

„Ludziom się zdaje, że historia dzieje się powoli, ale to nieprawda: historia dzieje się nagle.” (Philip Roth „Amerykańska sielanka”, Kraków 2017)

Powstałe obecnie zagrożenia raczej dzielą niż łączą kontynent, pod znakiem zapytania stoi również państwo opiekuńcze wraz z jego służbą zdrowia i innymi służbami, w tym z zakresu bezpieczeństwa, nie przygotowanymi na taką formę kryzysu jak pandemia lub zwiększone ruchy migracyjne. Zazwyczaj uznajemy, że mamy wiedzę o zagrożeniach pozyskaną w czasie formalnego kształcenia, zdobytego doświadczenie zawodowego, życiowego, ale w zasadzie nie wiemy ile naprawdę nie wiemy, a nawet nie jest możliwe pełne szacowanie tej niewiedzy. Dotyczy to również komunikowania perswazyjnego i dezinformacji, która wpływa na poczucie bezpieczeństwa, mające realny wpływ na ludzkie działanie.

W opisie społeczeństwa ryzyka U. Beck wskazuje na zmiany, powodujące zacieranie się granic między postępowaniem technologicznym, ekonomiczną racjonalnością a możliwością sprawczą polityki do decydowania o przeszłości. W efekcie państwo staje się bezradne wobec dużych wyzwań a społeczny lęk przed ryzykiem powoduje zwiększanie się oczekiwań wobec państwa^[1]. U. Beck postulował koncentrowanie się na procesach inscenizacji (definiowania) ryzyka, wskazując, że władza powinna być zdolna do definiowania tego co jest lub nie jest ryzykiem^[2]. Jako bezstronny wskaźnik inscenizacji ryzyka uznał niewiedzę, dokonując jej typologii od selektywnego przypuszczenia przez niechęć do wiedzy, refleksyjną niewiedzę, świadomą niemożność wiedzy, wypartą lub nieświadomą wiedzę, po nieświadomą niemożność wiedzy^[3]. Brak wiedzy powoduje niepewność, poczucie niestabilności w sytuacji kryzysu, wzmacnia poczucie braku sprawstwa i potrzebę poszukiwania informacji, pozwalającej na odbudowywanie poczucia bezpieczeństwa

Problem związany z odbiorem informacji w czasie pandemii wymaga też odniesienia do mediów, które jako czwarta władza pełnią między innymi funkcje informacyjne i edukacyjne. Kreatorzy informacji przekazywanych w mediach często funkcjonują w strukturze władzy lub są z nią powiązani, a podejmując decyzję o rodzaju i zakresie przekazywania informacji, pośrednio decydują o kształcie polityki informacyjnej. Sieć tych powiązań ma wpływ na dobór informacji oraz jej interpretacji z wykorzystaniem środków perswazji. Ponadto same media stały się płynne, w rozumieniu szybkich zmian jakie w nich zachodzą w nich w ostatnich dekadach. Jak to określa T. Goban-Klas obecnie widoczna jest w mediach *kultura draki*, która jest znacznie tańsza i ciekawsza niż wiadomości z zagranicy wymagające finansowania, co dla szerszej publiczności może się okazać mało atrakcyjne^[4].

Działania z zakresu komunikowania przez media są z założenia racjonalne, służą konkretnym celom, niekoniecznie ujawnianym szerszej publiczności. Teorie racjonalnego wyboru, podkreślając racjonalność działania jednostki i grupy w dążeniu do osiągnięcia korzyści zakładają, że aktorzy biorący udział w tej grze opierają się głównie na rachunkach kalkulacji zysków i strat. Natomiast Daniel Kahneman stwierdza, że w procesach decyzyjnych, chociaż zakłada się racjonalność w działaniu, w praktyce pojawia się efekt pewności (preferowanie prognoz dających lepszy zysk), odbicia (inaczej traktuje się prognozę strat a inaczej prognozę zysku), izolacji (upraszczanie problemów ze zwróceniem uwagi na to co je różni, a nie na to co je łączy)^[5]. Jednostki i grupy dokonują więc ocen alternatyw z wykorzystaniem własnych możliwości i doświadczeń.

