcie globalnej wioski (*global village*) to „określenie zmian, które dokonują się na skutek pojawienia się nowych technologii”⁷.

Na potrzeby tego artykułu przyjmę jako punkt wyjścia definicję dyplomacji publicznej zaproponowaną przez B. Ociepkę, według której „dyplomacja publiczna to dwustronna nastawiona na dialog forma komunikowania międzynarodowego (...), której celem jest wspieranie wizerunku kraju i społeczeństwa poprzez wpływanie na opinię publiczną w krajach docelowych”⁸. Wynikiem tego jest kształtowanie pozytywnych postaw wobec konkretnego państwa. W polskim systemie instytucjonalnym instytucją odpowiedzialną za prowadzenie dyplomacji publicznej jest Ministerstwo Spraw Zagranicznych, a w szczególności powołany do tych celów najpierw do 2005 r. Departament Promocji, a następnie przekształcony w następnych latach Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej, który powinien pełnić rolę koordynatora wszelkich działań promocyjno-edukacyjnych. Jego działalność prowadzona jest wielokierunkowo. Obejmuje szerokie spektrum planów strategicznych o charakterze informacyjnym i stawia sobie za cel

⁵ J. Kukułka, *Międzynarodowe stosunki polityczne*, Warszawa 1984, s. 65.

⁶ B. Ociepka, *Dyplomacja publiczna jako forma komunikowania międzynarodowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2020.

⁷ B. Ociepka, *Komunikowanie międzynarodowe*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2002, s. 76.

⁸ B. Ociepka, *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski. Historia i Polityka*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa 2013.

kształtowanie przychylniej Polsce zagranicznej opinii publicznej. Dodatkowo dba o rozpowszechnianie wiedzy i wyjaśnianie błędnej wiedzy historycznej. Do zadań dyplomacji publicznej włącza się również działania na rzecz zrozumienia naszego państwa, jego historii oraz wkładu Polski i Polaków w rozwój Europy i świata. Jednak jednym z najważniejszych zadań jest wzmocnienie wizerunku Polski jako kraju rozwojowego sukcesu, mocnego ogniwa Sojuszu Północnoatlantyckiego, ważnego państwa w Europie, którego obywatele cenią sobie wolność. Polski jako kraju udzielającego coraz większej pomocy rozwojowej, wspierającego swoją diasporę, bezpiecznego, posiadającego stabilne perspektywy rozwoju dzięki przynależności do UE i NATO wartościowego partnera politycznego, gospodarczego, naukowego, społecznego i kulturalnego.

Mimo precyzyjnie, jak się wydaje, określonych zadań, w 2019 r. ukazał się raport Najwyższej Izby Kontroli oceniający obszar promocji kultury polskiej za granicą⁹. Wskazał on, że promocją Polski, polskiej kultury, gospodarki i turystyki zajmuje się nie wskazany Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej MSZ, a kilkaset podmiotów: organów administracji rządowej i samorządowej, agencji wykonawczych, państwowych osób prawnych, placówek zagranicznych oraz spółek Skarbu Państwa, a rola koordynacyjna MSZ jest znikoma. Przeprowadzane przez NIK w ostatnich latach kontrole wskazywały na szereg mankamentów w obszarze promocji i budowania marki państwa. Polegały one na braku strategii takiej promocji, braku współpracy między właściwymi agendami państwa i niespójności w określaniu priorytetów i zadań oraz nieadekwatnym finansowaniu instytucji i projektów dotyczących polskiej obecności za granicą. Od 2011 r. NIK podkreśla konieczność skoordynowania działań tych instytucji, a także wyznaczenia podmiotu wiodącego, mającego odpowiednie uprawnienia i instrumenty, które pozwolą na efektywną realizację zadań służących zbudowaniu silnej i konkurencyjnej marki narodowej Polski. Jak dotąd nie zostało to jednak uporządkowane. Tak ważną częścią dyplomacji publicznej jak upowszechnianie w świecie wiedzy o Polsce i polskiej kulturze, historii, dziedzictwie narodowym, a także promocją międzynarodowej współpracy w dziedzinie kultury, edukacji i nauki zajmuje się np. w polskim MSZ dwadzieścia pięć Instytutów Polskich powołanych decyzją Ministra Spraw Zagranicznych (w Austrii, Białorusi, Chinach, Francji, Hiszpanii, Izraelu, Litwie, Łotwie, dwa w Niemczech, dwa w Rosji, Rumunii, w Stanach Zjednoczonych, Ukrainie, Wielkiej Brytanii, Belgii, Bułgarii, Czechach, Gruzji, Indiach, Japonii, Słowacji, Węgrzech i we Włoszech). Dodatkowo są one wspierane przez wszystkie polskie placówki dyplomatyczne. Te podmioty na całym świecie prowadzą działalność informacyjno-edukacyjną, ściśle związaną z kierunkiem wyznaczonym przez rząd oraz dbają o zapewnienie polskiej obecności w życiu społecznym i kulturalnym państw, w których się znajdują.

⁹ Raport NIK *Promocja polskiej kultury za granicą*, id,21207,vp,23839.pdf (nik.gov.pl) (16.06.2022).

Osoby takie jak B. Ociepka, które dostrzegały dziejące się przemiany, nie mogły spodziewać się wtedy, jak bardzo przez następne 20 lat zmieni się świat. W 2002 r. istniała już wprawdzie Wikipedia, ale Facebook rozpoczął działalność w 2004 r., YouTube w 2005, Twitter w 2006, a Instagram w 2010. Justyna Arendarska w swojej recenzji książki *The Digitalization of Public Diplomacy* Ilana Manora pisze „w ciągu dwóch ostatnich dekad byliśmy świadkami szybkiego upowszechnienia Internetu, powstania i gwałtownego rozwoju mediów społecznościowych, upowszechnienia cyfrowych urządzeń mobilnych”¹⁰. Ten właśnie gwałtowny rozwój spowodował podkreślenie w nowej dyplomacji znaczenia innych aktorów niż państwa i ich rządy. Rzeczywiście można w tym przypadku zatrzeć granicę pomiędzy PR a dyplomacją publiczną. Celem klasycznej dyplomacji publicznej jest dotarcie z przekazem danego państwa do zagranicznej opinii publicznej. W nowej dyplomacji publicznej, już cyfrowej, są bezpośrednie kontakty między jednostkami zamieszkującymi inne państwa. Takie działania wpływają na kształtowanie opinii publicznej, wymuszając określone działania dyplomatyczne¹¹.

Dyplomacja publiczna poszerza zakres działania dyplomatów poza sfery bilateralnej współpracy międzyrządowej, kierując swe przekazy do szeroko pojętej zagranicznej opinii publicznej. Co więcej, posługuje się bardziej wyrafinowanymi technikami przekazu, czerpiąc źródła z teorii marketingu, zarówno politycznego, jak i gospodarczego. Nastawiona jest przy tym, w przeciwieństwie do tradycyjnie pojmowanej dyplomacji, bardziej na wielostronną, otwartą i jawną współpracę oraz promocję, niż na tajne układy, protokoły, czy walkę o wpływ i jednostronne narzucanie swojego stanowiska.

W Polsce za realizację zadań dyplomacji publicznej odpowiada Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP, stanowiąc uzupełnienie dla tradycyjnej dyplomacji. Jest działalnością skierowaną do zagranicznych instytucji, organizacji i społeczeństw. Na stronie polskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych możemy przeczytać, że

„dyplomacja publiczna obejmuje działania o charakterze strategicznym, koordynacyjnym i wykonawczym, które poprzez kształtowanie postaw społecznych i opinii publicznej za granicą mają na celu uzyskanie zrozumienia i poparcia dla polskiej racji stanu i polityki zagranicznej RP. Obszarem dyplomacji publicznej jest komunikacja ze społeczeństwami innych państw. Jednym z najlepszych jej narzędzi jest szeroko rozumiana kultura, która w interesujący sposób opowiada o kraju, tradycji, historii i współczesności. Kultura jako narzędzie komunikacji pomaga społeczeństwom poznawać się i rozumieć siebie nawzajem”¹².

To dynamicznie zmieniające się procesy komunikowania nieuchronnie wpływają również na sposób uprawiania polityki zagranicznej i dyplomacji publicznej. Polska jest krajem, który ma duże ambicje. W ich realizacji może pomóc dobrze prowadzona dyplomacja publiczna, jak i soft power.

¹⁰ J. Arendarska, *Cyfrowa dyplomacja publiczna w społeczeństwie informacyjnym*, recenzja książki *The Digitalization of Public Diplomacy* Ilana Manora, Palgrave Macmillan, 2019.

¹¹ B. Ociepka, *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywy teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*, „Przegląd Strategiczny”, 2012, nr 1, s. 132.

¹² Ministerstwo Spraw Zagranicznych, <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/dyplomacja-publiczna> (20.07.2022).

Rozwój technologii w XXI w. i nowe formy komunikowania informacji

„Bez wątpienia Internet oferuje wiele możliwości. Pomaga rozwijać demokrację i sprawia, że ludzie są bardziej aktywni w tworzeniu decyzji bezpośrednio wpływających na ich życie” – tak już wcześniej zalety sieci przedstawiał sam rosyjski polityk, Michaił Gorbaczow¹³. Komunikowanie się za pomocą Internetu oraz aplikacji mobilnych to codzienność większości współczesnych instytucji. Wybuch w 2020 r. pandemii COVID-19 był swoistym sprawdzianem dla działalności 99% instytucji, także rządowych. Okazało się, że możliwe jest prowadzenie polityki i skutecznej dyplomacji za pomocą mediów społecznościowych oraz innych kanałów Internetowych, nawet jeśli ilość osobistych spotkań na wysokim szczeblu spadła prawie do zera. Joseph Nye Jr., amerykański politolog i pracownik administracji, twórca razem z Robertem Keohane teorii współzależności w stosunkach międzynarodowych, pisał, że „miękką siłą nie jest formą idealizmu czy liberalizmu, po prostu jest formą siły, sposobem osiągnięcia pożądanego rezultatu”¹⁴. Wyjaśniał, że rząd kontroluje politykę, ale kultura i wartości to domena społeczeństwa obywatelskiego, a użycie miękkiej siły może być mniej ryzykowne niż ekonomicznej. W XX w. rewolucja komunikacji wymusiła zmiany także na dyplomacji, która z tradycyjnej, opartej na oficjalnych i formalnych kontaktach musiała zmienić się w dostępną i otwartą na nowe media i środki masowego przekazu dyplomację dostępną szerokiej publiczności (*government to people*). Mocno przyczyniła się również do tego globalizacja. Obywatele chcą wiedzieć, co robi państwo na arenie międzynarodowej, chcą uczestniczyć oraz przekazywać swoje emocje. Nowe media dały taką możliwość. Możliwość komunikacji dwustronnej i natychmiastowej. Jedną z form komunikowania się politycznego w wymiarze międzynarodowym stała się właśnie dyplomacja publiczna. Jej podmiotem nie były już wyłącznie rządy państw, ale także organizacje pozarządowe i inni uczestnicy stosunków międzynarodowych, mający wpływ na wizerunek państwa i społeczeństwa¹⁵. Dyplomacja publiczna przez wiele lat szerzej znana była tylko pracownikom Ministerstwa Spraw Zagranicznych. Obecnie każdego roku kolejni ministrowie spraw zagranicznych przygotowują swoje exposé pod powszechnie znanym obywatelom hasłem „promocji Polski za granicą”.

Postępująca rewolucja technologiczna i zyskujący na popularności termin „nowe media” nabierają coraz większego znaczenia, a jednocześnie stanowią coraz trudniejszy termin do zdefiniowania. Castells podaje, że „Internet, www i komunikacja bezprzewodowa nie są mediami w sensie tradycyjnym, lecz raczej środkami komunikacji interaktywnej”¹⁶. Termin „nowe media” staje się pojemnym workiem, który daje możliwość wykorzystania go w różnych ujęciach badania mediów w zależności od potrzeb

¹³ A. Kuszykiewicz, *Dyplomacja cyfrowa – nowa forma polityki zagranicznej Unii Europejskiej*, 2017.

¹⁴ J.S. Nye, jr., *Przyszłość siły*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.

¹⁵ B. Ociepka, *Dyplomacja publiczna...*, *op. cit.*

¹⁶ M. Castells, *Władza komunikacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013, s. 74.

autora i kontekstu wypowiedzi. Wspólnym mianownikiem dla mediów i komunikowania staje się Internet. Przyjmując teorię Justyny Hofmokl, że Internet definiujemy jako globalny system komunikowania, jego rozwój związany jest z „rewolucją cyfrową” i postępowaniem cywilizacyjnym, które wpływają na charakter procesu komunikowania¹⁷. Pierwsze fazy rozwoju Internetu dały tylko możliwość komunikowania interpersonalnego, nie zmieniając ról uczestników. W kolejnej fazie mamy już możliwość pełnej interakcji między wszystkimi użytkownikami, bez względu na ich miejsce, rodzaj i czas korzystania. Marshall McLuhan, współcześnie uznawany za jednego z najwybitniejszych teoretyków komunikowania masowego i środków przekazu, w 1957 r. pisał już, że „nowe media nie są mechanicznymi gadżetami ułatwiającymi tworzenie iluzji, ale nowym językiem dającym nowe możliwości rozwoju”¹⁸. W latach 80. XX w. dokonała się przemiana „starych” analogowych mediów (radio, telewizja) na „nowe” media cyfrowe. Digitalizacja (cyfryzacja) rozpoczęła nową epokę. Dokonała się całkowita transformacja mowy, dźwięku i obrazu. W efekcie tych przemian weszliśmy w okres „wirtualności”. I tak w latach dziewięćdziesiątych XX w. pojawiło się pojęcie „nowych nowych mediów”. Jego twórcą jest Paul Levinson, profesor na Wydziale Komunikacji i Medioznawstwa w Fordham University w Nowym Jorku, który tym pojęciem wprowadza komunikację na kolejny poziom zaawansowania. Levinson do tego rodzaju mediów zalicza m.in.: blogi, YouTube’a, Wikipedię, Digg’a, Myspace’a, Facebooka, Twittera, SecondLife’a¹⁹. Twierdzi on, że nie są to jedynie media społecznościowe, a środki komunikacji posiadające nowatorski charakter, szczególnie blogi (w tym mikroblogi, jak np. Twitter). Dają one możliwość stałego komentowania, tym samym cechując się autentycznością w wyrażaniu emocji. Są dostępne o każdej porze, nie wymagają doświadczenia i kompetencji oraz są darmowe. Wszystko to znacząco wpływa na działalność w świecie komunikacji medialnej, co również zauważają dyplomaci w swojej pracy.

Dyplomacja publiczna, odmiennie od tradycyjnej powszechnie znanej dyplomacji, stanowiącej czynności prowadzonej między państwami, wykorzystuje media społecznościowe i jest narzędziem komunikacji i państwowego public relations. Dynamicznie zmieniające się procesy komunikowania nieuchronnie wpływają na sposób uprawiania polityki zagranicznej i dyplomacji publicznej. Pokazał to 44. prezydent Stanów Zjednoczonych Barack Obama, wprowadzając komunikację dyplomatyczną na, docenianego przez Levinsona, Twittera. W 180 znakach, które dawał tweet, w sekundę informował świat o działaniach amerykańskiej administracji. To pokazuje, że nowe technologie wpływają na kształtowanie się norm, wartości i sposobu pracy dyptomatów. Dyplomaci, wykorzystując możliwości, jakie dają nowe technologie, stają się

¹⁷ J. Hofmokl, *Internet jako nowe dobro wspólne*, http://otworzksiazke.pl/images/ksiazki/Internet_jako_dobro_wspolne/Internet_jako_dobro_wspolne.pdf (10.09.2022).

¹⁸ M. McLuhan, *The Medium is the Message*, 2001.

¹⁹ M. Molęda-Zdziech, „Nowe nowe media” według Paula Levinsona – kreatywna nazwa czy innowacyjna koncepcja?, [w:] *Kreatywność i innowacyjność w erze cyfrowej. Twórcza destrukcja 2*, A. Zorska, M. Molęda-Zdziech, B. Jung, (red.), Oficyna Wydawnicza SGH 2014, s. 105.

komunikatorami, przekąźnikami informacji o państwie, które reprezentują. Wiele inicjatyw podejmowanych w tym zakresie służy do realizacji celów polityki zagranicznej, zarządzania marką państwa i budowania wizerunku. Ten wizerunek to efekt dekodowania przez odbiorcę komunikatu nadanego przez jednostkę w sytuacji kontaktu z innymi. W efekcie odbiorca tworzy sobie pewne wyobrażenie o nadawcy²⁰. Korzystny wizerunek państwa przekłada się na rozwój nie tylko polityczny, ale i gospodarczy. Tutaj kluczową rolę odgrywają media międzynarodowe. Rosnące wpływy oraz odpowiednia poprawa wizerunku państwa w relacjach międzynarodowych powinny w naturalny sposób być utożsamiane ze wzrostem i natężeniem jego *soft power* w interakcji z innymi²¹. Nadal jednak marka narodowa jest najważniejszym elementem budowania wizerunku kraju na świecie. Ponownie dając za przykład Stany Zjednoczone, można zauważyć, że sfera *soft power*, na którą nacisk kładzie prezydent Joe Biden, będzie kluczowa dla poprawy wizerunku Ameryki na świecie oraz do ograniczenia wpływu innych państw, głównie Chin, które będą próbowały stworzyć swoją „markę” i wypromować swoje wartości, wchodząc na kurs kolizyjny z USA. Paradoksalnie w obecnych czasach dyplomacja z *soft* staje się momentami bardziej *hard*²².

Ciągłe zmiany i rozwój technologiczny wymagają przesiewania informacji, wiadomości, nauki wyłączenia się ze stałego bycia online. Przemiany w procesach komunikowania się wymagają coraz większej uwagi na różnych poziomach: od masowego, politycznego przez lokalne i interpersonalne. I tak współczesna debata polityczna to w zasadzie debata medialna. Rozwój mediatyzacji polityki, jak i wszystkich sfer życia społecznego, wzmacnia znaczenie nowych mediów, a szczególnie mediów społecznościowych.

O pozycji mediów społecznościowych świadczy między innymi fakt, że wśród najpopularniejszych domen Internetowych w Polsce są domeny mediów społecznościowych. Na drugim miejscu pod względem liczby odston jest Facebook. W styczniu 2016 r. w uzasadnieniu projektu ustawy likwidującej „ciszę wyborczą” grupa posłów informowała, że obecność tej formy nie przystaje do rzeczywistości, mając tu na myśli możliwości, jakie daje Internet²³. Od 1989 r., kiedy to pojawiła się ta instytucja, środowiska masowego przekazu miały formę jednokierunkową. Istniały prasa, radio i telewizja. Obecnie środki masowego przekazu działają zupełnie inaczej. Powszechny jest dostęp do Internetu, a liczba osób korzystających z niego stale rośnie. Jak podaje Główny Urząd Statystyczny w badaniu współfinansowanym przez Unię Europejską nt. wykorzystywania technologii informacyjno-komunikacyjnych

²⁰ K. Gad, *Polska e-marka narodowa. Spoty promocyjne Polski w Internecie jako element brandingu narodowego*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2016.

²¹ R. Łoś, *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 110.

²² A. Jankowiak, *Dyplomacja publiczna jako narzędzie kreowania wizerunku państwa za granicą na przykładzie Stanów Zjednoczonych Ameryki*, „*Alcumena*”, 2020, nr 4(4).

²³ F. Kaczmarek, *Dylematy polityków wobec stosowania nowych technologii w komunikowaniu społecznym*, https://wsiz.rzeszow.pl/wp-content/uploads/2018/12/Szewczyk_Krytyczna-analiza-cyga%C5%84skiego-dyskursu-Internetowego_2017.pdf (2.08.2022).

w gospodarstwach domowych zamieszkiwanych przez osoby w wieku 16-74 lata, w Polsce dostęp do Internetu w 2021 r. posiadało ponad 12 mln osób, a korzystało z niego ogółem (w podziale na płeć) ponad 28 mln²⁴. Dla polityków tak duża grupa obywateli jest bardzo atrakcyjnym celem i adresatem komunikatów politycznych. Aktywność polityków w nowych mediach pojawiła się stosunkowo niedawno. Polscy politycy mają jednak szeroki dostęp do wiedzy o znaczeniu komunikacji i zasadach działania mediów społecznościowych. Nie oznacza to jednak, że wszyscy stosują ją w praktyce. Problem stanowią brak kompetencji, wiedzy i samoświadomości, jak dużą wagę stanowi obecnie świat Internetu. Pewne jest, że dzięki mediom społecznościowym interakcje z uczestnikami komunikacji stają się głębsze, przekaz jest ułatwiony, a budowanie relacji łatwiejsze. Nadal jednak wielu polityków preferuje komunikację jednokierunkową. Z badań aktywności na Twitterze liderów partii politycznych w Polsce wynika, że jest to ważniejsze medium dla strategii komunikacyjnej tej partii, która w danym momencie ma niższe poparcie²⁵.

Pojawia się jednak pytanie o efekt oddziaływania mediów. Zmiany w systemie komunikowania, dokonywane pod wpływem nowych technologii, służą naciskowi na wzrost gospodarczy, ale i na społeczeństwo w tempie, którego wcześniej nie doświadczyło. Media poddane zostały rewolucji. Gazety, telewizja – wszystko to zostało wyparte przez Internet. Żyjemy w czasach, gdzie czas przekazu informacji jest ważniejszy od samej informacji. Portale, takie jak Twitter, YouTube pokazują, że role i wpływy mediów są rozdzielane na nowo. Jednocześnie więcej mediów nie oznacza lepszej jakości zawartości. Tak jak twierdzi Castells, obecnie „zawartość nie nadąża za technologiczną transformacją systemu”²⁶.

Narzędzia dyplomacji publicznej i komunikacja poprzez media

Efektywność w dziedzinie polityki zagranicznej wymaga nowych narzędzi²⁷. Dyplomacja publiczna jest jednym z narzędzi tak zwanej miękkiej siły. Określona przez Nye’a *soft power* jest siłą łagodności, przekonywania poprzez odwoływanie się do multilateralizmu i prawa międzynarodowego, współpracy gospodarczej, atrakcyjności kulturowej oraz wspólnych wartości w celu kształtowania preferencji pozostałych uczestników ładu światowego²⁸. Miękką siłą jest jednym z najważniejszych

²⁴ Dane GUS z 2021 r., <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/wykorzystanie-technologii-informacyjno-komunikacyjnych-w-jednostkach-administracji-publicznej-przedsiębiorstwach-i-gospodarstwach-domowych-w-2021-roku,3,20.html>, [dostęp: 30.07.2022].

²⁵ M. Adamiak-Szysiak, *Twitter in communication strategies of the leaders of the polish political parties*, E-Politicon 9, s. 109-131.

²⁶ M. Castells, *Spółczesność sieci*, tłum. M. Marody, K. Pawluś, J. Stawiński, S. Szymański, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

²⁷ J. Czaputowicz, *Polityka zagraniczna i dyplomacja Unii Europejskiej*, Warszawa 2010, s. 5.

²⁸ B. Piskorska, *Dyplomacja cyfrowa: instrument miękkiej siły Unii Europejskiej w stosunkach międzynarodowych*, [w:] *Dyplomacja cyfrowa jako instrument polityki zagranicznej XXI wieku*, Lublin 2014, s. 110-112.

instrumentów realizacji polityki zagranicznej w XXI w. Stanowi niezwykle skuteczne narzędzie, pomagając, gdy tradycyjne metody dyplomacji nie przynoszą i z założenia nie mogą przynieść rezultatów. W dyplomacji publicznej jednym z priorytetowych narzędzi jest e-dyplomacja lub dyplomacja cyfrowa (pojęcia te stosowane są wymiennie). Komunikowanie się za pomocą Internetu doprowadziło do rozwoju nowych zjawisk. Rzeczy wcześniej niemożliwe dla dyplomatów stały się koniecznością, jak prowadzenie skutecznej dyplomacji za pomocą mediów społecznościowych. „Świat zmienił się w niezwykle destrukcyjny sposób, dyplomaci muszą podążać z duchem czasów, inaczej staną się mniej użyteczni i wpływowi” – tak o współczesnej dyplomacji wyrażał się doradca w Biurze Sekretarza Stanu USA Hilary Clinton Alec Ross. W mojej ocenie to stwierdzenie jest prawdziwe, choć obecnie dodałabym jeszcze: nie tyle mniej użyteczni i wpływowi co „niezauważalni”. Czy ten rozwój jest jednak zły bądź niekorzystny? Globalizacja zmieniła świat. W przypadku środków masowego przekazu przebiega ona na płaszczyźnie „globalizacji form medialnych, firm medialnych, globalnego przepływu informacji, globalizacji efektów i powstaniu globalnej publiczności”²⁹. Powstanie nowych firm i form wymusiło m.in. na Unii Europejskiej wypracowanie wspólnej polityki medialnej. Polskie Ministerstwo Spraw Zagranicznych jako główne narzędzie dyplomacji publicznej wskazuje kulturę, która pomaga społeczeństwom poznawać się i zrozumieć siebie nawzajem. Wskazane są tu Instytuty Polskie jako emisariusze Polski, działające na rzecz budowania relacji dwustronnych i kształtowania wizerunku naszego kraju za granicą.

Wpływ pojawienia się mediów społecznościowych na dyplomację publiczną

Istnieją dwa podstawowe rodzaje dyplomacji publicznej³⁰. Pierwszym z nich jest branding, czyli komunikacja kulturalna, w której rząd stara się poprawić swój wizerunek bez szukania poparcia dla jakiegokolwiek bezpośredniego celu politycznego. Drugi rodzaj dyplomacji publicznej obejmuje różne strategie mające na celu ułatwienie szybszych rezultatów — kategoria nazywana czasem adwokaturą polityczną. Przy brandingu państwa stosują strategie, aby promować lepszy wizerunek siebie na świecie. I w tym miejscu dyplomacja publiczna rozwinęła się w dyplomację cyfrową, która korzysta z mediów społecznościowych i służy głównie do komunikacji. Wiele inicjatyw dyplomacji cyfrowej wykorzystywanych przez aktora państwowego ma na celu osiągnięcie jej zagranicznych celów politycznych i zarządzanie marką państwową³¹. Dyplomacja cyfrowa daje szereg możliwości, w tym dużo większy dostęp do informacji, które mogą być przekazywane w czasie rzeczywistym oraz które mogą stanowić narzędzie do wywierania nacisku publicznego na rząd. Media społecznościowe, takie jak Facebook czy Twitter pozwalają wysyłać

²⁹ B. Ociepka, *Komunikowanie międzynarodowe*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2002, s. 83.

³⁰ Definicja „public diplomacy”, Encyklopedia Britannica, Publikacja: luty, 2019.

³¹ A. Gabor, *Digital Diplomacy*. UCDC University, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3696765 (21.06.2022).

świata wiadomości w czasie rzeczywistych wydarzeń, zawierając filmy czy zdjęcia i również stanowiąc element manipulacji. Polska od lat podejmuje wysiłki w różnych formach działania z zakresu promocji marki narodowej. Jednak pomimo aktywności wielu instytucji oraz wdrażania interesujących projektów można odnieść wrażenie, że działania te są nieskoordynowane, a obywatele są jedynie biernymi uczestnikami zaplanowanych wcześniej wydarzeń.

Nowa dyplomacja publiczna to dyplomacja zaangażowana, uczestnicząca, zmierzająca do budowania wzajemnego zaufania³². Pojawienie się nowych mediów daje spore możliwości do realizowania tych zadań. Wizerunek to efekt dekodowania przez odbiorcę komunikatu nadanego przez jednostkę w sytuacji kontaktu z innymi. W efekcie odbiorca tworzy sobie pewne wyobrażenie o nadawcy³³. Korzystny wizerunek państwa przekłada się na rozwój nie tylko polityczny, ale i gospodarczy. Tutaj kluczową rolę odgrywają media międzynarodowe. Rosnące wpływy oraz odpowiednia poprawa wizerunku państwa w relacjach międzynarodowych powinny w naturalny sposób być utożsamiane ze wzrostem i natężeniem jego *soft power* w interakcji z innymi³⁴. Bezwzględne dążenie do budowy wizerunku przez podmiot dążący do dominacji³⁵ może przyczynić się do zmniejszenia atrakcyjności za granicą. Nadal jednak marka narodowa jest najważniejszym elementem budowania wizerunku kraju na świecie. Ponownie dając za przykład Stany Zjednoczone, można zauważyć, że sfera *soft power*, na którą nacisk kładzie nowy prezydent Joe Biden, będzie kluczowa dla poprawy wizerunku Ameryki na świecie oraz do ograniczenia wpływu innych państw, głównie Chin, które będą próbowały stworzyć swoją „markę” i wypromować swoje wartości, wchodząc na kurs kolizyjny z USA. Paradoksalnie w obecnych czasach dyplomacja z *soft* staje się momentami bardziej *hard*³⁶. Od lat sposób uprawiania dyplomacji warunkuje dostęp do środków masowego przekazu. Opinia publiczna była w ten proces włączana w zależności od dostępności owych środków. Prasa, następnie radio, a w kolejnych krokach agencje informacyjne stawały się coraz cenniejszym źródłem informacji także dla dyplomatów, którzy mogli działać sprawniej i szybciej. Rewolucją komunikacyjną było pojawienie się kanałów całodobowych w radiu, ale i później w telewizji. Stopniowo zwiększała się siła przekazu i coraz trudniej było można przewidzieć reakcję odbiorców. Rewolucja technologiczna związana z pojawieniem się Internetu wymusiła na instytucjach zajmujących się polityką zagraniczną wprowadzanie głębokich zmian w ich codziennym funkcjonowaniu. Pojawiło się pojęcie „*digital diplomacy*”, które pozwoliło na dokonanie transformacji, reorganizacji i informatyzacji np. urzędów.

W dyplomacji cyfrowej szczególną rolę przypisuje się Twitterowi. Ten mikroblog jest serwisem społecznościowym zrzeszającym kilkaset milionów użytkowników (w tym

³² J. Melissen, *The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*, [w:] J. Melissen (red.), *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*, Palgrave Macmillan 2005, s. 16-16.

³³ K. Gad, *Polska e-marka narodowa. Spoty promocyjne Polski w Internecie jako element brandingu narodowego*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2016.

³⁴ R. Łoś, *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 110.

³⁵ J.S. Nye, *Soft power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, WAIP, 2004, s.187.

³⁶ A. Jankowiak, *Dyplomacja publiczna*, op. cit.

kilka milionów w Polsce)³⁷. Stał się dyplomatycznym rodzajem „barometru”, czyli narzędziem służącym do analizy oraz prognozowania stosunków międzynarodowych. Czasem nawet możemy usłyszeć pojęcie Twiplomacji (połączenie dwóch słów: „Twitter” oraz „diplomacy”)³⁸. Ministerstwa rozwijają sieci kontaktów poprzez wzajemne obserwowanie oraz tworzą koalicje w określonych tematach. To właśnie media społecznościowe są często używanym narzędziem w strategiach dyplomatycznych państw. Przykładem mogą być Stany Zjednoczone, które bardzo często korzystały z działań w ramach dyplomacji publicznej i dzięki temu skutecznie realizowały swoje interesy. Jednakże bywały okresy w historii, kiedy to amerykańskie władze ignorowały ten potencjał, na rzecz polityki opartej na *hard power*. Było tak za rządów prezydentów George’a W. Busha i Donalda Trumpa, których działania spowodowały obniżenie poziomu zaufania do USA i wzrost nastrojów antyamerykańskich. Twitterowej działalności Donalda Trumpa poświęcono już wiele miejsca. Był nazywany „największym influencerem w światowej dyplomacji”, gdzie podkreślano, że za pomocą jednego tweeta jest w stanie zmienić notowania giełdowe i spowodować wahania walutowe. I tak dla przykładu wybory prezydenckie w USA przeprowadzane w 2020 r. przeszły do historii. Cechowały je nie tylko forma, rekordowa frekwencja, ale i ogłoszenie zwycięstwa przez przegranego kandydata. Twitter za sprawą Donalda Trumpa stał się jedną z głównych form komunikacji prezydenta ze społeczeństwem. To, że media społecznościowe stały się istotnym polem batalii politycznych, wiadomo już od czasów prezydenta Obamy. Sztabowcy Trumpa byli w stanie wykorzystać mikrotargetowanie do rozprzestrzenienia propagandy. Prezydent Trump potrafił publikować do 34 tweetów dziennie. Jednak ostatecznie jego konto zostało całkowicie zawieszono po ataku terrorystycznym na Kapitol, kiedy pochwalił on w umieszczonym na swoim koncie materiale działania swoich zwolenników, którzy wdarli się do budynku. W momencie certyfikacji wyniku wyborów nie było już możliwości komunikacji w mediach społecznościowych i błyskawicznie odcięto Trumpa, który stał się niebezpieczny dla swojego kraju, od jego sfanatyzowanych zwolenników. Można uznać takie działanie za łamanie wolności słowa, ale w tamtej sytuacji było ono konieczne, choćby dla zatrzymania fali przemocy na ulicach Ameryki i uniknięcia chaosu. Powszechnie wiadomo, że amerykańskie media reprezentują polityczne interesy swoich mocodawców. Przypadki polskich polityków pokazują, jak ważna w cyfrowej dyplomacji jest również kreatywność. Jako przykład można wskazać fikcyjne wydarzenie z 2016 r., które odbiło się ogromnym echem wśród internautów – #SylwesterZAndrzejemDuda. Ponad ćwierć miliona osób zadeklarowało chęć spędzenia nocy sylwestrowej z prezydentem Andrzejem Dudą. Popularność tego wydarzenia zauważył sam prezydent i chwilę po północy 1 stycznia 2017 r. opublikował na Twitterze życzenia z hasztagiem #SylwesterZAndrzejemDuda³⁹.

³⁷ W pierwszym kwartale 2019 r. na świecie z serwisu korzystało 330 milionów użytkowników miesięcznie (134 miliony dziennie) (zob. [Investor.twitterinc.com](https://investor.twitterinc.com) 2019).

³⁸ V.V. Kotsiuba, *Dyplomacja cyfrowa jako narzędzie polityki zagranicznej państwa*, Uniwersytet Narodowy im. Lesi Ukrainki, Łuck.

³⁹ Ł. Walewski, *Wi@dza w sieci. Jak nami rządzą social media*, Wydawnictwo MANDO, Kraków 2020, s. 252.

Wnioski

Zmiany spowodowane digitalizacją mediów stanowią wyzwanie dla nabywców, ponieważ wymagają dostosowania do zmieniających się oczekiwań odbiorców i zwiększonego zaangażowania w proces komunikacji. Nowe media dają odbiorcy możliwość przyjmowania różnych ról, mogą być nadawcami, mogą samodzielnie tworzyć i kreować newsy. I to właśnie komunikacja z odbiorcą stanowi największe wyzwanie dzisiejszych czasów.

Sposób komunikacji Polski wskazany w Strategii Polskiej Polityki Zagranicznej na lata 2017-2021 przedstawiał nasz kraj jako państwo z ciekawą historią, po udanej transformacji ekonomiczno-polityczno-społecznej, będący ważnym punktem na mapie Europy, mający wielki potencjał wizerunkowy. Zatem budowanie i utrzymanie takiego wizerunku należy traktować jako jedno z ważniejszych zadań polityki zagranicznej, wywierające realny wpływ na pozycję Polski na świecie. To jednak nie wystarczy, ponieważ Polska wizerunkowo boryka się z prowadzoną polityką wewnętrzną, szeroko odbijającą się na arenie międzynarodowej, a postrzeganie polskich decyzji rządowych jako nieliberalnych raczej nie zmieni się w najbliższym czasie. Nowa dyplomacja publiczna to jednak dyplomacja zaangażowana, uczestnicząca, zmierzająca do budowania wzajemnego zaufania⁴⁰. Pojawienie się nowych mediów daje spore możliwości do realizowania tych zadań i budowania pozytywnego wizerunku. Rewolucja medialna spowodowała gwałtowny wzrost znaczenia opinii publicznej także w sferze polityki zagranicznej, a w konsekwencji dyplomacji publicznej. Ta zmiana wpłynęła na działanie organów i instytucji zajmujących się polityką zagraniczną. Szybkość przekazu, bezpośredniość, powszechność oraz łatwość dostępu do informacji sprzyjają, a wręcz pomagają rozwojowi efektywnej dyplomacji medialnej. Wymaga to jednak dogłębnego zrozumienia dynamiki cyfrowych mediów. E-dyplomacja wymaga znacznie więcej. Nieumiejętne stosowanie mediów społecznościowych, bez wyczucia lub pod wpływem chwilowych emocji, może wywołać poważne konsekwencje na arenie międzynarodowej. Zdarza się czasami, iż na profilach mediów społecznościowych różnych polityków komentarze wskazują na brak skorelowanych działań, które w znakomitej większości wypadków stanowią indywidualne i prywatne komentarze spraw wagi państwowej. Od uczestników wirtualnego komunikowania wymaga się obecnie zupełnie nowych kompetencji, nowego podejścia i umiejętności. Dotyczy to tak nadawców, jak i odbiorców. Współczesne środowisko międzynarodowe wymaga szybkiego dostosowywania się do zmian i błyskawicznych reakcji, a Internet oraz dyplomacja medialna zajmują kluczowe miejsce. Uproszczony jest także przekaz, zmienia się słownictwo, często na mniej formalne niż podczas dyplomatycznych spotkań. Dyplomaci często przeplatają w mediach społecznościowych sprawy państwowe z prywatnymi. Zatem nowe media dają ogromne szanse, ale i stanowią szereg zagrożeń. Coraz bardziej wyrafinowane ataki hakerskie podważające wiarygodność osób i instytucji będą mieć miejsce na równi z rozwojem

⁴⁰ J. Melissen, *The New Public Diplomacy...*, op. cit., s. 16.

możliwości ukazujących się przed dyplomacją publiczną. Zdecydowanie nie jest to jednak powód, by wycofywać się z cyfrowego świata. Wręcz przeciwnie. Dla dyplomacji to szansa chociażby na realizowanie misji dyplomatycznych i interesów kraju w relacjach międzynarodowych, dzięki którym podtrzymywane są stosunki między partnerami dyplomatycznymi. Należy jednak zauważyć, że samo zwiększanie liczby narzędzi informatycznych wykorzystywanych w dyplomacji nie wystarczy do zintensyfikowania ich udziału w komunikacji międzynarodowej. Ważne jest również podnoszenie kompetencji ich użytkowników. Stany Zjednoczone są zdecydowanym liderem w zakresie elektronicznej dyplomacji. A dzieje się tak ze względu na wszechstronność wykorzystania jej potencjału.

Bibliografia

- Adamiak-Szysiak M., *Twitter in communication strategies of the leaders of the polish political parties*, E-Politicon 9.
- Arendarska J., *Cyfrowa dyplomacja publiczna w społeczeństwie informacyjnym*, recenzja książki *The Digitalization of Public Diplomacy* Ilana Manora. Palgrave Macmillan, 2019.
- Castells M., *Władza komunikacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Castells M., *Społeczeństwo sieci*, tłum. M. Marody, K. Pawluś, J. Stawiński, S. Szymański, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Czaputowicz J., *Polityka zagraniczna Polski*, Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, Warszawa 2008.
- Cull N. J., *Public diplomacy: Lessons from the past*, CPD Perspectives on Public Diplomacy, 2009, nr 2(19).
- Gad K., *Polska e-marka narodowa. Spoty promocyjne Polski w Internecie jako element brandingu narodowego*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2016.
- Jankowiak A., *Dyplomacja publiczna jako narzędzie kreowania wizerunku państwa za granicą na przykładzie Stanów Zjednoczonych Ameryki*, „Alcumena”, 2020, nr 4(4).
- Karsznicki K., *Sztuka dyplomacji i komunikacji w świecie wielokulturowym*, wyd. 2, Difin, Warszawa 2017.
- Łoś R., *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego Łódź 2017.
- McLuhan M., *The Medium is the Massage*, 2001.
- Melissen J., *The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*, [w:] J. Melissen (red.), *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*, Palgrave Macmillan 2005.
- Molęda-Zdziech M., *Mediatyzacja życia publicznego – globalne trendy i ich lokalne aplikacje*, Zeszyt Naukowy 18, Studia i Prace Kolegium Ekonomiczno-Społecznego SGH, Warszawa 2009.
- Molęda-Zdziech M., „Nowe nowe media” według Paula Levinsona – kreatywna nazwa czy innowacyjna koncepcja?, [w:] Zorska, A., Molęda-Zdziech, M., Jung, B. (red.), *Kreatywność i innowacyjność w erze cyfrowej, Twórcza destrukcja 2*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2014.
- Nye J., *Przyszłość siły*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Ociepka B. (red.), *Dyplomacja publiczna*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2008.
- Ociepka B., *Impact of New Technologies on International Communication: The Case of Public Diplomacy*, „Information Science”, 2012, nr 59.
- Ociepka B., *Miękka siła i dyplomacja publiczna Polski. Historia i Polityka*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa 2013.
- Ociepka B., *Komunikowanie międzynarodowe*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2002.
- Ociepka B., *Dyplomacja publiczna jako forma komunikowania międzynarodowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2020.
- Ociepka B., *Nowa dyplomacja publiczna – perspektywy teorii stosunków międzynarodowych i komunikowania politycznego*, „Przegląd Strategiczny”, 2012, nr 1.
- Piskorska B., *Dyplomacja cyfrowa: instrument miękkiej siły Unii Europejskiej w stosunkach międzynarodowych*, [w:] *Dyplomacja cyfrowa jako instrument polityki zagranicznej XXI wieku*, Lublin 2014.
- Walewski Ł., *Władza w sieci. Jak nami rządzą social media*, Wydawnictwo MANDO, Kraków 2020.

Źródła Internetowe

- Arendarska J., *Cyfrowa dyplomacja publiczna w społeczeństwie informacyjnym*, <https://wuwr.pl/sppae/article/view/13515> (22.06.2022).
- Dane GUS z 2021 r. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spolnoczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/wykorzystanie-technologie-informacyjno-komunikacyjnych-w-jednostkach-administracji-publicznej-przedsiębiorstwach-i-gospodarstwach-domowych-w-2021-roku,3,20.html> (30.07.2022).
- Gabor A., *Digital Diplomacy*, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3696765 (21.09.2021)
- Hofmolk J., *Internet jako nowe dobro wspólne*, [http://otworzksiazke.pl/images/ksiazki/Internet_jako_dobro_wspolne/Internet_jako_dobro_wspolne.pdf](http://otworzksiazke.pl/images/ksiazki/Internet_jako_dobro_wspolne/Internet_jako_dobro_wspolne/Internet_jako_dobro_wspolne.pdf) (10.09.2022).
- Jaskiernia A., *O władzy i sile mediów. Nowy system komunikacyjny – nowe obszary badań*, <https://www.ptks.pl/publikacje-ptks/seria-ptks/item/sila-mediow-2> (1.08.2022).
- Kaczmarek F., *Dylematy polityków wobec stosowania nowych technologii w komunikowaniu społecznym*, https://wsiz.rzeszow.pl/wp-content/uploads/2018/12/Szewczyk_Krytyczna-analiza-cyga%C5%84skiego-dyskursu-Internetowego_2017.pdf (2.08.2022).
- Manor I., *The Digitalization of Public Diplomacy*, https://www.researchgate.net/publication/330377221_The_Digitalization_of_Public_Diplomacy (15.06.2022).
- Melissen J., *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*, https://books.google.pl/books?id=JTgWDAQAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pl&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (15.08.2022).
- Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/dyplomacja-publiczna> (15.08.2022).
- Ociepka B., *Cultural diplomacy as an external voice of cultural policy. The case of Poland*, *International Journal of Cultural Policy*, https://www.researchgate.net/publication/350919896_Cultural_diplomacy_as_an_external_voice_of_cultural_policy_The_case_of_Poland_International_Journal_of_Cultural_Policy272233-245 (12.04.2021).
- Ociepka B., Arendarska J., *Cultural Diplomacy as a Network and Networking in International Relations: The Case of Cultural Diplomacy in Russia*, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440211054119> (22.10.2021).
- Ranking *SoftPower30*, <https://softpower30.com/> (09.01.2022).
- Rashica V., *The benefits and risk of digital diplomacy*, <https://sciendo.com/pdf/10.2478/seeur-2018-0008> (20.04.2022).
- Raport NIK *Promocja polskiej kultury za granicą*, <https://www.nik.gov.pl/plik/id,21207,vp,23839.pdf> (16.06.2022).
- Serafin K, *Skuteczna komunikacja w podmiotach administracji publicznej*, <https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.desklight-88fc8743-4e75-48d9-a227-297afd7d756/content/partContent-s/5e97b355-983f-32dd-9280-09b121603714> (28.09.2021).
- Surowiec P., *Between Europeanisation and Corporatisation: Poland's Nation Branding and Soft Power for Public Consumptio*, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0888325420950796> (28.09.2021)
- Tomiczek M., *About communication in social media - an analysis of the Polish Presidency Facebook Profile from a perspective of social communication theory*, https://www.researchgate.net/publication/338568721_About_communication_in_social_media_-_an_analysis_of_the_Polish_PresidencyFacebook_Profile_from_a_perspective_of_social_communication_theory (28.09.2021).
- Twiplomacy Study 2018*, <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/> (10.06.2022).
- Sevin E., Ingenhoff D., *Public Diplomacy on Social Media: Analyzing Networks and Content*, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8726> (16.06.2022).
- Strategia Polskiej Polityki Zagranicznej na lata 2017-2021, <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/strategia> (14.09.2022).
- US State Department 2020 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting, <https://www.state.gov/2020-comprehensive-annual-report-on-public-diplomacy-and-international-broadcasting/> (28.09.2022).

The Role of Social Media in Public Diplomacy

Summary

Unlike traditional diplomacy, public diplomacy uses social media as for communication as well as government public relations. Dynamically changing communication processes affect the way foreign policy and public diplomacy are conducted. Barack Obama, the 44th president of the United States, used Twitter as a tool for engaging in digital diplomacy. In 180 characters, the US president informed the world about the activities of the American administration. It may be noticed that new technologies influence the shaping of norms, values and diplomatic work. Diplomats communicate and negotiate with each other using digital technologies. Many initiatives are undertaken to achieve foreign policy goals and manage the nation branding. This article discusses the role of new media in image-making and accomplishing political goals. The article highlights how the new media's actions influence the country's position in the international arena. Any information access restrictions regarding the authorities' decisions raise an objection. A conscious citizen demands knowledge, information and interaction. Social media guarantees access to news and information. This article confirms that the transformation of government administration, including the conduct of foreign policy, is inevitable.

Keywords: diplomacy, public diplomacy, digital diplomacy, social media, media, country image

Joanna Wróblewska-Jachna¹**Akademia Techniczno-Humanistyczna**

ORCID ID: 0000-0002-5795-0176

e-mail: jjachna@ath.bielsko.pl

Rafał Paprocki**Małopolska Uczelnia Państwowa im. W. Pileckiego w Oświęcimiu**

ORCID ID: 0000-0002-8603-2796

e-mail: rafal.paprocki@mup.edu.pl

Ekosystem komunikacji publicznej i prywatnej a lęk empiryczny i społeczny wobec pandemii COVID-19

ABSTRAKT

Artykuł zawiera wyniki badania przeprowadzonego wśród studentów dwóch uczelni wyższych: Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej oraz Małopolskiej Uczelni Państwowej im. W. Pileckiego w Oświęcimiu. W badaniu wykorzystano dorobek ekonomii i socjologii w zakresie modelowania behawioralnego przez ekosystem komunikacji publicznej. Wprowadzono nowy model pomiaru postawy oparty na teorii dwusystemowej D. Kahnemana i teorii mózgu społecznego R. Dunbara. Model posłużył do ustalenia empirycznego poziomu lęku wobec wirusa Sars-CoV-2. Cel diagnostyczny badania wymagał operacyjnego zdefiniowania takich kategorii badawczych, jak: lęk bazowy, lęk empiryczny, lęk społeczny, modelowany zasięg próby, bazowy poziom śmiertelności, empiryczny poziom śmiertelności. Skalę i parametry bazowe dla badanego zjawiska ustalono na podstawie oficjalnych danych statystycznych na temat śmiertelności COVID-19 w Polsce. Wyniki badania wskazują na istotną różnicę w percepcji podstawowego zagrożenia pandemicznego: pierwotny obraz ryzyka (empirycznie obserwowany poziom śmiertelności) okazał się ponad 50 razy mniejszy od wtórnego obrazu ryzyka (oficjalnego poziomu śmiertelności). Wnioski płynące z badania wskazują na rozległe zjawisko dysonansu poznawczego behawioralnego i komunikacyjnego w czasie pandemii COVID-19.

SŁOWA KLUCZOWE: COVID-19 w Polsce, teoria mózgu społecznego, lęk empiryczny, lęk społeczny, zarządzanie strachem, ekosystemy komunikacji

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 23.05.2023; data zatwierdzenia tekstu do druku 24.06.2023; data publikacji: 30.06.2023.

Wprowadzenie

Ekosystem komunikacji publicznej miał szczególne oddziaływanie na społeczeństwa w okresie pandemii COVID-19. Pojawiające się w nim komunikaty początkowo wywoływały postawy akceptacji wobec wprowadzanych restrykcji sanitarnych. Postawy zaczęły się z czasem różnicować: jesienią 2021 r. w wielu krajach rozpoczęły się protesty, bunt o większym lub mniejszym natężeniu. Zintensyfikowana przez pandemię COVID-19 potrzeba przetrwania wzmocniła w jednostkach i grupach społecznych popyt na dane służące ocenie ryzyka epidemicznego. Dane te miały znaczenie podstawowe, gdyż – zwłaszcza na początku pandemii – wywierały one bezpośredni i natychmiastowy wpływ na zachowania ludzi². Informacje i wiadomości docierały do jednostek poprzez dwa ekosystemy informacyjne: prywatny zakorzeniony w bezpośrednich doświadczeniach środowiskowych oraz publiczny tworzony przez media głównego nurtu.

Artykuł zawiera wyniki badań przeprowadzonych podczas pandemii na próbie 2026 studentów uczelni wyższych. Celem badania była weryfikacja następującej hipotezy: pandemia COVID-19 poprzez wzajemnie konkurencyjne ekosystemy komunikacyjne indukowała znacząco różniące się od siebie poziomy lęku przed zagrożeniem pandemicznym.

Dezorientacja poznawcza i jej źródła

Narracje komunikacyjne pozwalają na zakorzenienie w światach społecznych, są tworzywem kapitału relacyjnego dostępnego jednostkom. Uprawomocnienie zastanej rzeczywistości dzieje się w konwersacjach ludzi, którzy wymieniają się treściami związanymi z religią, moralnością, prawem, obyczajami, tradycjami kulturowymi³. System społeczny wytwarzają jednostki legitymizujące dostępne wzorce działań poprzez codziennie powtarzane czynności wynikające z pełnionych ról społecznych, czy też obowiązującego układu aksjonormatywnego. Podstawą konstrukcji światów społecznych jest więc spotkanie i dialog, a samoorganizowanie się społeczeństwa dzieje się w procesie kształtowania znaczeń. Komunikacja umożliwia powstawanie idei, które stanowią tworzywo procesu instytucjonalizacji określonych norm, a także praktyk działania. Świat społeczny scala zaufanie odbiorców wobec instytucji, jak również wobec przekazywanych treści. Pokoleniowa reprodukcja światów społecznych realizuje się poprzez stabilne elementy infrastruktury instytucjonalnej podtrzymującej konkretny porządek, niezbędne w tym procesie jest budowanie zobiektywizowanej wiedzy o rzeczywistości. Jednym z jej elementów jest ekosystem komunikacyjny, w ramach którego instytucje publiczne przekazują i wymieniają informacje sprzyjające podtrzymaniu

² R. Paprocki, *Postawy względem pandemii COVID-19. Kultura jako sterownik zachowań w warunkach ryzyka i niepewności*, „Pomiary. Automatyka. Robotyka”, 2020, r. 24, nr 4, s. 42.

³ W. Świątkiewicz, *Legitymizacja. Zagadnienia podstawowe*, [w:] W. Świątkiewicz (red.), *Społeczny świat i jego legitymizacje*, Uniwersytet Śląski, Katowice 1993, s. 7-11.

więzi społecznych⁴. Komunikowanie co do treści oraz stosowanej formy przekazu może prowadzić również do dezintegracji społecznej, a niestabilność komunikacji publicznej pociąga za sobą dezintegrację całego systemu społecznego. Naruszenie form kulturowych związanych z komunikowaniem otwiera drogę do rekompozycji struktur społecznych, między działaniami a procesami komunikacji istnieją nierozzerwalne związki przyczynowo-skutkowe. Przerwanie reprodukcji układu aksjonormatywnego otwiera drogę społecznym innowacjom.

Podczas pandemii COVID-19, wraz ze wzrostem społecznego oczekiwania na dane, pojawiły się niespójności w systemach komunikowania dotyczące m.in. liczby zakażonych, oceny efektywności podejmowanych działań, skali zagrożenia, a niemożność zweryfikowania podawanych informacji wprowadziła niepewność poznawczą. Globalnym zjawiskiem towarzyszącym pandemii stała się *infodemia* związana z masowym dezinformowaniem społeczeństwa, a jej skala w istotny sposób naruszyła zaufanie do instytucji społecznych⁵. Podjęte przez wiele rządów działania mające na celu powstrzymanie *infodemii* okazały się, zdaniem niektórych badaczy, niewspółmierne do skali zagrożenia⁶. Sprzeczne ze sobą komunikaty funkcjonujące w ekosystemie informacji publicznej przyczyniły się do rozwoju licznych teorii spiskowych, fałszywych doniesień na temat lekarstw, szczepionek, konsekwencji stosowanych restrykcji. W celu zapobiegania panice, a także eliminowania nieprawdziwych informacji, w różnych ekosystemach komunikacyjnych pojawiła się cenzura. Nasilająca się w ten sposób dezorientacja poznawcza prowadziła do nasilania stanów niepokoju, gdyż brak dostępu do wiarygodnych informacji paraliżuje jednostki. Pojawiają się trudności z podejmowaniem decyzji, rozumieniem sytuacji, a tym samym adaptacją wobec świata zewnętrznego. Sfera komunikacji publicznej nasycona interpretacjami, a nie faktami wzbudza u wielu odbiorców poczucie bycia manipulowanymi przez nadawców⁷.

Lęk i panika moralna a ekosystemy medialne

Sytuacja narastającego zagrożenia wywołuje poczucie strachu, który może przekształcić się w lęk – nieprzyjemny, długotrwały stan emocjonalny związany z narastającym przewidywaniem niebezpieczeństwa⁸. W odróżnieniu od strachu lęk bywa długotrwały i obywatelski, powoduje niepokój, uczucie napięcia, skrępowania oraz zagrożenia. Podstawową funkcją lęku jest ostrzeżenie przed niebezpieczeństwem, można wyróżnić co najmniej dwa jego rodzaje:

⁴ B. Dobek-Ostrowska, R. Wiszniowski, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego*, ASTRUM, Wrocław 2001, s. 18.

⁵ 20200305-sitrep-45-covid-19.pdf (who.int) (20.01.2022).

⁶ M. Marsili, *COVID-19 Infodemic: fake news, real censorship Information and freedom of expression in time of Coronavirus*, *Europea* 10, Aracne, Roma, Italy, pp 147-170, COVID-19 Infodemic: Fake News, Real Censorship. Information and Freedom of Expression in Time of Coronavirus | Zenodo (05.09.2021).

⁷ M. Rembierz, *Revaluations of the times of pandemics. On the interference of the pandemic in the world of human values*, „Transformacje/Transformations”, 2021, 3 (110), s. 134–146.

⁸ R. Gerrig, P. Zimbardo, *Psychologia i życie*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2006.

- lęk realistyczny, który jest obawą przed rzeczywistym zagrożeniem w świecie zewnętrznym i jego nasilenie jest proporcjonalne do nasilenia strachu,
- lęk moralny, czyli lęk przed własnym sumieniem powodujący odczuwanie poczucia winy czy wstydu.

Gdy lęk staje się permanentnym elementem zachowania, taki stan staje się patologiczny i w konsekwencji prowadzi do rozmaitych zaburzeń. Aktorzy ekosystemu medialnego mogą zarządzać strachem, wzniecając „panikę moralną”⁹. Działania propagandowe i dezinformacyjne indukują i podsycają lęk, realizując zamierzone cele o charakterze ekonomicznym, politycznym lub militarnym. Pojęcie „paniki moralnej” wprowadził Stanley Cohen, badając brytyjskie media w latach 70. i obserwując proces stygmatyzacji członków subkultur młodzieżowych. Przekazy medialne wywołały atmosferę niechęci, strachu i nieufności wobec młodzieży, a w konsekwencji kształtowały opinię społeczną oraz miały wpływ na zachowania polityczne i społeczne.

Model teoretyczny zarządzania strachem zawiera trzy występujące po sobie lub równoległe etapy:

- etap pierwszy: konstruowanie przekazów wprowadzających i podtrzymujących stan zagrożenia, podstawową rolę wykonują w tym zakresie szeroko pojęte media tradycyjne i media społecznościowe, intensywne działania propagandowe i dezinformacyjne wyolbrzymiają zagrożenie, celem jest wywołanie stanu paniki moralnej oraz wytworzenie społecznego przyzwolenia na określone działania polityczne mogące ograniczać zasady demokratyczne i prawa oraz wolności obywatelskie,
- drugim etapem jest tzw. zaoferowanie remedium, czyli wprowadzenie do narracji wizji narzędzi i strategii rozwiązania problemu, proponowane rozwiązanie jest zrozumiałe dla szerokiego grona odbiorców oparte na alternatywie „albo – albo”, działania komunikacyjne są ukierunkowane na przekonanie społeczności, że jedynym dostępnym ratunkiem dla niej jest podporządkowanie się proponowanym rozwiązaniom lub działaniom;
- na trzecim etapie następuje trwałe zakotwiczenie narracji strachu w mediach i wywoływanie tzw. rezonansu i efektu pogłosowego w mediach społecznościowych wzmacniających przekaz i wpływających na jego długotrwałość w różnych postaciach: plotki, faktoidu, stereotypu czy obszaru stygmatyzacji społecznej; działania te mają wywołać panikę moralną, która mniej lub bardziej świadomie zwiększa zasięg dla głoszonych tez¹⁰.

Paniki moralne dotyczą najczęściej kwestii fundamentalnych i przez to są wykorzystywane do polaryzowania społeczeństwa. Społeczne podziały wpływają na większe zaangażowanie społeczne i pojawienie się większej liczby interesariuszy

⁹ I. Zielińska, *Media, Interes i panika moralna. Nowa kategoria socjologiczna i jej implikacje*, „Kultura i społeczeństwo” 2004, nr 4, s. 162-177.

¹⁰ H. Pietrzak, *Uwarunkowania współczesnego dżihadu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2017.

tworzących presję zmiany. Zarządzanie strachem umożliwia przeforsowanie rozwiązań, które w czasie nieobjętym paniką nie miałyby szansy powodzenia lub wywołały społeczny opór¹¹.

Do wąskich, ale bardzo spektakularnych narzędzi strategii „zarządzania strachem” zalicza się również szereg specyficznych mechanizmów, takich jak: racjonalizacja, tworzenie fałszywych związków przyczynowo-skutkowych, opisywanie zjawisk, a często grup społecznych językiem bardzo uproszczonym, wykorzystującym generalizację i stereotypy, używanie do opisu zdarzeń lub zagrożeń, które wykorzystywane są jako elementy struktury „zarządzania strachem”, języka symbolicznego wywodzącego się z tradycji i kultury danej zbiorowości, odwoływanie się do specyficznych „lęków” w kontekście historyczno-kulturowym zastraszonej zbiorowości, opisywanie rzeczywistości w oparciu o uproszczoną wizję świata, często zbudowaną na teoriach spiskowych z wyraźnym podziałem na „dobro” i „zło”, unikanie opisu zagrożeń w kategoriach jednostkowych, postępując się kategoriami zbiorowymi – „my”, „oni”, stosowanie figury „kozła ofiarnego”, używanie w narracji opisujących zagrożenie metafor powiązanych z katastrofami naturalnymi i wizjami apokaliptycznymi¹².

Ekosystem komunikacji publicznej jest podatny na działania aktorów w zakresie modelowania behawioralnego odbiorców. Podczas pandemii COVID-19 funkcjonował zgodnie z modelem „zarządzania strachem”, nadawcy prywatni i publiczni udostępniali kanały nadawcom wprowadzającym niespójne i fałszywe komunikaty. Pojawiali się aktorzy społeczni, którzy intencjonalnie wzbudzali panikę moralną, działając w mediach społecznościowych¹³. Interesującym badawczo pytaniem jest kwestia funkcjonowania ekosystemu prywatnego, w ramach którego jednostki budują swoją wiedzę o wydarzeniach i na jej podstawie opracowują strategie przetrwania. Do charakterystyki procesów percepcji i behawioralnej odpowiedzi na determinanty zachowań indukowane przez ekosystem publiczny opracowano model pomiaru, który w sposób zintegrowany czerpie z teorii D. Kahnemana oraz R. Dunbara.

Teorie wykorzystane do opracowania modelu pomiaru i metodologia badań

Wyniki prowadzonych od kilkadziesiąt lat badań kognitywistów nad pracą ludzkiego umysłu w warunkach obciążenia poznawczego wskazują na dwutorowość procesów poznawczych (dual-process), co D. Kahneman podsumowuje następująco:

¹¹ M. Strupiechowska, *Wpływ paniki moralnej na kształtowanie polityk publicznych*, „Społeczeństwo i Polityka”, 2019, nr 2(59).

¹² H. Pietrzak, *Zarządzanie strachem jako instrumentalna strategia socjotechniczna i propagandowa w manipulowaniu społecznym*, [w:] T. Bąk (red.), *Rola mediów we współczesnych konfliktach zbrojnych i aktach terrorystycznych*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Naukowe Wydawnictwo IVG, Scientific Publishing House IVG z siedzibą w Londynie, Rzeszów-Szczecin-Londyn 2020, s. 115-138.

¹³ Są przekonani, że walczą przeciw niewolnictwu i segregacji. Antyszczepionkowcy w Polsce - OKO.press (12.03.2021).

- System 1 działa w sposób szybki i automatyczny, bez wysiłku lub z niewielkim wysiłkiem, jednostka nie ma przy nim poczucia świadomej kontroli.
- System 2 dzieli niezbędną uwagę pomiędzy działania wymagające umysłowego wysiłku, takie jak skomplikowane wyliczenia. Działaniu Systemu 2 często towarzyszy subiektywne poczucie skupienia, swobodnego wyboru i świadomego działania.

Co więcej, system szybkiego myślenia swobodnie (bez udziału świadomości) przetwarza doświadczenia na wrażenia i emocje, które następnie stają się podstawowym źródłem świadomych przekonań i celowych wyborów systemu wolnego myślenia, którego to jednym z kluczowych zadań jest kontrolowanie naszych myśli i zachowań. Należy przy tym zaznaczyć, że złożone procesy poznawcze nie rozgrywają się w umyśle rozumianym jako niezależna część ciała, lecz oznaczają zaangażowanie całego organizmu – mięśnie napinają się, wzrasta ciśnienie krwi, tętno przyspiesza, źrenice rozszerzają się. Wydatkowanie energii mentalnej oznacza dosłowną utratę energii – myślenie za pomocą Systemu 2 znacznie mocniej angażuje układ nerwowy i zwiększa zapotrzebowanie na glukozę niż myślenie szybkie, czyli gdy reakcje na bodźce są intuicyjne, odruchowe. Wszystko to sprawia, że System 2 angażowany jest przez człowieka względnie niechętnie – dominującą na co dzień zasadą jest unikanie wysiłku (łatwość poznawcza)¹⁴.

Z punktu widzenia poznawczego pandemia COVID-19 to stan ciągłego, dynamicznie zmiennego zagrożenia. W takim stanie ludzie reagują w większości odruchowo, intuicyjnie, w sposób maksymalnie uproszczony. Liczy się przede wszystkim przetrwanie – za podstawową reakcję stresową odpowiedzialny jest szybki, autonomiczny mechanizm fizjologiczny¹⁵. Dotyczy to zwłaszcza początkowej fazy pandemicznych turbulencji, gdy niepewność jest największa, a ryzyko trudne do oszacowania – ludzie instynktownie bronią się wtedy, wybierając heurystyczny (uproszczony) tryb działania¹⁶. Względnie szybkie obniżenie poziomu wysiłku jest naturalną koniecznością, gdyż stan permanentnej mobilizacji indukuje nadmierny poziom lęku i prowadzi do choroby¹⁷.

Model dwusystemowy D. Kahnemana pozwala ująć pandemię COVID-19 jako pole lęku pandemicznego indukowanego przez dwa ekosystemy komunikacyjne (publiczny i prywatny) angażujące dwa procesy poznawcze (automatyczny i refleksyjny). Budowanie świadomości i zakorzenienia implikowane przez ekosystem publiczny to wynik syntezy oficjalnych komunikatów o wszechobecnym zagrożeniu i alarmujących wskaźników liczbowych. Modelowanie zachowań społecznych jest możliwe z uwzględnieniem zmiennych zawartych w tabeli 1.

¹⁴ D. Kahneman, *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*, Media Rodzina, Poznań 2012, s. 30, por. *ibidem*, s. 58.

¹⁵ R. M. Sapolsky, *Dlaczego zebry nie mają wrzodów? Psychofizjologia stresu*, PWN, Warszawa 2010, s. 19.

¹⁶ R. Paprocki, *Postawy względem pandemii COVID-19...*, *op. cit.* s. 43.

¹⁷ R. M. Sapolsky, *Dlaczego zebry nie mają wrzodów?...*, *op. cit.*, s. 16-17.

Zaspokojenie potrzeby kontroli w oparciu o ekosystem prywatny oznacza dla jednostki monitorowanie najbliższego otoczenia, stawianie czoła sprawom, na które ma ona odczuwalny wpływ oraz uzyskiwanie wsparcia u osób najbliższych¹⁸.

Tabela 1. Determinanty modelowania behawioralnego w kontekście pandemii COVID-19

Procesy poznawcze	Pole oddziaływania	Ekosystem	Typy lęku
System 1 - automatyczny	fizjologia, praxis	prywatny	lęk empiryczny
System 2 - refleksyjny	statystyki, dyrektywy	publiczny	lęk społeczny

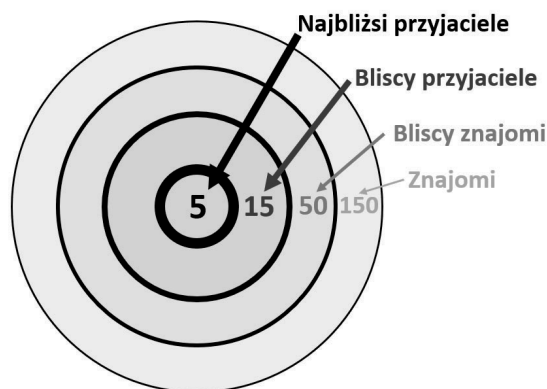
Źródło: opracowanie własne

W świetle przeprowadzonych badań, model mózgu społecznego R. Dunbara uzupełnia model dwusystemowy, gdyż opisuje wzór komunikacyjno-behawioralny jednostki na liczbowej skali relacji społecznych. Zasada mózgu społecznego wyraża się u naczelnych w postaci poznawczego ograniczenia liczebności grupy społecznej skupionej wokół jednostki. Ograniczenie to ma podłoże ewolucyjne i jest pochodną rozmiarów mózgu oraz złożoności biologicznej i społeczno-kulturowej. Maksymalna liczba relacji społecznych, które dany człowiek jest w stanie trwale pielęgnować, została oszacowana na poziomie 150. Osoby znajdujące się w obrębie tej granicy traktowane są przez jednostkę jako dobrze znane, relacje z nimi opierają się na wspólnej historii, wiążą się z zaufaniem, zobowiązaniami oraz wzajemnym wsparciem, a także chęcią niesienia pomocy bez większego namysłu¹⁹. Powyższy model precyzuje zakres bezpośredniego sprzężenia ludzkiego aparatu poznawczego ze strukturą społeczną, pozwala więc wprost określić zasięg oddziaływania prywatnego ekosystemu komunikacyjnego. Krąg 5 to dla jednostki będącej w centrum 5 osób, z którymi kontaktuje się ona minimum raz w tygodniu, krąg 15 (10 osób) – co najmniej raz w miesiącu, krąg 50 (35 osób) – co najmniej raz na pół roku, krąg 150 (100 osób) – co najmniej raz w roku. Całkowity czas społeczny (suma wysiłków poświęconych na pielęgnowanie relacji społecznych, ok. 3,5 godziny dziennie) jednostka rozdziela pomiędzy kręgami następująco: krąg 5 – 40%, krąg 15 – 20%, kręgi zewnętrzne (50 i 150 łącznie) – pozostałe 40%. Dodatkowo, członkowie rodziny to połowa owego 150-osobowego zbioru, powyższe liczby opisują stopień bliskości emocjonalnej, nie dotyczą więc np. interakcji w przestrzeni zawodowej. Strukturę zażyłości i bliskości emocjonalnej w obrębie otaczających jednostkę kręgów stabilnych relacji międzyludzkich przedstawia rys. 1.

¹⁸ *Ibidem*, s. 402-411.

¹⁹ R. Dunbar, *Człowiek. Biografia*, Copernicus Center Press, Kraków 2016, s. 73-95.

Rysunek 1. Kręgi stabilnych relacji wg modelu R. Dunbara



Źródło: Opracowanie własne

Znaczenie czynników społecznych w życiu jednostek staje się szczególnie widoczne w sytuacjach kryzysowych, na co wskazuje cytowane przez R. Dunbara badanie zrealizowane przez J. Holt-Lunstad²⁰. Metaanaliza 148 studiów epidemiologicznych (obejmujących łącznie prawie 309 tys. pacjentów; jedynym kryterium badawczym było to, czy dany pacjent przeżył czy zmarł) wykazała, że najważniejszym czynnikiem zwiększającym szansę jednostki na przeżycie jest stopień jej zintegrowania z osobistą siecią społeczną i lokalną wspólnotą. W przeprowadzonych badaniach przyjęto więc założenie, że kryzys wywołany pandemią COVID-19 nakaże ludziom poszukiwać wszelkich dostępnych sposobów zwiększających szanse przetrwania, a zatem skieruje istotną część ich zasobów poznawczych w stronę monitorowania i ochrony osobistego kapitału społecznego. W związku z tym informacje czerpane będą z prywatnego ekosystemu komunikacyjnego, a kryterium bazowym do określania poziomu zagrożenia będzie śmierć bliskiej osoby wywołana wirusem Sars-CoV-2. Przypadek zgonu stanowił będzie niezbitą dowód na obecność pandemii – do lęku społecznego wywołanego doniesieniami płynącymi z publicznego ekosystemu komunikacyjnego dołączy lęk empiryczny. A jako że zachowania odpowiadające potrzebie przetrwania mają w większości charakter heurystyczny (instynktowny, intuicyjny), ich przebieg regulować będą procesy szybkiego myślenia.

²⁰ R. Dunbar, *Przyjaciele. O prawdziwej mocy naszych najważniejszych relacji*, Copernicus Center Press, Kraków 2021, s. 10-11, por.: J. Holt-Lunstad, T.B. Smith, J.B. Layton, *Social Relationships and Mortality Risk: A Meta-analytic Review*, PLOS Medicine, San Francisco 2010, <https://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.1000316> (06.09.2022).

Zastosowane wskaźniki i definicje operacyjne

Nakreślony powyżej obraz zjawisk stanowi teoretyczną podbudowę zrealizowanych badań eksploracyjnych, do których punktem wyjścia była następująca hipoteza: pandemia COVID-19 poprzez wzajemnie konkurencyjne ekosystemy komunikacyjne indukowała znacząco różniące się od siebie poziomy lęku przed zagrożeniem pandemicznym. Wyłaniającym się z tego problemem badawczym jest określenie poziomów lęku przed pandemią COVID-19 w kontekście tychże ekosystemów. Wiąże się z tym cel metodyczny, czyli opracowanie narzędzia badawczego do pomiaru śmiertelności i narzędzia pomiarowego do szacowania poziomu lęku względem pandemii. Cel użyteczny obejmuje określenie przydatności opracowanego modelu pomiarowego oraz pozyskanej wiedzy na temat kognitywno-behawioralnych i społecznych uwarunkowań zachowań wraz z wytycznymi dla strategii odpowiadających na wyzwania pandemii COVID-19. Realizacja projektu badawczego wymagała analizy dostępnych źródeł o charakterze wtórnym oraz przeprowadzenia badań bezpośrednich. Informacje czerpane na potrzeby badań pośrednich czerpane były z oficjalnych raportów publikowanych na stronach rządowych Rzeczypospolitej Polskiej²¹.

Realizacja założonych celów wiązała się z koniecznością operacyjnego zdefiniowania zestawu niezbędnych pojęć. Za miary poziomu śmiertelności, na bazie których dokonano pomiaru poziomu lęku wobec COVID-19, przyjęto dwa wskaźniki:

- **bazowy poziom śmiertelności**, oficjalnie wskazywany w ekosystemie publicznym do określania wyjściowej przyczyny zgonu z powodu COVID-19, od 18.04.2020 stosowane są kody wg klasyfikacji WHO: „1. U07.1 COVID-19 – gdy wirus SARS-CoV-2 jest zidentyfikowany na podstawie badania laboratoryjnego (badanie molekularne metodą RT-PCR), przypadki potwierdzone zgodnie z definicją przypadków chorób zakaźnych na potrzeby nadzoru epidemiologicznego. 2. U07.2 COVID-19 – gdy wirus jest niezidentyfikowany, a COVID-19 został rozpoznany na podstawie objawów klinicznych lub kryteriów epidemiologicznych, natomiast wynik badania laboratoryjnego jest niejednoznaczny lub niedostępny”;
- **empiryczny poziom śmiertelności**, wyliczany na podstawie zaobserwowanych przez respondentów przypadków zgonu w kręgu bliskich im osób (każdemu respondentowi odpowiada 150-osobowa grupa społeczna, por. rys. 1), gdzie na podstawie osobistej znajomości respondenta z osobą zmarłą, w tym wiedzy na temat jej ogólnego stanu zdrowia i przebiegu choroby – wirus Sars-CoV-2 wskazany został jako bezpośrednia i wyłączna przyczyna zgonu.

²¹ <https://dane.gov.pl/pl/dataset/2121,statystyki-zgonow-z-powodu-covid-19> (20.02.2023).

Wskaźnikiem bazowego poziomu lęku w opracowanym modelu był oficjalny poziom śmiertelności wirusa Sars-CoV-2 (stosowany przez cały czas trwania pandemii do chwili obecnej włącznie), zdefiniowany został zgodnie z wytycznymi WHO „(...) przede wszystkim w aspekcie zdrowia publicznego” i prezentowany był opinii publicznej jako podstawowa miara zagrożenia pandemicznego. **Lęk empiryczny został zdefiniowany** jako postawa lękowa wynikająca z osobiście zarejestrowanych i zaobserwowanych przypadków zgonu w obrębie osób spełniających kryteria bliskości społecznej wg modelu R. Dunbara. Empiryczny poziom lęku daje się mierzyć jako iloczyn empirycznego poziomu śmiertelności i liczby Dunbara.

Lęk społeczny definiowany jako postawa wywoływana przez system medialny, doświadczana środowiskowo, indukowana przez systematycznie podawane informacje na temat odsetka zgonów osób chorujących na COVID-19, w tym sprzeczne instrukcje postępowania w celu zapewnienia bezpieczeństwa, apele wzywające do określonych zachowań konsumenckich, legitymizowana przez środowiska społecznie istotne, wzbudzanie paniki moralnej i dezorientacji poznawczej poprzez niespójne komunikaty.

Modelowany zasięg próby definiowany jako iloczyn liczby respondentów i liczby Dunbara.

Punktem wyjścia do realizacji badań była zintensyfikowana przez pandemię COVID-19 potrzeba przetrwania, która wzmocniła w jednostkach i grupach społecznych popyt na dane służące ocenie ryzyka epidemicznego. Dane te miały znaczenie podstawowe, gdyż – zwłaszcza na początku pandemii – wywierały one bezpośredni i natychmiastowy wpływ na zachowania ludzi. Utrzymujący się stan zagrożenia wywołał lęk na skalę całej populacji. Na początku pandemii budujący się w społeczeństwie lęk wywołany był głównie danymi wtórnymi (statystykami) i przekazami medialnymi. Jednak wraz z rozwojem sytuacji, do danych wtórnych zaczęły dołączać dane pierwotne, czyli empirycznie obserwowane przez poszczególne jednostki przypadki zakażeń i zgonów wywołanych patogenem SARS-CoV-2. W związku z tym ocena zagrożenia dla własnego przetrwania dokonywana była na bazie dwóch źródeł danych: zewnętrznym (oficjalnym), reprezentowanym przez system analizy statystycznej, i wewnętrznym (jednostkowym), czyli poprzez osobiste doświadczenia (dane empiryczne). Źródło zewnętrzne pełniło rolę oficjalnego ekosystemu komunikacyjnego, a jego zadaniem było przystępne przełożenie analiz eksperckich na język naturalny oraz formułowanie w sposób ogólnie zrozumiały wniosków i społecznie wiążących wytycznych. System wewnętrzny z kolei czerpał dane z najbliższego otoczenia jednostek, nabierał więc na znaczeniu z opóźnieniem, gdy wtórny obraz pandemii zaczęły uzupełniać zdarzenia rejestrowane osobiście. Zachowania jednostek kształtowały więc dwa różniące się od siebie ekosystemy informacyjne – w pierwszym dane miały postać oficjalnie usankcjonowanych kategorii logiczno-matematycznych (statystyki) i narracyjnych (medialne przekazy), opisujących pandemię w makroskali wypełnionej

w większości anonimowymi przypadkami. Ekosystem prywatny również budował obraz pandemii złożonej z liczb i opowieści, parametryzowały go jednak obserwacje własne, osobiste wartości i relacje płynące od osób z najbliższego otoczenia.

Metoda pomiaru

Badania eksploracyjne zostały przeprowadzone w okresie marzec – czerwiec 2022 r. za pomocą kwestionariusza wywiadu ustrukturyzowanego. Kwestionariusz składał się z instrukcji operacjonalizującej kręgi R. Dunbara oraz pytań klasyfikujących zgony i rejestrujących odległość od miejsca zamieszkania respondenta oraz metryczki. Zakres podmiotowy stanowili studenci Małopolskiej Uczelni Państwowej im. W. Pileckiego w Oświęcimiu oraz Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej. Wywiady zostały przeprowadzone przez dwa niezależne zespoły badawcze. W Akademii Techniczno-Humanistycznej badanie pod kierunkiem Joanny Wróblewskiej-Jachny realizowali: Wiktoria Cebula, Estera Malinka, Katarzyna Pielą, Ksymena Wójcik, Dawid Wawrzuta, Karol Soj. W Małopolskiej Uczelni Państwowej im. W. Pileckiego badanie pod kierunkiem Rafała Paprockiego realizowali: Aneta Adamowicz, Natalia Mańka, Beata Chojna, Wiktor Wróbel, Damian Górski, Iga Niezgodzka, Julia Gibki, Kinga Kowalska, Marta Bułka, Natalia Mańka, Paweł Bernatowski, Przemysław Frączek, Sandra Kwaśniowska, Sławomir Bebak. Badaniom pierwotnym towarzyszył szereg pytań podporządkowanych podstawowemu kryterium: zarejestrowaniu przez respondentów zgonów covidowych zaklasyfikowanych w kręgu społecznym na poziomie osobistej liczby Dunbara (tab. 3).

Tabela 3. Dane uzyskane w okresie marzec – czerwiec 2022

	MUP	ATH	Σ/x
Liczba respondentów	599	1427	2026
Liczba grup	40	111	151
Średnia liczebność grupy	14,97	12,86	13,42
Liczba grup z raportowanymi zgonami/bez raportowanych zgonów	18/22	38/73	56/95
Łączna liczba zgonów	37	64	101
Odsetek respondentów raportujących zgon	5,68%	4,20%	4,64%
Średnia wieku dla zgonu	57,30	56,98	57,11
Przedziały wieku dla zgonów (w latach)	<30: 0 30-39: 6 40-49: 2 50-59: 10 60-69: 12 70-80: 5 >80: 2	>30: 0 30-39: 3 40-49: 14 50-59: 15 60-69: 14 70-80: 9 >80: 3 b.d.: 6	>30: 0 30-39: 9 40-49: 16 50-59: 25 60-69: 26 70-80: 14 >80: 5 b.d.: 6
Poziom relacji (krąg Dunbara) respondent-zmarły	I: 4 II: 10 III: 12 IV: 11	I: 3 II: 16 III: 31 IV: 8 b.d.: 6	I: 7 II: 26 III: 43 IV: 19 b.d.: 6
Odległość stałego pobytu respondent-zmarły	<1km: 3 1-3km: 4 4-10km: 7 11-30km: 13 33-50km: 6 >50km: 4	<1km: 7 1-3km: 7 4-10km: 16 11-30km: 11 31-50km: 7 >50km: 5 b.d.: 11	<1km: 10 1-3km: 11 4-10km: 23 11-30km: 24 31-50km: 13 >50km: 9 b.d.: 11

Źródło: opracowanie własne

łącznie na obu uczelniach badacze odwiedzili 151 grup zajęciowych i przeprowadzili wywiady z 2026 studentami. W większości grup (62%) znalazły się osoby, które utraciły kogoś bliskiego z powodu zakażenia SARS-CoV-2. łącznie 94 respondentów (4,64%) zaraportowało zgon covidowy. łączna liczba zgonów była większa (101 przypadków), gdyż kilku respondentów zaraportowało utratę dwóch osób. Średnia wieku dla zgonu wyniosła 57 lat, czyli była znacznie niższa niż oficjalne szacunki dla polskiej populacji (72,9 lat)²². Pośród zmarłych nie było osoby w wieku poniżej 30 lat, nie zarejestrowano również ani jednego przypadku zgonu pośród studentów. Połowa zgonów to osoby w wieku 50-69 lat (50,5%). Najwięcej zmarłych (43%) wywodzi się z 3. kręgu Dunbara (dobrzy znajomi respondentów, spotkania z nimi odbywały się minimum 2 razy w roku). Najwięcej zmarłych mieszkało w odległości ok. 20 km od miejsca stałego pobytu respondentów (45%).

Zakres czasowy dla badanego okresu nieznacznie przekraczał 2 lata (liczony od daty ogłoszenia pandemii COVID-19 do zakończenia wywiadów). Kryterium zgonu covidowego werbalizowane było przez badacza wprost na początku każdego wywiadu i odnosiło się do wiedzy respondentów na ten temat zmarłych osób. Stanowisko to wynikało z założenia, że każda tego typu śmierć była dla jednostek tworzących daną społeczność źródłem egzystencjalnego wstrząsu (w tym realnego osłabienia danej grupy najbliższych) i intensywnych dociekań (sprawa ostatecznej wagi wymagała gruntownych ustaleń). Wszak zgon z powodu COVID-19 nie był już dla tych osób wyłącznie słowem na pasku telewizyjnych wiadomości – wyciskał on głęboki ślad w psychice, stając się trwałym elementem pamięci. Dodatkowo, opinia respondenta zgłaszającego zgon covidowy weryfikowana była pod kątem siły osądu – zapisywane były tylko te przypadki, którym towarzyszyło mocne przekonanie, że gdyby do infekcji SARS-CoV-2 nie doszło, zmarła osoba z pewnością żyłaby dalej, gdyż – według najlepszej wiedzy respondenta – jej stan zdrowia sprzed choroby nie budził żadnych obaw. Takie aspekty, jak brak fachowej wiedzy medycznej i subiektywność postaw respondentów nie stanowiły w tym przypadku przeszkody, gdyż celem badania było określenie poziomu lęku empirycznego, czyli spontanicznego efektu powstałego na bazie kategoryzacji naturalnej (formułowane w potocznych dyskursach oceny i osądy nabierają realności i trwałości dzięki szybkiemu wnioskowaniu). Pytania klasyfikacyjne wykorzystywane były przez badacza do ujednoznacznienia danego przypadku zarówno pod kątem zaliczenia/wykluczenia osoby zmarłej do/z grupy osobistego wsparcia respondenta, jak i (po pozytywnej weryfikacji) ustalenia jej przynależności do danego kręgu w modelu Dunbara.

²² Udział procentowy grup wiekowych w ogólnej liczbie zgonów z powodu COVID-19 - Główny Inspektorat Sanitarny - Portal Gov.pl (www.gov.pl) (20.02.2023).

Wyniki badań

Do pomiaru głównych wskaźników, tj. empirycznego poziomu śmiertelności, bazowego poziomu lęku i empirycznego poziomu lęku, konieczne było opracowanie dedykowanego modelu statystycznego. Na potrzeby tego modelu przyjęto, że każdy badany respondent stanowi centrum ekosystemu społeczno-komunikacyjnego o wadze 150 (liczba Dunbara), jednostkowy głos jest zatem raportem ze zdarzeń mających miejsce w obrębie owej 150-osobowej grupy²³.

Zgodnie z powyższym założeniem, na podstawie oficjalnych danych statystycznych oraz danych zebranych podczas badań eksploracyjnych, przystąpiono do pomiarów bazowego poziomu lęku, empirycznego poziomu śmiertelności oraz empirycznego poziomu lęku (tab. 2).

Tabela 2. Poziomy śmiertelności i poziomy lęku

Bazowy poziom śmiertelności	1,9%
Bazowy poziom lęku	285%
Empiryczny poziom śmiertelności	0,033%
Empiryczny poziom lęku	5%

Bazowy poziom lęku został zmierzony w sposób następujący. Pomiar oparto na oficjalnym wskaźniku śmiertelności dla wirusa SARS-CoV-2, zidentyfikowanym na poziomie 1,9% dla statystycznej jednostki. Wskaźnik śmiertelności wirusa SARS-CoV-2 zmieniał się na przestrzeni czasu: był najwyższy na początku pandemii i malał wraz z jej rozwojem, aby w momencie opracowania danych na potrzeby niniejszej publikacji osiągnąć poziom 1,9%²⁴. Bazowy poziom lęku reprezentuje pandemiczną obawę z tytułu utraty kogoś ze 150-osobowej grupy bliskich. Innymi słowy, jest to lęk przed bezpośrednią utratą części społecznego wsparcia, co spowoduje zmniejszenie własnych szans na przetrwanie. Bazowy poziom lęku obliczamy więc jako iloczyn prawdopodobieństwa zgonu jednostki i liczby Dunbara, czyli:

$$150 \times 0,019 = 2,85$$

Lęk bazowy osiągnął więc poziom 285%, co oznacza widmo strat na poziomie niemal 3 osób²⁵. Należy tutaj dodać, że powyższy pomiar oparty jest na danych liczbowych

²³ Liczba Dunbara stanowi w przypadku niniejszego projektu badawczego punkt odniesienia niezbędny dla potrzeb uchwycenia natury badanych zjawisk. Liczba ta mogłaby być większa, gdyby przyjęć ustalenia wskazujące na ponadprzeciętną intensywność interakcji społecznych u ludzi młodych (szacuje się, że u osób w wieku 18-24 lat liczba ta może wynosić nawet 250). Mogłaby ona być też mniejsza, gdyby przyjęć któryś z opisanych w literaturze przedmiotu modeli alternatywnych (gdzie minimalna wartość wynosi 100). Por. *Przyjaciele...*, op. cit. s. 33-56.

²⁴ Raport zakażeń koronawirusem (SARS-CoV-2) - Koronawirus: informacje i zalecenia - Portal Gov.pl (www.gov.pl) (15.06.2022).

²⁵ Należy w tym miejscu zaznaczyć, że przyjętej skali lęku nie skorelowano z liczbą oficjalnie stwierdzonych zakażeń,

i jest efektem ich przetworzenia poprzez wolną ścieżkę wnioskowania (System 2). Innymi słowy, zidentyfikowano statystyczną refleksję na temat danych płynących z publicznego ekosystemu komunikacyjnego. W istocie powyższe wyliczenie ma walor poglądowy, gdyż rachunek prawdopodobieństwa nie jest lustrzanym odbiciem rzeczywistego społecznego behawioru. Faktyczne reakcje ludzkie na zagrożenie o charakterze probabilistycznym są pochodną dużo bardziej złożonych determinant, których uwzględnienie wykraczałoby poza zakres niniejszej publikacji. Percepcja ryzyka w kontekście zagrożenia pandemicznego może być opisana w sposób następujący: ludzie znacznie bardziej martwi perspektywa uszczuplająca ich stan posiadania, niż nakazywałyby to rachunek prawdopodobieństwa. Innymi słowy, pojawiająca się perspektywa utraty bliskiej osoby zasiewa dużo więcej obaw, niż podpowiada rozum. Nadmiarowy lęk jest brzemienny w skutkach – przeszacowane polisy ubezpieczeniowe i skłonność do nadmiernych ustępstw²⁶. Biorąc zaś pod uwagę dotychczasowy wywód, należy przyjąć, że zidentyfikowana reakcja statystyczna jest najniższym ściśle mierzalnym poziomem lęku określanym za pomocą proponowanego modelu. Uwzględniając zalew informacji i ich treść można wnioskować o powstawaniu innego zjawiska – lęku społecznego utrwalonego i reprodukowanego wzorca stosowanego w codziennym praxis powstającego wskutek odczuwania silnego dysonansu poznawczego powstałego podczas konstruowania jednostkowych i grupowych strategii przetrwania w niespójnych ekosystemach komunikacyjnych.

Pomiary wskaźników empirycznych zostały wykonane w oparciu o dane z badań pierwotnych (wywiady ustrukturyzowane). Pomiar empirycznego poziomu śmiertelności wymagał uwzględnienia modelowanego zasięgu próby wynoszącego 303.900 (jeden respondent = 150 osób, ogół respondentów = $2\ 026 \times 150 = 303\ 900$ osób), gdyż na jego podstawie określono wielkość populacji zasilanej informacjami z publicznie dostępnych kanałów komunikacji. A zatem, aby oszacować empiryczny poziom śmiertelności, zgony osobiście zarejestrowane przez respondentów (101 przypadków) należy umieścić w modelowanej populacji. Otrzymujemy więc następujące równanie:

$$101: 303\ 900 = 0,00033$$

Oznacza to, że empiryczny poziom śmiertelności wynosi 0,0003%.

Empiryczny poziom lęku obliczamy analogicznie do lęku bazowego, czyli:

$$0,0003\% \times 150 = 0,05$$

Oznacza to, że empiryczny poziom lęku wynosi 5% (jedna dwudziesta osoby).

gdź należałoby wtedy przyjąć, że na początku pandemii, gdy liczba zakażeń w całej populacji była proporcjonalnie niska – lęk ten był znikomy. Obserwowane wówczas postawy wskazywały, że było wręcz przeciwnie, co wynikało choćby z tempa rozprzestrzeniania się pandemii, które w początkowym okresie rosło lawinowo; por. R. Paprocki, *Postawy względem pandemii COVID-19...*, op. cit., s. 42.

²⁶ Por. D. Kahneman, *Pułapki myślenia...*, op. cit., s. 411-421.

Na szczególną uwagę zasługuje funkcjonowanie pamięci respondentów: przywołała ona 4-krotnie więcej zgonów z trzech najbliższych kręgów (76 przypadków), niż z ostatniego kręgu (19; tab. 3, przedostatni wiersz). Jest to wynik nakazujący spojrzeć na wspomnienia z pandemii COVID-19 jako na sprawozdania ze struktur zażyłości. Z jednej strony, powyższy wynik można uznać za miarę siły relacji jednostki z 50 najbliższymi osobami – w odniesieniu do setki dalszych znajomych proporcja zgonów wynosi 1:8 (4 x więcej zgonów w 2 x mniejszej grupie), co ukazuje rangę uchwyconej lokalności. W trakcie pandemii COVID-19 empiryczna dystrybucja troski załamuje się właśnie w okolicach trzeciego kręgu Dunbara. Taka struktura lęku o najbliższych odpowiada charakterystyce modelu Dunbara – zarejestrowany w wywiadach układ wspomnień w znacznym stopniu pokrywa się ze strukturą budżetu czasowego wydatkowanego na potrzeby utrzymania stabilnych relacji społecznych. Z drugiej zaś strony, niemalże o jeden rząd wielkości wyższa liczba przywołanych zgonów w grupie osób, z którymi respondenci byli najsilniej związani, stanowić może wgląd w mechanizm pamięci: zapamiętane zostały zgony istotne, reszta popadła w zapomnienie. Należy podkreślić, że wspomnienia są produktem dwuwątkowej, sekwencyjnej selekcji: osobno biegnie przetwarzanie oryginalnych danych (reagowanie w czasie rzeczywistym), a następnie porządkowanie danych (retrospektywne filtrowanie). Integracja wymaga przydzielenia doznaniom rang wg kryterium znanego jako efekt szczytu i końca (intensywność emocjonalna danego doświadczenia + okoliczności jego zakończenia i wygaśnięcia doznań). W przypadku wspomnień ze zgonów pandemicznych można to ująć następująco – najmocniejsze doznania (szczyty) towarzyszą śmierci osób najbliższych, która pozostawia po sobie głęboką żałobę (koniec); wspomnienia po najbliższych długo pozostają żywe, zgony osób mniej ważnych odchodzą w niepamięć²⁷.

Wnioski z badań

Statystyczne zestawienie poziomów lęku w kontekście modelu Dunbara ilustruje proces indukowania dezorientacji poznawczej. Doświadczenie niespójności w ekosystemach komunikacyjnych powodowało stan lęku społecznego.

Uzyskane dane wskazują na powstanie paniki moralnej i zarządzanie strachem z wykorzystaniem ekosystemów medialnych. Obraz pandemii tworzony w kanałach komunikacji publicznej wskazywał na pandemiczne zagrożenie z siłą 57 razy większą niż wartość bezpośrednio obserwowana w kanałach komunikacji prywatnej. Zastosowana metoda pomiaru ilustruje niezgodności w percepcji podstawowego zagrożenia pandemicznego. Wyniki można zinterpretować następująco: głębokie rozbieżności pomiędzy zarejestrowanymi zjawiskami, a zwłaszcza pomiędzy bazowym i empirycznym poziomem lęku, wskazują na rozległy dysonans behawioralny i komunikacyjny w czasie pandemii COVID-19 prowadzący do wzmocnienia szumu

²⁷ Por. D. Kahneman, *Pułapki myślenia...*, op. cit., s. 502-511.

decyzyjnego²⁸. Jednostki eksplorowały dwa źródła danych: publiczne, reprezentowane przez system analizy statystycznej (skala makro, dane wtórne) i prywatne, czyli poprzez osobiste doświadczenia konkretnych osób (skala mikro, dane empiryczne). Źródło publiczne pełniło rolę oficjalnego ekosystemu komunikacyjnego. Jego zadaniem było przystępne przekładanie analiz eksperckich na język naturalny oraz formułowanie w sposób ogólnie zrozumiały wniosków i społecznie wiążących wytycznych. Ekosystem prywatny czerpał zaś dane z najbliższego otoczenia jednostek, będącego źródłem bezpośrednich, naocznych przesłanek pandemicznego zagrożenia. Działał on z opóźnieniem względem ekosystemu publicznego i nabierał na znaczeniu z czasem. Przy jego pomocy jednostki mogły konfrontować oficjalne dane z osobistymi obserwacjami. Ekosystemy te cechowały więc istotne różnice. W ekosystemie publicznym dane miały postać szerokiego, wysoce dynamicznego strumienia oficjalnie usankcjonowanych kategorii logiczno-matematycznych (codziennie aktualizowanych statystyk) i struktur narracyjnych (treści medialnych), przedstawiającego pandemię w makroskali, pełnego wskaźników i zjawisk o wysokim stopniu abstrakcji i anonimowości. Prywatny ekosystem komunikacji – empiryczny również budował obraz złożony z liczb i opowieści, cechował go jednak wąski zasięg eksploatacji. Istotą tego ekosystemu jest codzienna praktyka życiowa, którą ludzie uprawiają w relatywnie wąskim kręgu wzajemnego wsparcia i zależności²⁹. Jest to więc system, dzięki któremu reprodukują się małe światy społeczne – podtrzymuje on komunikacyjną rutynę i zasila fabułę potocznych narracji. Przede wszystkim jednak ekosystem prywatny skupia uwagę jednostek na najbliższym otoczeniu i odpowiada na pytanie, czy jest ono bezpiecznym środowiskiem dla rodziny, przyjaciół i znajomych. Osiągnięte w trakcie projektu badawczego rezultaty wskazują na przydatność przyjętego modelu badawczego, który okazał się narzędziem umożliwiającym systematyzację danych w oparciu o przejrzyste kryteria, dającym wgląd w strukturę podstawowych determinantów zachowań w czasie pandemii COVID-19. Model pomiaru może zostać wykorzystany jako narzędzie prognostyczne dla zjawisk indukowanych przez prywatny i publiczny ekosystem komunikacyjny.

²⁸ D. Kahneman, O. Sibony, C.R. Sunstein, *Szum, czyli skąd się biorą błędy w naszych decyzjach*; Media Rodzina, Poznań 2022.

²⁹ R. Dunbar, Przyjaciele. *O prawdziwej mocy naszych najważniejszych relacji*, Copernicus Center Press, Kraków 2021, s. 35-46; por. H.C. White, *Tożsamość i kontrola. Jak wytłaniają się formacje społeczne*, Zakład Wydawniczy NOMOS, Kraków 2011, s. 11-14.

Bibliografia

- Bąk T., *Rola mediów we współczesnych konfliktach zbrojnych i aktach terrorystycznych*, Rzeszów-Szczecin-Londyn: Szkoła Informatyki i Zarządzania, Naukowe Wydawnictwo IVG, Scientific Publishing House IVG z siedzibą w Londynie, Rzeszów-Szczecin-Londyn 2020.
- Cohen S., *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rocker*, Routledge, London-New York, 2002.
- Dobek-Ostrowska B., Wiszniewski R., *Teoria komunikowania publicznego i politycznego*, ASTRUM, Wrocław, 2021.
- Dunbar R., *Człowiek. Biografia*, Copernicus Center Press, Kraków, 2016.
- Dunbar R., *Przyjaciele. O prawdziwej mocy naszych najważniejszych relacji*, Copernicus Center Press, Kraków, 2021.
- Granovetter, Mark, S. *The strength of weak Ties*, „American Journal of Sociology”, 1973, vol. 78(6).
- Holt-Lunstad J., Smith, T., B. Layton B. J., *Social Relationships and Mortality Risk: A Meta-analytic Review*, *PLOS Medicine, San Francisco 2010*, <https://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.1000316> (6.09.2022).
- Kahneman D., Sibony O., Sunstein C.R., *Szum, czyli skąd się biorą błędy w naszych decyzjach; Media Rodzina, Poznań 2022*.
- Kahneman D., *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*, Media Rodzina, Poznań, 2012.
- Marsili M., *COVID-19 Infodemic: fake news, real censorship Information and freedom of expression in time of Coronavirus, Europea 10, Aracne, Roma, Italy, pp 147-170, COVID-19 Infodemic: Fake News, Real Censorship. Information and Freedom of Expression in Time of Coronavirus | Zenodo (5.09.2021)*.
- Matuszewski P., *Cyberplemiona. Analiza zachowań użytkowników Facebooka w trakcie kampanii parlamentarnej.*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2018.
- Paprocki R., *Postawy względem pandemii COVID-19. Kultura jako sterownik zachowań w warunkach ryzyka i niepewności*, Pomiary. Automatyka. Robotyka, Warszawa 2020, r. 24, nr 4.
- Rembierz M., *Revaluations of the times of pandemics. On the interference of the pandemic in the world of human values*, „Transformacje/Transformations”, 2021, nr 3(110).
- Sapolsky R. M., *Dlaczego zebry nie mają wrzodów? Psychofizjologia stresu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2010.
- Strupiechowska M., *Wpływ paniki moralnej na kształtowanie polityk publicznych*, „Społeczeństwo i Polityka”, 2019, nr 2(59).
- Szpunar M., *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego.*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa, 2012.
- Sztompka P., *Zaufanie i ryzyko w czasach zarazy*, *Nauka 4/2021*, s. 7–18.
- Zaufanie i ryzyko w czasach zarazy* (pan.pl)
- Świątkiewicz W. (red.), *Legitymizacja. Zagadnienia podstawowe*, [w:] *Społeczny świat i jego legitymizacje*, Uniwersytet Śląski, Katowice 1993.
- White H. C., *Tożsamość i kontrola. Jak wyłaniają się formacje społeczne*, Zakład Wyd. NOMOS, Kraków 2011.
- Wróblewska-Jachna J., *Obraz pandemii Covid-19 w zapisach podmiotowej świadomości.*, Zakład Wydawniczy NOMOS, Kraków, 2022.
- Zielińska I., *Media, Interes i panika moralna. Nowa kategoria socjologiczna i jej implikacje*, *Kultura i Społeczeństwo*, 2004, nr 4.
- Zimbardo P.G., Gerrig, R.J., *Psychologia i życie.*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2012.

**The Public and Private Communication Ecosystem and Empirical
and Social Anxiety Towards the COVID-19 Pandemic**

Summary

The article presents the results of a study conducted among students from two universities: the Technical-Humanistic Academy in Bielsko-Biała and the W. Pilecki State University in Oświęcim. The study utilized the achievements of economics and sociology in the field of behavioral modeling within the public communication ecosystem. A new attitude measurement model was introduced based on D. Kahneman's dual-system theory and R. Dunbar's social brain theory. The model was used to determine the empirical level of fear towards the SARS-CoV-2 virus. The diagnostic objective of the study required the operational definition of research categories such as baseline fear, empirical fear, social fear, sample coverage modeling, baseline mortality rate, and empirical mortality rate. The scale and baseline parameters for the phenomenon under investigation were established based on official statistical data on COVID-19 mortality in Poland. The study results indicate a significant difference in the perception of the primary pandemic threat: the primary risk image (empirically observed mortality rate) was over 50 times smaller than the secondary risk image (official mortality rate). The conclusions drawn from the study point to a widespread phenomenon of cognitive-behavioral and communicative dissonance during the COVID-19 pandemic.

Keywords: COVID-19 in Poland, social brain theory, empirical fear, social fear, fear management, communication ecosystems

Beata Bury¹

Studium Języków Obcych Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej

ORCID ID: 0000-0002-5147-5394

e-mail: bbury@ath.bielsko.pl

Magdalena Kowalska

Studium Języków Obcych Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej

ORCID ID: 0009-0006-3504-7599

e-mail: mkowalska@ath.bielsko.pl

COVID-19 Meme a Day Keeps a Virus Away: Multimodal Analysis of Humor-Induced Corona Memes in Poland

**Mem o koronawirusie dziennie, trzyma wirusa z dala ode mnie: multimodalna analiza
żartobliwych memów na temat COVID-19 w Polsce**

ABSTRAKT

Wybuch pandemii doprowadził do milionów zakażeń na świecie i spowodował setki tysięcy zgonów. W ostrej fazie pandemii, z powodu izolacji fizycznej i społecznej, domowej kwarantanny, zamknięcia szkół oraz kryzysu gospodarczego, życie ludzi całkowicie się zmieniło. Rozpowszechnianiu się na świecie COVID-19 towarzyszyły memy związane z tym wirusem. Humorystyczne reakcje na pandemię rozprzestrzeniły się niezależnie od wieku, płci czy poglądów politycznych. Memy o pandemii COVID-19 wносиły dawkę humoru i ironii, przez co przyczyniały się do poprawy stanu emocjonalnego społeczeństwa i zmniejszały poziom stresu. Badaniem objęto korpus 90 memów internetowych na temat COVID-19, które zostały opublikowane przez internautów na dwóch polskich stronach internetowych: kwejk.pl i paczaizm.pl. Analiza koncentruje się na multimodalnych, wzajemnych oddziaływaniach tekstu i obrazu w memach poświęconych koronawirusowi oraz na wieloaspektowych interakcjach różnych elementów, które generują dowcipne znaczenia i dzięki którym powstaje semantyczna całość. Analiza pokazuje, że memy internetowe pomagały oswoić lęk oraz odreagować frustrację w czasie trwania pandemicznych obostrzeń. Internetowy humor, ironia i sarkazm były niezastąpionymi sojusznikami w dostarczaniu Polakom beztroskiej zabawy i ukojenia.

SŁOWA KLUCZOWE: memy koronawirusowe, multimodalność, humor internetowy, ironia, sarkazm

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 13.05.2023; data zatwierdzenia tekstu do druku: 27.06.2023; data publikacji: 30.06.2023.

Introduction

As the coronavirus continued to spread, people sought relief from the realities of the pandemic on the internet. In rapid response to the state of confusion that stay-at-home orders aroused, a number of internet memes have been produced. According to Shifman, “every major public event sprouts a stream” of such digital image-macros². The pandemic was no exception. Throughout the COVID-19 pandemic, memes have become a coping mechanism as well as a major mode of expression on social media apps, such as WhatsApp, Twitter, Facebook³. Many of the memes referred to the people’s experiences during lockdowns and quarantines, such as working from home, ZOOM etiquette or panic buying of toilet paper. COVID-19 memes provided comic relief and distraction amid times of uncertainty. As a social communication channel, COVID-19 memes facilitated collaboration among internet users who suffered due to home confinement. These image macros mirrored “anxieties and preoccupations” caused by living in lockdown “among a variety of social groups across a series of national contexts”⁴.

COVID-19 memes were viewed as manifestations of “(post)modern folklore”⁵ that allowed their users to communicate “complex ideas within a short phrase or image”⁶. They documented the spatio-temporal complexities of confinement, a disruption of routines that generated deep anxiety in the society due to the unknown duration of the pandemic. COVID-19 memes have become a fertile ground of study for those interested in the social and cultural dynamic of this phenomenon. This paper explores the creativity and humor embedded in COVID-19 memes rather than the nature and quality of the information circulating on social media about the coronavirus.

Internet memes explained

The term “meme” was coined and popularized by the evolutionary biologist Richard Dawkins in his book *The Selfish Gene*. Dawkins defined the meme as a “unit of cultural transmission” that can be easily copied and duplicated⁷. Recently, the meme has been occupying a prominent position in digitally-mediated environments. Memes may take various forms, such as a text, news, but they are usually video, photo or animation content⁸. Digital memes may apply to “any viral sensation online, such

² L. Shifman, *Memes in Digital Culture*, Cambridge, MA: MIT Press, p. 4.

³ C. Nicholls, *Online Humor, Cartoons, Videos, Memes, Jokes and Laughter in the Epoch of the Coronavirus*, “Text Matters: A Journal of Literature, Theory & Culture”, 2020, no. 10, pp. 274-318.

⁴ K.M. Miltner, *Internet Memes*, [in:] *The SAGE Handbook of Social Media*, J. Burgess, A. Marwick, T. Poell (Eds.), Sage Publications, London 2017, pp. 412-418.

⁵ L. Shifman, *Memes in... op. cit.*, p. 5.

⁶ *Ibidem*, p. 173.

⁷ A. Adler, C. Fromer, *Memes on Memes and New Creativity*, “NYU Law Review”, 2022, no. 97, p. 453.

⁸ J. Šešum, *Internet mimovi - aspekti globalnog komuniciranja* [Internet Meme – an Aspect of International Communication], “CM - Časopis za Upravljanje Komuniciranjem”, 2011, no. 6(18), p. 108.

as trending hashtags or viral videos, or even viral offline behaviors that are spread by digital culture”⁹. The elements that make the meme go viral encompass its content, clarity, simplicity, positioning and participatory nature¹⁰. Participating in the creation and distribution of internet memes means engaging in a playful process of collaborative interaction to generate online humor¹¹. According to Knobel and Lankshear, three elements contribute to the meme’s success and spreadability, namely humor, intertextuality and juxtaposition of a text and image to enhance meaning¹².

By analyzing the nature, functions and various aspects of internet memes discussed by different authors, it is possible to enumerate some of the key features of these image macros:

1. imitation – memes represent a copy of the original,
2. cultural and social conditionality – the society creates and transmits the meaning of a meme,
3. visibility – memes are recognized as a phenomenon,
4. humor and satire,
5. simplicity – since complex memes are difficult to process, less important details are left out,
6. intertextuality – images and elements of popular culture co-exist,
7. juxtaposition of unconventional and provocative images in the meme is easily recognizable¹³.

On the basis of the above features it may be concluded that the meme’s power lies in its transmissibility and the ability to capture a moment while diverting people’s attention from everyday problems. Memes facilitate a sense of togetherness and deliver a cultural, political or social expression through humor. They are shared on various social media platforms and act as “the technological artefacts of human minds”¹⁴. In other words, when memes are relevant to current issues, they go viral and become deeply ingrained in human minds.

Research framework

It would be a daunting task to analyze each single COVID-19 meme due to their sheer amount on the internet. The present study is based on an analysis of a small corpus of 90 COVID-19 memes placed on www.kwejk.pl and paczaizm.pl websites was compiled. Both meme databases were a rich source of COVID-19 memes as well

⁹ A. Adler, C. Fromer, *Memes on...*, *op. cit.*, p. 453.

¹⁰ L. Shifman, *Memes in...* *op. cit.*, p. 5.

¹¹ J. Seiffert-Brockmann, T. Diehl, L. Dobusch, *Memes as Games: The Evolution of a Digital Discourse Online*, “New Media & Society”, 2018, no. 20(8), pp. 2862-2879.

¹² M. Knobel, C. Lankshear, *Online Memes, Affinities, and Cultural Production*, [in:] *A New Literacies Sampler*, M. Knobel, C. Lankshear (Eds.), Peter Lang 2007, pp. 199-227.

¹³ L. Shifman, *Memes in...*, *op. cit.*, pp. 41-42.

¹⁴ L. Nagy, *Memes and their Impact on Politics*, 2018, p. 5, https://www.academia.edu/38128191/Memes_and_their_impact_on_politics (27.04.2023).

as central repository for information on how the Polish community has responded to the pandemic. It needs to be explained that a small number of COVID-19 memes had to be removed from the corpus as they were not of a humorous nature. Their primary aim was to inform the society how to protect themselves from COVID-19. These memes also paid homage to healthcare workers, militiamen for their efforts to fight COVID-19.

The memes were selected according to the following criteria:

1. the meme must be related to the COVID-19 pandemic in Poland,
2. the meme ought to be humorous and made up of image macros and captions,
3. the meme should be created between March 2020 and March 2022.

The collected corpus was subjected to thorough examination to decide if the COVID-19 memes possessed the following characteristics:

1. a meme must be a unit of information, such as a concept or belief,
2. a meme should replicate itself and spread via the internet in the form of videos, images or phrases,
3. a meme ought to appeal to as many users as possible and stick in their memory¹⁵.

Multimodal Discourse Analysis was applied to examine how the visual and textual components in COVID-19 memes interacted to produce humorous effect. The main aim of Multimodal Discourse Analysis is to frame all modes, such as text and image "as one field, as one domain"¹⁶. According to Yus, understanding the meaning of a meme is not possible through determining the partial meanings of text or picture independently, but only from their combined meanings¹⁷. In other words, the meaning of the meme may be explained through the identification of the connotative meanings of text, image, and text-image combinations.

The study was guided by the following research questions:

1. What are the recurrent themes of the selected COVID-19 memes that circulated on both websites?,
2. What function does humor play in the selected COVID-19 memes created by the Polish users?

Research results

The analysis of the selected memes examined the relation between the text, the image and the codes required to interpret the memes. An in-depth analysis of the 90 COVID-19 memes created by the Polish users revealed the prevalence of five themes.

¹⁵ C. Díaz, *Defining and Characterizing the Concept of Internet Meme*, "CES Psicología", 2013, no. 6(2), p. 87.

¹⁶ G. Kress, *Multimodal Discourse Analysis*, [in:] J.P. Gee, M. Handford (Eds.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*, Routledge 2012, p. 38.

¹⁷ F. Yus, *Incongruity-Resolution Humorous Strategies in Image Macro Memes*, "Pragmatics, Humor, and the Internet", 2020, pp. 1-19.

Table 1 presents a list of the most common themes discussed in the analysed meme corpus, their frequency of occurrence as well as percentage. A detailed discussion of the thematic categories of the COVID-19 memes as well as humor shared by the Polish community in relation to the pandemic is provided below. Due to a great number of collected memes, the study discusses only these COVID-19 image macros that were most commented on kwejk.pl and paczaizm.pl.

Table 1. An overview of the thematic categories of COVID-19 memes placed on www.kwejk.pl and paczaizm.pl

No.	Thematic categories of the examined memes	Frequency of occurrence	Percentage
1.	Panic-buying hoards of toilet paper and non-perishable goods	36	40%
2.	Remote work	22	24,40%
3.	Face masks	12	13,30%
4.	Dogs as an excuse to slip the quarantine	12	13,30%
5.	Closure of gyms	8	9%
Total		90	100%

As stated above (see Table 1), panic-buying toilet paper and premium food, such as flour, rice, pasta in response to the outbreak of COVID-19 has become the most common subject of the memes in Poland. Figure 1 shows a group of people playing the poker game, who stack up piles of toilet paper for baits. During the pandemic, the consumers were buying up paper rolls more quickly than they could be restocked and the toilet paper became the most coveted and valuable commodity. At the beginning of the pandemic, Polish people raced to purchase dry food, such as rice, noodles, pasta or flour in large amounts to mitigate future risks of food shortage. Empty supermarket shelves became a common sight during the pandemic. Internet meme in Figure 2 is a reminiscent of the days before the COVID-19 pandemic when supermarket shelves were full of dry food. It is evident that both memes highlight creative ingenuity of Polish users, who by means of humor, share their feelings of tensions and discomfort. According to Sola-Morales, “humor through the Internet (...) emerges as an antithesis of fear, medicine for the soul, and as a (...) tool of struggle and social criticism”¹⁸.

¹⁸ S. Sola-Morales, *Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre la COVID-19 [Humor in Pandemic Times: Analysis of Digital Memes about the COVID-19]*, „Zer: Revista de estudios de comunicación” 2020, no. 25 (49), p. 34.

Gra w pokera w 2020



Figure 1. Poker game in 2020



Figure 2. If you remember this, then you had a great childhood

Work from home was another thematic category identified in the analysed COVID-19 memes. During the pandemic, government officials in Poland instructed people to work remotely in order to prevent the spread of COVID-19. Figure 3 and Figure 4 show examples of professions that could not be adjusted to work from home. Polish users expressed their discontent with the officials' decisions through humorous memes. Also, the use of humor made it possible to cope with 'the new normal' and portray COVID-19 as less aversive and more fun¹⁹.

Rząd: Pracujcie zdalnie

Piloci:



Figure 3. Pilots working from

Rząd: Pracujcie z domu

Elektrycy:



Figure 4. Electricians working from home

19 L. Bischetti, P. Canal, V. Bambini, *Funny but aversive: A large-scale survey of the emotional response to COVID-19 humor in the Italian population during the lockdown*, "Lingua", 2021, no. 249.

Figure 5 highlights the ravages that the passing weeks of remote work had on people. What makes the meme below humorous and contributes to its success is the second-order incongruity which refers to “images taken from films, TV programs that are later re-used in the meme”²⁰. The inclusion of various images of Matthew McConaughey emphasizes the dynamics of the COVID-19 reality. This meme reflects the physical well-being and enthusiasm on the first day of remote work, which was gradually decreasing in intensity. At the onset of the pandemic, working from home was very exciting for most Poles. Yet, after a few months, people started feeling lonely and frustrated. Remote work meant sleeping a lot, eating a lot, putting on weight and letting hair grow. The Matthew McConaughey meme brings out the most amusing side of working from home during the pandemic and helps people free their mind of remote work anxiety and stress.



Figure 5. Work from home

Face masks have been another hotly debated topic in the analysed COVID-19 meme collection. Poland was arguing over face masks as to whether or not wear them when out in public and, if so, of what kind to protect themselves from COVID-19. The face mask debate has caused diverse reactions, from opposing to wear any face coverings to the voluntary wearing of face masks. Figure 6 is an example of a polarizing meme that springboards off the meme of Karens, women who demand special treatment and complain about trivial matters. The meme ridicules and mocks those people who refused to abide by COVID-19 face mask rules. It also polarizes the wearing of masks by creating two groups, namely Us, moral, anti-racist mask-wearers and Them, selfish, racist mask-opponents.

²⁰ F. Yus, *Incongruity-Resolution...*, *op. cit.*, pp. 1-19.



Figure 6. Face mask supporters and opponents

Some memes in the analysed material expressed criticism of face masks for their inefficiency. Figure 7 presents the woman with the AntiVirus software CD on her face and a header “Bez upgrade nie zadziała.” This meme capitalises on the pun expressed in the polysemy of virus, which may refer to the cause of an infectious disease or a software used to remove malware from a computer. It may be noticed that the verb upgrade has broadened its meaning to refer to “improving the quality and standard (of face masks)”. The Polish Minister of Health recommended to switch from cloth face coverings to medical masks to prevent spread of the virus. The meme below mocks these people who wore face masks incorrectly, offering themselves inadequate protection against COVID-19.



Figure 7. It won't work if you don't upgrade it

Walking dogs as an excuse to slip the quarantine was another theme reflected in the collected material. Living in confinement was a challenge and Poles used every possibility for open-air and recreational activities, Figure 8 portrays an

anthropomorphized dog and its owner in the kitchen. Humorous effect is achieved by portraying an improbable situation: a dog refuses to go for a walk and seeks refuge on the kitchen cupboard. In the meme the dog is complaining about the current state of being: “No, I won’t come down. Half of the tower block residents have borrowed me for a walk today.” This interaction between text and illustration provides vital information for the reader to understand the message; the meaning is built from this interaction²¹. This meme is the public comment on the oddities and absurdities in the new COVID-19 reality.

**„Nie, nie zejść. Pół bloku już
mnie dzisiaj pożyczyło na
spacer.”**



Figure 8. How the COVID-19 impacts pets

The final thematic category identified in the analysed material refers to the closure of gyms. Besides supermarkets, gyms and fitness centres were among the many types of businesses forced to close down during the pandemic. Figure 9 is a creative response to the government’s decision to clamp down gyms. The meme portrays a man who is running on the supermarket checkout. What makes this meme humorous is the surprising use of the checkout as a treadmill. Figure 9 emphasizes the inexhaustible creative ingenuity of Polish users who tried to distance themselves from the discomforts of everyday life throughout the pandemic. The meme is characterized by “quirky, satiric, and sarcastic humor” that adequately draws the attention of the society to issues of national concern²². The capital letters indicate strong feelings, provide emphasis and make the message more noticeable to the internet users²³.

²¹ J. Batič, D. Haramija, *The importance of visual reading for the interpretation of a literary text*, “CEPS Journal”, 2015, no. 5 (4), p. 31.

²² A.C. Calimbo, *Deconstructing myths via humor: A semiotic analysis of Philippine political internet memes*, “CASS Langkit Journal”, 2016, no. 6, p. 3.

²³ F. Serafini, J. Clausen, *Typography as a Semiotic Resource*, “Journal of Visual Literacy”, 2012, no. 31 (2), p. 10.



Figure 9. When they shut down gyms, but not the supermarkets

Facing desperate times amid COVID-19 pandemic gym owners were looking forward to reopening their businesses. Unfortunately, some gyms and fitness studios did not stand the test of time and permanently closed their doors. Figure 10 shows a human being whose body is decomposing. This meme may be an allegory of a fitness industry which was on the verge of bankruptcy due to prolonged wait to reopen. Gym owners remained in uncertainty and the capitalized word *MOŻE* emphasizes the owners' frustration by reopening waiting game. *SUPCIO* expresses sarcasm and contempt towards the government's decision for not allowing gyms to reopen.



Figure 10. Closure of gyms and fitness studios

Conclusion

The analysis of the collected material demonstrates that Polish people used humor as a balm to soothe their nerves during the COVID-19 pandemic. Memes eliminated stressors and allowed Polish users to share their experiences and feelings during the COVID-19 crisis. In the analysed material the combination of semiotic codes enhanced the comic effect²⁴. Humorous internet memes helped Polish users with facing and handling sensitive as well as delicate COVID-19 issues. On the basis of the analysed material it may be noticed that Poles used internet memes to cope with adverse circumstances, discuss life during the pandemic and comment on situations that made them feel uncomfortable and anxious. Internet memes were lightening the mood as Polish people grappled with the realities of the COVID-19 pandemic. Humor employed in corona memes offered catharsis and provided temporary relief from fear and distress. The use of memes as a vehicle for contempt and anger was coloured by the prevalence of irony and sarcasm. In a corona time, internet memes were vital facilitators of communication, belonging and an expression of society's discontent with the difficulties of living in lockdown. Memes in this article pictured a sense bewilderment by highlighting it in playful frames of incongruity.

As this article presents, COVID-19 memes act as living artefacts and reminders of what society felt and thought at a particular moment. They are documentation of "a shared cultural experience in the process"²⁵. The analysed memes have portrayed a sample of Poles' sense of humor and creativity who discussed 'the new normal' in their image macros. It can be observed that the analysed COVID-19 memes involve humor as a form of play, be it literal, verbal or pure fun. Humor embedded in the memes act as a psychological coping mechanism and the release of suppressed emotions that give way to laughter, thus, relieving stress and saving people's mental and emotional energy.

Bibliography

- Adler A., Fromer C., *Memes on Memes and New Creativity*, "NYU Law Review", 2022, no. 97, p. 453.
Batič J., Haramija D., *The importance of visual reading for the interpretation of a literary text*, "CEPS Journal", 2015, no. 5 (4).
Bischetti L., Canal P., Bambini V., *Funny but aversive: A large-scale survey of the emotional response to COVID-19 humor in the Italian population during the lockdown*, "Lingua", 2021, no. 249.
Calimbo A. C., *Deconstructing myths via humor: A semiotic analysis of Philippine political internet memes*, "CASS Langkit Journal", 2016, no. 6,.
Díaz C., *Defining and Characterizing the Concept of Internet Meme*, "CES Psicología", 2013, no. 6(2).
Knobel M., Lankshear C., *Online Memes, Affinities, and Cultural Production*, [in:] *A New Literacies Sampler*, M. Knobel, C. Lankshear (Eds.), Peter Lang 2007.

²⁴ L. Kostopoulou, *Humor and intersemiosis in films: Subtitling Asterix and Obelix*, 2020, "Punctum", no. 6 (1), pp. 188-189.

²⁵ L. Shifman, *Memes in...*, *op. cit.*, p. 367

- Kostopoulou L., *Humor and intersemiosis in films: Subtitling Asterix and Obelix*, 2020, "Punctum", no. 6 (1).
- Kress G., *Multimodal Discourse Analysis*, [in:] J.P. Gee, M. Handford (Eds.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*, Routledge 2012.
- Miltner K. M., *Internet Memes*, [in:] *The SAGE Handbook of Social Media*, J. Burgess, A. Marwick, T. Poell (Eds.), Sage Publications, London 2017.
- Nicholls C., *Online Humor, Cartoons, Videos, Memes, Jokes and Laughter in the Epoch of the Coronavirus*, "Text Matters: A Journal of Literature, Theory & Culture", 2020, no. 10.
- Seiffert-Brockmann J., Diehl T., Dobusch L., *Memes as Games: The Evolution of a Digital Discourse Online*, "New Media & Society", 2018, no. 20(8).
- Serafini F., Clausen J., *Typography as a Semiotic Resource*, "Journal of Visual Literacy", 2012, no. 31 (2).
- Šešum J., *Internet mimovi - aspekti globalnog komuniciranja* [Internet Meme – an Aspect of International Communication], "CM - Časopis za Upravljanje Komuniciranjem", 2011, no. 6(18).
- Shifman L., *Memes in Digital Culture*, Cambridge, MA: MIT Press 2014.
- Sola-Morales S., *Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre la COVID-19* [Humor in Pandemic Times: Analysis of Digital Memes about the COVID-19], "Zer: Revista de estudios de comunicación" 2020, no. 25 (49).
- Yus F., *Incongruity-Resolution Humorous Strategies in Image Macro Memes*, "Pragmatics, Humor, and the Internet", 2020.

Online references

Nagy L., *Memes and their Impact on Politics*, 2018, https://www.academia.edu/38128191/Memes_and_their_impact_on_politics (27.04.2023)

List of tables

Table 1 An overview of the thematic categories of COVID-19 memes placed on www.kwejk.pl and paczaizm.pl

List of figures

Figure 1 Poker game in 2020

<https://paczaizm.pl/grawpokera-w-2020-w-maseczkach-o-papier-toaletowy-srodkidezynfekujace/> (7.04.2023).

Figure 2 If you remember this, then you had a great childhood

<https://paczaizm.pl/jesli-to-pamietasz-miales-super-dziecinstwo-polki-w-sklepie-pelne-makaronu/> (7.04.2023).

Figure 4 Electricians working from home

<https://kwejk.pl/obrazek/3521365/praca-zdalna.html> (7.04.2023).

Figure 3 Pilots working from home

<https://kwejk.pl/tag/praca-zdalna>(7.04.2023).

Figure 5 Work from home

<https://kwejk.pl/tag/homeoffice/strona/3> (7.04.2023).

Figure 6 Face mask supporters and opponents

<https://paczaizm.pl/chirurgzy-operujacy-w-maskach-przez-20-godzin-vs-karyna-robiaca-zakupy-w-masce-przez-20-minut/> (8.04.2023).

Figure 7 It won't work if you don't upgrade it

<https://kwejk.pl/tag/norton> (8.04.2023).

Figure 8 How the COVID-19 impacts pets

<https://kwejk.pl/obrazek/3528383/pies-ma-juz-dosc.html> (9.04.2023).

Figure 9 When they shut down gyms, but not the supermarkets

<https://kwejk.pl/tag/silownie> (9.04.2023).

Figure 10 Closure of gyms and fitness studios

<https://kwejk.pl/tag/silownie> (9.04.2023).

COVID-19 Meme a Day Keeps a Virus Away: Multimodal Analysis of Humor-Induced Corona Memes in Poland

Summary

The outbreak of the pandemic led to millions of infections worldwide that resulted in hundreds of thousands of deaths. People's life changed completely in the acute phase of pandemic due to physical and social isolation, home confinement, school closure and economic crisis. As COVID-19 spread around the globe, so did corona-themed memes. Humorous responses to the pandemic proliferated irrespective of age, gender or political ideologies. COVID-19 memes added a dose of humor and irony that benefitted society's emotional state and reduced stress levels. This article examines a corpus of 90 COVID-19 internet memes from two Polish websites: kwejk.pl and paczaizm.pl. The analysis concentrates on the multimodal interactions of the text and image in the corona memes as well as unique combinations of various elements that establish incongruity and generate humorous meanings. This study indicates that the internet memes have been a liberating force during the time of confinement. Online humor, irony and sarcasm have been indispensable allies as they provided Polish society with light-hearted fun, psychological release and relief.

Keywords: corona memes, multimodality, online humor, irony, sarcasm

Paulina Żmijowska¹**Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Polska**

ORCID ID: 0000-0002-6589-5146

e-mail: paulina.zmijowska@ue.katowice.pl

Komunikacja marek w czasach niepewności. Wpływ pandemii na zmiany zachowań zakupowych w sieci i trendy rynku e-commerce. Wybrane aspekty

ABSTRAKT

Marki codziennie podejmują decyzje strategiczne, aby budować wizerunek i kreować przestrzeń komunikacyjną ze swoimi klientami. Współczesne kryzysy, takie jak pandemia czy wojna, wymusiły wiele zmian i nowych postaw, które należało wdrożyć, aby sprawnie funkcjonować w warunkach niepewności. Zmiany, które nastąpiły, wpłynęły również na rozwój nowego typu klienta, który coraz częściej korzysta z nowoczesnych trendów rynku e-commerce i sposobów zakupów. W związku z tym w publikacji zaprezentowano wybrane aspekty związane z komunikacją marek w warunkach niepewności z perspektywy pandemii COVID-19. Celem głównym artykułu jest przegląd i analiza wybranych pozycji literatury przedmiotu w formie aktualnych raportów i badań dotyczących rozwoju rynku e-commerce oraz zmian zachowań zakupowych w sieci w czasach niepewności. Wnikliwe przedstawienie obszaru tematycznego może stanowić wstęp do dalszych, szczegółowych badań, aby sprawdzić, jak trwałe są tendencje, które zarysowały się w czasach pandemii.

SŁOWA KLUCZOWE: pandemia, kryzys, niepewność, komunikacja, zarządzanie informacją, marketing, e-commerce

Wprowadzenie

Działania, które grupy podejmują we współczesnej przestrzeni społecznej, prawie zawsze odzwierciedlone zostają w nowych mediach. Granica między funkcjonowaniem obu światów, off-line i on-line, dzięki postępowi technologicznemu, a także aktywnym działaniom coraz młodszych grup pokoleniowych (pokolenie Alpha, influencerzy), staje się niewidoczna, trudna do zlokalizowania.

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 24.05.2023; data zatwierdzenia tekstu do druku: 24.06.2023; data publikacji: 30.06.2023.

Analizując pojęcie niepewności, warto zwrócić uwagę na ciekawe zjawisko opisane w światowej literaturze, czyli „czarne łabędzie”². Nassim Nicholas Taleb, twórca tego terminu uważa, że „czarne łabędzie” oznaczają wydarzenia i zjawiska nieprzewidywalne, nierealne. Wydaje się, że się nie zdarzają, ale i tak się zdarzają. Przeciwnością tej definicji jest zjawisko „białych łabędzi”, czyli zdarzeń, które są zrozumiałe i uporządkowane dla całościowej strategii rozwoju przedsiębiorstwa. Według Taleba „czarne łabędzie” są przede wszystkim nieoczekiwane, nietypowe, nieprzewidywalne, bardzo mało prawdopodobne. Wynika to przede wszystkim z faktu, że nic w przeszłości nie wskazywało na możliwość wystąpienia takich zdarzeń. Jednakże, kiedy już nastąpią, wywierają duży wpływ na gospodarkę i życie społeczne. Współczesnym „czarnym łabędziem” na rynkach światowych była pandemia COVID-19³.

Pojawienie się pandemii wprowadziło stan niepokoju i zachwiało jedną z podstawowych potrzeb ludzkich, która znajduje się na drugiej pozycji piramidy Abrahama Maslowa, stanowiącej powszechnie znaną klasyfikację potrzeb i motywacji kierujących ludzkimi zachowaniami. W tym aspekcie należy podkreślić, że globalne pandemie na przestrzeni lat uległy znacznej eskalacji, m.in. SARS w 2003 r., H5N1 w 2006 r. i H1N1 w 2009 r., z których każdy hamował działalność gospodarczą i wzrost gospodarczy⁴. Obecnie badacze obserwują skutki globalnego COVID-19 i wojny na Ukrainie, która wprowadziła stan chaosu, niepewności w biznesie i sparaliżowała na długi czas wiele sektorów życia społeczno-gospodarczego, zatrzymując handel, turystykę i zamykając granice między krajami⁵. Wielu naukowców od dawna przewidywało, że globalne pandemie mogą zmusić przedsiębiorców do podjęcia nowych działań biznesowych i transformacji systemów zarządzania organizacją. Pojęcie *zarządzanie* określa przede wszystkim zestaw czynności (obejmujący planowanie i podejmowanie decyzji, organizowanie, kierowanie ludźmi oraz kontrolowanie) skierowanych na zasoby organizacji (ludzkie, finansowe, rzeczowe i informacyjne) i wykonywanych z zamiarem sprawnego i skutecznego osiągnięcia celów organizacji⁶. Organizacje powinny jednak pamiętać, że istotnym elementem zarządzania kryzysowego jest umiejętność przygotowania się do kryzysu, zaplanowanie strategii, a nawet stworzenie tzw. manuala kryzysowego⁷. Przykład „czarnego łabędzia” w postaci pandemii pokazał jednak, że nie można przewidzieć wszystkich zdarzeń kryzysowych ani się do nich odpowiednio przygotować. Warto jednak podkreślić, że to właśnie kryzys COVID-19 znacznie

² Taleb, N. *Fooled by Randomness, The Hidden Role of Chance in Life and in the Markets*, Random House and Penguin, New York, 2005.

³ M. Kotnis, *Modele zarządzania ryzykiem w warunkach niepewności*, [w:] „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 2014, nr 65, s. 669-678.

⁴ Chung, L.H., *Impact of pandemic control over airport economics: reconciling public health with airport business through a streamlined approach in pandemic control*, [w:] „J. Air Transport. Manag”, 44-45, 2015, p. 42-53.

⁵ Soto-Acosta, P., *COVID-19 Pandemic: Shifting Digital Transformation to a High-Speed Gear*, [in:] „Information Systems Management”, 2020, vol. 37, p. 260-266.

⁶ R. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1996.

⁷ M. Kaczmarek-Śliwińska, *Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się*, Difin, Warszawa 2015, s. 100, 108.

przyspieszył ekspansję e-commerce w kierunku budowania nowej oferty sprzedażowej⁸, zaspokajając potrzeby konsumentów „w wyniku nabycia i użytkowania dóbr”⁹. Sytuacja ekonomiczna, społeczna i geopolityczna wpływa na nastroje oraz nawyki konsumentów. Odbiorcy komunikatów reklamowych i sprzedażowych oczekują od marek zajęcia konkretnego stanowiska, a nawet aktywnej pomocy, zwłaszcza mieszkańcom Ukrainy. Wiedza o społeczności skupionej wokół organizacji jest niezwykle istotna dla funkcjonowania przedsiębiorstwa i wpływa na budowanie strategii sprzedaży oraz komunikacji¹⁰. Dlatego właśnie w czasie niepewności związanym z rozprzestrzenianiem się pandemii managerowie organizacji nie mogli dopuścić do powstania luki, a nawet pustki informacyjnej, która mogłaby wpłynąć negatywnie na postrzeganie i reputację marki¹¹. Ze względu na pojawienie się nowych trendów sprzedażowych oraz rosnącą liczbę konsumentów w Polsce, którzy stali się aktywnymi podmiotami rynku e-commerce, omówienie ich zachowań oraz nawyków jest ważnym obszarem rozważań, dlatego celem głównym artykułu jest przegląd i analiza wybranych pozycji literatury przedmiotu w formie aktualnych raportów oraz badań dotyczących rozwoju rynku e-commerce, a także zmian motywacji zakupowych w sieci w czasach niepewności.

Komunikacja marek w czasach niepewności. Wybrane determinanty

Ostatnie miesiące były dla marek okresem wytężonej pracy, który pozwolił zweryfikować sens ich funkcjonowania, grupę docelową, przyjętą strategię działania i budowania wizerunku, a także gotowość do podjęcia nowych wyzwań czy wprowadzenia zmian (*rebranding*). Światowa pandemia przyczyniła się do przewartościowania ustalonych wcześniej założeń biznesowych, wpływając także na zmiany w odbiorcach (reakcje na przekazy medialne). Na znaczeniu zyskało przede wszystkim poczucie bezpieczeństwa, które marka może zbudować z odbiorcą poprzez wartościowy, empatyczny przekaz, dostosowanie komunikatów bezpośrednich (które niekoniecznie muszą nawiązywać do trudnej sytuacji gospodarczej, o której mówią „wszyscy”), a także odpowiednio sprofilowana oferta (tak, aby klient mógł poczuć, że dostaje coś wartościowego – szczególnie ten, który zawsze korzystał z oferty stacjonarnie). Ważne pozostaje również stałe zaangażowanie marki w komunikację z klientem (on-line) poprzez działania RTM, sekcje Q&A na stronach internetowych, quizy, konkursy i inne stymulatory, które przyczyniają się do spokojnego odbierania i wysyłania informacji w czasach chaosu i szumu pandemicznego. W tym miejscu należy podkreślić, że pandemia mogła w znaczny sposób „pomóc” markom przygotować się do przejścia w etap komunikowania w czasie wojny

⁸ M. Hudecheck, C. Sirén, D. Grichnik, J. Wincent, *How Companies Can Respond to the Coronavirus*, „MIT Sloan Management Review”, 2020, vol. 9.

⁹ L. Rudnicki, *Zachowania konsumentów na rynku*, Warszawa 2012, s. 36, 65.

¹⁰ M. Karczewska, *Determinanty zachowań konsumentów na rynku*, [w:] Materiały V Krakowskiej Konferencji Młodych Uczonych, Sympozja i Konferencje KKMU, 5, Kraków 2010.

¹¹ M. Kaczmarek-Śliwińska, *Public relations...*, *op. cit.*

na Ukrainie. Podczas kryzysu zmienia się sposób podejmowania decyzji klientów (działanie pod wpływem emocji), zachowania (wybór platform sprzedażowych), a system wartości przyjmuje inne priorytety (bezpieczeństwo). Za siłę marki odpowiadają bliskość (*familiarity*), znaczenie (*relevance*), renoma (*esteem*) oraz odmienność (*differentiation*)¹², dlatego, aby utrzymać uwagę, marki powinny budować nową jakość marketingu relacji z klientem, ze szczególnym uwzględnieniem jego potrzeb. Precyzyjne określenie znaczenia marketingu relacji jest trudne, ponieważ nie istnieje jedna definicja, która szczegółowo przedstawi zakres, jak i istotę tego pojęcia. Warto jednak przytoczyć jedną z pierwszych prób przedstawienia marketingu relacji, który jest „tworzeniem, utrzymaniem i wzbogaceniem relacji z klientem”¹³. W tym aspekcie marketing relacji można sprowadzić do długoterminowego budowania relacji z indywidualnym konsumentem, w przeciwieństwie do tradycyjnego pojęcia marketingu (marketing transakcji).

W zarządzaniu komunikacją marki istotne pozostają motywacje konsumentów, których znajomość jest niezwykle ważna dla menedżerów marketingu, ponieważ „jednym z głównych ich zadań jest motywowanie konsumentów do zakupu produktów”¹⁴. Niezwykle istotnym narzędziem marketingowym, selekcyjnym treść w mediach społecznościowych i budującym silny przekaz komunikacyjny, jest hasztag. W czasie pandemii hasztag #zostanwdomu był jednym z najczęściej publikowanych na Twitterze¹⁵. Inne, które na stałe wpisały się w trend komunikacji w czasie pandemii, to m.in. #keepthedistance #gastropomaga #stayathome #coronavirus #coronatime. Opisane formy działań i przekazywania treści, powstającej w czasach pandemii, można nazwać „koronamarketingiem”. Hasło nie ma jednoznacznej definicji¹⁶, chociaż słowotwórstwo wskazuje na podejmowanie działań wizerunkowych (marketingowych) przez marki w czasach pandemii. Zapytano grupę 20 studentów, czym według nich jest koronamarketing i jak rozumieją jego znaczenie. Pojawiło się wiele ciekawych odpowiedzi, z których wybrano następujące¹⁷:

1. „Koronamarketing w mojej opinii, to nic innego jak te same pojęcie marketingu, tyle że w dobie pandemii. Niektóre firmy próbują wyjść dobrze na tej sytuacji, przez co nawiązują w chociażby swoich reklamach czy zmianach logo, do tragedii, z jaką boryka się większość ludzi na całym świecie”.
2. „Koronamarketing to według mnie bardzo nieoczywiste pojęcie. Może łączyć się zarówno z pozytywnymi, jak i negatywnymi konotacjami. Zaczynając od tych lepszych – wiele firm zmieniło swój marketingowy sposób działania na taki, aby oprócz

¹² J. Kall, *Silna marka. Istota i kreowanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2001.

¹³ L. Berry, *Relationship Marketing*, [w:] L. Berry, G.L. Shostack, G.D. Upham, *Emerging Perspectives on Services Marketing*, American Marketing Association, Chicago 1983, s. 26.

¹⁴ L. Rudnicki, *Zachowania konsumentów ...*, op. cit. s. 36, 65.

¹⁵ A. Czajkowska, *Wpływ pandemii COVID-19 na działania CSR podejmowane przez przedsiębiorstwa*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie”, 2021, nr 3(987), s. 45-62.

¹⁶ Wielki słownik języka polskiego PAN 2021 definiuje jedynie hasło „koronakryzysu” jako „ogół poważnych problemów ekonomicznych, które wystąpiły na skutek pandemii COVID-19, wywołanej przez jedną z odmian koronawirusa”. Jednakże samo hasło „koronakryzys” jest zbyt ogólne, aby odnosić je do konkretnych działań komunikacyjnych i marketingowych marek.

¹⁷ Pytania zostały zadane bezpośrednio przez autorkę artykułu. Pozostałe odpowiedzi, nie zacytowane w tekście, w mniejszym lub większym zakresie były do siebie zbliżone. Pisownia odpowiedzi pozostaje oryginalna.

osiągania zysku, robić coś dobrego w związku z sytuacją pandemii. Mogą to być na przykład takie działania, jak przekazywanie części zysku, wspomaganie w szyciu maseczek i tym podobne. Z drugiej strony jednak, spotkać można mnóstwo firm, które starają się wykorzystać tragiczną sytuację jedynie dla swojego zysku, nierzadko nawet kosztem innych, bardziej potrzebujących. Wtedy koronamarketing to działania, które przypisałabym osobom nazywanym po prostu... cwaniakami”.

3. „Marketing prowadzony w związku z pandemią koronawirusa. Ma na celu dostosowanie się do panującej sytuacji przez odpowiednie akcje promocyjne i działania firm, które odpowiedzą na potrzeby klientów przebywających w domach – np. poprzez dostosowaną odpowiednio działalność online”.
4. „Marketing prowadzony w związku z pandemią COVID-19. Są to działania, które w jakiś sposób odnoszą się do zaistniałej sytuacji. Jedne organizacje wykorzystują koronawirusa do pomocy innym, natomiast drugie próbują ten trudny okres przekuć w zyski”.

Wybrane odpowiedzi studentów zdecydowanie nawiązywały do budowania wizerunku i podejmowania nowych wyzwań w ramach strategii marketingowej w czasach pandemii. Młodzi ludzie podchodzą krytycznie do niektórych działań prowadzonych przez marki, zwracając uwagę na nieetyczne wykorzystanie przekazu treści w celu poprawy sytuacji biznesowej, nierzadko kosztem innych. Zgadza się to z argumentami badaczy, którzy przekonują, że prowadzenie kampanii reklamowej, szczególnie w czasie pandemii, nastawionej na zysk, mogłoby zostać uznane przez interesariuszy za nieetyczne¹⁸. Warto jednak zauważyć, że komunikacja marek prowadzona w czasach wojny, choć nie doczekała się jeszcze własnego nazewnictwa, również kieruje działania w stronę nowego typu klienta, za którym pojawia się zmiana nastawienia i motywacji zakupowych.

Rysunek 1. Przykład działań CSR marki WeNet



¹⁸ A. Olszanecka-Marmola, *Techniki perswazyjne w telewizyjnych reklamach sieci sklepów spożywczych, firm telekomunikacyjnych oraz banków w początkowej fazie pandemii COVID-19*, „Zarządzanie Mediami”, 2021, nr 9(2), s. 369-385.

Analizując działania marek w czasach niepewności, nie sposób nie wspomnieć o społecznej odpowiedzialności biznesu. Powyższy przykład obrazuje jedno z wielu działań CSR (ang. *corporate social responsibility*) marek, które koncentrowały się na marketingu wartości. Nowe podejście strategiczne uwzględnia nie tylko zarządzanie przedsiębiorstwem w obliczu wojny, ale również cele ekonomiczne, interesy społeczne, środowiskowe, a wreszcie – potrzeby klientów. Działania podejmowane przez firmy z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu to nic innego jak „ciągłe zobowiązanie biznesu do zachowania etycznego oraz przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju ekonomicznego poprzez poprawę jakości życia pracowników i ich rodzin, jak również lokalnej społeczności i społeczeństwa jako całości”¹⁹.

Podsumowując komunikację marek w czasach niepewności, w zależności od obszaru biznesowego oraz charakteru działalności przedsiębiorstwa, można wyróżnić trzy podstawowe strategie przekazu treści:

1. **Brak komunikacji.** Ta strategia stoi w opozycji do głośnych działań wspierających pomoc społeczeństwu ogarniętego wojną. W pewnych sytuacjach marki rezygnują z prowadzenia działań reklamowych, budowania nowych kampanii lub na jakiś czas całkowicie porzucają kontakt w mediach społecznościowych, aby nie odwracać uwagi od ważnych wiadomości.
2. **Stałe działania komunikacyjne.** Decydując się na tę strategię, marki chcą utrzymać dotychczasową reputację wśród odbiorców (*brandsafety*), nie wprowadzając gwałtownych zmian i nowych działań. Niektóre z marek całkiem zrezygnowały z informowania konsumentów o działaniach CSR, aby nie ryzykować negatywną opinią (nie wystawiać się na publiczną ocenę) wśród swoich klientów. Marki stają przed trudnym zadaniem – muszą na nowo dopasować swoje działania do oczekiwań odbiorców oraz odpowiedzieć na emocje ludzi na całym świecie.
3. **Podejmowanie aktywnych działań (CSR).** Społeczna odpowiedzialność biznesu często stanowi dodatkowy dokument w działaniach strategii przedsiębiorstwa. Większość współczesnych marek nie pamięta takich kryzysów, jak wojna czy pandemia, z którymi przyszło im się mierzyć w dzisiejszych czasach. Ten wyczerpany okres działań na rzecz niesienia pomocy pozwolił zbudować bliskie relacje z konsumentami, dla których ważne są aktywne działania społeczne. Odbiorcy wymagają, aby komunikacja i cele przedsiębiorstwa były zgodne z wartościami, które sami wyznają i według których żyją²⁰.

¹⁹ B. Buczkowski, T. Dorożyński, A. Kuna-Marszałek, T. Serwach, J. Wieloch, *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Studia przypadków firm międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 2016.

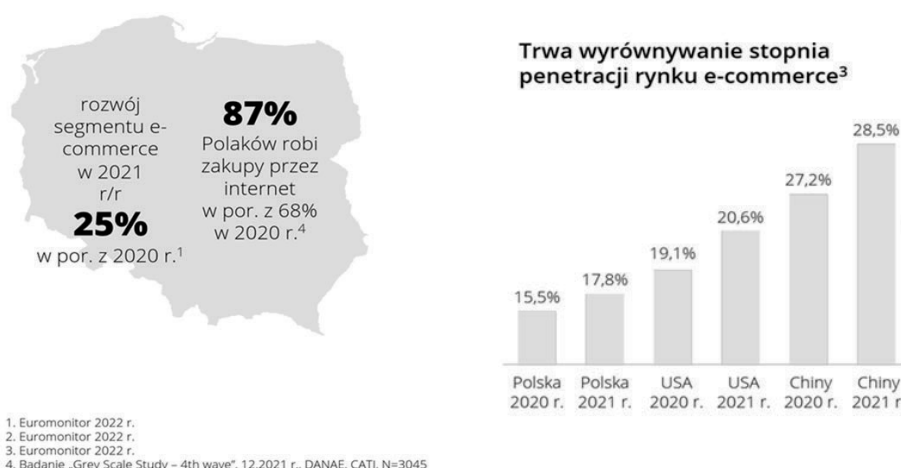
²⁰ Analiza własna na podstawie zebranych materiałów źródłowych.

Rynek e-commerce w czasach niepewności. Przegląd

Aby przedstawić zmiany zachowań zakupowych w sieci oraz trendy rozwojowe rynku e-commerce, zdecydowano zastosować przegląd literatury jako metodę badawczą. Przedmiotem badań były raporty dotyczące rynku e-commerce w Polsce, wydawane przez międzynarodową firmę badawczo-technologiczną Gemius SA, która jest oficjalnym dostawcą danych będących standardem pomiaru widowni internetowej w kilkunastu krajach europejskich, w tym w Polsce (Mediapanel). Gemius SA prowadzi jednoźródłowe badanie cross-mediowe konsumpcji mediów oraz kampanii reklamowych prowadzonych w digitalu (PC, mobile) oraz w telewizji i radiu. Jej klientami są reklamodawcy, wydawcy, domy mediowe, agencje reklamowe oraz firmy z sektora e-commerce. Analiza literatury pozwala na zapoznanie się z głównymi teoriami, ich rozwojem oraz zastosowaniem. Idąc za słowami Wojciecha Czakona, który podaje, że „każdy projekt badawczy, artykuł naukowy (...) powinien ze względów formalnych odnosić się do istniejącego stanu wiedzy, a jego podstawą jest analiza publikacji ciągłych (...)”²¹, przegląd raportów wzbogacono o źródła naukowe związane z obszarem e-commerce w Polsce i na świecie. Z uwagi na charakter artykułu, którego obszarem analiz są czasy niepewności, wybrano dwa raporty „E-commerce w Polsce” z lat 2020 i 2022, aby porównać wybrane dane związane z zachowaniami zakupowymi i kierunkami rozwoju rynku sprzedaży elektronicznej na początku wybuchu COVID-19 oraz po dwóch latach funkcjonowania w pandemicznej rzeczywistości. Rynek e-commerce to obszar, który nieustannie się rozwija. Światowa pandemia znacząco wpłynęła na wzrost udziału rynku KEP (kurierów, przesyłek ekspresowych i paczek), który obejmuje firmy świadczące usługi logistyczne oraz pocztowe, definiowane przede wszystkim przez takie czynniki, jak szybkość dostawcy, waga lub wielkość przesyłki. Kryzys geopolityczny (przede wszystkim wojna na Ukrainie) przyczynił się również do ukształtowania nowego typu klienta, którego cechuje większa niepewność jutra, a co za tym idzie, ograniczenia zakupowe/finansowe i wzrost wrażliwości cenowej, a także środowiskowej (świadomość ochrony przyrody, troska o otoczenie, w którym funkcjonuje). Jednakże w pierwszych dniach wojny na Ukrainie można było zauważyć znaczący spadek sprzedaży przez Internet, który jednak teraz się unormował. Dla „konsumenta pandemii” (lub wojny) istotna pozostaje potrzeba bezpieczeństwa zakupów i ich odbioru (np. bezkontaktowa dostawa), którą stymuluje przeniesienie sprzedaży stacjonarnej do strefy online oraz rozwój nowoczesnych platform sprzedażowych (Marketplace, Vinted, Allegro, OLX i inne).

²¹ W. Czakon, *Metodyka systematycznego przeglądu literatury*, „Przegląd Organizacji”, 2011, nr 3, s. 57.

Rysunek 2. E-commerce. Development



Źródło: Euromonitor 2022

Powyższe przykłady (rys.2.) prezentują dużą przestrzeń rynku e-commerce do ekspansji nie tylko lokalnej, ale również globalnej. Należy przede wszystkim zwrócić uwagę na rozwój tego segmentu r/r o prawie 25% (źródło: Euromonitor 2022). Nie bez znaczenia pozostaje również popularność robienia zakupów wśród Polaków przez Internet, która wzrosła do 87% (źródło: Badanie GreScaleStudy). Polska jest krajem, w którym można zaobserwować dynamiczny rozwój tego segmentu gospodarki (ponad 2%) r/r w porównaniu z takimi obszarami, jak USA czy Chiny. Badania pokazują duży potencjał sprzedaży elektronicznej, który marki mogą wykorzystać w komunikacji z klientami, aby lepiej kształtować strategie rozwoju i docierać do większej grupy konsumentów. Szybki wzrost rozwoju rynku *e-commerce* ukształtował trendy rozwojowe, które cały czas zyskują nowe funkcjonalności. Do popularnych można zaliczyć przede wszystkim *q-commerce* związany z pojawieniem się nowych modeli dostaw produktów (dostarczenie e-zakupów w kilkanaście minut od zamówienia) czy *social commerce*, którego celem jest zamknięcie w jednym miejscu całego doświadczenia zakupowego – znalezienia produktu, podjęcia decyzji i realizacji transakcji (Direct to Consumer). Jednak najbardziej powszechnym i widocznym trendem, w różnych obszarach gospodarki, jest „bycie eco”. *Eco-commerce* wiąże się z byciem *eco-friendly*, a więc świadomym konsumentem, który zwraca uwagę na monitorowanie śladu węglowego oraz poziomu jego redukcji. W tym wypadku nie bez znaczenia pozostaje również kierowanie przesyłek kurierskich do punktów handlowych oraz usługowych czy automatów kurierskich, zamiast dostaw na adres prywatny. Takie odbiory lub nadawanie paczek są najbardziej proekologicznymi formami dostaw. Dzięki wyliczeniom

ekspertów z firmy technologicznej Pointpack²², która jest integratorem sieci handlowych oraz firm kurierskich, umożliwiając nadawanie oraz odbieranie przesyłek, szacuje się, że poziom redukcji emisji CO₂ to nawet do 30% na odcinku ostatniej mili. Na każdy milion przesyłek długość trasy kuriera zmniejszy się o 82 tys. km, a ślad węglowy na każdy milion przesyłek zmniejszy się o 13 ton CO₂²³.

Szczególnym źródłem wiedzy o postawach, zwyczajach i motywacjach klientów dokonujących zakupów online są cykliczne raporty naukowo-branżowe, które, badając określoną liczbę respondentów w Polsce, pokazują kierunek rozwoju zachowań konsumentów. W tab. 1. porównano wybrane czynniki związane z zachowaniami zakupowymi klientów, motywacjami do robienia zakupów online oraz problemami, z którymi mogli mierzyć się konsumenci. Oba badania zrealizowano przy pomocy ankiet CAWI (Computer-Assisted Web Interview) na panelu internetowym, a analizie poddane zostały ukończone wywiady pochodzące od 1554 respondentów w roku 2020 (raport „E-commerce w Polsce w 2020”) i 1559 ankietowanych w 2022 r. (raport „E-commerce w Polsce w 2022”) w wieku 15 lat i więcej. Struktura próby została skorygowana przy użyciu wagi analitycznej, tak by odpowiadała strukturze polskich internautów w wieku 15 i więcej lat pod względem kluczowych cech związanych z przedmiotem badania. Przy konstrukcji wagi uwzględniono zmienne społeczno-demograficzne, takie jak: płeć, wiek oraz wykształcenie, a także zmienne związane z szeroko pojętym stylem życia²⁴.

Tabela 1. Zachowania zakupowe klientów w 2020 i 2022 r.

ZACHOWANIA ZAKUPOWE	ROK 2020	ROK 2022
Dokonywanie zakupów online	73% badanych	77% badanych
Kupowanie w polskich e-sklepach	72% badanych	75% badanych
Kupowanie w zagranicznych e-sklepach	30% badanych	32% badanych
CZYNNIKI MOTYWUJĄCE DO ROBIENIA ZAKUPÓW ONLINE	X	X
Dostępność całą dobę	82% badanych	75% badanych
Brak konieczności robienia zakupów stacjonarnie	78% badanych	74% badanych
Nieograniczony czas wyboru/ Atrakcyjniejsze ceny online	72% badanych	67% badanych
PROBLEMY	X	X
Długie oczekiwanie na dostawę	37% badanych	31% badanych
Wysokie koszty dostawy	30% badanych	25% badanych

Źródło: Analiza własna na podstawie raportów „E-commerce w Polsce” w latach 2020 i 2022

²² Spółka w 2022 r. przekroczyła liczbę 55 mln obsługiwanych przesyłek w ponad 16 tys. punktów w całej Polsce (www.pointpack.pl).

²³ Informacje własne. Źródło: Spółka Pointpack SA.

²⁴ Przedstawione dane pochodzą z raportów „E-commerce w Polsce 2020” i „E-commerce w Polsce 2022”.

Różnica między liczbą ukończonych wywiadów respondentów w 2020 i 2022 r. jest prawie niezauważalna (tylko pięć wywiadów więcej w 2022 r.), dlatego porównanie przedstawionych wyników można uznać za miarodajne. Analiza jasno wskazuje na trend wzrostowy związany z dokonywaniem zakupów online wśród polskich konsumentów w czasie pandemii oraz zwiększoną częstotliwością kupowania produktów na polskich platformach sprzedażowych, co jest zgodne z przytoczonymi w artykule innymi badaniami literatury przedmiotu. W 2020 r. więcej respondentów wskazało na fakt braku konieczności robienia zakupów stacjonarnie jako czynnika motywującego do zamawiania produktów online niż w 2022 r. Różnica ta może wynikać z pojawienia się zjawiska *lockdownu* na początku wybuchu pandemii, który w kolejnych latach stopniowo zanikał. Warto zwrócić także uwagę na wyniki związane z długim oczekiwaniem na dostawę oraz wysokimi kosztami dostaw, które wpisały się w problemy e-konsumentów. Wraz z rozwojem rynku e-commerce po 2020 r., zwiększoną częstotliwością zamawiania produktów online oraz usprawnieniem logistyki miejskiej (przewoźnicy, kurierzy), problemy długiego czasu oczekiwania na przesyłkę oraz jej kosztów zgłaszała mniejsza liczba respondentów. To również potwierdza wcześniejsze rozważania, związane z szybką adaptacją przedsiębiorstw do nowej sytuacji sprzedaży i komunikacji marketingowej (transformacja z przestrzeni stacjonarnej do przestrzeni online), a co za tym idzie, zapewnienie klientom wygody i komfortu robienia zakupów.

Nowy klient, nowa komunikacja: podsumowanie

Nowy typ klienta wiąże się z potrzebą zastosowania nowych rozwiązań komunikacyjnych i strategicznych. W obszarze rynku *e-commerce* marki muszą rozwijać usługi *all in one*, dzięki którym będą mogły zwiększyć dostępność, efektywność swoich działań oraz osiągnąć szybkie wzrosty i zyski (efekt skali). Ostatnie miesiące, oparte głównie na kryzysie i niepewności, były dla marek okresem wytężonej pracy z marką i nad marką, który pozwolił zweryfikować:

1. sens i wiarygodność jej misji, która powinna definiować również pozakomercyjny cel jej istnienia;
2. poziom jej empatii, czyli umiejętność wsłuchiwania się w głos konsumentów i rozumienia ich oczekiwań;
3. elastyczność, czyli gotowość przeprowadzania zmian w sytuacjach kryzysowych.

Z kolei w obszarze komunikacji marek z odbiorcami na znaczeniu zyskuje relacyjność. Co ciekawe, badania przeprowadzone przez firmę Alert Media Communications nt. „Kryzysometr 2020. Wpływ pandemii COVID-9 na komunikację największych polskich firm i instytucji” (Alert Media Communication, 2020)²⁵ potwierdziły, że w czasie

²⁵ Kryzysometr – to badanie dotyczące komunikacji kryzysowej wiodących polskich firm, instytucji i organizacji pozarządowych. W specjalnej edycji badania „Kryzysometr – komunikacja w czasach pandemii” wzięto udział 101

pandemii komunikację produktową wspierano lub zastąpiono całkowicie komunikowaniem wartości dla klienta. W badaniu wzięło udział 101 dyrektorów, rzeczników i menedżerów PR polskich firm i organizacji pozarządowych.

„Pandemia koronawirusa pokazała, jak ważne są działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Każdy inny rodzaj komunikacji i promocji niesie dziś ze sobą wiele ryzyk wizerunkowych, które potęgują trudne do przewidzenia reakcje klientów w mediach społecznościowych. Największe firmy zaangażowały się we wsparcie walki z COVID-19, wytyczając nową ścieżkę w komunikacji. Dziś klienci oczekują działań prospołecznych o niebiznesowym charakterze. Ich realizacja w kontekście dotarcia do klientów to jednak za mało, potrzebna jest szeroko kanałowa komunikacja tego typu inicjatyw”²⁶.

Istotne jest to, że aż 96% badanych firm i instytucji zmieniło swoją komunikację w związku z pandemią. Przegląd i analiza materiałów źródłowych wykazały, że rozwój rynku *e-commerce* stale rośnie, dlatego konieczne jest prowadzenie dalszych badań w tym obszarze, które dostarczą nowej wiedzy na temat zachowań konsumenckich, budowania komunikacji marek z klientami oraz kierunków rozwoju przestrzeni społeczno-gospodarczej, ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju przedsiębiorstw poprzez wdrażanie nowych usług. W tym miejscu należy podkreślić, że marki zawsze były i będą narzędziem do realizacji celów biznesowych. Jednakże, wsłuchując się w głos współczesnych odbiorców, powinny oferować nie tylko dobry produkt, ale być przede wszystkim aktualne kulturowo. Dzięki tej postawie, zarówno lokalnie jak i globalnie, będą mogły prowadzić dialog oparty na przekazie wartości, a w konsekwencji budować trwałe relacje i przywiązanie konsumentów.

Bibliografia

- Buczkowski B., Dorożyński T., Kuna-Marszałek A., Serwach T., Wieloch J., *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Studia przypadków firm międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 2016.
- Berry L., *Relationship Marketing*, [w:] L. Berry, G.L. Shostack, G.D. Upah, *Emerging Perspectives on Services Marketing*, American Marketing Association, Chicago 1983, s. 26.
- Chung, L.H., *Impact of pandemic control over airport economics: reconciling public health with airport business through a streamlined approach in pandemic control*, [w:] „J. Air Transport. Manag.”, 44-45, 2015.
- Czajkowska A., *Wpływ pandemii COVID-19 na działania CSR podejmowane przez przedsiębiorstwa*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie”, 2021, nr 3(987).
- Czakon W., *Metodyka systematycznego przeglądu literatury*, „Przegląd Organizacji”, 2011, nr 3.
- „E-commerce w Polsce 2020” – raport.
- „E-commerce w Polsce 2022” – raport.
- Griffin R., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1996.
- Hudecheck, M., Sirén, C., Grichnik, D., Wincent, J.: *How Companies Can Respond to the Coronavirus*, „MIT Sloan Management Review”, 2020, vol. 9.
- Kaczmarek-Słowińska M., *Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się*, Difin, Warszawa, 2015.
- Kall J., *Silna marka. Istota i kreowanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2001.
- Karczewska M., *Determinanty zachowań konsumentów na rynku*, [w:] „Materiały V Krakowskiej Konferencji Młodych Uczonych, Sympozja i Konferencje KKMU”, 5, Kraków 2010.

specjalistów, managerów i dyrektorów komunikacji oraz rzeczników prasowych. Badanie przeprowadziła agencja Alert Media Communications specjalizująca się w komunikacji antykryzysowej i strategicznym PR. Zostało ono zrealizowane w dniach 6-17 kwietnia 2020 r.

²⁶ *Ibidem*, s. 9.

- Kotnis M., *Modele zarządzania ryzykiem w warunkach niepewności*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 2014, nr 65.
- Olszanecka-Marmola A., *Techniki perswazyjne w telewizyjnych reklamach sieci sklepów spożywczych, firm telekomunikacyjnych oraz banków w początkowej fazie pandemii COVID-19*, „Zarządzanie Mediami”, 2021, nr 9(2).
- Otto J., *Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2001.
- Raport Shopper, „Handel vs koronawirus – jak sprzedaż przeniosła się do internetu” (23.03.2020). *ResearchGreScaleStudy - 4th wave*, (2.09.2022, report pdf), 2021.
- Rudnicki L., *Zachowania konsumentów na rynku*, Warszawa, 2012, s.36, 65.
- Soto-Acosta P., *COVID-19 Pandemic: Shifting Digital Transformation to a High-Speed Gear*, [in:] „Information Systems Management”, 2020, vol. 37
- Taleb, N. *Foiled by Randomness: The Hidden Role of Chance in Life and in the Markets*, Random House and Penguin, New York, 2005.

Brand Communication in Times of Uncertainty. The Impact of the Pandemic on Online Purchasing Behavior and e-commerce Market Trends. Selected Aspects

Summary

Every day brands make strategic decisions to build their image and create a communication space with their customers. Contemporary crises, such as pandemic or war, have forced many changes and encouraged new attitudes in order to function efficiently in conditions of uncertainty. These changes have led to the emergence of a new type of customer who makes use of modern e-commerce market trends and shopping methods more frequently. This article presents selected aspects of brand communication in conditions of uncertainty induced by the COVID-19 pandemic. The main purpose of the article is to review and analyze selected current reports and research articles on the development of the e-commerce market and changes in online shopping behavior in times of uncertainty. An in-depth presentation of the subject area can provide an introduction to further, detailed research to determine how stable the trends that have emerged during the pandemic are.

Keywords: war, pandemic, crisis, uncertainty, communication, information management, marketing, e-commerce

Agata Marcinkowska¹**Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska**

ORCID ID: 0009-0008-1230-3427

e-mail: agamar6@st.amu.edu.pl

Adam Tomaszewski**Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska**

ORCID ID: 0009-0006-9765-6322

e-mail: adatom4@st.amu.edu.pl

Protection of Minors from Accessing Inappropriate Content on the Internet: A Comparison of the Solutions Provided in Draft Law Number UD451 and those Adopted in Other Selected Countries

**Ochrona małoletnich przed dostępem do treści nieodpowiednich w internecie:
porównanie rozwiązań przewidzianych w projekcie ustawy o numerze UD451
i innych wybranych państwach**

ABSTRAKT

Niniejszy artykuł stanowi analizę zagadnienia ochrony małoletnich przed dostępem do treści nieodpowiednich w internecie, ze szczególnym uwzględnieniem rozwiązań przewidzianych w tym zakresie w treści przedstawionego przez polskie Ministerstwo Cyfryzacji projektu ustawy o numerze UD451. Niewątpliwie, dotychczasowe skutki dokonanej w szczególności w ostatnich latach rewolucji cyfrowej stały się źródłem nowego rodzaju wyzwań i problemów. Upowszechnienie dostępu do Internetu, które na początku XXI w. umożliwiło realizację nieosiągalnych dotychczas celów, stanowiąc zaczęło zagrożenie na wielu płaszczyznach, zwłaszcza dla najmłodszych użytkowników niemających dostatecznie rozbudowanej świadomości na temat niebezpieczeństw płynących z nieograniczonego dostępu do Internetu. Przeprowadzone dotychczas badania naukowe potwierdzają tezę, że większość treści publikowanych w internecie jest nieodpowiednia dla małoletnich i mogą one destrukcyjnie wpływać na ich rozwój. Argument ten spowodował, że stopniowo dostrzegać zaczęto potrzebę wprowadzenia konstrukcji służącej prawnej regulacji rzeczonego zagadnienia i w rezultacie stał się on głównym założeniem przedmiotowego projektu. Ze względu jednak na jego szeroką krytykę zasadne wydaje się przedstawienie zaproponowanych rozwiązań w zestawieniu z instrumentami skutecznymi w tym zakresie w innych wybranych państwach, co przyczynić może się z kolei do pełniejszego zrozumienia analizowanego problemu i zapewnienia realnej ochrony małoletnich.

SŁOWA KLUCZOWE: Internet, ochrona małoletnich, rewolucja cyfrowa, treści nieodpowiednie

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 12.06.2023; data zatwierdzenia tekstu do druku: 26.06.2023 ; data publikacji: 30.06.2023.

Introduction

In October 2022 conference, the Polish Minister of Family and Social Policy, the Government Representative for Cybersecurity, the Undersecretary of State in the Ministry of Family and Social Policy, the President of the Family Council and the National Research Institute (NASK) presented a draft bill on the protection of minors from accessing inappropriate content on the Internet. The list of legislative and programmatic work of the Council of Ministers published on the government's website outlines the main assumptions of the project as well as the reasons and needs for the anticipated solutions. These assumptions are primarily based on data from previous studies on the availability of pornographic content to minors, the impact of this type of content on adolescence and the effects that can also be seen after minors have reached puberty.

There is no doubt that access to the Internet has increased significantly in recent years, leading to improved and more efficient performance of a wide range of daily activities among various social groups. Along with pragmatic use, the Internet is also used for entertainment purposes. As a result, new applications and online platforms are emerging on an almost continuous basis which young people are increasingly willing to use. It is important to note that web is a useful and versatile tool that offers relevant information in a digital form. However, the web also poses a threat not only because of the risk of developing Internet addiction disorder, but, above all, because of the content that is published there. While adults who possess a degree of social intuition are able to recognise lurking threats, minors are more prone to becoming victims of various scams, manipulations and dangers². Scientific research confirms that most of the content published on the Internet is inappropriate for minors and can have a destructive effect on their development³. The drafter believes that the need for appropriate legal regulations in this area arises in particular due to the prevalence of pornography, which is one of the main factors destabilising the psyche of young people by presenting an image of sexuality and gender roles that does not correspond to reality. The drafter also believes that the various information campaigns targeting both parents and children that were previously implemented are not sufficiently effective and have to be supported by specific technical and organisational tools.

The purpose of this study is to analyze the issue of protecting minors from accessing inappropriate content on the Internet, with particular emphasis on the solutions provided in this regard in the content of the Draft Law Number UD451 presented by the Polish Ministry of Digital Affairs. Moreover, it seems reasonable to discuss the proposed solutions in comparison with the instruments adopted by

² R. Krajewski, *Pozorna prawnokarna ochrona małoletnich przed pornografią dostępną w cyberprzestrzeni*, [in:] *Prawne aspekty cyberprzestrzeni*, A. Bułat, D. Jaroszewska-Choraś et al. (eds.), Kazimierz Wielki University, Bydgoszcz 2020, p. 121.

³ NASK Report "Nastolatki wobec pornografii cyfrowej", <https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/5077,Raport-Nastolatki-wobec-pornografii-cyfrowej.html> (15.06.2023), referred to here as the NASK Report.

other selected countries, which may contribute to a fuller understanding of the analyzed problem and ensuring real protection of minors.

In order to fully explore this topic, it is justified to present the solutions implemented in this respect in countries that set standards when it comes to the characteristics of democratic systems. Undoubtedly, a special role in this regard should be attributed to countries such as France, Germany, Great Britain or the United States of America whose instruments to protect minors online have proved to be effective and, at the same time, have not posed a significant threat to individual rights and freedoms. It seems that these solutions can be a model for other countries which strive to ensure adequate protection in this respect while eliminating various types of threats, including privacy threats.

The Polish Draft Act on the Protection of Minors from Exposure to Inappropriate Content on the Internet

The Draft Act mainly provides instruments that oblige “providers of publicly available telecommunication services that provide access to the Internet”⁴ to take specific measures to protect minors from accessing inappropriate content. These include but are not limited to:

- introducing a free, effective and easy-to-use mechanism for blocking access to pornographic content on the Internet⁵,
- undertaking promotional activities to make subscribers aware of the possibility of using a service that blocks access to pornographic content on the Internet⁶,
- preparing a report on the undertaken actions to inform the subscribers about the possibility of blocking access to pornographic content on the Internet⁷.

It should be noted that the proposed solutions also impose obligations on other specified entities, including those whose activity involves, for example, enabling the use of a public telecommunications network via a local radio network and for whom this is an additional activity. Entrepreneurs meeting the above criteria are obliged to prevent users of this network from accessing websites containing pornographic content unless it is technically impossible or when the end user is an adult whose age has been verified by this entrepreneur⁸. However, this provision does not apply to micro-entrepreneurs⁹.

⁴ Draft Act on the Protection of Minors from Access to Inappropriate Content on the Internet, Website of the Republic of Poland, <https://www.gov.pl/web/premier/projekt-ustawy-o-ochronie-maloletnich-przed-dostepem-do-tresci-nieodpowiednich-w-internecie> (15.06.2023), hereinafter referred to as the Draft Act on the Protection of Minors from Access to Inappropriate Content on the Internet.

⁵ *Ibid.*, Articles 3(1).

⁶ *Ibid.*, Article 7.

⁷ *Ibid.*, Article 9.

⁸ *Ibid.*, Article 1(2), Article 10(1).

⁹ *Ibid.*, Article 10(3).

The content of the proposed Draft Law also entitles the Minister responsible for informatisation to inspect if Internet service providers comply with the provisions of the Draft Law and to impose fines if the Internet service providers fail to comply with statutory obligations¹⁰. The Draft Law also states that the President of the Office of Electronic Communications, at the request of the Minister responsible for informatisation, is obliged to support inspection activities, for example, by providing the necessary information on revenue¹¹.

The Draft Act is based on the assumption that the subscriber will be allowed to request the Internet provider to restrict access to pornographic content both from the commencement date of the provision of telecommunications services and during the term of the contract¹². The provider will be then required to enable the subscriber to use the service within one business day if the subscriber has made such a request. However, when such a request is submitted prior to the commencement of services specified in the contract, it is necessary to enable the service of limiting access to pornographic content on the Internet within one business day of the commencement of the telecommunications services¹³. The subscriber will be allowed to opt out from this type of blocking function only when they confirm their identity in person at the telecommunications service provider's office building or in documentary form by means of a specially generated password or by uninstalling the function that blocks access to websites containing pornographic content on the Internet. That process ought to be preceded by the authentication method specified by the Internet access service provider in the regulations¹⁴.

The Draft Act provides further information on fines imposed on the telecommunications service provider for failure to comply with the obligation to provide services restricting access to pornographic content and with other provisions of the Act, such as undertaking promotional activities. The fines are due to be imposed on individual entities by way of a decision of the Minister in the amount of up to 1% of the fined entity's revenue generated in the previous calendar year, however, not exceeding PLN 1,000,000¹⁵ or up to PLN 15,000 if the entity has not recorded revenue in excess of PLN 500,000 in the previous calendar year preceding the year in which the fine is imposed¹⁶.

¹⁰ *Ibid.*, Article 11, 15(1).

¹¹ *Ibid.*, Article 14.

¹² *Ibid.*, Article 4(1).

¹³ *Ibid.*, Article 4(2).

¹⁴ *Ibid.*, Article 5(2).

¹⁵ *Ibid.*, Article 17(2).

¹⁶ *Ibid.*, Article 17(3).

France

France has been struggling with the problem of minors» access to pornographic content published online. The key role in this struggle has played Marie Mercier, a member of the legislative committee of the French Senate¹⁷. On 7 February 2018, the committee published Report No. 289¹⁸ which mainly focused on proposals for legislative solutions that could help combat and prevent sexual violence against minors. It emphasised the key role of sex education at the educational and care giving as well as national level¹⁹. At the same time, the report warned that due to the evolution of technology, sexual violence was taking new forms that were increasingly falling beyond the framework of the statutory regulations²⁰.

The 2018 debate resulted in another report by the Senate committee, which contained specific proposals to amend the Act on the Protection of Victims of Domestic Violence²¹. Article 11 of the report emphasises that the current regulation of the Criminal Code (Article 227-24)²² can theoretically result in the provider of pornographic content being held liable, but it does not describe precautions in a sufficiently precise manner that would prevent minors²³ from accessing such content. In the committee»s view, verifying the age of website users based on their own declaration of age is far from effective. The explanatory memorandum notes that it may prove to be a serious obstacle to adapt national legislation to the actual location of entities, distributing pornographic content as they are mainly registered abroad, often in tax havens, which makes judicial cooperation extremely difficult²⁴. Another difficulty that requires more attention is the possible solution of verifying the age of online users that may constitute an interference with the protection of the personal data of the recipients of online transmission. Using the example of legislative attempts in the UK in 2017-2019, the Senate committee admitted that finding a consensus on that matter would not be easy.

The efforts of the legislative Senate committee to amend the law against domestic violence were rewarded²⁵. On 30 July 2020, the French President, Emmanuel Macron, signed an amendment to the law, to which, in its revised wording, Article 23 was

¹⁷ N. Bernaciak, *Możliwe kierunki ochrony małoletnich przed dostępem do treści pornograficznych w Internecie na przykładzie wybranych państw zachodnich*, https://ordoiuris.pl/sites/default/files/inline-files/Ochrona_przed_pornografia%CC%A8_-_wybrane_pan%CC%81stwa.pdf (15.06.2023), p. 15.

¹⁸ Rapport d'information. Protéger les mineurs victimes d'infractions sexuelles, N° 289 (2017-2018), <http://www.senat.fr/rap/r17-289/r17-2891.pdf> (15.06.2023), p. 61 point 2.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*, p. 24(2).

²¹ N. Bernaciak, *op. cit.*, p. 16.

²² Code pénal, Article 227-24, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070719/LEGI-SCTA000043405084/?anchor=LEGIARTI000044394218#LEGIARTI000044394218 (15.06.2023).

²³ Rapport sur la proposition de loi, adoptée par l'Assemblée nationale après engagement de la procédure accélérée, visant à protéger les victimes de violences conjugales, N° 482 (2019-2020), <https://www.senat.fr/rap/l19-482/l19-4821.pdf> (15.06.2023), p. 62 article 11.

²⁴ *Ibid.*, p. 64.

²⁵ N. Bernaciak, *op. cit.*

added that extended the powers of the President of the Supreme Audiovisual Council (Conseil supérieur de l'audiovisuel, CSA)²⁶. Under the new regulation, if an entity whose activity involves, for example publishing pornographic content by means of online public communication, is found to allow minors to access such content, the President of the Council may issue an order to the said entity to take all measures to prevent access to the content in question by certain recipients. Upon the receipt of a summons from the CSA, the provider has 15 days to respond to the allegations. The law gives the President the power to take action *ex officio* or at the request of the prosecutor²⁷.

The application of the new legislation is defined in detail in a Decree of 7 October 2021 by the Prime Minister Jean Castex, based on the positive opinion of the Electronic Communications Regulatory Authority (Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse, ARCEP) of 11 May 2021²⁸. This Decree empowers the CSA to adopt guidelines on the reliability of the technical processes in order to effectively verify the age of the users of online services²⁹. Furthermore, this law specifies that if a court announces a decision to block access to a website containing inappropriate content for minors, the distributors, as defined in the law, are required to verify the age of users by all appropriate means, in particular the Domain Name System (DNS). In this case, the address in question will redirect users to the website of the Superior Audiovisual Council where the reasons for blocking³⁰ will be stated. It should be noted that the President of the CSA has already used the powers conferred on him in December 2021, obligating the five largest online platforms that provide pornographic content in France to apply specific measures to prevent minors from accessing their content³¹.

On 8 March 2022, the newly created Authority for the Regulation of Audiovisual and Digital Communications (Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et numérique, ARCOM), which includes the Supreme Audiovisual Council (CSA), requested the President of the Paris Court to order France's main Internet providers to block access to websites publishing pornographic content that have not addressed the allegations within the statutory deadline³². In September 2022, the first hearings were held, followed by mediation between the parties.

²⁶ LOI n° 2020-936 du 30 juillet 2020 visant à protéger les victimes de violences conjugales (1) art. 23, <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000042176652/> (15.06.2023).

²⁷ *Ibid.*

²⁸ N. Bernaciak, *op. cit.*, p. 17.

²⁹ Décret n° 2021-1306 du 7 octobre 2021 relatif aux modalités de mise œuvre des mesures visant à protéger les mineurs contre l'accès à des sites diffusant un contenu pornographique, <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000044173388> (15.06.2023), art. 3.

³⁰ *Ibid.*, Article 5.

³¹ *Contrôle de l'âge des mineurs: cinq sites mis en demeure de mettre en place des dispositifs adaptés pour répondre à leurs obligations légales*, <https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Contrôle-de-l-âge-des-mineurs-cinq-sites-mis-en-demeure-de-mettre-en-place-des-dispositifs-adaptés-pour-repondre-a-leurs-obligations-legales> (15.06.2023).

³² *Accès des mineurs aux sites pornographiques: Saisine du président du tribunal judiciaire de Paris*, <https://www.arcom.fr/larcom/presse/acces-des-mineurs-aux-sites-pornographiques-saisine-du-president-du-tribunal-judiciaire-de-paris> (15.06.2023).

In November 2022, the French President, Emmanuel Macron, appointed a dedicated team of experts to look into effective methods of restricting access to certain content on the Internet. The team is composed of the largest companies in the telecommunications industry³³.

Although the proposed solutions appear to be feasible in legislative terms, they are approached with scepticism by those who are involved in their practical, day-to-day application. Michel Combot, Director General of the French Telecommunications Federation (FFT), stresses that ICT service providers will only be able to take first steps after the final court decision. He also notes that blocking inappropriate content by operators is not an effective method due to the possibility of bypassing it through the use of VPNs³⁴.

Another method under consideration for verifying the age of users concerns scans of ID cards. Florent Laboy, Deputy Director of the Digital Regulation Knowledge Centre (PEReN), explains that in order to avoid the collection of sensitive data by pornographic websites, this procedure would have to involve redirecting to another website for age verification. Once authorisation is successful, an access code is generated to the chosen website³⁵.

According to the plan announced by the French Minister of Digitalisation, Jean-Noel Barrot, France is expected to be the first country to introduce a “digital certificate” for users wishing to access pornographic content on their devices. To do so, a special government application will have to be installed which will enable its users to undergo age verification. Since the technical details of the certification process are not yet known, the French government announced the introduction of this solution in late 2023³⁶.

Germany

On 10 September 2002, all German states signed the Treaty on the Protection of Human Dignity and Minors in Broadcasting and in Telemedia (Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien, JMStV), whose main objective is to provide minors with protection from access to unsuitable content³⁷. Upon the said Treaty, the Federal Committee for the

³³ Laboratory for Childhood Protection Online Charter, <https://www.elysee.fr/en/emmanuel-macron/2022/11/10/laboratory-for-childhood-protection-online-charter> (15.06.2023).

³⁴ *Blocage de sites pornographiques: « La procédure est complexe », reconnaît l'Arcom devant le Sénat*, <https://www.publicsenat.fr/article/parlementaire/blocage-de-sites-pornographiques-la-procedure-est-complexe-reconnait-l-arcom> (15.06.2023).

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *France to force pornography viewers to prove their age with a 'digital certificate'*, <https://dnyuz.com/2023/02/06/france-to-force-pornography-viewers-to-prove-their-age-with-digital-certificate/> (15.06.2023).

³⁷ Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV), https://www.kjm-online.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/JMStV_gaend._durch_19._RAESTV.pdf (15.06.2023), further Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV.

Protection of Young People in the Media (Kommission für Jugendmedienschutz, KJM)³⁸ started to perform its activities on 1 April 2003. Its competences mainly include the evaluation and supervision of content provided by institutions and companies, including foreign companies, with respect to the JMStV agreement. The KJM also scrutinises self-regulatory systems built by broadcasters to determine whether they comply with and complement the regulations on the protection of minors³⁹. Furthermore, the Committee acts as a review and approval body of technologies for blocking and encrypting inappropriate content⁴⁰. The KJM also regularly conducts and publishes research papers on the protection of minors from inappropriate content⁴¹.

German legislation focuses its efforts on restricting minors' access to inappropriate content online primarily by imposing a series of obligations on distributors of pornographic content rather than Internet providers⁴². On 5 June 2020, the NJM took part in three proceedings against major websites registered in Cyprus that provided pornographic content. The Committee's main demand was to develop a more reliable age verification system. In a judgment of 30 November 2021, the Düsseldorf Administrative Court ruled that the entities in question violated German law by failing to implement measures to effectively control audience access to the content they made available⁴³. The Committee expressed a positive opinion on the judgment, stating that there were various effective methods of age verification available. It emphasised that technological developments should be in tandem with the use of modern tools that prove effective in combating access to inappropriate content by minors. One of the suggested solutions, not in widespread use yet, was to block access to certain content at ISP level. In early 2022 a decision was made to test the proposed solution in practice. The state media authority in North Rhine-Westphalia requested the operators of the five largest ISPs in Germany to block access to one of the largest pornographic websites which failed to verify the age of the user in line with the standards of German law⁴⁴.

The proposal has been heavily criticised by both Internet providers and pornographic websites. According to a spokesperson of an adult content website that is currently subjected to investigation, the proposed solution is far from adequate. Blocking access to the largest providers of pornographic content will not protect minors from actual

³⁸ *Ibid.*, §14(2).

³⁹ N. Bernaciak, *op. cit.*, p. 18.

⁴⁰ Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV, Article 16(6).

⁴¹ *Expertin: Konsum von Online-Pornografie ist für Kinder „eine Art von Missbrauch“*, <https://www.kjm-online.de/service/pressemitteilungen/meldung/expertin-konsum-von-online-pornografie-ist-fuer-kinder-eine-art-von-missbrauch> (15.06.2023).

⁴² Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV) in der Fassung des Zweiten Staatsvertrages zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge, https://www.kjm-online.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/JMStV_geaend._durch_2._MStV-AendStV.pdf (15.06.2023).

⁴³ N. Bernaciak, *op. cit.*, p. 19.

⁴⁴ *GVK begrüßt Vorgehen der Kommission für Jugendmedienschutz gegen Porno-Portal*, <https://www.die-medienanstalten.de/service/pressemitteilungen/meldung/gvk-begruesst-vorgehen-der-kommission-fuer-jugendmedienschutz-gegen-porno-portal> (15.06.2023).

access but will only encourage them to seek similar entertainment on other, less well-known and, consequently, less safe websites. According to Telecom Operators, such as Vodafone and Telekom de, the website blocking orders imposed on some websites by the German authorities are so legally imprecise that they shall be analysed in depth. In addition, restricting access to certain websites within a particular country appears to be ineffective and easy to bypass by means of VPNs, a service that young Internet users are familiar with.

When considering the proposed technical solutions with respect to Polish legislation, a strong emphasis is placed on balancing age verification with the protection of sensitive data. The compilation of real personal data combined with users' sexual preferences may significantly violate the constitutional right to secrecy of telecommunications⁴⁵.

United States of America

There is no doubt that in order to analyse the issue of protecting minors from inappropriate content in detail, it is also necessary to consider the regulations applied with regard to the problem at hand in the United States. State legislation plays a special role in the US as the legal situation in this regard differs from state to state. The first solutions were implemented in Utah, where a law which was passed in March 2021 ordered that any smartphone or tablet sold in the state and manufactured from 1 January 2022 onwards, when activated in the state, should automatically enable a filter capable of blocking material that is harmful to minors⁴⁶. A draft law containing a similar solution was also proposed in Arizona, but it was ultimately not enacted⁴⁷.

The aforementioned legislation develops a growing awareness of pornography as a public health threat, warranting a large-scale public debate on the issue. While pornography does not generate direct consequences in terms of mortality or acute morbidity for a significant part of the population, it undoubtedly causes other mental health problems, including sexual violence or sexually transmitted infections⁴⁸.

In this context, the legislation relating to the protection of minors from access to inappropriate content on the Internet in the United States, which is the result of a cross-party agreement, namely the Stop Internet Sexual Exploitation Act (SISEA), should be given priority⁴⁹. Its main idea is to introduce an obligation to send a website that provides pornographic content a confirmation of the adulthood of all persons appearing in the material and their written consent to share this material every single time. The draft law has been considered by the Senate in two readings

⁴⁵ Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Article 10(1), <https://www.bundestag.de/gg> (15.06.2023).

⁴⁶ Utah HB72 Device Filter Amendments, <https://trackbill.com/bill/utah-house-bill-72-device-filter-amendments/1959365/> (15.06.2023).

⁴⁷ Bill History for HB2115, <https://apps.azleg.gov/BillStatus/BillOverview/76502> (15.06.2023).

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ Stop Internet Sexual Exploitation Act, <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/5054> (15.06.2023).

so far, before being referred to the Committee on Trade, Science and Transport on 17 December 2020. It was scheduled to be tabled again in January 2021. However, due to criticism from the most popular pornographic websites, it was never proceeded.

The Sexual Exploitation Lawsuits programme whose objective is to provide protection from access to inappropriate content on the Internet also constitutes an interesting solution implemented in the United States. Although not strictly legal in nature, it guarantees that the rights of, among others, those harmed by too easy access to pornographic content are asserted through civil lawsuits⁵⁰. One of the most high-profile cases under this programme is John Doe v. Twitter case⁵¹, in which the allegations were based on Twitter's violation of the Federal Sex Trafficking Act by, among other things, failing to report child sexual abuse material, disseminating child pornography and related personal damage.

Great Britain

First regulations related to the issue in question appeared in the UK in 2010, when the Digital Economy Act 2010⁵² came into force. It addressed media policy issues related to digital media, including copyright infringement, Internet Domain Names, Channel 4 media content, local radio and video games. Over time, however, further problematic issues directly related to this type of media have emerged, and it seemed necessary to enact a law that would supplement the earlier bill in this regard. Thus, in July 2016, the Culture Secretary, John Whittingdale, proposed the Digital Economy Act 2017⁵³ to Parliament, the main idea of which was to require Internet service providers to use filters to block any websites containing adult content in a way that would prevent minors from reading it. The draft bill further called for banning extreme pornography regardless of age and establishing an age-verification regulator that would provide guidelines on how pornographic websites operating on a commercial basis should verify the age of users. Under the proposed legislation, the regulator would, at the same time, have the power to impose penalties on anyone evading the regulations at hand. These would include a fine of up to GBP 250,000 (or up to 5% of turnover), injunctions to stop certain activities or website blocking when websites would not comply with the requirements. This bill has been in force since 27 April 2017.

The aforementioned law contains quite detailed regulations in the area in question, but it still has not met the expectations as to the degree of effectiveness of the instruments introduced. Consequently, in 2021, the UK government presented

⁵⁰ National Center on Sexual Exploitation Law Center, <https://sexualexploitationlawsuits.com> (15.06.2023).

⁵¹ John Doe v. Twitter, https://endsexualexploitation.org/wp-content/uploads/Doe-v-Twitter_1stAmndComplaint_Filed_040721.pdf (15.06.2023).

⁵² Digital Economy Act 2012, <https://bills.parliament.uk/bills/544> (15.06.2023).

⁵³ Digital Economy Act 2017, <https://bills.parliament.uk/bills/1859> (15.06.2023).

the Online Safety Bill⁵⁴. This Bill introduces more far-reaching solutions than the existing legislation, mostly because all websites sharing pornography on the Internet fall under the scope of regulation. Under the proposed legislation, providers of such content would be required to implement effective technology to verify the age of users in a way that would prevent accessing inappropriate content by anyone under the age of 18. However, the draft bill has provoked wide-ranging debate among various communities involved in the problem at hand and is currently stuck at the committee stage in the House of Lords after two readings.

Conclusion

There is no doubt that the access of minors to inappropriate online content is a very topical problem that legislators in most well-developed countries have to face. Widespread access to the Internet, which at the start of the 21st century made hitherto unattainable goals achievable, now poses a threat on many levels, especially to its youngest users who do not have a sufficiently developed awareness of the dangers of unrestricted access to the web.

The legal and technical solutions intended to restrict the free movement of minors in the online space, as presented in this article, have many features in common. Legislators in all countries are striving to respond to the problem described above in a multidimensional manner, not only by taking punitive action against the providers of pornographic content, but also by developing technical mechanisms that will require national telecommunications network distributors to scrupulously filter the available content through their lines under pain of appropriate legal sanctions. No legislator has so far managed to propose a solution that could be considered sufficiently satisfactory while keeping in mind the financial constraints of Internet providers.

In addition, in the proposed technical measures, the drafters must consider the legislation already in force, namely the GDPR in European Union countries and analogous laws in other countries. The protection of Internet users' personal data is now one of the major barriers to effectively restricting access to inappropriate content by a specific audience. Addressing this matter with due diligence is essential for subscribers' security while guaranteeing their constitutional freedom.

⁵⁴ Online Safety Bill, <https://bills.parliament.uk/bills/3137#timeline> (15.06.2023).

Bibliography

Krajewski R., *Pozorna prawnokarna ochrona małoletnich przed pornografią dostępną w cyberprzestrzeni*, [in:] *Prawne aspekty cyberprzestrzeni*, A. Bułat, D. Jaroszevska-Choraś et al. (eds.), Kazimierz Wielki University, Bydgoszcz 2020, p. 121-132.

Online references

Accès des mineurs aux sites pornographiques: Saisine du président du tribunal judiciaire de Paris, <https://www.arcom.fr/larcom/presse/acces-des-mineurs-aux-sites-pornographiques-saisine-du-president-du-tribunal-judiciaire-de-paris> (15.06.2023).

Bernaciak N., *Możliwe kierunki ochrony małoletnich przed dostępem do treści pornograficznych w Internecie na przykładzie wybranych państw zachodnich*, https://ordoiuris.pl/sites/default/files/inline-files/Ochrona_przed_pornografia%CC%A8_-_wybrane_pan%CC%81stwa.pdf (15.06.2023).

Bill History for HB2115, <https://apps.azleg.gov/BillStatus/BillOverview/76502> (15.06.2023).

Blocage de sites pornographiques: « La procédure est complexe », reconnaît l'Arcom devant le Sénat, <https://www.publicsenat.fr/article/parlementaire/blocage-de-sites-pornographiques-la-procedure-est-complexe-reconnait-l-arcom> (15.06.2023).

Contrôle de l'âge des mineurs: cinq sites mis en demeure de mettre en place des dispositifs adaptés pour répondre à leurs obligations légales, <https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Controle-de-l-age-des-mineurs-cinq-sites-mis-en-demeure-de-mettre-en-place-des-dispositifs-adaptes-pour-repondre-a-leurs-obligations-legales> (15.06.2023).

Expertin: Konsum von Online-Pornografie ist für Kinder „eine Art von Missbrauch“, <https://www.kjm-online.de/service/pressemitteilungen/meldung/expertin-konsum-von-online-pornografie-ist-fuer-kinder-eine-art-von-missbrauch> (15.06.2023).

France to force pornography viewers to prove their age with a 'digital certificate', <https://dnyuz.com/2023/02/06/france-to-force-pornography-viewers-to-prove-their-age-with-digital-certificate/> (15.06.2023).

GVK begrüßt Vorgehen der Kommission für Jugendmedienschutz gegen Porno-Portal, <https://www.die-medienanstalten.de/service/pressemitteilungen/meldung/gvk-begruesst-vorgehen-der-kommission-fuer-jugendmedienschutz-gegen-porno-portal> (15.06.2023).

John Doe v. Twitter, https://endsexualexploitation.org/wp-content/uploads/Doe-v-Twitter_1stAmnd-Complaint_Filed_040721.pdf (15.06.2023).

Laboratory for Childhood Protection Online Charter, <https://www.elysee.fr/en/emmanuel-macron/2022/11/10/laboratory-for-childhood-protection-online-charter> (15.06.2023).

NASK Report "Nastolatki wobec pornografii cyfrowej", <https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/5077,Raport-Nastolatki-wobec-pornografii-cyfrowej.html> (15.06.2023).

National Center on Sexual Exploitation Law Center, <https://sexualexploitationlawsuits.com> (15.06.2023).

Rapport d'information. Protéger les mineurs victimes d'infractions sexuelles, N° 289 (2017-2018), <http://www.senat.fr/rap/r17-289/r17-2891.pdf> (15.06.2023), p. 61 point 2.

Rapport sur la proposition de loi, adoptée par l'Assemblée nationale après engagement de la procédure accélérée, visant à protéger les victimes de violences conjugales, N° 482 (2019-2020), <https://www.senat.fr/rap/l19-482/l19-4821.pdf> (15.06.2023), p. 62 article 11.

Legal acts

Code pénal, Article 227-24, https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070719/LEGISCTA000043405084/?anchor=LEGIARTI000044394218#LEGIARTI00004439421 (15.06.2023).

Décret n° 2021-1306 du 7 octobre 2021 relatif aux modalités de mise œuvre des mesures visant à protéger les mineurs contre l'accès à des sites diffusant un contenu pornographique, <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000044173388> (15.06.2023).

Digital Economy Act 2012, <https://bills.parliament.uk/bills/544> (15.06.2023).

Digital Economy Act 2017, <https://bills.parliament.uk/bills/1859> (15.06.2023).

Draft Act on the Protection of Minors against Access to Inappropriate Content on the Internet, Website of the Republic of Poland, <https://www.gov.pl/web/premier/projekt-ustawy-o-ochronie-małoletnich-przed-dostepem-do-tresci-nieodpowiednich-w-internecie> (15.06.2023).

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, <https://www.bundestag.de/gg> (15.06.2023).
LOI n° 2020-936 du 30 juillet 2020 visant à protéger les victimes de violences conjugales (1) art. 23, <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000042176652/> (15.06.2023).
Online Safety Bill, <https://bills.parliament.uk/bills/3137#timeline> (15.06.2023).
Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV), https://www.kjm-online.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/JMStV_gaend._durch_19._RAESTV.pdf (15.06.2023).
Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV) in der Fassung des Zweiten Staatsvertrages zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge, https://www.kjm-online.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/JMStV_gaend._durch_2._MStV-AendStV.pdf (15.06.2023).
Stop Internet Sexual Exploitation Act, <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/5054> (15.06.2023).
Utah HB72 Device Filter Amendments, <https://trackbill.com/bill/utah-house-bill-72-device-filter-amendments/1959365/> (15.06.2023).

Protection of Minors from Accessing Inappropriate Content on the Internet: A Comparison of the Solutions Provided in Draft Law Number UD451 and those Adopted in Other Selected Countries

Summary

The purpose of this study is to analyze the topic of protecting minors from accessing inappropriate content on the Internet, with particular emphasis on the solutions provided in this regard in the content of the Draft Law Number UD451 presented by the Polish Ministry of Digital Affairs. Undoubtedly, the effects of the digital revolution observed in recent years have given rise to new types of challenges and problems in societies. The spread of the Internet, which at the beginning of the 21st century made previously unattainable goals achievable, has begun to pose a threat on many levels, especially to the youngest users who do not have a sufficiently developed awareness of the dangers which the unrestricted access to the Internet creates. Recent research studies support the thesis that most of the content published on the Internet is inappropriate for minors and can have a destructive effect on their development. This argument has led to the gradual recognition of the need for a structure to legally regulate the issue of protecting minors from inappropriate online content. That issue has become the main objective of the Draft Law Number UD451. However, due to its wide criticism, it seems reasonable to discuss the proposed solutions in comparison with the instruments adopted by other selected countries, which may contribute to a fuller understanding of the analyzed problem and ensuring real protection of minors.

Keywords: Internet, protection of minors, digital revolution, inappropriate content

Michał Jas¹

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, Polska

ORCID ID: 0000-0003-4258-9127

e-mail: michal.jas@ujk.edu.pl

Internet i prostytucja. Przypadek portalu erotycznego Roksa.pl

ABSTRAKT

Celem niniejszego artykułu jest próba monograficznego zarysu portalu Roksa.pl – jednego z najpopularniejszych miejsc, gdzie anonsowano usługi seksualne za pośrednictwem Internetu. W opracowaniu wykorzystano studium przypadku. Artykuł odpowiada na pytania 1) jakie są nowe formy prostytucji zapośredniczonej przez media? 2) czym są portale erotyczne? 3) czym jest portal Roksa.pl? 4) kim są użytkownicy witryny Roksa.pl? Wyniki badania pozwoliły nakreślić wstępną definicję portali erotycznych, zgodnie z którą są to wszystkie strony Internetowe (również i aplikacje), które umożliwiają internautom korzystanie z usług seksualnych, zarówno w formie tradycyjnej, *offline* (np. uprawianie nierządu w mieszkaniu), jak i *online* (np. *sexting*). Praca może otwierać dyskusje nad innymi relacjami media–seks.

SŁOWA KLUCZOWE: Roksa.pl, prostytucja, seks, media, portale erotyczne

Wstęp

Cyfrowa rewolucja z końca lat 90. ubiegłego wieku przyczyniła się do zmian w różnych obszarach ludzkiego życia. Jednym z obszarów, który uległ widocznym przeobrażeniom, była sfera seksualna. Demokratyzacja Internetu, jako jedna z konstytutywnych cech tego medium, dała użytkownikom sieci niemal niczym nieograniczony dostęp do materiałów erotycznych i pornograficznych². Uwidaczniający się trend w społeczeństwie, który zakłada docieranie elementów związanych z seksem do kultury masowej, nazwany został pornografizacją kultury. Ta tendencja, zdaniem socjologa Tomasza Szlendaka, może w konsekwencji „doprowadzić do przewartościowania kategorii estetycznych i moralnych”³.

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 12.06.2023; data zatwierdzenia tekstu do druku: 26.06.2023; data publikacji: 30.06.2023.

² Pomijam tu ostrzeżenia administratorów takich stron, że prezentowane treści są wyłącznie dla osób dorosłych oraz zaznaczenie, że internauta jest osobą pełnoletnią, ponieważ ma to jedynie charakter deklaracyjny.

³ T. Szlendak, *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*, Wydawnictwo

Przeobrażanie się sfery seksualnej w bardziej dostępną dla każdego, kto umiał korzystać z Internetu, przyczyniło się nie tylko do wzrostu liczby portali randkowych, ale także stron Internetowych, gdzie wprost anonsowano usługi seksualne. Nowe media stały się wobec tego nowym środkiem ułatwiającym uprawianie nierządu.

Jednym z najpopularniejszych takich portali Internetowych w Polsce była Roksa.pl (dalej zamiennie: Roksa), o której przypadku traktuje to opracowanie. Jej popularność i chwilowa bezkonkurencyjność na polskim rynku sprawiła, że Roksa „sama w sobie stała się na przestrzeni czasów Internetową ikoną kulturową”⁴.

Metodologia

Głównym celem pracy jest monograficzny zarys portalu erotycznego Roksa.pl, na której świadczone usługi seksualne. Wykorzystanie studium przypadku jako metody wynikało z próby ponownego skonceptualizowania zaplecza teoretycznego⁵ nad zjawiskiem prostytucji w mediach. W pracy oparto się na podejściu H.G. Riddera (*gaps and holes*), wedle którego studium przypadku, opierając się na teorii, odnajduje w niej brakujące elementy oraz ją dodatkowo rozwija⁶. Dodatkowo, co warto nadmienić, ta metoda była często wykorzystywana przy badaniu erotyki w mediach. W niniejszej pracy wykorzystano analizę źródeł. Składały się na nią przekazy medialne dotyczące Roksy od 2006 r. (początek działalności serwisu) do lutego 2023 r. oraz aktualna statystyczna analiza strony Internetowej roksa.pl.

Opracowanie próbuje odpowiedzieć na następujące pytania badawcze:

- P1. Jakie są nowe formy prostytucji zapośredniczonej przez media?
- P2. Czym są portale erotyczne?
- P3. Czym jest portal Roksa.pl?
- P4. Kim są użytkownicy witryny Roksa.pl?

Praca uzupełnia lukę badawczą zarówno nad samą witryną Roksa.pl, jak i portalami erotycznymi⁷. Dodatkowo opracowanie może stanowić punkt wyjścia do przeprowadzenia dalszych, pogłębionych badań nad wzajemnymi relacjami nowych mediów i sfery erotycznej.

Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2008, s. 169-170.

⁴ D. Izydorzyc, *Roksa została zamknięta?* „Android.com.pl” 27.08.2022, <https://android.com.pl/tech/509142-roksa-odloty-co-zamiast-zawieszonoa/> (3.11.2022).

⁵ Filanowski B., *Studium przypadku jako metoda badania procesów zachodzących w komunikacji społecznej*, [w:] *Metody badania komunikacji i mediów*, A. Barańska-Szmitko (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2021, s. 309-316.

⁶ Ridder H. G., *The theory contribution of case study research designs*, „Business Research” 2017, nr 2(10), s. 281-305.

⁷ Znacznie częściej w literaturze pojawia się zagadnienie portali/aplikacji randkowych niż portali erotycznych. M.in. K. Kacprzak, R. Leppert, *Związki miłosne w sieci. Poszukiwanie partnera życiowego na portalach randkowych*, wyd. Impuls, Kraków 2013, K. Kacprzak, *Zmiany w sposobie poszukiwania partnera życiowego – przegląd badań dotyczących użytkowników portali randkowych*, „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja” 2014, nr 68, s. 147-142, Á. Castro, J. Barrada, *Dating Apps and Their Sociodemographic and Psychosocial Correlates: A Systematic Review*, „International Journal of Environmental Research and Public Health” 2020, nr 17(18).

Definicja i odmiany prostitucji

Jedną z najczęściej przywoływanych definicji prostitucji na łamach polskich artykułów nt. tego zjawiska pochodzi z lat 70. ubiegłego wieku. Socjolog Wilhelm Brensford w podręczniku *Seksuologia* definiuje prostytutkę jako „świadczącą usług seksualnych okolicznościowo albo zawodowo w zamian za korzyści materialne”⁸. Wyróżnia się dwie główne cechy prostitucji. Po pierwsze jest to oddawanie własnego ciała do dyspozycji innych osób, by ci mogli osiągnąć zadowolenie lub zaspokojenie seksualne, po drugie: w zamian za oddanie własnego ciała pobierane jest za to wynagrodzenie.

Kazimierz Imieliński, autor *Manowce seksu. Prostitucja*, twierdzi, że ujęcie prostitucji w ramy definicyjne jest kłopotliwe, ponieważ sama prostytutka jest zjawiskiem płynnym. Jak przekonuje:

Nie można bowiem prostytutce ostro odgraniczyć ani w zakresie przyjmowania wynagrodzenia (mogą to być przecież drobne prezenty, a nawet „załatwienie” jakichś spraw korzystnych lub koniecznych dla osoby, która „oddaje” swoje ciało), ani w zakresie przeżywania satysfakcji (osoba „oddająca” swoje ciało może przecież czerpać z tego różnorodne satysfakcje, niekoniecznie natury seksualnej)⁹.

Z kolei, jeden z najpopularniejszych w Polsce seksuologów Zbigniew Lew-Starowicz, definiując prostytutkę pisze, że są to „różnorodne w formie kontakty hetero- lub homoseksualne uprawiane w celach zarobkowych z większą liczbą osób. Stosunek prostytucyjny traktowany jest w kategoriach rzeczowych (usługowych) i wyklucza więź emocjonalną”¹⁰. Natomiast wedle definicji zaproponowanej przez Światową Organizację Zdrowia (WHO) prostytutka to „aktywność seksualną o charakterze dynamicznym i adaptacyjnym, co pociąga za sobą transakcję pomiędzy usługodawcą a usługobiorcą”¹¹.

Choć często prostytutkę nazywa się powszechnie „najstarszym zawodem świata”, to jednak trudnienie się nierządem, jak wskazują opracowania socjologiczne, pojawiło się w społeczeństwie znacznie później. Potoczne traktowanie prostitucji jako, wspomnianego już wcześniej, „najstarszego zawodu świata” „sygnalizuje to jedynie, że występuje ona od najdawniejszych historycznych czasów oraz że spotykana była we wszystkich historycznych kulturach”¹². Za wcześniejsze zawody należy uznać, mając elementarną wiedzę z zakresu historii powszechnej, zbieraczy owoców leśnych oraz pierwszych myśliwych.

Literatura przedmiotu wskazuje na problem z jednoznaczną genezą prostitucji. Lektura poszczególnych opracowań niestety nie udziela odpowiedzi na pytanie: kiedy konkretnie powstało zjawisko promiskuityzmu? Badacze jednak

⁸ W. Brensford, Wilhelm, *Socjologia prostitucji*, [w:] *Seksuologia*, H. Giese (red.), wyd. Państwowy Zakład Wydawnictw Lekarskich, Warszawa 1976, s. 201.

⁹ K. Imieliński, *Manowce seksu. Prostitucja*, Res Polona, Łódź 1990, s. 16.

¹⁰ Z. Lew-Starowicz, *Słownik seksuologiczny*, Agencja Omnipress, Warszawa 1986, s. 70.

¹¹ Cyt. za: J. Sztobryn-Giercuszkiewicz, *Psychologiczne aspekty prostitucji*, Dajdasz, Łódź 2004, s. 20.

¹² K. Imieliński, *Manowce seksu...*, op. cit., s. 19.

opowiadają się, że w czasach pierwotnych nie pojawiły się oznaki prostytucji w społeczeństwie. Wpływ na to miał podział obowiązków wedle płci: mężczyzna był odpowiedzialny za polowania, kobieta natomiast za uprawę roli.

Niektórzy wskazują, że prostytucja (świecka) powstała w oparciu o prostytucję sakralną, nazywaną zamiennie *religijną* lub bardziej prawidłowo *świętynną*. Już trzy tysiące lat przed naszą erą w Mezopotamii funkcjonowała prostytucja świątynna (potem także i w Babilonii, stąd określenie *Nierządnic z Babilonu* – symbolu moralnego zepsucia i prototypu biblijnego Antychrysta)¹³. Prostytucja sakralna polegała na tym, że „kapłanki bogini miłości” oddawały się przypadkowym mężczyznom w ramach sprawowania „ofiary rozkoszy”. Pieniądze, które otrzymywały za wykonanie aktu seksualnego ofiarowały na świątynię albo owo wynagrodzenie przejmowali ówcześni kapłani, którzy pełnili funkcję quasi-sutenerów¹⁴.

Warto w tym miejscu podkreślić fakt, że usilne zrównywanie prostytucji świątynnej ze świecką jest błędem. Bowiem o ile prostytutki sakralne oddawały się w ramach mistycznego rytuału, szeroko pojętego kultu, a zarobione pieniądze trafiały do kogoś innego, o tyle prostytutki świeckie z uprawiania nierządu uczyniły zarobkowy sposób na (prze)życie.

Występowanie prostytucji było zależne od patriarchalnego systemu społecznego oraz, związanej z nią, wierności w związku monogamicznym. Do wzmożenia zawodowego nierządu przyczyniały się surowe nakazy i zakazy moralne, szczególnie utrzymywanie dziewictwa w okresie panieństwa. Wobec tego prostytucja stanowi swego rodzaju skutek braku równowagi pomiędzy seksualnymi potrzebami człowieka a narzuconymi społecznie normami obyczajowymi i przepisami prawa. Jak twierdzi, przywołany już wcześniej, Kazimierz Imieliński:

Nakaz jednożeństwa oraz zakaz utrzymywania wolnych związków seksualnych powoduje nasilenie się prostytucji, która na zasadzie wentyla rozładowuje nadmiar nagromadzonych napięć seksualnych. Rozluźnienie obyczajów zawsze obniża popyt na prostytucję, ponieważ zmniejsza ona stopień napięć seksualnych, które łatwiej mogą być zaspokojone w inny sposób. [...] Prostytucja zaczęła pełnić funkcję uzupełniającą wobec małżeństwa; nie była uważana za chorobę, lecz najwyżej za zło konieczne¹⁵.

Prostytucja pojmowana jako „wynajmowanie swojego ciała w celach seksualnych, oddanie do dyspozycji swojego ciała w celu zaspokojenia seksualnego płacących klientów”¹⁶ w głównej mierze dotyczy kobiet. Choć obecna jest również prostytucja męska (tzw. *zigolacy*), to jej procent w porównaniu do kobiecej prostytucji jest znikomy. Co więcej, prostytuujący się mężczyźni często świadczą usługi zarówno heteroseksualne, jak i homoseksualne. Dowodzi to faktu, że główną klientelę usług seksualnych stanowią mężczyźni. Paola Monzini, badając rynek prostytucji we Włoszech, w publikacji

¹³ M. Karpiński, *Najstarszy zawód świata. Historia prostytucji*, Iskry, Warszawa 1997.

¹⁴ N. J., Ringdal, *Love for Sale: A World History of Prostitution*, Grove/Atlantic, Nowy Jork, 2007, s. 25-30.

¹⁵ K. Imieliński, *Manowce seksu...*, *op.cit.*, s. 23-25.

¹⁶ M.H. Kowalczyk-Jamnicka, *Nowe formy i zjawiska we współczesnym obrazie prostytucji młodych kobiet*, [w:] *Prostytucja. Studium zjawiska*, R. Kowalczyk, M. Leśniak (red.), Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2013, s. 69.

Il mercatodelledonne. Prostituzione, tratta, sfruttamento podjęła się próby scharakteryzowania klienteli usług prostytutek. Badaczka zauważa, że: „ci mężczyźni nie tworzą jednej, homogenicznej grupy społecznej; nie charakteryzują się wspólnym typem społeczno-demograficznym, tymi samymi możliwościami i wydajnością seksualną, ani również podobnymi powodami korzystania z prostytutek”¹⁷. Jak podaje P. Monzini, ponad 70% mężczyzn, którzy korzystają z usług zawodowego nierządu, to żonaci¹⁸.

Warto wspomnieć, że współcześnie w Polsce prostytucja nie jest czynem zabronionym. Natomiast ustawodawca w Kodeksie karnym wyróżnia trzy formy pokrewne prostytucji, które są skryminalizowane w polskim systemie karnym. Są nimi: stręczycielstwo, sutenerstwo oraz kuplerstwo. Artykuł 204 Kodeksu karnego mówi¹⁹:

Art. 204. [Stręczycielstwo, sutenerstwo i kuplerstwo]

§ 1.

Kto, w celu osiągnięcia korzyści majątkowej, nakłania inną osobę do uprawiania prostytucji lub jej to ułatwia, podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do lat 5.

§ 2.

Karze określonej w § 1 podlega, kto czerpie korzyści majątkowe z uprawiania prostytucji przez inną osobę.

§ 3.

Jeżeli osoba określona w § 1 lub 2 jest małoletnim, sprawca podlega karze pozbawienia wolności od roku do lat 10.

Dodatkowo 1 października 2023 wejdzie w życie nowe brzmienie artykułu 203 Kodeksu Karnego:

Art. 203.

§ 1.

Kto, wykorzystując stosunek zależności lub krytyczne położenie, doprowadza inną osobę do uprawiania prostytucji, podlega karze pozbawienia wolności od roku do lat 10.

§ 2.

Kto, przemocą, groźbą bezprawną lub podstępem doprowadza inną osobę do uprawiania prostytucji, podlega karze pozbawienia wolności od lat 2 do 15.

Począwszy od pierwszych znanych nam wzmianek nt. prostytucji sakralnej, można przypuszczać, że zjawisko to jest obecne od co najmniej pięciu tysięcy lat²⁰. Długa obecność zawodowego nierządu w społeczeństwie na przestrzeni wielu kultur, religii oraz wieków powodowała niejednokrotnie zmiany w postrzeganiu prostytutek oraz roli, jaką one spełniały²¹. Historycznie rzecz ujmując, do osób, które trudniły

¹⁷ P. Mancini, *Il mercatodelledonne. Prostituzione, tratta, sfruttamento*, Donzelli, Rzym 2002, s. 29.

¹⁸ *Ibidem*, s. 31.

¹⁹ Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r., Kodeks karny (Dz.U. 2022 poz. 1138).

²⁰ M. Beard, J. Henderson, *With This Body I TheeWorship – Sacred Prostitution in Antiquity*, „Gender&History” 1997, nr 3(9), s. 480-503.

²¹ Por. K. Waszyńska, *Od religii do biznesu. Formy prostytucji na przestrzeni lat – odniesienia do współczesności*, [w:] *Prostytucja. Studium zjawiska*, R. Kowalczyk, M. Leśniak (red.), Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2013, s. 53-66.

się zawodowym nierządem, zaliczyć należy²²: hierodule (starożytne niewolnice świątynne), hetery (najwyższa warstwa prostytutek w starożytnej Grecji), *puella publica* (dziewczyna publiczna, ladcznica), kurtyzany (prostitutki z wyższych sfer, utrzymanki dworu), metresy (kochanki królów i książąt), *posture-girls* (kobiety, które się obnażały w lokalach, prekursorki stripteaserek), kokoty (prostytutka na wysokim szczeblu), *call-grils* (stosunkowo nowy rodzaj prostytucji; nawiązywanie kontaktu z prostytutkami przez telefon), *call-boys* (męski odpowiednik *call-girls*) oraz *gigolo/żigolo* (zwykle młodzi mężczyźni, którzy są na utrzymaniu zazwyczaj starszych kobiet w zamian na świadczenie usług seksualnych; ich prototypem był fordanser – płatny parter do tańca).

Studium z zakresu historii prostytucji pozwala na sformułowanie wniosku, że zjawisko prostytucji stale balansuje pomiędzy jej liberalizacją (niekiedy i legalizacją) a penalizacją (kryminalizacją). Głównymi czynnikami regulującymi „rynek” prostytutek była religia oraz zmienna obyczajowość kolejnych epok. Co ciekawe, im większa swoboda obyczajowa i rozluźnienie seksualne, tym mniej prostytutek w społeczeństwie; i – przeciwnie, im większa narzucona moralność i dążenie do cnotliwej przyzwoitości, tym niemal automatycznie zwiększa się liczba kobiet trudniących się zawodowo nierządem.

Nowe media – nowa prostytucja?

Rozwój technologii miał również wpływ na rynek prostytucji. Od czasu cyfrowej rewolucji z końca lat 90. Internet stał się nie tyle miejscem uprawiania nierządu, ale przede wszystkim nowym kanałem informacyjnym pomiędzy osobą oddającą swe ciało a klientem bądź klientką takich usług²³. I choć Internet nie zakończył dawniejszych znanych form promiskuityzmu (m.in. tzw. tirówki, agencje towarzyskie), to niewątpliwie przyniósł nowe możliwości zarobku z oferowania usług seksualnych, do których można zaliczyć: 1) *cam-girls* („dziewczyny na kamerkach”), 2) sponsoring, 3) publikowanie anonsów erotycznych na portalach erotycznych.

Technologiczne umożliwienie przeprowadzania interaktywnych rozmów przy użyciu kamerki zmieniło recepcję prostytutek oraz ich warunków pracy²⁴. Brak cielesnego kontaktu seksualnego, brak sutenerów (tzw. alfonsów) miał stworzyć wrażenie świata prostytuujących się (głównie) kobiet pozbawionego czynników kryminogennych, jak np. stręczenie, przemoc i wyzysk kobiet. Poczucie bezpieczeństwa, nienarażanie się na niewygodnych i natarczywych klientów sprawiło, że zjawisko *camgrils* stało się dominującą współczesną formą promiskuityzmu²⁵.

²² K. Imieliński, *Manowce seksu...*, op.cit, s. 16-18.

²³ T. Castle, J. Lee, *Ordering Sex in Cyberspace: A Content Analysis of Escort Websites*, „International Journal of Cultural Studies”, 2008, nr 1, s. 107–121.

²⁴ A. Jones, „I Get Paid to Have Orgasms”: *Adult Webcam Models’ Negotiation of Pleasure and Danger*, „Journal of Women in Culture and Society” 2016, nr 1(42), s. 227-256.

²⁵ P. Bleakley, „500 Tokens to Go Private”: *Camgirls, Cybersex and Feminist Entrepreneurship*, „Sexuality&Culture”

Należy przypomnieć, że choć prostytutka nie ma odbywać fizycznego stosunku seksualnego, to jednak jej motywacją jest osiągnięcie korzyści majątkowej poprzez usługi związane ze sferą erotyczną.

Wydaje się, że jedynym niezbędnym czynnikiem do uprawiania tego rodzaju prostytucji jest stabilne połączenie Internetowe, które gwarantuje trwałość i jakość pokazu/rozmowy. W tym rodzaju świadczenia usług seksualnych to sama prostytuująca się osoba decyduje o charakterze i przebiegu rozmowy, a przycisk „off” pozwala na jej bezpieczne zakończenie. Paul Bleakley na łamach czasopisma „Sexuality&Culture”, pisząc o zjawisku *camgirl*, stwierdza, że:

„rozwijający się gatunek *camgirl* – w którym młode kobiety niezależnie transmitują materiały dla dorosłych na żądanie publiczności – zasadniczo służy do przywrócenia kontroli nad rozrywką dla dorosłych kobietom zaangażowanym w jej tworzenie. Interaktywny charakter gatunku *camgirl* zaowocował rozwojem wyjątkowej relacji transakcyjnej między wykonawcą a konsumentem, która wykracza poza to, co obecnie istnieje w branży”²⁶.

Kolejnymi rodzajami prostytucji, która wynika z działalności nowych technologii, są sponsoring i *escort girl*. Choć obie formy nie przybierają postaci cyberseksu (jak w przypadku *camgirl*), to jednak oferowanie usług seksualnych odbywa się najczęściej za pośrednictwem Internetu. Nowe media stały się „nową metodą nagabywania i reklamy usług towarzyskich”²⁷. Zarówno sponsoring, jak i *escort girl* stanowią obecnie jedną z najbardziej elitarnych form prostytucji.

Przechodząc do krótkiego opisu zjawiska sponsoringu seksualnego, należy wyjść od zdefiniowania samego terminu *sponsoring*. W *Słowniku języka polskiego* czytamy, że sponsoring to „finansowanie przez postronną osobę lub instytucję jakiegoś przedsięwzięcia, zwykle kulturalnego lub sportowego”²⁸. Poprzez taką asocjację sponsoringiem seksualnym nazywamy „intymny związek między sponsorem i osobą sponsorowaną, funkcjonujący według konkretnie określonych (ustalonych obopólnie) zasad, polegający na finansowym lub rzeczowym wsparciu osoby atrakcyjnej seksualnie dla sponsora”²⁹. Osoba sponsorująca w zamian za świadczenie usług seksualnych może m.in. opłacać czynsz osobie sponsorowanej, kupować drogie prezenty, zabierać na zagraniczne wycieczki. Ten rodzaj prostytucji różni się od pozostałych form przede wszystkim trwaniem „usługi”. O ile pierwotne formy zawodowego nierządu wyróżniały się krótkim, jednorazowym odbyciem stosunku seksualnego z przypadkową osobą w zamian za otrzymanie korzyści majątkowej, o tyle w przypadku sponsoringu seksualnego istnieje możliwość budowania długotrwałych relacji sponsor-osoba sponsorowana. Osobami sponsorowanymi zazwyczaj są młode kobiety, najczęściej studentki (tzw. „uniwersytuty”). Do głównych motywacji oferowania swego ciała

2014, nr 18, s. 892–910.

²⁶ Ibidem, s. 892.

²⁷ T. Castle, J. Lee, *op.cit.*, s. 107.

²⁸ <https://sjp.pl/sponsoring> (01.03.2023).

²⁹ K. Klonowska, *Sponsoring seksualny – ocena binarna zjawiska*, „Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja”, 2016, nr 30, s. 43–44.

należą: 1) szybki i duży zysk, 2) przygoda, 3) aspiracja do życia na wyższym poziomie społecznym (sponsorzy to najczęściej bogaci mężczyźni), 4) dyskrecja oraz związany z nią, 5) brak stygmatyzacji społecznej. Małgorzata Kowalczyk-Jamnicka stwierdza, że to subiektywne poczucie ciągłego niedostatku i chęć zaspokajania rosnących potrzeb stanowią główną motywację osób wchodzących na rynek seksbiznesu³⁰.

Podobnie jak w przypadku sponsoringu seksualnego, *escort girls* (tzw. eskortki, eskortówki, eskortowy), wpisują się w elitarną formę uprawiania prostytucji. W tym przypadku oferowana jest usługa towarzystwa (najczęściej) kobiety na określony czas i na określonych wcześniej warunkach. Wspomniana już uprzednio „elitarność” cechuje się przede wszystkim wysokimi cenami usług towarzyskich/seksualnych, co niejako apriorycznie deklasuje uboższą klientelę. Jedną z tzw. eskortek przyznaje: „za poranny, 15-minutowy seks i cały dzień w Energylandii dostałam 6000 zł”³¹. Osoby, które trudnią się tą formą prostytucji, oferują wspólną kolację, wspólny wyjazd lub spędzony wspólnie weekend. Warto zauważyć, że w tym przypadku, podobnie jak przy sponsoringu seksualnym, samo odbycie stosunku seksualnego nie jest najważniejszym celem. Elitarne prostytutki, poznawane najczęściej w Internecie, to przede wszystkim „damy do towarzystwa”, seks jest tylko drugorzędną, dodatkową usługą.

Kobiety, które trudnią się sponsoringiem lub escortem, wyłamują się ze stereotypu prostytutki jako kobiety upadłej, zdemoralizowanej, która ma często problem z alkoholem i/lub narkotykami. Natomiast w przypadku elitarnych prostytutek

„W świadomości społecznej jest to osoba atrakcyjna, zarówno pod względem fizycznym, jaki intelektualnym, władająca biegle językami obcymi, kobieta z klasą, która sama dokonuje wyboru swojego sponsora i za swoje usługi pobiera wysokie wynagrodzenie. W tej kwestii można porównać osobę sponsorowaną do gejszy, czyli prostytutki stojącej najwyżej w seksbiznesowej/prostytucyjnej hierarchii”³².

Natomiast jedną z najpopularniejszych form nowego rodzaju prostytucji jest nawiązywanie kontaktu z klientem usług seksualnych przez Internet w celu bezpośredniego umawiania się na odbycie stosunku seksualnego. Osoby trudniące się zawodowym nierządem wykorzystują do komunikacji najczęściej platformy bądź serwisy erotyczne, które stanowią obecnie swoistą agorę prostytucji. Ten najpopularniejszy rodzaj prostytucji różni się od omówionych powyżej form przede wszystkim ceną świadczonych usług oraz czasem trwania relacji seksualnej. Przy „zwyczajnych” anonsach prostytutki mają niższe roszczenia finansowe, a spotkanie z klientem ma najczęściej charakter jednorazowego kontaktu. Obniżenie żądanej stawki przy oferowaniu usług seksualnych świadczy o: 1) mniejszej atrakcyjności fizycznej osoby

³⁰ M. Kowalczyk-Jamnicka, *Społeczno-kulturowe uwarunkowania prostytucji w Polsce*, Wydawnictwo WSP w Bydgoszczy, Bydgoszcz 1998, s. 22.

³¹ Ł. Muniowski, *Praca jak każda inna*. „Bardzo bym sobie życzyła, żeby oddemonizować ten sex work w Polsce”, „Gazeta.pl” z dn. 12.01.2023, <https://weekend.gazeta.pl/weekend/7,177334,29350456,praca-jak-każda-inna-bardzo-bym-sobie-zycyla-zeby-oddemonizowac.html> (01.03.2023).

³² K. Klonowska, *Sponsoring seksualny... op.cit.*, s. 47.

trudniące się nierządem, 2) zwiększonej dostępności oferty, co wyklucza „elitarność”, 3) zwiększonej liczbie klientów, co potencjalnie zwiększa ryzyko chorób wenerycznych.

Obecność anonsów prostytutek w Internecie świadczy o tym, że nowe media stały się naturalnym kanałem promocji usług i komunikacji z potencjalnymi klientami. Poprzez nawiązywanie kontaktów *via* Internet osoby trudniące się prostytutką mogą selekcjonować, dobrać i wybierać przyszłych partnerów seksualnych. Publikowane w ogłoszeniach wymogi prostytutek wobec klientów (np. preferowany wygląd, status społeczny) i realizowane usługi erotyczne (np. preferowane pozycje seksualne i/lub usługi, których nie świadczą) podawane wraz z cennikiem dowodzi o samostanowieniu prostytutek w seksbiznesie.

Mówiąc o nowych typach prostitucji, należy wspomnieć o uwidaczniającej się tendencji relatywizacji nierządu, która swoją przyczynę ma we współczesnym rozluźnieniu dyscypliny społecznej. W środowiskach liberalnych i lewicowych postuluje się o jednoznaczną legalizację prostitucji, tak aby zapewnić kobietom prawa pracownicze, opiekę medyczną, składki emerytalne itd. „Rozwiązania prawne, które obowiązują w Polsce, nie sprzyjają ograniczaniu zjawiska prostitucji. Przyjęte konstrukcje prawne zabraniające sutenerstwa są na tyle nieprecyzyjne, że pozwalają na swobodne funkcjonowanie agencji towarzyskich”³³. Wyjście z tzw. szarej strefy dodatkowo miałyby wzmocnić budżet państwa, do którego trafiałyby pieniądze zarobione ze świadczenia usług seksualnych³⁴.

Zmiany również da się zaobserwować na płaszczyźnie języka. Zastępowanie rzeczownika *prostitutka* terminem *seksworkerka* lub *pracownica asekwalna* ma na celu nadanie nierządowi charakteru neutralnego lub melioratywnego. Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) apelowała o korzystanie z określeń pozbawionych ujemnego wartościowania i nie przyczynianie się do stygmatyzacji osób, które trudnią się oddawaniem swego ciała³⁵. Usługa seksualna, wedle tej koncepcji, jest taką samą transakcją jak każda inna.

Portale erotyczne

Ekspansja Internetu sprawiła, że często kontakty społeczne są inicjowane za pośrednictwem mediów społecznościowych, portali/aplikacji randkowych, ogólnie rzecz ujmując: nowych mediów. Jednym z wirtualnych miejsc, gdzie dorośli internauci komunikują się w celu oferowania i skorzystania z usług seksualnych, są portale erotyczne. Niestety literatura przedmiotu nie dostarcza wielu opracowań z zakresu portali i serwisów *sensu stricto* erotycznych.

³³ J. M. Domańska, *Zjawisko prostitucji – analiza teoretyczna*, „Edukacja Humanistyczna” 2017, nr 1(36), s. 45.

³⁴ P. Szota, *Prostytucja i jej nowe formy oraz zjawiska pokrewne a regulacje prawne*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Iuridica” 2018, nr 85, s. 47-61.

³⁵ Światowa Organizacja Zdrowia (WHO), <https://www.who.int/teams/global-hiv-hepatitis-and-stis-programmes/populations/sex-workers> (01.03.2023)

Znacznie częściej autorzy skupili się na portalach i aplikacjach randkowych. Studium zjawiska portali erotycznych, zwanych czasem „portalami dla dorosłych”, w Internetowym systemie medialnym uzupełniłoby tę lukę badawczą. Uwidaczniający się niedostatek opracowań może wynikać z dwóch przyczyn: 1) mało poważnego tematu badań, 2) przeświadczenia, że współczesne aplikacje randkowe mogły w pewien sposób zastąpić funkcje platform erotycznych.

Mówiąc o platformach erotycznych, należy przyjąć, że są to wszystkie strony Internetowe, na których anonsowane są usługi seksualne. Wobec tego główną motywacją korzystania z tego rodzaju witryn Internetowych jest odbycie w świecie *offline* stosunku seksualnego w zamian za korzyści majątkowe (m.in. pieniądze, drogie prezenty, opłata czynszu).

Portale erotyczne przypominają serwisy randkowe. Osoby posiadające konto tworzą swój profil, który mogą stale edytować. W informacjach pojawia się imię/ksywa, wiek, płeć, dane do kontaktu, zdjęcia, preferencje seksualne oraz niekiedy cennik usług seksualnych³⁶. Zgodnie z polskim prawem korzystać z takich witryn Internetowych mogą jedynie pełnoletni internauci, natomiast weryfikacja, która odbywa się jedynie poprzez kliknięcie okienka „jestem pełnoletni”, ma charakter wyłącznie deklaracyjny.

Jednym z najpopularniejszych obecnie portali erotycznych w Polsce jest Datezone.com, który skupia ponad 900 tys. zarejestrowanych użytkowników. I choć administratorzy portalu określają serwis jako „portal randkowy”, to jednak opis ich strony WWW. świadczy o dostępnej i łatwej możliwości odbycia stosunków seksualnych:

„Datezone to sex portal w którym znajdziesz randki dla dorosłych, gorące sex kamerki, sexfotka, a także ogłoszenia towarzyskie, sex czat na kamerkach, anonse erotyczne, sex fotki użytkowników i sex forum w grupach. Ogłoszenia kobiet, mężczyzn, par, swingers, trans - spośród 0.9 mln użytkowników znajdziesz kogoś dla siebie. Umawianie się na sex randki nigdy jeszcze nie było tak proste! Zarejestruj się za darmo i sprawdź wszystkie możliwości!”³⁷

Popularne aplikacje i platformy randkowe mogły przyczynić się do zmniejszenia liczby istniejących serwisów *sensu stricto* erotycznych. Przyczyną wysunięcia takiej hipotezy jest uwidaczniająca się liberalizacja postaw obyczajowych i rozluźnienie dyscypliny społecznej, co w konsekwencji przyniosło zjawisko tzw. permissywizmu seksualnego. Sindy R. Sumter, Laura Vandenbosch oraz Loea Ligtenbergw badając powody korzystania z aplikacji randkowej Tinder podali, że drugą najczęstszą motywacją użytkowników (prócz znalezienia miłości) był przypadkowy seks³⁸. Wobec tego skoro na portalach randkowych, które obecnie nie są narażone na ostracyzm społeczny, można bezpośrednio umawiać się na niezobowiązujący i – co ważne – darmowy seks, serwisy erotyczne mogą albo zanikać, albo „przenosić się” na portale randkowe lub popularne serwisy ogłoszeniowe.

³⁶ Na podstawie zrzutów ekranu przedstawiających dawne ogłoszenia z serwisu Roksa.pl.

³⁷ <https://www.datezone.com/> (1.03.2023).

³⁸ S. Sumter, L. Vandenbosch, L. Ligtenberg, *Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder*, „Telematics and Informatics”, 2017, nr 34, s. 67-78.

O portalu Roksa.pl

Jednym z popularniejszych miejsc w Internecie, który zajmował się oferowaniem płatnych anonsów towarzyskich, była witryna Roksa.pl – „całkowicie darmowy serwis (...) zawiera darmowe ogłoszenia towarzyskie i anonse erotyczne. Znajdują się tu materiały o tematyce erotycznej oraz zdjęcia z takimi materiałami (prywatne anonse pań i panów)”³⁹.

Powstanie Roksy wyznacza 2006 rok, kiedy jeszcze Internet w Polsce nie był tak popularny. Należy bowiem odnotować, że odsetek osób mających wówczas dostęp do tego nowego medium wynosił zaledwie 34,4%⁴⁰. Wczesne pojawienie się Roksy na rynku medialnym przyniosło jej bezkonkurencyjność i popularność.

Na samym początku działalności Roksy bez konieczności logowania, zaledwie po deklaracyjnym potwierdzeniu osiągnięcia pełnoletności, użytkownik miał dostęp do anonsów erotycznych. Później wymagano logowania się do serwisu, by móc w pełni z niego korzystać. Główny podział ogłoszeń był determinowany płcią osoby, która publikowała anons. W Roksie.pl występowały kategorie mężczyzna/kobieta. Dodatkowo administratorzy, dla ułatwienia znalezienia odpowiedniej „oferty” wprowadzili takie kategorie jak: „kluby”, „pary”, „trans”, „seks-telefon”, „masaż”, „BDSM”, „striptiz”. Zalogowani użytkownicy mogli także wyszukiwać ogłoszenia pod kątem geograficznym (wybór danego miasta lub województwa).

Profil osoby, która publikowała anonse na portalu Roksa.pl, był uzupełniany jej erotycznymi zdjęciami. Zamazane lub zapikselowane zdjęcia twarzy miały świadczyć o anonimowości tych osób. We wzmiankach osobowych pojawiały się takie informacje dotyczące: imienia, kontaktu (nr telefonu bądź e-mail), miasta (i ewentualnie dzielnicy), wieku, wagi, wzrostu, języków obcych, godzin pracy, możliwości wyjazdu poza miejsca zamieszkania/działania oraz cennik świadczony usług. Cennik był podzielony na konkretne jednostki czasu: 15 minut, 30 minut, godzina, wieczór, cała noc, weekend. Równie istotną kwestią przy organizacji profilu było zamieszczenie oferowanych usług erotycznych (m.in. preferowane pozycje seksualne, odbywanie stosunku seksualnego z tą samą płcią, możliwość wyjazdu escortowego).

Pod koniec listopada 2021 r. doszło do nagłego zawieszenia działalności portalu Roksa.pl. Na głównej stronie tego serwisu pojawiła się krótka wyjaśnienie: „Uwaga! Działalność portalu ROKSA.pl została zawieszona! Informujemy, że zaprzestanie działalności portalu jest spowodowane realizacją postanowienia Prokuratury”⁴¹.

³⁹ Cyt. za: D. Izydorczyk, *Roksa została zamknięta...*, op.cit

⁴⁰ Dane za 2022 r. mówią, że osób mających dostęp do Internetu jest niemal 90 proc. społeczeństwa. Z czego w grupach wiekowych od 18-24 i 25-34 lat korzysta 100 proc. społeczeństwa. CBOS, *Korzystanie z Internetu w 2022 roku. Komunikat z badań*, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_077_22.PDF (1.03.2023).

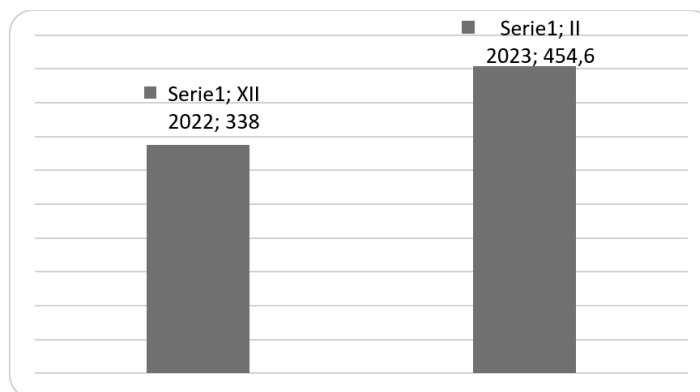
⁴¹ Cyt. za: D. Izydorczyk, *Roksa została zamknięta...*, op.cit

O zawieszeniu Roksy informowały ogólnopolskie media, m.in. Onet.pl⁴², „Gazeta Wyborcza”⁴³ czy „Wirtualne Media”⁴⁴. Z informacji udzielonych przez organy ścigania wynika, że administratorzy Roksy.pl zostali zatrzymani pod zarzutem udziału w zorganizowanej grupie przestępczej czerpiącej korzyści z ułatwiania prostytucji. Jak wynika z treści oskarżeń, administracja Roksy miała pobierać opłatę 50 zł za „każde z kilkunastu tysięcy ogłoszeń”. Łącznie przez ponad 15 lat istnienia serwisu twórcy Roksy mieli z tego tytułu zarobić ponad 40 milionów złotych. Co ciekawe, zarzuty czerpania korzyści majątkowych z kuplerstwa postawiono także obsłudze technicznej portali (m.in. informatykom).

Po zatrzymaniu właścicieli i administracji Roksy i zawieszeniu działalności serwisu, pojawiły się w Internecie strony, które podszywały się pod tę znaną witrynę, zmieniając jedynie rozszerzenie domeny. Należy dodać, że strona Internetowa Roksa.pl, choć nie jest obsługiwana, nadal istnieje i generuje kolejne wyświetlenia. Do głównych powodów odwiedzin witryny, mimo jej zawieszenia, można zaliczyć: 1) niewiedza, że Roksa jest zawieszona; 2) utrzymująca się popularność serwisu wśród internautów; 3) nadzieja, że działalność Roksy została przywrócona.

Na podstawie danych analitycznych, które zostały opublikowane w serwisie Similarweb, można dostrzec widoczny wzrost odwiedzin serwisu Roksy. Stosunek grudnia 2022 r. (338 tysięcy odwiedzin) do lutego 2023 r. (454,6) to wzrost o 34%. Zależność tę prezentuje w formie graficznej Wykres 1.

Wykres 1. Liczba odwiedzin portalu Roksa.pl (w tysiącach)



Źródło: <https://www.similarweb.com/website/roksa.pl/#traffic>

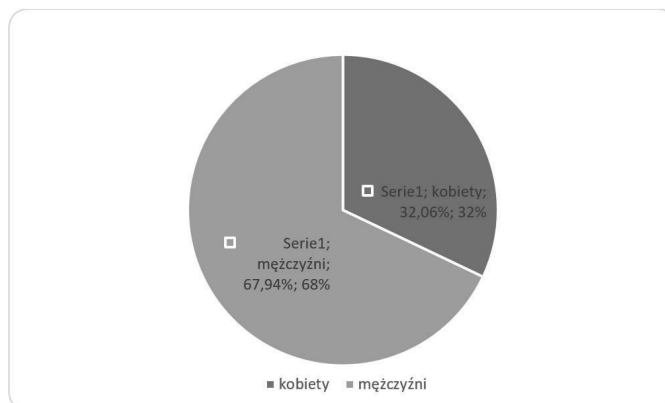
⁴² Za publikację na stronie brali 50 zł. Policja zatrzymała właścicieli portalu z ogłoszeniami seksualnymi, Onet.pl z dn. 30 listopada 2021, <https://wiadomosci.onet.pl/krakow/z-sieci-zniknal-portal-roksapl-policja-zatrzymala-wlascicieli/e742e1k> (1.03.2023).

⁴³ pf, Portal Roksa.pl zamknięty. Policja zatrzymuje 11 mieszkańców Małopolski, w tle 40 mln zł, „Wyborcza.pl” z dn. 30 listopada 2021, <https://krakow.wyborcza.pl/krakow/7,44425,27864642,portal-roksa-zamkniety-policja-zatrzymuje-11-mieszkanow-malopolski.html> (1.03.2023).

⁴⁴ tw, Zniknął serwis Roksa z ogłoszeniami seksualnymi, policja zatrzymała jego właścicieli i pracowników, „Wirtualne Media” z dn. 30 listopada 2021, <https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/roksa-ogloszenia-dlaczego-zniknela-policja-zatrzymala-wlascicieli> (1.03.2023).

Kobiety stanowią jedną trzecią użytkowników, którzy odwiedzali portal Roksa.pl w lutym 2023 r. (32,06%). Znacznie częściej konsumentami tej witryny byli mężczyźni (67,94%) (wyk. 2).

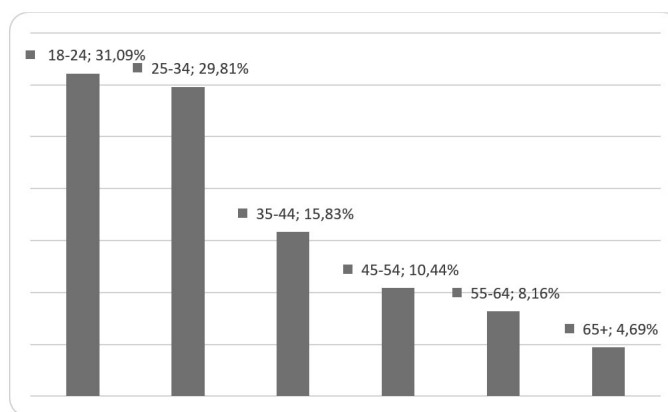
Wykres 2. Użytkownicy Roksy według płci



Źródło: <https://www.similarweb.com/website/roksa.pl/#demographics>

Wykres 3. prezentuje podział internautów, którzy odwiedzali serwis Roksa.pl pod względem wieku. Z zaprezentowanych informacji w formie graficznej wynika, że osoby między 18 a 34 rokiem życia stanowiły ponad 60% wszystkich użytkowników (60,9%). Najrzadszymi gośćmi Roksy.pl były osoby powyżej 65 r.ż. (4,69%).

Wykres 3. Użytkownicy Roksy według przedziałów wiekowych



Źródło: <https://www.similarweb.com/website/roksa.pl/#demographics>

Choć działalność serwisu Roksa.pl została zawieszona, nie oznacza, że zniknęły z przestrzeni Internetu miejsca z seksanonsami. Do podobnych witryn można zaliczyć m.in.: datezone.com, eamore.com.pl, escort.pl, hoters.pl, sexoferty.com.pl, topkobiety.com.pl, showup.tv, garsoniera.com.pl, sexrandka.pl, czy sextlas.pl.

Podsumowanie

Na podstawie rozważań teoretycznych dotyczących prostytucji i jej nowych form oraz zarysu portalu erotycznego Roksa.pl, a także odpowiadając na postawione w części metodologicznej pytania badawcze, można wyróżnić następujące uogólniające wnioski:

1. Portalami erotycznymi można nazwać wszystkie strony Internetowe (również i aplikacje), które umożliwiają internautom korzystanie z usług seksualnych, zarówno w formie tradycyjnej, *offline* (np. uprawianie nierządu w mieszkaniu), jak i *online* (np. *sexting*).
2. Choć termin prostytucji w ujęciu socjologicznym nie jest jednoznaczny, to jednak przytaczane definicje w części teoretycznej niniejszej pracy wskazywały, że główną jej cechą jest czerpanie korzyści ze świadczenia usług seksualnych. Natomiast rozwój mediów przyniósł nowe, nieznane jeszcze w latach 90., formy prostytucji (np. sprzedaż wysyłkowa noszonej bielizny). Wobec tego wydaje się konieczna rewizja definicji prostytucji z uwzględnieniem jej nowych i wirtualnych rodzajów. Co więcej, obecnie temat prostytucji i jej nowych form jest często wykorzystywany z pobudek politycznych. Dokonując relatywizacji prostytucji niektóre środowiska mówią nie o prostytucji, ale o *sexworkingu*, który jako kolejna gałąź gospodarcza powinna być prawnie w pełni uregulowana.
3. Kryminalizowanie portali erotycznych, na których pojawiają się anonse seksualne, nie spowoduje zniknięcia prostytucji ze sfery medialnej, natomiast stanowią sygnał, że strony z podobną zawartością są monitorowane przez odpowiednie służby.
4. Pojawianie się kolejnych stron Internetowych, na których oferowane są usługi erotyczne/seksualne, może wynikać z dwóch powodów. Pierwszym z nich jest zwiększona obecnie swoboda obyczajów; a po drugie, że prostytucja zapośredniczona przez Internet może dawać zwiększoną możliwość selekcji kandydatów oraz większe poczucie anonimowości niż w przypadku tradycyjnych form promiskuityzmu.

Niniejsze opracowanie nie wyczerpało problematyki zjawiska prostytucji w nowych mediach. Internet, jako stosunkowo nowe miejsce anonsowania usług seksualnych, przyniósł nowe formy uprawiania nierządu. Wobec tego kolejne opracowania powinny dotyczyć takich zjawisk jak *sexworking*, *sexting*, realna ochrona dzieci przed pornografią. Znikoma liczba prowadzonych badań nad prostytucją w Polsce i jej nowymi, wirtualnymi formami powoduje, że każde opracowanie stanowi ważny wkład w rozwój badań nad sferą seksualną i mediami.

Bibliografia

- Beard M., Henderson J., *With This Body I Thee Worship – Sacred Prostitution in Antiquity*, „Gender&History” 1997, nr 3(9).
- Bleakley, P. „500 Tokens to Go Private”: *Camgirls, Cybersex and Feminist Entrepreneurship*, „Sexuality&Culture” 2014, nr 18.
- Brensdorf W., *Socjologia prostytucji*, [w:] *Seksuologia*, H. Giese (red.), Państwowy Zakład Wydawnictw Lekarskich, Warszawa 1976.
- Castle T., Lee J, *Ordering Sex in Cyberspace: A Content Analysis of Escort Websites*, „International Journal of CulturalStudies”, 2008, nr 1.
- Castro Á., Barrada J., *DatingApps and Their Sociodemographic and Psychosocial Correlates: A Systematic Review*, „International Journal of Environmental Research and Public Health” 2020, nr 17(18). DOI: 10.3390/ijerph17186500.
- Domańska J. M., *Zjawisko prostytucji – analiza teoretyczna*, „Edukacja Humanistyczna” 2017, nr 1(36).
- Filanowski B., *Studium przypadku jako metoda badania procesów zachodzących w komunikacji społecznej*, [w:] *Metody badania komunikacji i mediów*, A. Barańska-Szmitko (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2021, s. 309-316.
- Imieliński K., *Manowce seksu. Prostytucja*, Res Polona, Łódź 1990.
- Jones A., *“I Get Paid to Have Orgasms”: Adult Webcam Models’ Negotiation of Pleasure and Danger*, „Journal of Women in Culture and Society” 2016, nr 1(42).
- Kacprzak K., Leppert R., *Związki miłosne w sieci. Poszukiwanie partnera życiowego na portalach randkowych*, Impuls, Kraków 2013.
- Kacprzak K., *Zmiany w sposobie poszukiwania partnera życiowego – przegląd badań dotyczących użytkowników portali randkowych*, „Terazniejszość – Człowiek – Edukacja” 2014, nr 68.
- Karpiński M., *Najstarszy zawód świata. Historia prostytucji*, Iskry, Warszawa 1997.
- Klonowska K., *Sponsoring seksualny – ocena binarna zjawiska*, „Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja” 2016, nr 30.
- Kowalczyk-Jamnicka M.H., *Nowe formy i zjawiska we współczesnym obrazie prostytucji młodych kobiet*, [w:] *Prostytucja. Studium zjawiska*, R. Kowalczyk, M. Leśniak (red.), Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2013.
- Kowalczyk-Jamnicka M., *Społeczno-kulturowe uwarunkowania prostytucji w Polsce*, Wydawnictwo WSP w Bydgoszczy, Bydgoszcz 1998.
- Lew-Starowicz Z., *Słownik seksuologiczny*, Agencja Omnipress, Warszawa 1986.
- Mancini P., *Il mercatodelledonne. Prostituzione, tratta, sfruttamento*, Donzelli, Rzym 2002.
- Ringdal N. J., *Love for Sale: A World History of Prostitution*, Grove/Atlantic, Nowy Jork, 2007.
- Ridder H. G., *The theorycontribution of casestudyresearchdesigns*, „BusinessResearch” 2017, nr 2(10).
- Sumter S., Vandenbosch L., Ligtenberg L., *Love me Tinder: Untanglingemergingadults’ motivations for using the datingapplication Tinder*, „Telematics and Informatics” 2017.
- Szlendak T., *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2008.
- Szota P., *Prostytucja i jej nowe formy oraz zjawiska pokrewne a regulacje prawne*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Iuridica” 2018, nr 85.
- Sztobryn-Giercuszkiewicz J., *Psychologiczne aspekty prostytucji*, Dajas, Łódź 2004.
- Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r., Kodeks karny (Dz.U. 2022 poz. 1138).
- Waszyńska K., *Od religii do biznesu. Formy prostytucji na przestrzeni lat – odniesienia do współczesności*, [w:] *Prostytucja. Studium zjawiska*, R. Kowalczyk, M. Leśniak (red.), Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2013.

Źródła internetowe

- CBOS, *Korzystanie z Internetu w 2022 roku. Komunikat z badań*, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_077_22.PDF (1.03.2023).
- Datezone.com, <https://www.datezone.com/> (1.03.2023).
- Izydorczyk D, *Roksa została zamknięta?* „Android.com.pl” z dn. 27.08.2022, <https://android.com.pl/tech/509142-roksa-odloty-co-zamiast-zawieszonoa/> (3.11.2022).
- Muniowski Ł., *Praca jak każda inna. „Bardzo bym sobie życzyła, żeby oddemonizować ten sex work*

w Polsce”, „Gazeta.pl” z dn. 12.01.2023, <https://weekend.gazeta.pl/weekend/7,177334,29350456,praca-jak-kazda-inna-bardzo-bym-sobie-zyczyla-zeby-oddemonizowac.html> (1.03.2023).
pf, *Portal Roksa.pl zamknięty. Policja zatrzymuje 11 mieszkańców Małopolski, w tle 40 mln zł*, „Wyborcza.pl” z dn. 30 listopada 2021, <https://krakow.wyborcza.pl/krakow/7,44425,27864642,portal-roksa-zamkniety-policja-zatrzymuje-11-mieszkancow-malopolski.html> (1.03.2023).
Similiarweb.com, <https://www.similiarweb.com/website/roksa.pl> (1.03.2023).
Słownik języka polskiego, hasło: sponsoring, <https://sjp.pl/sponsoring> (1.03.2023)
Światowa Organizacja Zdrowia (WHO), <https://www.who.int/teams/global-hiv-hepatitis-and-stis-programmes/populations/sex-workers> (1.03.2023)
tw, *Zniknął serwis Roksa z ogłoszeniami seksualnymi, policja zatrzymała jego właścicieli i pracowników*, „Wirtualne Media” z dn. 30 listopada 2021, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/roksa-ogloszenia-dlaczego-zniknela-policja-zatrzymala-wlascieli> (1.03.2023).
Za publikację na stronie brali 50 zł. Policja zatrzymała właścicieli portalu z ogłoszeniami seksualnymi, Onet.pl z dn. 30 listopada 2021, <https://wiadomosci.onet.pl/krakow/z-sieci-zniknal-portal-roksapl-policja-zatrzymala-wlascieli/e742e1k> (1.03.2023).

Internet and Prostitution. The Case of the Erotic Portal Roksa.pl

Summary

The aim of this study is to attempt a monographic outline of the Roksa.pl portal - one of the most popular places where sexual services were advertised through the Internet. The study utilizes a case study approach. The article addresses the following questions: 1) What are the new forms of media-mediated prostitution? 2) What are erotic portals? 3) What is the Roksa.pl portal? 4) Who are the users of the Roksa.pl website? The research findings allowed for the preliminary definition of erotic portals, stating that they are all websites (including applications) that enable Internet users to access sexual services, both in traditional, offline form (e.g., engaging in prostitution in an apartment) and online (e.g., sexting). This study may stimulate discussions on other media-sex relationships.

Keywords: Roksa.pl, prostitution, sex, media, erotic portals

***Analizy. Szkice.
Artykuły recenzyjne. Raporty***

*Analyses. Sketches.
Reviews Articles. Reports. Notes*

Beata Czuba¹

Wojskowa Akademia Techniczna, Polska

ORCID ID: 0000-0002-2544-6506

e-mail: beata.czuba@wat.edu.pl

„Ja bym to badał”². Afirmacja społeczności LGBT na przykładzie wybranych artykułów tygodnika „Polityka”

ABSTRAKT

W Polsce osoby o nieheteronormatywnej orientacji psychoseksualnej i niebinarnej tożsamości płciowej są publicznie piętnowane przez przedstawicieli władzy, nie mają zagwarantowanych praw, tak jak obywatele innych krajów Unii Europejskiej. Niemniej jednak od kilku lat obserwowane są tendencje odwrotne – wzrost solidarności społecznej i wspieranie mniejszości. W tej zmianie postaw ważną rolę odgrywają media, które wprowadzają do dyskursu na temat LGBT wątki afirmatywne. Celem rozważań zawartych w artykule jest odpowiedź na pytanie: „Jakie mechanizmy wpływu społecznego wykorzystywane są w artykułach tygodnika „Polityka”, w celu uzyskania efektu afirmacji osób LGBT?”. Przedmiotem analizy są dwa wybrane wywiady zawarte w tygodniku „Polityka”: z osobą o orientacji homoseksualnej i z ojcem transpłciowej kobiety.

SŁOWA KLUCZOWE: stres mniejszościowy, osoby LGBT, media, afirmacja

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 11.07.2022; data zatwierdzenia tekstu do druku: 23.11.2022; data publikacji: 30.06.2023.

² Fragment wypowiedzi szefa największej partii politycznej w Polsce na temat osób nieheteronormatywnych i niebinarnych. Podczas spotkania ze zwolennikami swojej partii polityk publicznie wyśmiewał, sugerując dewiację, osoby należące do tych grup. Wypowiedź ta wywołała szeroką reakcję mediów oraz działaczy LGBT+; <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/jaroslaw-kaczynski-szydzi-z-osob-lgbt-obrzydlivy-rechot/8gf381t>; <https://torun.wyborcza.pl/torun/7,48723,28623714,jaroslaw-kaczynski-we-wloclawku-o-osobach-lgbt-ja-bym-to-badal.html>; <https://fakty.tvn24.pl/oglada-j-online,60/w-taki-sposob-prezes-kaczynski-mowil-o-osobach-lgbtq,1110321.html>; <https://tvn24.pl/go/audio,14/audio-kropka-nad-i--odcinki,15075/odcinek-1224,S00E1224,805502>; <https://www.onet.pl/informacje/onetwiadomosci/kaczynski-kpi-z-osob-lgbt-lempart-szczucie-przynosi-efekt/b8nkhf-g,79cfc278>; <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/w-sieci-zawrzalo-po-slowach-kaczynskiego-o-lgbt-niestosowne-i-glupawe/e1s13pz.amp> (29.06.2022).

Wprowadzenie

Sytuacja społeczna i psychologiczna osób o nieheteronormatywnej orientacji psychoseksualnej oraz niebinarnej tożsamości płciowej (LGBTI+)³ coraz częściej jest przedmiotem badań społecznych⁴, a także wątkiem rozwijanym w literaturze⁵ oraz w kinie⁶ czy też, szerzej ujmując – w sztuce⁷. W kontekście opozycji heteronormatywność vs odmienne orientacje psychoseksualne i tożsamość płciowa rolę sztuki trafnie opisuje K. Wojtkiewicz:

„Sztuka o tematyce LGBTQ+ stanowi odważną próbę normalizowania różnorodności płciowej i indywidualności. Poprzez performance’y artyści szokują widza i zacierają ramy postrzegania płci jako sztywnego konceptu kulturowego. Z kolei w obrazach poddają analizie płynność płciową i wprowadzają przestrzeń do własnej interpretacji. Twórcy sprzeciwiają się patriarchalnym rolom społecznym i zachęcają widza do krytycznego spojrzenia na seksualność”⁸.

Kultura popularna i sztuka spełniać mogą funkcję terapeutyczną – „oswajać” lęki wywoływane przez ludzi postrzeganych jako „inni”, zagrażający istniejącemu łaadowi moralnemu.

Badania dobrostanu osób LGBT wskazują na to, że częściej niż większość odczuwają symptomy depresji i brak wsparcia społecznego. Zjawisko to jest konsekwencją stresu mniejszościowego opisywanego szeroko, m.in. w najnowszym raporcie na temat sytuacji społecznej osób LGBT w Polsce⁹. Depresja i brak wsparcia należą do istotnych czynników powodujących pogorszenie kondycji psychicznej

³ LGBTI+ to akronim oznaczający lesbijki, gejów, osoby biseksualne, transpłciowe i interpłciowe. Znak „+” odnosi się do innych tożsamości seksualnych i płciowych, w tym queer, które nie wspierają koncepcji heteroseksualności i cis. Ta niejednorodna grupa często zajmowała wspólne stanowisko w dyskursie społecznym i politycznym”, B. Sandor, *Jak zapobiegać i przeciwstawiać się dyskryminacji oraz przemocy wobec dzieci i młodzieży LGBTI+?*, Stowarzyszenie LAMBDA Warszawa, 2021, s. 14, handbook_PL.pdf (27.12.2021).

⁴ W Polsce regularne badania sytuacji osób LGBT+ prowadzi organizacje pozarządowe (m.in. Stowarzyszenie Lambda Warszawa, Kampania Przeciw Homofobii, Fundacja Trans-Fuzja, Ośrodek Monitorowania Zachowań Rasistowskich i Ksenofobicznych) oraz Centrum Badań Nad Uprzedzeniami na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego. Zob. najnowszy raport nt. zdrowia osób transpłciowych i niebinarnych – *Zdrowie osób transpłciowych i niebinarnych – podręcznik psychoedukacyjny dla osób i pacjentów oraz ich bliskich*, B. Grabski (red.), Fundacja Trans-Fuzja, Warszawa 2022; https://drive.google.com/file/d/1MenIEm9qdlISbDGpM-yHpm6PSJN_yUWN/view (29.06.2022).

⁵ <https://queer.pl/ksiazki-lgbt> (22.11.2021).

⁶ Przywołane zostały tylko wybrane filmy, które ukazały się na przestrzeni ostatnich trzech dekad: *Tajemnice Brokeback Mountain*, reż. Ang Lee, 2005, <https://www.filmweb.pl/film/Tajemnica+Brokeback+Mountain-2005-116327> (28.06.2022); *Witaj w klubie*, reż. Jean-Marc Vallée, 2013, <https://www.filmweb.pl/film/Witaj+w+klubie-2013-657859> (28.06.2022); *Dziewczyna z portretu*, reż. Tom Hooper, 2015, <https://www.filmweb.pl/film/Dziewczyna+z+portretu-2015-493475> (28.06.2022); *Carol*, reż. Todd Haynes, 2015, <https://www.filmweb.pl/film/Carol-2015-655878> (28.06.2022); *Całkowite zaćmienie*, reż. Agnieszka Holland, 1995, <https://www.filmweb.pl/film/Ca%C5%82kowite+za%C4%87mienie-1995-22> (28.06.2022); *Obywatel Milk*, reż. Gus Von Sand, 2008, <https://www.filmweb.pl/film/Obywatel+Milk-2008-465240> (28.06.2022), *Filadelfia*, reż. Jonathan Demme, 1993, <https://www.filmweb.pl/film/Filadelfia-1993-1222> (28.06.2022); *Królowa*, reż. Łukasz Koźmicki, 2022; <https://www.filmweb.pl/serial/Kr%C3%B3lowa-2022-871819/cast/crew> (29.06.2022).

⁷ <https://www.vogue.pl/a/subiektywny-przewodnik-po-sztuce-lgbtq> (22.11.2021).

⁸ K. Wojtkiewicz, *Subiektywny przewodnik po sztuce LGBT+*, <https://www.vogue.pl/a/subiektywny-przewodnik-po-sztuce-lgbtq> (22.11.2021).

⁹ P. Górńska, *Stres mniejszościowy*, [w:] *Raport za lata 2019-2020. Sytuacja społeczna osób LGBT+ w Polsce*, M. Winiewski, M. Świder (red.), Kampania Przeciw Homofobii, Fundacja Lambda Warszawa, Warszawa 2021, s. 168-199.

jednostek, łącznie z wystąpieniem tendencji samobójczych. Warto przywołać słowa Brunona Hołysty na temat doniosłych funkcji systemu społecznego dla zachowania dobrostanu jednostek:

„Wychodząc z założenia, że system społeczny powinien zapewniać każdemu dogodne warunki egzystencji i umożliwiać zaspokojenie potrzeb, trzeba zatem zwrócić uwagę na to, czy przyczyna drastycznych zachowań jednostki nie tkwi w wadliwości funkcjonowania życia społecznego. Inną ważną przyczyną uzasadniającą wagę zapobiegania nie tyle samobójstwom, co zachowaniom presuicydalnym, jest konieczność zainteresowania się losem ludzi, którzy często nie znają wszystkich możliwości rozwiązywania swoich problemów, a zatem nie są w pełni świadomi dokonywanego wyboru”¹⁰.

Dyskurs na temat osób określanych mianem LGBT zawiera, z jednej strony, wątki dyskryminacyjne, wykluczające, naznaczające stereotypem, co może sprzyjać okazywaniu wrogości, marginalizacji, dehumanizacji. Ustanowienie w Polsce tzw. stref wolnych od LGBT¹¹ przez samorządy niektórych gmin stało się powodem interwencji Unii Europejskiej, która jednoznacznie potępiła takie działania, jak również podjęła decyzję o ograniczeniu środków finansowych samorządom, które podjęły dyskryminujące uchwały¹². W dyskusji na temat zasadności głosów potępiających Polskę za dyskryminację osób LGBT nie brakuje opinii wskazujących na nieprawdziwość tych zarzutów, spisek, nieuzasadnione interpretacje, wymaginowaną dyskryminację¹³. Poczuciu bezpieczeństwa psychologicznego i osobistego osób LGBT nie sprzyjają wypowiedzi czołowych postaci życia publicznego w Polsce. Należy do nich cytowana swego czasu szeroko wypowiedź Prezydenta RP:

„ – Próbuje się nam prosię państwa wmówić, że to ludzie. A to jest po prostu ideologia – powiedział Duda. – Jeżeli ktoś ma jakiegokolwiek wątpliwości, czy to jest ideologia, czy nie, to niech sobie zajrzy w karty historii i zobaczy, jak wyglądało na świecie budowanie ruchu LGBT, niech zobaczy jak wyglądało budowanie tej ideologii, jakie poglądy głosili ci, którzy ją budowali – dodał”¹⁴.

Raport na temat sytuacji osób LGBTa za lata 2019-2020 wskazuje na to, że:

„(...) Akceptacja orientacji seksualnej/tożsamości płciowej osób LGBTa ze strony członków i członkiń ich rodzin jest związana z lepszym stanem zdrowia, większym zadowoleniem z życia, wyższą samooceną, a także mniejszą częstotliwością myśli samobójczych, osamotnieniem i nasileniem objawów depresji”¹⁵.

Celem rozważań zawartych w artykule jest odpowiedź na pytanie: „Jakie mechanizmy wpływu społecznego wykorzystywane są w artykułach tygodnika «Polityka»,

¹⁰ B. Hołyst, *Od Redaktora Naukowego*, [w:] *Zapobieganie samobójstwom. Motywacja zachowań samobójczych*, B. Hołyst (red.), Difin, Warszawa 2021, s. 9.

¹¹ [https://strefywolneodlgbt.pl/\(09.11.2021\)](https://strefywolneodlgbt.pl/(09.11.2021)). [https://mobirank.pl/2020/02/28/sprawdz-nietolerancyjne-gminy-strefy-wolne-od-lgbt-w-polsce/\(09.11.2021\)](https://mobirank.pl/2020/02/28/sprawdz-nietolerancyjne-gminy-strefy-wolne-od-lgbt-w-polsce/(09.11.2021)); [https://bezprawnik.pl/strefy-wolne-od-ideologii/\(09.11.2021\)](https://bezprawnik.pl/strefy-wolne-od-ideologii/(09.11.2021)).

¹² <https://www.wprost.pl/kraj/10487630/strefy-wolne-od-lgbt-ke-grozi-województwom-utrata-pieniedzy.html> (09.11.2021).

¹³ [https://patrznaece.pl/zoom/strefy-wolne-od-lgbt-nie-istnieja/\(09.11.2021\)](https://patrznaece.pl/zoom/strefy-wolne-od-lgbt-nie-istnieja/(09.11.2021)); <https://ordoiuris.pl/strefy-wolne-od-lgbt> (09.11.2021).

¹⁴ <https://www.rp.pl/wydarzenia/art8909311-andrzej-duda-o-lgbt-probuja-wmowic-ze-to-ludzie-to-ideologia> (10.11.2021); <https://www.rp.pl/polityka/art672461-lgbt-to-nie-ludzie-to-ideologia-posel-zalek-wyproszony-z-tvn24> (10.11.2021).

¹⁵ M. Winiewski, M. Świder (red.), *Raport za lata 2019-2020. Sytuacja społeczna osób LGBTa w Polsce*, Kampania Przeciw Homofobii, Stowarzyszenie Lambda Warszawa, Warszawa 2021, s. 58, https://kph.org.pl/wp-content/uploads/2021/12/Raport_Duzy_Digital-1.pdf (28.06.2022).

w celu uzyskania efektu afirmacji osób LGBT?”. Przedmiotem analizy są dwa wywiady. Pierwszy, autorstwa Janusza Wróblewskiego pt. *Kropła drąży kościół*¹⁶, to wywiad z artystą wizualnym, tworzącym i mieszkającym na wsi, osobą homoseksualną, członkiem Kościoła katolickiego. Jego życie było inspiracją dla reżyserów Łukasza Rondudy i Łukasza Gutta do stworzenia filmu *Wszystkie nasze strachy*¹⁷. Drugi wywiad pt. „Pozwani za miłość” Katarzyny Kaczorowskiej¹⁸, to rozmowa z Piotrem Jacońem – dziennikarzem TVN, ojcem transpłciowej kobiety, autorem książki *My, Trans*¹⁹.

Metodą badania zastosowaną w tym artykule jest analiza treści:

„Analiza treści jest badaniem zarejestrowanych ludzkich przekazów. Do form przekazu odpowiednich dla takiego badania należą książki, czasopisma, strony www, wiersze, gazety, piosenki, obrazy, przemówienia, listy elektroniczne, wiadomości na tablicach informacyjnych w Internecie, prawa i konstytucje, podobnie jak części, z których się one składają, lub złożone z nich zbiory”²⁰.

Jednostką analizy są wypowiedzi zawarte w wybranych artykułach tygodnika „Polityka”. Zostaną one poddane analizie oraz interpretacji w poszukiwaniu zawartych w nich treści afirmatywnych wobec osób LGBT. Wybór „Polityki” był podyktowany tym, iż jest tygodnikiem wysoko ocenianym przez czytelników, podejmuje wiele aktualnych, istotnych problemów społecznych. Należy podkreślić, że wybrane do analizy teksty należą do dużego zbioru materiałów (felietonów, artykułów, wywiadów, komentarzy etc.) prezentowanych na łamach „Polityki”, odnoszących się do problematyki osób LGBT. Ze względu na ramy artykułu konieczne było dokonanie wyboru tekstów, spośród wielu wątków, wypowiedzi, refleksji etc. Wybór tych dwóch wywiadów wynika z tego, że dotyczą one osób, które są reprezentatywnymi przedstawicielami złożonego, zróżnicowanego środowiska LGBT; działają społecznie, przejawiają wiarę w możliwość zmiany, poprzez swoją aktywność tworzą afirmatywny dyskurs dotyczący osób LGBT.

Stres mniejszościowy i znaczenie bezpieczeństwa osobistego

Wobec wielu ujęć oraz definicji bezpieczeństwa przywołam stanowisko B. Hołysta, który tak oto przedstawia istotę tego pojęcia:

„Definicji bezpieczeństwa jest wiele i zależą one od dziedziny, której dotyczą. Najogólniej jednak rzecz biorąc, jest to nie tylko pewnego rodzaju stan psychiczny, lecz także biologiczny, społeczny, kulturowy i prawny, w którym dana osoba ma poczucie całkowitej pewności – wie, że ma wsparcie w innej osobie lub w sprawnie funkcjonującym systemie prawnym. (...) Bezpieczeństwo daje poczucie pewności, że stan zagrożenia nie wystąpi w wyniku różnych zdarzeń losowych, zarówno tych dających się przewidzieć, jak i niemożliwych do przewidzenia”²¹.

¹⁶ J. Wróblewski, *Kropła drąży Kościół*, „Polityka”, nr 45, 3.11-8.11.2021 r., s. 36-38.

¹⁷ *Wszystkie nasze strachy* – film fabularny w reżyserii Łukasza Rondudy i Łukasza Gutta z 2021 r. Film przedstawia historię inspirowaną prawdziwą postacią artysty Daniela Rycharskiego – katolika, geja, mieszkańca wsi, aktywisty. <https://www.filmweb.pl/film/Wszystkie+nasze+strachy-2021-876866> (09.11.2021).

¹⁸ K. Kaczorowska, *Pozwani za miłość*, „Polityka”, nr 49 (3341), 1.12-7.12.2021, s. 35-37.

¹⁹ P. Jacoń, *My, Trans*, RM, Warszawa 2021.

²⁰ E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 358.

²¹ B. Hołyst, *Bezpieczeństwo. Ogólne problemy badawcze*, Wydawnictwo Naukowe PWN SA, Warszawa 2014, s. 9.

B. Hołyst twierdzi, że „(...) zapewnienie osobistego bezpieczeństwa w pracy, w domu i w podróży ma wielkie znaczenie – niezależnie od tego, kogo dotyczy”²². Autor powołuje się na badania, które dowodzą, że permanentne poczucie zagrożenia powoduje wiele problemów zdrowotnych. Poczucie zagrożenia, lęk przed przemocą niszczy komórki nerwowe mózgu oraz tkankę mięśniową serca, negatywnie oddziałuje na każdą sferę funkcjonowania jednostki. Jest także przeszkodą w prowadzeniu życia, które uważane jest za wartościowe i sensowne:

„Stany nadmiernego pobudzenia i przesadnej czujności – lub, przeciwnie, stany otępienia i apatii – wobec niebezpieczeństw i przemocy, które mogą się pojawić w otoczeniu, prowadzą do narastającego niepokoju, gniewu, rozpacz, wyczerpania i paranoi. Jeśli sytuacja taka będzie się utrzymywała przez dłuższy czas, może uniemożliwić normalne życie”²³.

Wybitny polski kryminolog i suicydolog wskazuje na to, że pewne cechy jednostek lub grup mogą zwiększać ich podatność na deprivację potrzeby bezpieczeństwa. Autor nazywa tę właściwość „potencjałem wiktymogennym”²⁴. Podatność na deprivację potrzeby bezpieczeństwa ma źródła zarówno w pewnych cechach fizycznych/osobowościowych jednostki (np. cechy jej wyglądu, orientacja seksualna, tożsamość płciowa etc.), jak również we właściwościach środowiska, w którym styka się zarówno z instytucjami, jak i doświadcza ogólnej atmosfery życia społecznego (np. istnienie prawa dyskryminującego mniejszości, społeczne przyzwolenie na działalność organizacji rasistowskich, homofobicznych etc.). Według Hołysty indywidualne poczucie bezpieczeństwa lub zagrożenia zachodzi, jeśli:

1. pewne cechy kondycji sprawności fizycznej nie pozwalają na czynną ucieczkę lub wezwanie pomocy (znaczenie ma zatem wiek, sprawność fizyczna, sprawność działania zmysłów, płeć etc.);
2. pewne cechy osobowości/kondycji psychicznej jednostki powodują jej bezbronność (np. brak sprawnie działających mechanizmów obronnych osobowości, uległość/ brak agresywności etc.);
3. status ekonomiczny lub społeczny jednostki powoduje agresję otoczenia (niski bądź wysoki status, charakter wykonywania pewnych zawodów – stróż nocny, taksówkarz, policjant, ochroniarz etc.)²⁵.

Wydaje się, że osoba o nieheteronormatywnej orientacji psychoseksualnej i/lub o niebinarnej tożsamości płciowej reprezentuje przynajmniej dwa atrybuty, z wymienionych przez autora, co zwiększa jej potencjał wiktymogeny. Po pierwsze, jej tożsamość osobista często nie jest akceptowana przez otoczenie społeczne, które w rozmaity sposób komunikuje, że jest ona, jak powiada Erving Goffman w rozważaniach na temat piętna, „kimś naznaczonym i niepełnowartościowym”²⁶. W ten sposób osobista tożsamość jednostki zostaje zakwestionowana. E. Goffman tak oto określa stan psychiczny osoby ze społecznym piętnem:

²² *Ibidem*, s. 38.

²³ *Ibidem*, s. 39.

²⁴ *Ibidem*, s. 41-42.

²⁵ *Ibidem*, s. 43.

²⁶ E. Goffman, *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005, s. 32.

„Normy, które ktoś taki przejmując od społeczeństwa sprawiają, że doskonale zdaje sobie sprawę z tego, co bywa uznawane za jego słabość, a to z kolei każe mu choćby przelotnie podzielać opinię, iż nie jest w stanie sprostać stawianym mu wymaganiom”²⁷.

Po drugie, ogólna atmosfera życia społecznego w Polsce sprzyja manifestowaniu wobec osób LGBT przemocy zarówno fizycznej, jak i werbalnej.

Badania Marty Dory dotyczące czynników ryzyka samobójczego i gorszego funkcjonowania psychicznego osób o tożsamości nieheteronormatywnej i transpłciowej, wskazują na kulturowy i społeczno-polityczny klimat, w jakim żyją. Autorka nazywa tę szczególną konfigurację czynników „stresem mniejszościowym” i definiuje go jako:

„(...) dodatkowe obciążenie, na które narażone są osoby należące do stygmatyzowanej populacji. Stres mniejszościowy (...) cechuje się unikatowością, społecznym uwarunkowaniem i chronicznością, czyli doświadczają go wyłącznie osoby należące do grupy posiadającej mniejszościową tożsamość, a jego źródłem są procesy i trwałe struktury społeczne leżące poza jednostką i od niej niezależne, co przekłada się na przewlekłość obciążenia”²⁸.

Paulina Górską przywołuje taką oto definicję stresu mniejszościowego:

„(...) jest unikatowym doświadczeniem członków_ów grup stygmatyzowanych. Obejmuje on dodatkowe obciążenie, z którym obok stresorów ogólnych, takich jak np. zła sytuacja materialna, choroby przewlekłe czy śmierć osoby bliskiej, muszą radzić sobie osoby należące do grup piętnowanych społecznie. W przypadku osób LGBTQA źródłem stresu mniejszościowego jest niezgodność pomiędzy własnymi pragnieniami i spojrzeniem na rzeczywistość a instytucjami i strukturami istniejącymi poza jednostką, takimi jak tradycja, klimat ideologiczny, religia lub system prawny. Rozdzźwięk ten wywołuje napięcie, które przekłada się na obniżenie dobrostanu psychicznego jednostki”²⁹.

M. Dora zwraca uwagę na to, że dyskryminacji i mowie nienawiści ulegają nie tylko przedstawiciele grup mniejszościowych, ale także osoby posiadające cechę stereotypowo utożsamianą z tymi grupami. Może to być tęczy kolor torby na zakupy, udział w demonstracjach, aktywność w mediach społecznościowych wspierająca osoby LGBT etc.³⁰ Niemniej jednak, w przypadku osób nieheteronormatywnych i transpłciowych, społeczeństwo „(...) patologizuje i dewaluuje ich tożsamość i autoidentyfikację”³¹ ten proces właśnie, często połączony z przymusem ukrywania własnej tożsamości, jest źródłem stresu. Stres powoduje problemy zdrowia psychicznego i zwiększone ryzyko samobójcze. Według autorki w państwach o słabej ochronie instytucjonalnej osób LGB liczba prób samobójczych wśród młodzieży z tej grupy jest większa. Wiek oraz stopień wsparcia społecznego są czynnikami ryzyka depresji i prób samobójczych. Osoby LGBT, które w młodym wieku (21-25 lat) doświadczały odrzucenia ze strony rodziców lub opiekunów, reprezentują ponad ośmiokrotnie wyższe ryzyko popełnienia samobójstwa, niż ich rówieśnicy niedoświadczający braku wsparcia³².

²⁷ *Ibidem*, s. 37-38.

²⁸ M. Dora, *Czynniki wpływające na ryzyko samobójcze u osób nieheteroseksualnych i transpłciowych*, [w:] B. Hołyst (red.), *Zapobieganie samobójstwom. Motywacja zachowań samobójczych*, Difin, Warszawa 2021, s. 155.

²⁹ P. Górską, *Stres mniejszościowy...*, *op.cit.*, s. 169.

³⁰ M. Dora, *Czynniki wpływające na ryzyko samobójcze...*, *op.cit.*, s. 155.

³¹ *Ibidem*.

³² *Ibidem*, s. 156.

Poszukując pozytywnych moderatorów chroniących przed stresem mniejszościowym, z pewnością należy wskazać afirmatywne środowisko rodzinne (rodzina pochodzenia, opiekunowie), bliskie więzi z przyjaciółmi, wsparcie organizacji pozarządowych, dostęp do opieki medycznej, w tym do specjalistów deklarujących afirmacyjny stosunek do osób nieheteronormatywnych i transpłciowych³³.

M. Dora zwraca uwagę na ważny aspekt zróżnicowania problemów w grupie osób określanych wspólnym mianem LGBT. Na przykład osoby transpłciowe, oprócz braku akceptacji ze strony otoczenia społecznego, doświadczają dysforii (cierpienia), spowodowanego przeżywaniem niezgodności pomiędzy płcią przypisaną przy urodzeniu a postrzeganą własną tożsamością płciową. Taka osoba potrzebuje kontaktu z wieloma specjalistami z zakresu medycyny oraz zapewnienia dostępu do procedur medycznych zmiany płci, przejścia procedury zmiany płci metrykalnej oraz imienia. Należy pamiętać o tych zróżnicowaniach, projektując działania profilaktyczne; potrzeby rozmaitych grup mogą być bowiem odmienne.

Afirmatywny dyskurs na temat osób LGBT na łamach tygodnika „Polityka”

W artykule przyjęto tezę, że sposób przedstawiania przez media problemów osób LGBT może być nie tylko informacyjny, ale także afirmatywny. „Jestem osobą, która skupia paradoksy: gej ze wsi, jeszcze na dodatek wierzący, progresywny artysta – mówi o sobie Daniel Rycharski, bohater filmu «Wszystkie nasze strachy» Łukasza Rondudy i Łukasza Gutta”³⁴ – tak brzmi wstęp do wywiadu Janusza Wróblewskiego z Danielem Rycharskim, który ukazał się w numerze 45 czasopisma „Polityka” w 2021 r. Należy zauważyć, że sama zapowiedź – kto jest bohaterem wywiadu – zawiera elementy afirmatywne. Tożsamość D. Rycharskiego („gej ze wsi, wierzący, progresywny artysta”) jest różnorodna, złożona. To charakterystyka człowieka, który jest nie „tylko” gejem, ale również aktywistą społecznym, działającym na rzecz lokalnej społeczności. Rycharski poprzez swoją twórczość sprawia, że jego region jest rozpoznawalny. Nazywanie tej złożoności tożsamości „paradoksem” wynika raczej z przeciwstawienia stereotypowi, że gej nie może być katolikiem. Tymczasem Rycharski wiele mówi o przynależności do Kościoła i swojej umacniającej się wierze. Artysta działa na rzecz Fundacji „Wiara i Tęcza”³⁵, skupiającej osoby nieheteronormatywne i wierzące (niezależnie od Kościoła, do którego należą). Działalność w organizacji pozwala mu uporać się z odrzuceniem ze

³³ *Ibidem*, s. 157.

³⁴ J. Wróblewski, *Kropła drąży Kościół*, „Polityka”, nr 45, 3.11-8.11.2021 r., s. 36.

³⁵ „Działamy na rzecz chrześcijan homoseksualnych, biseksualnych, transpłciowych, niebinarnych i interpłciowych, opowiadając się za pełną akceptacją LGBT+ w Kościołach i w społeczeństwie. Uważamy, że każda orientacja seksualna i tożsamość płciowa jest darem od Boga i można ją pogodzić z wiarą. Sprzeciwiamy się wszelkim formom dyskryminacji osób LGBT+, zwłaszcza motywowanej religijnie oraz wszelkim formom tak zwanej terapii reparatywnej.” <http://www.wiaraiteczka.pl/> (27.12.2021).

strony instytucji Kościoła; jako gej nazywany jest przez księży „tęczową zarazą”. Sam określa swoją aktywność, również twórczą, jako świeckie chrześcijaństwo:

„Chrześcijaństwo świeckie definiuję jako aktywizm społeczny. Jeśli Polacy wychodzą teraz na ulice, protestując – a robią to w imieniu wykluczonych, słabszych, innych – stanowi to dla mnie dowód ich głębokiej postawy chrześcijańskiej”³⁶.

Poprzez wystawy swoich prac Rycharski stara się zwrócić uwagę społeczeństwa, między innymi, na samobójstwa osób należących do mniejszości:

„Inny przykład aktywizmu duchowego to «Krzyż» – praca zrobiona z drzewa, na którym powiesiły się osoby LGBT. Miała być użyta do drogi krzyżowej w intencji ofiar homofobii. Sądziłem, że Kościół uderzy się w pierś i przyzna, że czasami inspiruje do nienawiści. Niestety, droga krzyżowa nie doszła do skutku, ponieważ jej uczestnicy, m.in. z Wiary i Tęczy, nie byli gotowi. Więc ściągnąłem krzyż z wystawy i sam poszedłem ulicami Warszawy. Trafiłem pod Pałac Prezydencki. Chciałem zastąpić krzyż smoleński, który tak spolaryzował polskie społeczeństwo, innym krzyżem, który też mówi o tragedii narodowej, jaką jest homofobia. – Akcja też nie trafiła do właściwych adresatów? [J. Wróblewski – dop. B.Cz.] – Trafiła, bo minister Gliński kupił potem mój krzyż do kolekcji sztuki narodowej. A droga krzyżowa stała się inspiracją filmu «Wszystkie nasze strachy»”³⁷.

Rycharski uważa, że kino ma większą moc oddziaływania na emocje widzów niż wystawa, zatem powstanie filmu „Wszystkie nasze strachy” w reżyserii Ł. Rondudy i Ł. Gutta uważa za bardzo ważne wydarzenie:

„Jestem artystą sztuk wizualnych. Łukasz Ronduda – kuratorem i reżyserem. Chcemy dialogu. Film jest medium, dzięki któremu widz może głębiej przeżywać. «Krzyż» w galerii nie wywoła tyłu emocji co pokaz «Wszystkich naszych strachów». Prawicowa władza tworzy strefy wolne od LGBT. – Oglądanie filmu to zmieni? [pytanie J. Wróblewskiego] – Na kołaudację naszego filmu przyszedł 80-letni pan z PiS. Przed projekcją dziwił się, po co w ogóle coś takiego powstało. Jakaś bzdura, ideologia LGBT. Po obejrzeniu przeprosił, bo już inaczej patrzył. Film go zmienił. Z podobną reakcją spotkałem się u mojego ojczyma. Powiedział, że już nigdy nie odważy się wystąpić przeciwko gejom czy lesbijkom. To samo mówili nam widzowie po seansach na festiwalu w Gdyni. Prawicowi dziennikarze uznali, że nie mogą filmu skrytykować. Bo pokazuje problem w taki sposób, że oni go rozumieją”³⁸.

Aktywizm w sztuce Rycharskiego to zaangażowanie społeczne, które ma pomóc społeczeństwu zaakceptować osoby LGBT:

„Ja również używam sztuki jako narzędzia do zmiany rzeczywistości. Mój ostatni projekt «Opieka rodzinna» zmierzył się z homofobią w moich rodzinnych stronach koło Sierpca. Zawoziłem osoby LGBT do chłopskich rodzin, z którymi mieszkaly one przez tydzień. MSN płaciło rolnikom za opiekę. Efekt jest taki, że nie ma tam już homofobii, bo wszyscy się przekonali, że są to normalni, wrażliwi ludzie”³⁹.

Rycharski mówi w wywiadzie, że w ostatnich latach wiele udało mu się zmienić w świadomości współmieszkańców swojej wsi:

„Gdy zaczynałem, nikt w Kurówku nie wiedział, co to jest LGBT. A teraz swobodnie można na ten temat dyskutować. Niedawno z ciekawości poprosiłem żonę komendanta straży pożarnej, żeby się dowiedziała, co o mnie mówią. Okazało się, że nikt nie powiedział złego słowa przeciwko mnie. Martwiło ich tylko, że nie będę miał dzieci. Co się stanie z moim życiem za 30 lat, gdy będę sam”⁴⁰.

³⁶ J. Wróblewski, *Kropła drżży Kościół...*, op.cit, s. 37.

³⁷ *Ibidem*.

³⁸ *Ibidem*.

³⁹ *Ibidem*, s. 38.

⁴⁰ *Ibidem*.

Z wywiadu można wnosić, że afirmacja ze strony środowiska społecznego, o której mówi Rycharski, nie przyszła do niego „sama”, lecz jest efektem dążenia do zmiany, niepokodzenia się z pozycją osoby zmarginalizowanej, o tożsamości sprowadzonej do orientacji seksualnej.

W artykule K. Kaczorowskiej pt. *Pozwani za miłość*, ojciec transpłciowej kobiety (dziennikarz telewizyjny – Piotr Jacoń) wyjaśnia, co to jest transpłciowość, czym różni się od orientacji seksualnej:

„Transpłciowość, którą jeszcze nie tak dawno temu w Polsce nazywano transseksualizmem, naprawdę nie dotyczy życia seksualnego, ale tożsamości płciowej – tego, kim jestem, jak odbieram siebie i świat. W tym rozdarciu pomiędzy poczuciem tożsamości a własną fizycznością dzieje się wiele dramatycznych, często tragicznych rzeczy. Dlatego coming out pozwala osobie transpłciowej postawić kropkę nad »i«, dopasować puzzle w układance, która była do tej pory zagadką, również dla jej najbliższych”⁴¹.

P. Jacoń opowiada o swoich ekstremalnych doświadczeniach rodzicielstwa (depresja, samookaleczanie się, próba samobójcza córki), strachu o swoje dziecko, o jego bezpieczeństwo. Oprócz trudnych przeżyć, niepewności, wspomina także o wspólnocie, jakiej doświadczył, spotykając się z rodzicami transpłciowych dzieci, podczas pisania książki *My, Trans*. Oprócz niezrozumienia sytuacji osób transpłciowych przez otoczenie społeczne, problemem jest brak wsparcia ze strony instytucji państwa. Procedura zmiany płci metrykalnej, której musi dokonać sąd, wymaga pozwania swoich rodziców przez pełnoletnią osobę transpłciową. Samo przejście przez to doświadczenie jest źródłem ogromnego stresu. Dziennikarz mówi w wywiadzie o sile stereotypów na temat transpłciowości, które nie omijają nawet sędziów. Napisanie książki o rodzinach osób transpłciowych traktuje jak własną terapię, ale także poszukiwanie wspólnych doświadczeń z ludźmi pozostającymi w podobnej sytuacji. Książka powinna także rozprawiać się z mitami na temat transpłciowości, dawać prawdziwą wiedzę, pomagać zrozumieć ludziom nieznanym problemu, czym on naprawdę jest.

Na pytanie K. Kaczorowskiej, co autorowi książki dało „wyjście z szafy” i publiczne opowiedzenie własnej historii, a także historii innych rodzin, ten odpowiada:

„Poczułem moc sprawczą. (...) Zrozumiałem, że my, rodzice osób LGBT, jesteśmy siłą. Nie musimy ukrywać się w szafach. Tworzymy polskie społeczeństwo. Jesteśmy obywatelami tego kraju. Jesteśmy wyborcami. Jesteśmy parafianami. Lepiej się z nami liczcie!”⁴².

Artykuły J. Wróblewskiego i K. Kaczorowskiej mają charakter afirmatywny wobec osób LGBT. Mechanizmy wpływu społecznego oraz argumenty używane w celu wywołania efektu afirmacji przedstawia tab. 1.

⁴¹ K. Kaczorowska, *Pozwani za miłość*, „Polityka”, nr 49 (3341), 1.12–7.12.2021, s. 36.

⁴² *Ibidem*, s. 37.

Tabela 1. Mechanizmy wpływu społecznego i rodzaje argumentów zastosowane przez autorów wywiadów w celu wywołania efektu afirmacji

Sposób przedstawienia jaźni bohatera artykułu	Mechanizmy wpływu społecznego i argumenty leżące u podstaw podejścia afirmatywnego
Daniel Rycharski	
Człowiek o złożonej osobowości	<p>Mechanizm redukcji dysonansu poznawczego⁴³, mechanizm atrakcyjności interpersonalnej.</p> <p>Tożsamość Daniela Rycharskiego jest złożona, nie sprowadza się do orientacji seksualnej. Jest gejem, katolikiem, artystą, działa w fundacji. Taki sposób przedstawienia osobowości znamionuje człowieka interesującego, kreatywnego, którego chciałoby się poznać osobiście. Rycharski odróżnia się od innych ludzi (od większości) nie tylko tym, że jest gejem. Ma ciekawe przemyślenia na temat świata, prezentuje wyraziste poglądy. Sposób ukazania Rycharskiego w artykule bazuje na psychologicznym mechanizmie redukcji dysonansu poznawczego – gej i katolik. Konkretnie przykłady z życia Rycharskiego, mogą potwierdzać tezę, że połączenia: gej-artysta-katolik-aktywista są spójne i sprawdzają się w realiach codziennego życia.</p>
Osoba silnie związana ze swoją społecznością	<p>Mechanizm sympatii, mechanizm konformizmu.</p> <p>Poprzez swoją sztukę D. Rycharski troszczy się o innych. Zależy mu na wspólnocie, na budowaniu spójnej zbiorowości. Rozumie odbiorcę swojej sztuki, ponieważ od urodzenia poznaje swoich sąsiadów, jest blisko ludzi. Nie tworzy abstrakcyjnej sztuki, oderwanej od codziennego doświadczenia ludzi. Prowokuje swoich sąsiadów do dyskusji, rozmawia z nimi. W ten sposób staje się tym, kogo inni dobrze znają, a przez to także – akceptują. Rycharski jest lubiany i akceptowany w społeczności lokalnej, jest częścią tej zbiorowości – akceptuje normy i zasady, które rządzą zbiorowością, ale jednocześnie modyfikuje je. Wprowadza nową jakość w relacjach.</p>
Piotr Jacoń	
Ojciec transpłciowej kobiety	<p>Mechanizm podobieństwa.</p> <p>Odwolanie się do roli ojca walczącego o zdrowie i życie swojego dziecka to nawiązanie do wspólnoty uczuć, emocji, rodzicielskich doświadczeń. Uczucia, które P. Jacoń żywi do swojego dziecka i emocje towarzyszące mu w sytuacjach trudnych, są takie same jak u rodziców dzieci z cispłciową tożsamością⁴⁴.</p>
Twórca i edukator	<p>Argument autorytetu.</p> <p>Dziennikarz napisał książkę, w której zamieścił wywiady z osobami transpłciowymi oraz ich rodzinami. W ten sposób zakomunikował odbiorcom książki, czym jest transpłciowość, jakie konsekwencje niesie dla wszystkich, którzy związani są z osobą transpłciową. P. Jacoń wykorzystuje narzędzia, jakie daje mu rzemiosło dziennikarskie, aby jego przekaz był szeroki, czytelny i skuteczny. W tym przypadku odwołuje się do wiedzy jako do autorytetu.</p>
Nonkonformista, buntownik	<p>Mechanizm nonkonformizmu.</p> <p>Nie można ukrywać własnej tożsamości i domagać się zmiany postaw ludzi wobec kontrowersyjnych problemów. Trzeba zdecydować się na odwagę mówienia o tym głośno. Droga do tego jest ujawnienie swojej sytuacji osobistej – nonkonformistyczne ‘wyjście z szafy’.</p>

Źródło: opracowanie własne

Podsumowanie

Stres mniejszościowy osób LGBT może prowadzić do bardzo dramatycznych konsekwencji psychologicznych i zdrowotnych. Należy docenić i wykorzystywać rolę mediów, w tym – przekazów popkultury – adresowanych do szerokiej publiczności, pozwalających szerokiemu odbiorcy zrozumieć problemy, z jakimi borykają się grupy osób nazywane wspólnym mianem LGBT. Odpowiadając na pytanie badawcze postawione we Wprowadzeniu należy stwierdzić, że afirmatywny sposób prezentacji bohaterów analizowanych artykułów polega na mówieniu na temat osób LGBT językiem, który „zdejmuje” z nich społeczne piętno. Dziennikarze „przedstawiają jaźń” swoich rozmówców z jednej strony jako podobną do jaźni „zwykłych” ludzi („oni są tacy sami jak my”). Jednocześnie są to osoby pozytywnie wyróżniające się w zbiorowości, nieukrywające własnej tożsamości (dziennikarz znanej stacji radiowej, artysta wizualny – obaj zaangażowani społecznie). W analizowanych artykułach nie tylko „mówi się na temat” osób LGBT, ale one same opowiadają o sobie. Sposób prezentacji jaźni D. Rycharskiego i P. Jaconia ma cechy zachęcające odbiorcę do akceptacji bohaterów tych wywiadów. Mechanizm afirmacji opiera się na takich technikach wywierania wpływu, jak: dążenie do redukcji dysonansu poznawczego, sympatia, atrakcyjność interpersonalna, konformizm, nonkonformizm, argument autorytetu, podobieństwo. Bohaterowie artykułów, jako przedstawiciele mniejszości, są podobni do „normalsów”, jednocześnie wyróżniają się, niekoniecznie jednak ze względu na nieheteronormatywność czy niebinarność, lecz ze względu na to, że są interesującymi ludźmi, o wyrazistych poglądach. Są świadomi swoich praw, odważnie walczą o respektowanie ich podmiotowości i tożsamości przez otoczenie społeczne.

Bibliografia

- Aronson E., Aronson J., *Człowiek istota społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN SA, Warszawa 2020.
- E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Dora M., *Czynniki wpływające na ryzyko samobójcze u osób nieheteroseksualnych i transpłciowych*, [w:] *Zapobieganie samobójstwom. Motywacja zachowań samobójczych*, B. Hołyst (red.), Difin, Warszawa 2021.
- Goffman E., *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
- Grabski B. (red.), *Zdrowie osób transpłciowych i niebinarnych – podręcznik psychoedukacyjny dla osób i pacjentów oraz ich bliskich*, Fundacja Trans-Fuzja, Warszawa 2022; https://drive.google.com/file/d/1MenJEm9qdIIISbDGpM-yHpm6PSJN_yUWN/view (29.06.2022).
- Górska P., *Stres mniejszościowy*, [w:] *Raport za lata 2019-2020. Sytuacja społeczna osób LGBT w Polsce*, M. Winiewski, M. Świder (red.), Kampania Przeciw Homofobii, Fundacja Lambda Warszawa, Warszawa 2021.
- Hołyst B., *Od Redaktora Naukowego*, [w:] *Zapobieganie samobójstwom. Motywacja zachowań samobójczych*, B. Hołyst (red.), Difin, Warszawa 2021.
- Hołyst B., *Bezpieczeństwo. Ogólne problemy badawcze*, Wydawnictwo Naukowe PWN SA, Warszawa 2014.
- Jacoń P., *My, Trans*, RM, Warszawa 2021.
- Kaczorowska K., *Pozwani za miłość*, „Polityka”, nr 49 (3341), 1.12–7.12.2021.
- Sandor B., *Jak zapobiegać i przeciwstawiać się dyskryminacji oraz przemocy wobec dzieci i młodzieży LGBTI+?*, Stowarzyszenie LAMBDA Warszawa, 2021, [handbook_PL.pdf](#) (27.12.2021).
- Wojtkiewicz K., *Subiektywny przewodnik po sztuce LGBT+*, <https://www.vogue.pl/a/subiektywny-przewodnik-po-sztuce-lgbtq> (22.11.2021).

Winiewski M., Świder M. (red.), *Raport za lata 2019-2020. Sytuacja społeczna osób LGBTQA w Polsce*, Kampania Przeciw Homofobii i Lambda, Warszawa 2021, https://kph.org.pl/wp-content/uploads/2021/12/Raport_Duzy_Digital-1.pdf (28.06.2022).

Wróblewski J., *Kropła drąży Kościół*, „Polityka”, nr 45, 3.11-8.11.2021.

Źródła internetowe

<https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/jaroslaw-kaczynski-szydzi-z-osob-lgbt-obrzydlivy-rechot/8gf381t> (29.06.2022).

<https://torun.wyborcza.pl/torun/7,48723,28623714,jaroslaw-kaczynski-we-wloclawku-o-osobach-lgbt-ja-bym-to-badal.html>; <https://fakty.tvn24.pl/ogladaj-online,60/w-taki-sposob-prezes-kaczynski-mowil-o-osobach-lgbtq,1110321.html> (29.06.2022).

<https://tvn24.pl/go/audio,14/audio-kropka-nad-i--odcinki,15075/odcinek-1224,S00E1224,805502> (29.06.2022).

<https://www.onet.pl/informacje/onetwiadomosci/kaczynski-kpi-z-osob-lgbt-lempart-szczucie-przynosi-efekt/b8nkfhg,79cfc278> (29.06.2022).

<https://wiadomosci.onet.pl/kraj/w-sieci-zawrzalo-po-slowach-kaczynskiego-o-lgbt-niestosowne-i-glu-pawe/e1s13pz.amp> (29.06.2022).

<https://queer.pl/ksiazki-lgbt> (22.11.2021).

<https://www.filmweb.pl/film/Tajemnica+Brokeback+Mountain-2005-116327> (28.06.2022).

<https://www.filmweb.pl/film/Witaj+w+klubie-2013-657859> (28.06.2022).

<https://www.filmweb.pl/film/Dziewczyna+z+portretu-2015-493475> (28.06.2022).

<https://www.filmweb.pl/film/Carol-2015-655878> (28.06.2022).

<https://www.filmweb.pl/film/Ca%C5%82kowite+za%C4%87mienie-1995-22> (22.06.2022).

<https://www.filmweb.pl/film/Obywatel+Milk-2008-465240> (28.06.2022).

<https://www.filmweb.pl/film/Filadelfia-1993-1222> (28.06.2022).

<https://www.filmweb.pl/serial/Kr%C3%B3lowa-2022-871819/cast/crew> (29.06.2022).

<https://www.vogue.pl/a/subiektywny-przewodnik-po-sztuce-lgbtq> (22.11.2021).

[https://strefywolneodlgbt.pl/\(09.11.2021\)](https://strefywolneodlgbt.pl/(09.11.2021)). <https://mobirank.pl/2020/02/28/sprawdz-nietolerancyjne-gminy-strefy-wolne-od-lgbt-w-polsce/> (09.11.2021).

<https://bezprawnik.pl/strefy-wolne-od-ideologii/> (09.11.2021).

<https://www.wprost.pl/kraj/10487630/strefy-wolne-od-lgbt-ke-grozi-wojewodztwom-utrata-pieniedzy.html> (09.11.2021).

<https://patrzna rece.pl/zoom/strefy-wolne-od-lgbt-nie-istnieja/> (09.11.2021).

<https://ordoiuris.pl/strefy-wolne-od-lgbt> (09.11.2021).

<https://www.rp.pl/wydarzenia/art8909311-andrzej-duda-o-lgbt-probuja-wmowic-ze-to-ludzie-to-ideologia> (10.11.2021).

<https://www.rp.pl/polityka/art672461-lgbt-to-nie-ludzie-to-ideologia-posel-zalek-wyproszony-z-tvn24> (10.11.2021).

<https://www.filmweb.pl/film/Wszystkie+nasze+strachy-2021-876866> (09.11.2021).

<http://www.wiaraiteczka.pl/> (27.12.2021).

“I WOULD INVESTIGATE IT”

Affirmation of the LGBT Community on the Example of Selected Articles in Polityka Magazine

ABSTRACT

In Poland people with a non-heteronormative psychosexual orientation and non-binary gender identity are publicly stigmatized by the representatives of authorities, and, similarly to the citizens of other European countries, their rights are not guaranteed. Nevertheless, cultural change in acceptance of the LGBT people reflected in social solidarity increase and minorities support has been observed for several years. Media plays an important role in this change of attitudes by introducing the practice of affirmative action into the LGBT discourse. The aim of the article is to answer the following question: “What mechanisms of social influence are presented in Polityka magazine articles that encourage affirmative practice towards the LGBT people?” The subject of the analysis are two selected interviews published in Polityka magazine, namely, one with a person with a homosexual orientation and another one with the father of a transgender woman.

Keywords: minority stress, LGBT people, media, affirmation

Urszula Wójcik¹
Uniwersytet Warszawski
ORCID ID: 0000-0002-9408-0501
e-mail: uwojcik1993@gmail.com

Artykuł publicystyczny jako utwór pracowniczy na gruncie najnowszego orzecznictwa sądowego

ABSTRAKT

W świetle ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych twórcom utworu, rozumianego jako każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia, przysługują autorskie prawa majątkowe oraz niemajątkowe do tego utworu. Wskazany akt prawny przewiduje w tym zakresie wyjątek. Autorskie prawa majątkowe do utworów wytworzonych przez pracownika w ramach wykonywania przez niego obowiązków pracowniczych („utworów pracowniczych”) przechodzą automatycznie, bez konieczności podejmowania jakichkolwiek dodatkowych czynności, na jego pracodawcę. Przepisy prawa nie zawierają jednak definicji legalnej utworu pracowniczego ani precyzyjnych kryteriów rozróżnienia pomiędzy utworem pracowniczym a utworem wykonanym przez zatrudnionego poza wiążącym go stosunkiem pracy. Rodzi to poważne problemy interpretacyjne, szczególnie dla przedstawicieli zawodów twórczych, do jakich zalicza się dziennikarzy. Autor artykułu, na bazie najnowszych orzeczeń sądowych oraz komentarzy przedstawicieli doktryny, podejmuje próbę ustalenia przesłanek, jakie muszą zostać spełnione, aby artykuł publicystyczny stworzony przez dziennikarza zatrudnionego w oparciu o umowę o pracę nie został uznany za utwór pracowniczy.

SŁOWA KLUCZOWE: utwór, utwór pracowniczy, prawa autorskie, dziennikarz, stosunek pracy

Wstęp

Na gruncie ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (dalej: Ustawa) każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia stanowi utwór². Twórcy utworu przysługuje zaś ochrona prawna.

Utwory publicystyczne, a więc wypowiedzi piśmiennicze i kolokwialne na aktualne tematy (społeczne, polityczne, gospodarcze, kulturalne), przedstawiające wyraźne

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MIS”: 19.12.2022; data zatwierdzenia tekstu do druku: 03.04.2023; data publikacji: 30.06.2023.

² Art. 1 Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz.U. 1994 Nr 24, poz. 83, t.j. Dz.U. z 2019 r. poz. 1231

poglądy i opinie, często o charakterze polemicznym, tendencyjnym lub wręcz prowokacyjnym³, zostały wprost wymienione w przykładowym katalogu utworów, zawartym w art. 1 ust. 2 Ustawy. W konsekwencji, co do zasady, dziennikarzom, jako ich twórcom, przepisy prawa gwarantują, niezależnie od spełnienia jakichkolwiek dodatkowych formalności, szereg autorskich praw majątkowych i niemajątkowych.

Wyjątkiem od powyższej, generalnej zasady, jest sytuacja, gdy dziennikarz – przedstawiciel wolnego zawodu – podejmuje zatrudnienie w ramach stosunku pracy. Zgodnie bowiem z art. 12 Ustawy w przypadku stworzenia przez pracownika utworu w wyniku wykonywania obowiązków ze stosunku pracy, autorskie prawa majątkowe do tego utworu nabywa pracodawca w granicach wynikających z celu umowy o pracę i zgodnego zamiaru stron stosunku pracy.

W związku z powyższym pojawia się pytanie o to, czy zawarcie z dziennikarzem umowy o pracę automatycznie czyni pracodawcę (którym w przeważającej ilości przypadków jest wydawca) posiadaczem autorskich praw majątkowych do wszystkich artykułów publicystycznych stworzonych przez zatrudnianego przez niego dziennikarza w okresie obowiązywania umowy o pracę. W tym kontekście kluczowa wydaje się odpowiedź na pytanie, postawione przez Arkadiusza Michalaka, czy art. 12 Ustawy należy postrzegać jako swoisty wyjątek od zasady twórczości i interpretować zawężająco⁴, w szczególności wątpliwości, związane np. z brakiem dokładnego określenia obowiązków pracowniczych, rozstrzygać na korzyść twórcy (*in dubio pro autore*), czy też przeciwnie – należy przyznawać prymat interesom pracodawcy i interpretować go w sposób rozszerzający^{5, 6}. Powyższe zaś jest istotne w kontekście zarówno ochrony prawo-autorskiej samego artykułu, jak i, a może przede wszystkim, w kontekście godziwej zapłaty autorowi artykułu za jego twórczą pracę.

Niniejszy artykuł stanowi próbę wypracowania kryteriów pozwalających na precyzyjne rozgraniczenie utworów publicystycznych, które dziennikarz tworzy w ramach swych obowiązków pracowniczych i w zamian za wynagrodzenie otrzymywane ze stosunku pracy, oraz utworów publicystycznych, które ten sam dziennikarz tworzy niezależnie, niejako „obok” stosunku pracy, w zamian za odrębne wynagrodzenie.

Artykuł publicystyczny jako utwór

Zasadniczym problemem jest ustalenie, czy każdy dziennikarski artykuł publicystyczny jest utworem na gruncie Ustawy. Odpowiedź na tak postawione pytanie w praktyce nie jest prostym zadaniem.

Zgodnie z art. 1 Ustawy: „1. Przedmiotem prawa autorskiego jest każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiejkolwiek postaci,

³ Definicja zaczerpnięta z Encyklopedii PWN: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/publicystyka;3964321.html>.

⁴ Tak wyr. SA w Gdańsku z 8.11.2012 r., I ACa 602/12, Legalis.

⁵ Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz, red. A. Michalak, 2019.

⁶ Szerzej na ten temat m.in. W. Machała, R.M. Sarbiński (red.), *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, WKP 2019

niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia (utwór). 2. W szczególności przedmiotem prawa autorskiego są utwory: 1) wyrażone słowem, symbolami matematycznymi, znakami graficznymi (literackie, publicystyczne, naukowe, kartograficzne oraz programy komputerowe)[...]”. Ponadto, w myśl art. 4 pkt 4 Ustawy przedmiotem prawa autorskiego nie stanowią w szczególności proste informacje prasowe. Przytoczone przepisy, ze względu na wysoki stopień ogólności, w wielu wypadkach nie pozwalają na jednoznaczną klasyfikację dzieła jako „utworu” lub „nie-utworu”. Przyporządkowanie danego tekstu dziennikarskiego do określonego rodzaju i gatunku, w szczególności rozróżnienie utworu publicystycznego od prostej informacji prasowej, nie jest zadaniem prostym z uwagi na systematyczną ewolucję nauki w tym zakresie⁷. Przede wszystkim dlatego, że granice pomiędzy „prostą informacją prasową” a informacją o cechach utworu publicystycznego jest płynna. Przepisy Ustawy zaś, z uwagi na swą anachroniczność, są w tym zakresie zupełnie niepomocne.

Jak słusznie wskazują autorzy najnowszych opracowań, uznanie danego rezultatu działalności człowieka za utwór możliwe jest tylko w przypadku spełnienia przez ów rezultat przesłanki twórczości, na którą składa się oryginalność (przejaw działalności twórczej) i indywidualność (indywidualny charakter tej działalności)⁸. Wskazane przesłanki mają charakter subiektywny i podlegają każdorazowej analizie przez sąd. Orzecznictwo w tym przedmiocie, jakkolwiek bogate, ma charakter kazuistyczny i posługuje się regułami o wysokim stopniu ogólności. Zgodnie ze stanowiskiem Sądu Apelacyjnego w Katowicach: „Za przedmiot prawa autorskiego uznaje się tylko taki przejaw ludzkiej aktywności, który choćby w minimalnym stopniu odróżnia się od innych rezultatów takiego samego działania. Przedmiot zatem praw autorskich posiada cechę nowości (oryginalności), której stopień nie ma zasadniczego znaczenia. Warunkiem uznania określonego rezultatu za utwór w ujęciu cytowanego powyżej przepisu⁹ jest samodzielne stworzenie przez jego twórcę oznaczonego bytu niematerialnego utrwalonego w dowolny sposób”¹⁰.

W tym miejscu warto przytoczyć tezę wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie: „Jako nierelevantne z punktu widzenia ustawy o prawie autorskim uznaje się „postać, jakość i rozmiary utworu”, a także okoliczność, czy twórczość uzewnętrzniła się w treści, czy tylko w formie; okoliczność, czy chodzi o twórczość opartą na ściśle samoistnym pomysle, czy też opartą na naśladownictwie istniejących już dzieł; »stopień wysiłku pracy umysłowej oraz znaczną jej doniosłość wartość, jaką dzieło obiektywnie reprezentuje«; nadto nie pozbawia znamion samodzielnej twórczości, warunkującej przyznanie prawa autorskiego, fakt, że dana osoba korzystała z pewnych

⁷ Szerzej na ten temat: K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa 2009.

⁸ M.in. J. Barta, R. Markiewicz (red.), *Prawo autorskie i prawa pokrewne*, Wolters Kluwer 2011, s. 22; E. Ferenc-Szydełko, *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, Wolters Kluwer 2016, s. 15; J. Sieńczyło-Chlabicz (red.), *Prawo własności intelektualnej*, Wolters Kluwer 2009, s. 39–40.

⁹ Art. 1 ust. 1 Ustawy - przypis autora.

¹⁰ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Katowicach z dnia 16 grudnia 2020 r., V AGa 652/18.

źródeł, co nie polegało wszakże na mechanicznym przepisaniu treści, jeżeli opracowała ona w swej partii nowe materiały, a poza tym przejrzała i poprawiła resztę pracy. Określenie „przejaw” oznacza każdy uzewnętrzniony rezultat działania”¹¹. Powyższe pozwala na przyjęcie, że dzieło ludzkie posiadające choćby w minimalnym stopniu indywidualny charakter stanowi utwór w rozumieniu Ustawy. Indywidualny charakter dzieła wyraża się zaś w tym, że odbiega ono od innych przejawów podobnego działania w sposób świadczący o jego swoistości i niepowtarzalności¹². Podobne stanowisko zajął Sąd Najwyższy. Zgodnie z tezą przedstawioną w wyroku Sądu Najwyższego z 2006 r.: „Nie może być uznany za utwór i objęty ochroną prawa autorskiego taki przejaw ludzkiej aktywności umysłowej, któremu brak cech dostatecznie indywidualizujących, to jest odróżniających go od innych wytworów podobnego rodzaju i przeznaczenia”.

Przenosząc powyższe na grunt twórczości dziennikarskiej uzasadnione wydaje się domniemanie, że materiały dziennikarskie co do zasady stanowią utwory. Zwłaszcza że obecność we współczesnych mediach prostej, tj. nieprzetworzonej informacji prasowej należy do rzadkości. Ponadto, jak słusznie wskazuje Marek Chyliński, utarta praktyka redakcyjna na ogół wyklucza podpisywanie imieniem i nazwiskiem autora „prostych informacji prasowych”. Nie dotyczy to natomiast materiałów, które autorzy opatrują swoim nazwiskiem, dając wyraz więzi duchowej z utworem¹³.

Zwrócić należy uwagę, że, wbrew powszechnej opinii, w świetle przepisów Ustawy oraz orzecznictwa dla uznania danego artykułu dziennikarskiego za utwór chroniony prawem autorskim nie jest niezbędne posiadanie przez ten artykuł przymiotu nowości. Wskazuje na to teza z wyroku Sądu Apelacyjnego w Białymstoku: „Wymaganie nowości nie jest niezbędną cechą twórczości jako przejawu intelektualnej działalności człowieka. Utworem w rozumieniu art. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych może być bowiem kompilacja wykorzystująca dane powszechnie dostępne pod warunkiem, że ich wybór, segregacja, sposób przedstawienia ma znamiona oryginalności”¹⁴. Tym samym nawet twórczość dziennikarzy serwisów newsowych, którzy w swojej pracy bazują na prostych informacjach prasowych uzyskanych od agencji prasowych czy organów państwowych, pozostaje pod ochroną prawnoautorską, o ile tylko zawiera ona chociaż ślad twórczej aktywności dziennikarza.

Tym samym uprawnione zdaje się być domniemanie, że co do zasady dziennikarski artykuł publicystyczny jest utworem. Z uwagi bowiem na specyfikę zawodu dziennikarza w praktyce trudno będzie wykazać brak ww. cech i tym samym zanegować status jakiegokolwiek dziennikarskiego artykułu publicystycznego jako utworu.

¹¹ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 24 października 2019 r. I ACa 651/18.

¹² Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 29 stycznia 2020 r., VII AGa 1821/18

¹³ M. Chyliński, *Materiały dziennikarskie jako dobra prawnie chronione w świetle prawa autorskiego, regulacji niemieckich oraz judykatury europejskiej*, Naukowy Przegląd Dziennikarski nr 4/2016, s. 26

¹⁴ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Białymstoku z dnia 20 marca 2019 r. I ACa 841/18.

Status utworu publicystycznego stworzonego przez dziennikarza pozostającego w stosunku pracy w świetle Ustawy

Ochrona przewidziana Ustawą obejmuje wszystkie dziennikarskie artykuły publicystyczne będące utworami, zaś autorskie prawa majątkowe do nich, co do zasady, przysługują ich twórcom. Wyjątek w tym zakresie został przewidziany jednak w odniesieniu do tzw. utworów pracowniczych, do których prawa majątkowe przysługują pracodawcy. Tym samym kluczowe jest rozstrzygnięcie, czy zawsze artykuł publicystyczny napisany przez dziennikarza-pracownika jest utworem pracowniczym bądź, ewentualnie, jakie warunki muszą być spełnione, aby za taki został uznany.

Przyjmując za W. Machałą:¹⁵ utwór pracowniczy uregulowany w art. 12 Ustawy powstaje wyłącznie gdy:

- a) autor tekstu pozostaje w stosunku pracy;
- b) z łączącego go z pracodawcą stosunku pracy wynika obowiązek świadczenia pracy o charakterze twórczym na rzecz pracodawcy;
- c) autor tworzy tekst będący utworem w ramach wykonywania powyżej wskazanego obowiązku;
- d) pracodawca przyjmuje powstały tekst;
- e) autor tekstu oraz pracodawca nie uregulowali kwestii praw autorskich do stworzonych przez dziennikarza tekstów odmiennie w umowie o pracę.

Powyższy katalog przesłanek, które muszą być kumulatywnie spełnione, budzi liczne wątpliwości interpretacyjne. Zgodzić należy się ze stwierdzeniem A. Michalaka, że „skąpa regulacja art. 12 (Ustawy) (...) przyznaje sądowi stosunkowo dużą swobodę orzekania, tworząc jednocześnie dla pracodawcy i pracownika niepewność prawną co do przyszłego rozstrzygnięcia”¹⁶. Ogólny charakter przesłanek powstania utworu pracowniczego nie koresponduje z wielością oraz złożonością sytuacji mających miejsce w praktyce. Tym samym powstaje konieczność dokonywania analizy każdego z przypadków.

Stosunek pracy jako podstawa zakwalifikowania utworu jako pracowniczego

W celu zdefiniowania stosunku pracowniczego niezbędne jest sięgnięcie do Kodeksu pracy. Zgodnie z art. 22 § 1: „Przez nawiązanie stosunku pracy pracownik zobowiązuje się do wykonywania pracy określonego rodzaju na rzecz pracodawcy i pod jego kierownictwem oraz w miejscu i czasie wyznaczonym przez pracodawcę, a pracodawca – do zatrudniania pracownika za wynagrodzeniem”¹⁷. Już w tym miejscu zarysowują się pierwsze wątpliwości natury prawnej. Przepisy prawa pracy bowiem za równoważne

¹⁵ R. M. Sarbiński [w:] *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, red. W. Machała, Warszawa 2019, art. 12.

¹⁶ A. Michalak (red.) *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, C.H.Beck 2019, Legalis.

¹⁷ Kodeks pracy, Dz.U. 1974 Nr 24, poz. 141, t.j. Dz.U. z 2019 r. poz. 1040

ze stosunkiem pracy nawiązanym w oparciu o umowę o pracę uznają powołanie, mianowanie, wybór oraz spółdzielczą umowę o pracę. W związku z tym powstaje wątpliwość, czy przepis art. 12 Ustawy znajduje zastosowanie także w odniesieniu do osób takich, jak m.in. nauczyciele, czy osoby zatrudnione w administracji państwowej. Powszechnie uznaje się, że tak, choć są w odniesieniu do tej kwestii także stanowiska odmienne¹⁸. Należy podkreślić jednak, że powyższe rozważania w odniesieniu do dziennikarzy mają jednak charakter marginalny. Co do zasady przedstawiciele tego zawodu podejmują współpracę z wydawcami w oparciu o stosunek pracy uregulowany przepisami Kodeksu pracy bądź w oparciu o stosunek cywilnoprawny.

W dalszej części należy zwrócić uwagę na rozbieżność pomiędzy umową o pracę stanowiącą podstawę nawiązania stosunku pracy a umową o pracę przenoszącą prawa autorskie. Jakkolwiek przepisy prawa pracy nakładają na strony obowiązek zawierania umów o pracę w formie pisemnej, to, pomimo niezachowania tej formy, stosunek pracy jest uważany za nawiązany. Zgodnie z art. 29 § 2 Kodeksu pracy, jeżeli umowa o pracę nie została zawarta z zachowaniem formy pisemnej, pracodawca przed dopuszczeniem pracownika do pracy potwierdza mu po prostu na piśmie ustalenia co do stron umowy, rodzaju umowy oraz jej warunków. Ustawa zaś w art. 53 w odniesieniu do przeniesienia praw autorskich wymaga zachowania przez strony formy pisemnej pod rygorem nieważności. W związku z tym powstaje pytanie, czy stosunek pracy nawiązany przez dziennikarza z pracodawcą bez zachowania formy pisemnej (tj. przez przystąpienie do pracy (*per facta concludentia*) może stanowić podstawę dla nabycia przez pracodawcę praw autorskich do artykułów pracowniczych. W orzecznictwie sądowym podkreślane jest bowiem, że nawet w przypadku, gdy strony nie zawarły pisemnej umowy o przeniesienie praw autorskich, zaś z ogółu okoliczności faktycznych, zwłaszcza zaś ze zgodnych oświadczeń stron, wynika, że ich zgodą wolą było jej zawarcie, domniemywać należy, że doszło jedynie do udzielenia licencji niewyłącznej na korzystanie z utworu¹⁹. Odmienne stanowisko wynika jednak z najnowszych komentarzy. Według A. Michałaka także w przypadku zawarcia umowy o pracę z pominięciem formy pisemnej na pracodawcę przejdą majątkowe prawa autorskie do utworu pracownika. Pogląd ten należy uznać za słuszny. Art. 12 Ustawy ma charakter autonomiczny i regulowane w nim przypadki przejścia praw autorskich nie są objęte dyspozycją art. 53. Tym samym przeniesienie praw autorskich w stosunku pracy stanowi ustawowy wyjątek od wymogu zachowania formy pisemnej. Niemniej, brak zachowania formy pisemnej przy nawiązaniu stosunku pracy rodzi w takim przypadku liczne problemy praktyczne, o których mowa poniżej.

¹⁸ Przykładowo: L.Jaworski, *Twórczość pracownicza*, Dom Wydawniczy ABC 2003, s. 84 i nast. Autor uważa, że art. 12 Ustawy znajduje zastosowanie jedynie do stosunku pracy związanego na podstawie umowy o pracę.

¹⁹ M.in. Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 17 grudnia 2015 r., VI ACa 1735/14.

Zakres obowiązków pracowniczych wynikający z umowy o pracę jako podstawa dla twórczej działalności pracownika

Kolejną przesłanką uznania artykułu za utwór pracowniczy jest korelacja pomiędzy powstałym dziełem a łączącym twórcę z pracodawcą stosunkiem pracy. Stosunek ten ma bowiem stanowić podstawę dla twórczej działalności.

W tym miejscu pojawia się pytanie o charakter tej korelacji. Modelowym przykładem będzie sytuacja, gdy umowa o pracę zawarta między wydawcą prasy a dziennikarzem wymienia w części zatytułowanej „zakres obowiązków pracownika” np. pisanie artykułów publicystycznych o tematyce gospodarczo-politycznej. Jak jednak zostało wskazane powyżej, nie każda umowa o pracę ma charakter pisemny. Ponadto, w odróżnieniu od umów o dzieło, umowy o pracę w zasadniczej części nie regulują charakteru pracy twórczej pracowników ani jej efektów, co jednak nie wyklucza nabycia przez pracodawcę praw autorskich do utworu pracowniczego. Potwierdzeniem tego jest następująca teza orzecznicza pochodząca z wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie:

„Zakwalifikowanie utworu jako pracowniczego nie wymaga, aby na pracowniku ciążył wyraźnie wyartykułowany (w umowie o pracę czy też w innych aktach stanowiących źródło prawa pracy, np. opisie stanowiska pracy) obowiązek stworzenia spornego utworu, a nawet aby pracownik był wyraźnie zobowiązany do działalności twórczej. Istotne jest stwierdzenie, czy czynności, w wyniku których powstał utwór, mieściły się w zakresie obowiązków pracowniczych”²⁰.

Obowiązki takie zaś mogą być sprecyzowane zamiast w samej umowie o pracę, w bezpośrednich poleceniach służbowych, w układach zbiorowych i normach wewnętrzzakładowych. Nie można w tym zakresie pomijać znanych pracownikom i uzgadnianych z nimi planów działalności danej jednostki (zakładu), np. planów tematycznych, jak również innych jeszcze norm mających zastosowanie w tej jednostce organizacyjnej, a dla pracownika posiadających charakter obligatoryjny²¹.

W związku z powyższym pojawia się kolejny problem. Istotą stosunku pracy jest podporządkowanie pracownicze polegające na tym, że pracodawca jest uprawniony do wydawania pracownikowi wiążących poleceń. Tym samym zakres obowiązków wynikający z umowy o pracę w praktyce nie zawsze pokrywa się z zajmowanym przez pracownika stanowiskiem czy pracą rzeczywiście świadczoną przez pracownika. W takiej sytuacji, zdaniem A. Michalaka, należy w pierwszej kolejności przeanalizować zwyczaje panujące w danym miejscu pracy na identycznych bądź podobnych stanowiskach. W przypadku dalszych wątpliwości należy poddać badaniu dostępne na rynku ogłoszenia o pracę i na ich bazie ustalić hipotetyczny zakres obowiązków osoby zatrudnionej na analogicznym stanowisku²². W mojej ocenie nawet takie działania mogą okazać się niewystarczające w przypadku dziennikarzy. Przypisany do tego stanowiska zakres zadań w procesie realizacji umów o pracę jest

²⁰ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 czerwca 2018 r. V ACa 18/17.

²¹ Tak Sąd Apelacyjny w Białymstoku w wyroku z dnia 4 września 2012 r., III APa 7/12

²² Patrz: A. Michalak (red.), *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, C.H.Beck, Legalis 2019.

niejednokrotnie modyfikowany w celu uwzględnienia aktualnego zapotrzebowania pracodawcy (np. ulega poszerzeniu o działalność marketingową). Ponadto ogłoszenia o naborze mają obecnie schematyczny charakter, zaś stawiane kandydatom wymagania ulegają precyzacji dopiero na etapie selekcji, przy uwzględnieniu poziomu wykształcenia oraz umiejętności posiadanych przez osoby, które wyraziły zainteresowanie ofertą. Dobrym rozwiązaniem zdaje się być przeanalizowanie projektów realizowanych przez konkretnego pracownika na bazie jego korespondencji mailowej lub aktywności w wewnętrznym systemie pracodawcy. W wielu przypadkach jednak nawet szczegółowa analiza obejmująca wszystkie powyższe elementy może nie usunąć wszystkich wątpliwości.

Artykuł dziennikarski powstały w ramach stosunku pracy a artykuł dziennikarski powstały poza stosunkiem pracy

W dalszej kolejności analizie poddać należy to, czy konkretny tekst został stworzony w ramach obowiązków pracowniczych, czy też obok nich, w ramach innego stosunku prawnego. Problem ten nabiera szczególnego znaczenia w przypadku zawodów twórczych. W praktyce bowiem często występuje sytuacja, gdy zatrudniony w jednym medium na podstawie umowy o pracę dziennikarz dodatkowo współpracuje z innym medium (np. dziennikarz radiowy współpracuje z portalem internetowym lub prezynter telewizyjny współtworzy tygodnik opinii). Orzecznictwo sądowe nie daje jednoznacznej odpowiedzi na to, jakimi kryteriami kierować się w takiej sytuacji w celu rozróżnienia artykułu pracowniczego od artykułu niepracowniczego.

Wydawać by się mogło, że w przypadku konfliktu na tym polu należy przeanalizować umowy, których stroną był dziennikarz, jednocześnie wprowadzając domniemanie, że jeżeli jedną z nich była umowa o dzieło, to utwór w pierwszej kolejności jest jej realizacją. Najnowsze orzecznictwo sądowe wskazuje jednak na to, że taka koncepcja jest błędna. Zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego: „Utwór w rozumieniu prawa autorskiego może być dziełem w rozumieniu art. 627 k.c., jeżeli powstał w ramach umowy o dzieło. Nie jest to natomiast reguła zamknięta, gdyż utwór może powstać również w wykonywaniu stosunku pracy (art. 12 i 14 Ustawy) lub umowy o świadczenie usług. Utwór w rozumieniu prawa autorskiego nie determinuje bezwzględnie rodzaju umowy (o dzieło lub wykonywanie usługi)”²³. Z powyższego płynie wniosek, że w przypadku dziennikarza, który był stroną kilku różnych umów, sam ich rodzaj oraz treść nie przesądzą o tym, realizacją której z nich był konkretny artykuł.

Również fakt, z użyciem czyjego sprzętu/materiałów powstał artykuł, nie przesądza o tym, czy powstał on w ramach stosunku pracy. Wystarczy przytoczyć jeden z najnowszych wyroków Sądu Apelacyjnego w Warszawie: „Nie jest rozstrzygające dla kwestii zakwalifikowania utworu jako pracowniczego jego powstanie z wykorzystaniem

²³ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 22 listopada 2018 r. II UK 362/17.

pracowniczego sprzętu, materiałów pracodawcy, nabytych w miejscu pracy umiejętności czy w wyniku (technicznego, finansowego czy organizacyjnego) wsparcia przez pracodawcę. Do utworów pracowniczych mogą być zakwalifikowane także utwory wykonane sprzętem własnym twórcy, z wykorzystaniem jego materiałów(...)”²⁴. Tym samym artykuł pracowniczy może powstać zarówno na komputerze będącym własnością pracodawcy, jak i na prywatnym laptopie dziennikarza.

W odniesieniu do powyższego zagadnienia wskazać należy, że doktryna prawnicza wypracowała swoisty test polecenia, zakładający, że z utworem pracowniczym mamy do czynienia wtedy, gdy zaniechanie jego stworzenia przez pracownika uzasadnia postawienie zarzutu naruszenia obowiązków pracowniczych²⁵. Rozwiązanie to w najnowszych komentarzach jest jednak oceniane krytycznie²⁶. Wskazać należy, że test ten stanowi duże uproszczenie i może znaleźć zastosowanie wyłącznie w odniesieniu do stanowisk o ściśle sprecyzowanym zakresie zadań (np. redaktor kolumny sportowej w dzienniku, który nie opublikował relacji z piłkarskich mistrzostw świata). W przypadku braku szczegółowego przypisania zadań do stanowisk, co występuje w przypadku mniejszych pracodawców, taki test okaże się nieskuteczny.

W mojej ocenie rozróżnienie utworów stworzonych przez dziennikarza w ramach stosunku pracy od utworów powstałych poza nim możliwe jest jedynie w następstwie szczegółowej analizy obejmującej zarówno sam tekst (tematykę, formę), jak i okoliczności towarzyszące jego powstaniu i publikacji (czy dziennikarz pracował nad tekstem w godzinach pracy, z użyciem czyjego sprzętu, czy tekst został opublikowany z udziałem pracodawcy, postanowienia umowy o pracę zawartej z dziennikarzem). Dopiero po przeanalizowaniu wszystkich powyższych czynników możliwe będzie przesądzenie, czy dany artykuł dziennikarza jest utworem pracowniczym.

Przyjęcie przez pracodawcę dziennikarskiego utworu publicystycznego

Nabycie autorskich praw majątkowych do utworu następuje z chwilą przyjęcia go przez pracodawcę. Od tego też momentu utwór pracowniczy przestaje być własnością pracownika, a staje się własnością pracodawcy. Ten, z perspektywy przepisów Ustawy, doniosły moment, nie jest precyzyjnie zdefiniowany w przepisach. W szczególności niejasne jest, jakie czynności pracodawcy wchodzi w zakres terminu „przyjęcie utworu”, czy wystarczy przesłanie przez pracodawcę dziennikarzowi automatycznej informacji zwrotnej w odpowiedzi na mail zawierający tekst, czy konieczne jest jasne zadeklarowanie przez niego, że przesłany tekst został zaakceptowany. Przepisy prawa nie stawiają żadnych szczególnych wymagań w tym zakresie. Nie jest

²⁴ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 czerwca 2018 r. V ACa.

²⁵ Szerzej: J. Barta, *Artystyczna twórczość pracownicza a prawo autorskie*, Kraków 1988, s. 61; wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 12.11.2008 r., I ACa 227/08

²⁶ M.in. A. Michalak (red.), *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych...*, op. cit.

w szczególności wymagana forma pisemna, toteż, *a contrario* wystarczające wydaje się nawet ustne oświadczenie. Dopuszczalny jest dorozumiany charakter tego przyjęcia, o ile w konkretnych okolicznościach nie budzi wątpliwości co do woli pracodawcy²⁷.

Powyższe rozwiązanie zdaje się jednak zupełnie nie korespondować z warunkami pracy dziennikarzy, w szczególności zaś dziennikarzy portali zajmujących się bieżącą publicystyką społeczno-gospodarczą. Przyjęcie tekstu często oznacza w tym przypadku po prostu jego publikację, po dokonaniu korekt redakcyjnych. Może to jednak nastąpić zarówno niezwłocznie, jak i po wielu miesiącach. W przypadku, gdy pracodawca nie zamierza przyjąć utworu pracownika, ma obowiązek zgodnie z art. 13 Ustawy zawiadomić twórcę w ciągu 6 miesięcy od dostarczenia utworu o jego nieprzyjęciu lub uzależnieniu przyjęcia od dokonania określonych zmian w wyznaczonym w tym celu terminie. W praktyce jednak korektą utworów dziennikarskich zajmują się już nie dziennikarze, ale korektorzy tekstów. W konsekwencji więc należałoby uznać, że element przyjęcia przez pracodawcę utworu nie występuje w ogóle, bądź że zostaje zastąpiony domniemaniem, że brak oświadczenia o odrzuceniu złożonego przez dziennikarza tekstu oznacza jego przyjęcie.

Powyższe podejście mogłoby stanowić pole do nadużyć (wieloletnie przetrzymywanie przez pracodawców tekstów celem uniemożliwienia ich publikacji dziennikarzem), niemniej zdaje się być jedynym rozsądnym rozwiązaniem.

Odmienne uregulowania umowne pomiędzy stronami

Strony stosunku pracy mogą w zawartej umowie o pracę uregulować kwestie związane z momentem przejścia autorskich praw majątkowych do utworu na pracodawcę, jak i inne kwestie związane z prawami autorskimi do utworu pracowniczego, w szczególności dodatkowe wynagrodzenie dla pracownika-dziennikarza z tytułu przeniesienia praw autorskich na pracodawcę.

Zakończenie

Z powyższej analizy wynika, że problematyka artykułu dziennikarskiego jako utworu pracowniczego w rozumieniu Ustawy jest skomplikowana i rodzi wątpliwości natury praktycznej. Analiza tekstu Ustawy, najnowszych komentarzy doktryny prawniczej oraz orzecznictwa nie daje jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, jakie cechy musi spełniać dziennikarski artykuł publicystyczny, by zostać uznanym za utwór pracowniczy. Zdaniem autorki, aby dokonać szczegółowej oceny, trzeba wziąć pod uwagę: to, czy jest to w ogóle utwór, jak brzmią postanowienia umowy o pracę oraz jak w praktyce ta umowa jest realizowana, okoliczności dotyczące przekazania utworu pracodawcy oraz inne zawarte pomiędzy stronami porozumienia/uzgodnienia w przedmiocie praw autorskich.

²⁷ Por. *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych*, komentarz red. E. Ferenc-Szydełko, 2021 r.

Bibliografia

- Barta J., *Artystyczna twórczość pracownicza a prawo autorskie*, Nakład UJ, Kraków 1988, s. 61.
Barta J., Markiewicz R. (red.), *Prawo autorskie i prawa pokrewne*, Wolters Kluwer 2011, s. 22.
Ferenc-Szydełko E., *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, C. H. Beck 2016, s. 15.
Jaworski L., *Twórczość pracownicza*, Dom Wydawniczy ABC 2003, s. 84 i n.
Kodeks pracy, Dz.U. 1974 Nr 24, poz. 141, t.j. Dz.U. z 2019 r. poz. 1040.
Machała M., Sarbiński R. M. (red.), *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, WKP 2019, Legalis.
Michalak A. (red.), *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, C.H.Beck 2019, Legalis.
Sieńczyło-Chlabicz J. (red.), *Prawo własności intelektualnej*, Wolters Kluwer 2009, s. 39–40.
Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz.U. 1994 Nr 24, poz. 83, t.j. Dz.U. z 2019 r. poz. 1231.
Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 12 listopada 2008 r., I ACa 227/08
Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 17 grudnia 2015 r., VI ACa 1735/14
Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 czerwca 2018 r., V ACa 18/17
Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 24 października 2019 r., I ACa 651/18
Wyrok Sądu Apelacyjnego w Białymstoku z dnia 20 marca 2019 r., I ACa 841/18
Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 13 stycznia 2006 r., III CSK 40/05
Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 22 listopada 2018 r., II UK 362/17

A Journalistic Article as a Employee's Work in the Light of Recent Judicial Decisions

Summary

Under the Act of 4th February 1994 on Copyright and Related Rights, authors of a work, which encompasses any expression of creative activity with an individual character in any form, irrespective of its value, purpose, and mode of expression, hold economic and non-property rights to their work. However, the act contains an exception regarding this matter. The economic rights of authors to works created by an employee within the scope of their employment duties, known as "employee works," are automatically transferred to the employer without the need for further actions. Nonetheless, the law lacks a precise definition of an employee work or clear criteria for distinguishing between an employee work and a work created by an employee outside the employment relationship. This poses significant challenges in interpretation, particularly for professionals in creative fields, including journalists. Based on recent court rulings and legal scholars' opinions, the author of this article aims to establish the prerequisites that must be fulfilled for a journalistic article created by a journalist under an employment contract to be excluded from the category of employee works.

Keywords: work, employee work, copyright, journalist, employment relationship

Tryb recenzowania publikacji w czasopiśmie naukowym „Media i Społeczeństwo”, kryteria zakwalifikowania artykułu do druku, tzw. zaporą ghostwriting i guest authorship

Informacje ogólne

„Media i Społeczeństwo” są czasopismem naukowym Wydziału Humanistyczno-Społecznego oraz Wydziału Zarządzania i Transportu Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej. Publikuje wyłącznie artykuły naukowe oraz sprawozdania z konferencji naukowych, recenzje i komunikaty. Tematyka artykułów przyjmowanych do druku musi być zgodna z profilem pisma (por. niżej: Kryteria zakwalifikowania artykułu do druku).

Komitet redakcyjny traktuje nadesłanie materiału do publikacji w piśmie „Media i Społeczeństwo” jako równoznaczne z deklaracją jego autora, że jest to oryginalny materiał autorski, dotąd nie publikowany, który nie narusza praw autorskich osób trzecich i nie został przekazany do druku w innym wydawnictwie. Autor nie otrzymuje honorarium za publikację artykułu. Publikacja tekstu jest bezpłatna.

Tryb recenzowania publikacji

Tryb recenzowania publikacji jest następujący: Komitet redakcyjny dokonuje wstępnej oceny tekstu, który jest następnie kierowany, jako anonimowy, do recenzentów. Recenzenci pozostają również anonimowi, co oznacza, że autorzy publikacji i recenzenci nie znają swoich tożsamości. Recenzja powstaje zgodnie z zasadami 'double-blind proces'.

Dla każdej publikacji powołani zostają dwaj niezależni recenzenci zewnętrzni (w wyjątkowych sytuacjach może być powołany trzeci recenzent), spoza Rady Naukowej czasopisma i jego redakcji oraz jednostki naukowej, w której afiliowany jest redaktor naczelny czasopisma, a także spoza jednostki naukowej, którą autor publikacji wskazuje jako swoją afiliację. W wypadku artykułów w języku obcym (kongresowym)

jeden recenzent jest zwykle afiliowany w instytucji zagranicznej, w innym państwie niż państwo pochodzenia autora publikacji. Redakcja unika sytuacji, w których konieczna byłaby deklaracja o niewystępowaniu konfliktu interesów.

Recenzja ma formę pisemną i zawiera jednoznaczną konkluzję recenzenta o dopuszczeniu artykułu do druku lub jego odrzuceniu (por. formularz recenzji na końcu rozdziału). Może zawierać zalecenia lub sugestie recenzenta, do których autor ma obowiązek ustosunkować się, w przeciwnym razie artykuł nie może być wydrukowany.

Kryteria zakwalifikowania artykułu do druku

Artykuł jest zakwalifikowany do druku, jeśli uzyska dwie pozytywne recenzje i zawiera ewentualne poprawki sugerowane przez recenzenta. Recenzowane artykuły oceniane są według następujących kryteriów:

- Zgodność tematyczna publikacji z profilem czasopisma. Artykuł powinien poruszać problematykę związaną z szeroko rozumianymi mediami, komunikologią, semiologią, socjologią mediów, problematyką mediów w pedagogice, etyką mediów, mediami regionalnymi i lokalnymi oraz innymi tego rodzaju.
- Oryginalność naukowa. Artykuł musi stanowić oryginalny tekst naukowy autora(ów), oparty na badaniach własnych, na autorskich założeniach i koncepcjach metodologicznych, przykładowo teksty mogą prezentować analizę materiału źródłowego, omówienie stanu badań nad danym zagadnieniem lub metodologii badawczych, badania porównawcze, studium przypadku, stanowić (częstkową) syntezę, i inne. Artykuł powinien zawierać jasne wnioski.
- Poprawność językowa. Artykuł musi być napisany poprawnym językiem naukowym z zachowaniem terminologii adekwatnej do danej tematyki, pozbawionym kolokwializmów i wyrazów potocznych.

Komitet redakcyjny zastrzega sobie prawo do skracania tekstów i wprowadzania zmian w uzgodnieniu z autorem. Po wprowadzeniu zmian autor otrzymuje tekst do korekty pocztą elektroniczną.

Artykuł w wersji ostatecznej powinien być dostarczony do Redakcji w ustalonym przez nią terminie.

Autor zostaje zawiadomiony o przyjęciu artykułu do druku pocztą elektroniczną i poproszony o wyrażenie zgody na publikację jego tekstu online.

Redakcja nie zwraca przesłanych materiałów

Zapora *ghostwriting* i *guest authorship*

W przypadku gdy w opracowanie artykułu istotny wkład wniosła inna osoba, nie wymieniona jako współautor, autor zgłaszający artykuł winien wskazać szczegółowo jej wkład do publikacji i zamieścić podziękowanie, przytaczając jej nazwisko i afiliację. Brak tego rodzaju informacji w tekście artykułu, czyli *ghostwriting*, może spowodować jego wycofanie z druku, gdyby zjawisko to zostało ujawnione. W skrajnych przypadkach możliwe są także inne konsekwencje. Komitet redakcyjny wychodzi bowiem z założenia, że etyka i rzetelność w nauce stanowią jej ważną podstawę.

Podobne konsekwencje wyciągnie Redakcja w wypadku ujawnienia tzw. *guest authorship*, to jest sytuacji, gdy udział figurującego autora w opracowaniu publikacji jest znikomy lub w ogóle nie miał miejsca.

Załącznik 1: Formularz recenzji

MEDIA I SPOŁECZEŃSTWO

medioznawstwo • komunikologia • semiologia • socjologia mediów • media a pedagogika

Wydawca: Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

FORMULARZ RECENZJI ARTYKUŁU

Tytuł artykułu: _____

Kod artykułu: _____

1. Typ artykułu (proszę podkreślić właściwą odpowiedź):

- a) PRZEGLĄDOWY b) EMPIRYCZNY c) INNY

2. Ocena zgłoszonego artykułu (proszę podkreślić właściwą odpowiedź):

- czy tytuł artykułu jest adekwatny do jego treści?
a) TAK b) NIE c) CZĘŚCIOWO
- czy artykuł zawiera nowe ujęcie problemu, a jego treść jest aktualna i oryginalna?
a) TAK b) NIE c) CZĘŚCIOWO
- czy wykorzystano odpowiednie ujęcia metodologiczne i źródła?
a) TAK b) NIE c) CZĘŚCIOWO
- czy artykuł jest zgodny z profilem pisma?
a) TAK b) NIE c) CZĘŚCIOWO
- czy struktura artykułu jest przejrzysta i spójna (zawiera np. wstęp, część analityczną, zakończenie)?
a) TAK b) NIE c) CZĘŚCIOWO
- czy sposób cytowania i lista pozycji bibliograficznych sporządzone są zgodnie z wymogami pisma?
a) TAK b) NIE c) CZĘŚCIOWO
- czy język artykułu wymaga korekty?
a) TAK b) NIE c) CZĘŚCIOWO

3. Propozycje opracowania artykułu (proszę podkreślić właściwą odpowiedź):

- a) artykuł nadaje się do publikacji bez zmian
- b) artykuł może być opublikowany po dokonaniu drobnych poprawek
- c) artykuł może być opublikowany po wprowadzeniu istotnych zmian
- d) artykuł wymaga wprowadzenia istotnych zmian i ponownej recenzji
- e) artykuł nie nadaje się do publikacji

4. Uwagi i zalecenia, ewentualne propozycje poprawek — proszę wymienić (podając numery stron).

Uwagi nie powinny przekraczać objętości jednej strony sformalizowanego tekstu, stanowiącego załącznik do tego formularza.

5. Recenzent:

Imię i nazwisko:

Adres miejsca pracy lub zamieszkania:

Data:

Podpis recenzenta:

Zasady przygotowania tekstów do druku

Adres redakcji: Akademia Techniczno-Humanistyczna,
ul Willowa 2, 43-309 Bielsko-Biała,
Katedra Nauk Ekonomicznych i Społecznych, bud. B, pok. 305,
z dopiskiem „Media i Społeczeństwo”,
e-mail: mis@ath.bielsko.pl

Informacje ogólne

Komitet redakcyjny rozumie, że nadesłanie artykułu do publikacji jest równoznaczne z deklaracją, iż jest to oryginalny materiał autorski, nigdzie dotąd niepublikowany, który nie narusza praw autorskich osób trzecich i nie został przekazany do druku w innym wydawnictwie. Autor nie otrzymuje honorarium za publikację artykułu. Publikacja artykułu w czasopiśmie jest nieodpłatna.

Opracowanie tekstu

- * Autor winien przesłać elektroniczną wersję tekstu na adres mis@ath.bielsko.pl lub kpiatek@ath.bielsko.pl. Artykuł powinien zostać przygotowany zgodnie z wytycznymi edytorskimi dla pisma „Media i Społeczeństwo”, por. niżej. Nieprzestrzeganie tych wytycznych może spowodować odrzucenie artykułu.
- * W nagłówku należy wskazać imię i nazwisko autora/autorów, afiliację, adres e-mailowy (preferowany jest adres służbowy) oraz indywidualny numer ORCID.
- * Artykuł nie powinien przekraczać objętościowo: od 0,5 do 1 arkusza wydawniczego.
 - 1) Tekst winien zawierać dwa streszczenia: umieszczony pod tytułem ABSTRAKT w jęz. polskim wraz ze słowami kluczowymi (maksymalnie 6 słów) – czcionka 10 pkt., interlinia pojedyncza, zachować od dołu odstęp od tekstu;
 - 2) umieszczone na końcu tekstu Summary poprzedzone tytułem artykułu w jęz. angielskim wraz ze słowami kluczowymi (Keywords, max. 6 words) – czcionka 10 pkt. interlinia pojedyncza, zachować od góry odstęp od tekstu.

- * Żadne ze streszczeń nie powinno przekraczać 200 słów (min. 100 słów, max. 200 słów każde). ABSTRAKT i Summary powinny zawierać tę samą treść i stanowić kwintesencję artykułu.
- * Na końcu artykułu należy zamieścić bibliografię (Bibliografia/Bibliography) oraz oddzielnie źródła internetowe (Źródła internetowe/Online references) – pisane czcionką 10 pkt., interlinia pojedyncza.
- * **Bibliografia:** w bibliografii zamieszczamy wszystkie źródła, na które powołujemy się w treści artykułu. Oddzielnie podajemy publikacje drukowane, oddzielnie źródła internetowe. Poszczególne pozycje bibliograficzne porządkujemy alfabetycznie.

Artykuły: podajemy nazwisko i inicjał imienia autora, po przecinku tytuł artykułu kursywą, dalej tytuł czasopisma w cudzysłowie – litery proste, po przecinku rok i numer wydania, po przecinku strony, na których znajduje się artykuł.

Rozdziały/części tomów zbiorowych: podajemy nazwisko i inicjał imienia autora, tytuł rozdziału kursywą, po przecinku dajemy [w:] dalej tytuł tomu kursywą, dalej inicjał imienia i nazwisko redaktora, po nim skrót (red.) w nawiasie, po przecinku wydawnictwo, miejsce i rok wydania, po przecinku strony, na których znajduje się artykuł.

Prace zbiorowe: podajemy nazwisko(a) i inicjał(y) imienia/imion i redaktorów, po przecinku skrót (red.) w nawiasie, dalej po przecinku tytuł tomu kursywą oraz wydawnictwo, miejsce i rok wydania.

Publikacje o liczbie autorów większej niż trzech: rozpoczynamy od podania nazwiska i inicjału imienia pierwszego autora, po przecinku podajemy skrót: i in., następnie umieszczamy tytuł kursywą oraz wydawnictwo, miejsce i rok wydania.

Publikacje o liczbie redaktorów większej niż trzech: rozpoczynamy od nazwiska i inicjału imienia pierwszego redaktora, po przecinku podajemy skrót: i in., dalej w nawiasie skrót: (red.), następnie umieszczamy tytuł kursywą, wydawnictwo, miejsce i rok wydania.

- * Teksty powinny być napisane w programie WORD w formacie *.doc lub *.docx, czcionką Times New Roman CE, wielkość czcionki 12 pkt., interlinia 1,5, marginesy standardowe 2,5 cm (górną, dolną, lewą, prawą). Przypisy, streszczenia, motto, bibliografia pisane czcionką 10 pkt., interlinia 1,0. Nie należy formatować tekstu.
- * Artykuł powinien zawierać wprowadzenie dotyczące inspiracji tekstu, część metodologiczno-teoretyczną, opis badań lub główny wywód teoretyczny i wnioski.
- * Tytuły czasopism, konferencji, wystaw itp. powinny być podawane w cudzysłowie. Tytuły książek, artykułów, rozdziałów, filmów, programów telewizyjnych, gier komputerowych, obrazów należy podawać kursywą. Nazwy stacji telewizyjnych i radiowych piszemy czcionką prostą bez cudzysłowu. Pełne

nazwy partii politycznych i ich akronimy oraz tytuły portali sieciowych i witryn piszemy dużymi literami, czcionka prosta.

- * Materiały ilustrujące, jak tabele, diagramy, wykresy powinny być numerowane i posiadać tytuły, a autorzy powinni odnosić się w tekście do ich numerów. Tytuły należy umieszczać pod wszelkimi materiałami ilustrującymi. W materiałach ilustrujących nie należy stosować barw.
- * W tekście nie należy używać podkreśleń i pogrubień. Wyrazy i terminy obce należy pisać kursywą. Niejednoznaczność używanych wyrazów zaznaczamy ujmując je w tzw. łapki (np. 'pozytywny'), stosujemy je także, jeśli chcemy zaznaczyć jakikolwiek dystans do używanego wyrazu.
- * Cytaty trzeba pisać pismem prostym i ujmować je w cudzysłów. Cytat w cytacie należy oznaczać znakiem >...<.
- * Cytaty dłuższe niż trzy wersety należy wyodrębnić w bloku ujętym w cudzysłowie i opatrzonym przypisem, czcionka rozmiar 10 pkt, wcięcie w pierwszym wersecie, interlinia 1,0.
- * Sprawozdanie z konferencji winno zawierać w tytule nazwę konferencji, jej datę i miejsce, w omówieniu relację z przebiegu konferencji, omówienie ważniejszych referatów, wnioski, opinie autora sprawozdania na temat znaczenia i osiągnięć konferencji, wykaz referatów.
- * Recenzja powinna zawierać w tytule imię i nazwisko autora(ów) recenzowanej pozycji oraz jej tytuł, miejsce i rok wydania, a także ilość stron. Omówienie powinno obejmować konstrukcję pracy, jej podstawę źródłową, metodologię opracowania, ocenę pracy, a także informacje o autorze, jego dorobku, polu zainteresowań i inspiracjach do podjęcia tematu recenzowanej pozycji.

Opracowanie przypisów bibliograficznych

* Przypisy należy umieszczać na dole strony, numerując je cyframi arabskimi. Liczba przypisów powinna być ograniczona do niezbędnego minimum. Cyfra przypisu powinna być umieszczona przed znakiem przestankowym, tj. przecinkiem lub kropką. Poszczególne elementy przypisu powinny być oddzielone od siebie przecinkami, na końcu przypisu powinna być kropka. Pierwszy odsyłacz do pozycji bibliograficznej powinien zawierać jej pełny opis. Jeżeli ponownie odwołujemy się do bezpośrednio cytowanej pozycji należy, zamiast ponawiania pełnego opisu, podać: *Ibidem* oraz numery stron po przecinku. Jeżeli ponownie odwołujemy się do pozycji już wcześniej cytowanej, ale nie bezpośrednio po przypisie bieżącym, należy powtórzyć początkowe elementy opisu, tj. dane autora i początek tytułu, następnie dać trzykropek, *op. cit.* oraz numery stron po przecinku.

Rodzaje przypisów:

Książka

- podajemy inicjał imienia autora i nazwisko, po przecinku tytuł kursywą, wydawnictwo, miejsce i rok wydania, wykorzystane strony. Wydanie inne niż pierwsze zaznaczamy (np. wyd. 2). Przykład: J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004, s. 7-10. Jeżeli występują dwa miejsca wydania, podajemy obydwa, jeżeli trzy – podajemy tylko pierwsze.

Artykuł

- podajemy inicjał imienia autora i nazwisko, po przecinku tytuł artykułu kursywą, dalej tytuł czasopisma w cudzysłowie – litery proste, po przecinku rok i numer wydania, po przecinku strony, na których znajduje się artykuł. Przykład: M. Mrozowski, *Spectator in spectaculum. Ukryte osobowości programów telewizyjnych TVP1, TVP2, TVN, Polsat*, „Studia Medioznawcze”, 2010, nr 1, s. 14-41.

Rozdziały/części tomów zbiorowych

- podajemy inicjał imienia i nazwisko autora, tytuł rozdziału kursywą, po przecinku dajemy [w:], dalej tytuł tomu kursywą, dalej inicjał imienia i nazwisko redaktora, po nim skrót (red.) w nawiasie, po przecinku wydawnictwo, miejsce i rok wydania, po przecinku wykorzystane strony. Przykład: M. Karwatowska, P. Nowak, *List jako zaproszenie do dialogu*, [w:] *Porozmawiamy o rozmowie: lingwistyczne aspekty dialogu*, M. Kita, J. Grzenia (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2003, s. 60-64.

Prace zbiorowe

- podajemy inicjał(y) imienia/imion i nazwisk(a) redaktorów, po przecinku skrót (red.) w nawiasie, dalej po przecinku tytuł tomu kursywą oraz wydawnictwo, miejsce i rok wydania, następnie wykorzystane strony. Przykład: A. Duszak, N. Fairclough (red.), *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, Wydawnictwo UNIVERSITAS, Kraków 2008, s. 9-13;

- publikacje o liczbie autorów większej niż trzech rozpoczynamy od podania inicjału imienia i nazwiska pierwszego autora, po przecinku podajemy skrót: i in., następnie umieszczamy tytuł kursywą oraz wydawnictwo, miejsce i rok wydania, dalej strony. Przykład: M. Fuszara i in., *Współpraca czy konflikt?*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 258-270;

- publikacje o liczbie redaktorów większej niż trzech rozpoczynamy od inicjału imienia i nazwiska pierwszego redaktora, po przecinku podajemy skrót: i in., dalej w nawiasie skrót: (red.), następnie umieszczamy tytuł kursywą, wydawnictwo, miejsce i rok wydania oraz strony. Przykład: T. F. Heatherton i in. (red.), *Spoteczna psychologia piętna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 28-30.

Tłumaczenia z języków obcych

- zasady przytaczania publikacji stanowiących tłumaczenia z języków obcych są takie same jak powyższe, należy jednak podać nazwisko tłumacza. Przykład: D. Howarth, *Dyskurs*, tłum. Anna Gąsior-Niemiec, Oficyna Naukowa, Warszawa 2008, s. 11-17.

Pozycje internetowe

- zasady przytaczania pozycji internetowych są takie same jak powyższe, należy jednak podać adres internetowy, pod którym można znaleźć daną pozycję w sieci oraz datę dostępu w nawiasie okrągłym.

Przykład: Kawka M., *Komunikowanie wizualne a nauka o mediach – współczesność i perspektywy*, http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/05/05_kawka.pdf (20.06.2016)

Lista recenzentów

1. dr hab. Olga Dąbrowska-Cendrowska, prof. UJK – Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
2. dr hab. Svitlana Lizakowska – Akademia Marynarki Wojennej w Gdyni, Polska
3. dr hab. Katarzyna Gajlewicz-Korab – Uniwersytet Warszawski, Polska
4. dr Marta Eichsteller – School of Sociology University College Dublin, Irlandia
5. prof. PhDr. Jiří Fiala, CSc. – Univerzita Palackého, Olomouc, Czechy
6. prof. PhDr. Zdenka Gadušová, CSc. – Univerzita Konštantína Filozofa, Nitra, Słowacja
7. dr hab. Małgorzata Molęda-Zdziech, prof. SGH – Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Polska
8. prof. Libor Pavera – Vysoká Škola Ekonomická v Praze, Czechy
9. prof. Aleksandra Piasecka-Till – Universidade Federal do Paraná, Brazylia
10. doc. Viktor Savka – Narodowy Uniwersytet Politechnika Lwowska, Ukraina
11. doc. Ihor Sklenar – Lwowski Uniwersytet Narodowy im. Iwana Franki, Ukraina

Deklaracja o wersji pierwotnej (referencyjnej) czasopisma „Media i Społeczeństwo”

Komitet Redakcyjny czasopisma „Media i Społeczeństwo” uznaje jego wersję elektroniczną za wersję pierwotną (referencyjną).