Informacja i dezinformacja

Obieg informacji nazywany jest komunikacją społeczną, która odnosi się do obiegu znaków, symboli, które ludzie wymieniają między sobą i które krążą w sferze społecznej, kulturowej i politycznej. Informacja została utowarowiona, coraz szybciej powielana, natomiast uwaga ludzka staje się dobrem rzadkim^[6]. Dostęp do informacji jest teraz szybszy niż kiedykolwiek dotąd, ale jej pełne wykorzystanie przysparza coraz więcej trudności.

Wpływ na kształtowanie informacji i jej odbiór mają wpływ czynniki takie jak fakty, wartości, opinie, doświadczenia, oceny i kapitał społeczno-kulturowy nadawcy informacji i jej odbiorcy; wcześniejsze doświadczenia odbiorcy informacji o obiekcie informacji i towarzyszące jej emocje; stereotypy i uprzedzenia, kod kulturowy nadawcy i odbiorcy; zastosowane techniki wywierania wpływu przez nadawcę; wpływ grupy pierwotnej i wtórnej na odbiór i dekodowanie informacji a czasami również poziom analfabetyzmu funkcjonalnego odbiorcy. Wszystkie te elementy w większym lub mniejszym stopniu mają wpływ na formułowanie informacji oraz wpływają na jej dekodowanie i interpretację.

Proces przepływu treści informacji od jej wytworzenia przez nadawcę do odczytania i zinterpretowania przez wielosegmentową publiczność jest zazwyczaj przemyślany. Zwraca się uwagę na wielość kodów kulturowych, którymi posługują się odbiorcy informacji. Media mogą modelować informację wykorzystując metody perswazji i manipulacji. Odwoływać się do emocji, ważnych symboli odbiorcy, jego postaw i wiedzy (lub jej braku), powoływać się na autorytety, co przy określonej powtarzalności informacji wzmacnia siłę odbioru i zwiększa gotowość do jej odbioru.

Zainteresowanie odbiorców zwiększa oglądalność, co umożliwia wywieranie wpływu przez kreatorów programów i dziennikarzy, którzy nie powinni decydować o tym, „co ludzie mają myśleć, ale wywierać wpływ na to, o czym myślą”^[7]. Ta podstawowa zasada koncepcji agenda setting^[8] może być punktem wyjścia do wywierania wpływu i manipulacji odbiorcą. Ważnym czynnikiem jest też interes właścicieli mediów, usytuowanie polityczne,^[9] dostęp do reklamodawcy.

Jednym z oddziaływań jest dezinformacja, która definiowana w wąskim znaczeniu jako informacja, która lokowana jest między wprowadzeniem w błąd a wpływaniem na jej odbiorcę, zazwyczaj stosowana jest jednorazowo. Natomiast dezinformacja prowadzona systematycznie za pośrednictwem mass mediów jest adresowana do opinii publicznej. Dezinformacja jest skuteczna gdy istnieje *masa krytyczna* zdezinformowanych, którzy skłonni są poddać się manipulacjom *ekspertów* „przywracających poczucie bezpieczeństwa”.^[10] To także dostarczenie nieprawdziwych informacji, które mają zmylić ich odbiorcę i jednocześnie służyć wyciągnięciu przez niego takich wniosków, jakich życzy sobie inicjator. Tym dezinformacja różni się od propagandy i zastraszania^[11].

Podstawowymi metodami dezinformacji są negacja faktów, ich odwrócenie, modyfikacja motywu i okoliczności. Rozmycie, podobnie jak kamuflaż, polega na umieszczeniu głównej informacji z faktami nieistotnymi dla prezentowanej sytuacji i jej drobiazgowym opisie. Kolejnymi metodami są generalizacja-zwrócenie uwagi na to, że fakt jednostkowy nie jest unikatowy; interpretacja – omówienie sytuacji, której nie można ukryć ale można ją opisać ułatwiając pozytywne skojarzenie opinii publicznej; ilustracja – przedstawienie faktu jednostkowego jako ilustracji szerszego zjawiska społecznego; nierówna reprezentacja – metoda nie pozwalająca przeciwnikom na pełną

wypowiedź, jej skracanie i interpretację; mieszanie prawdy i kłamstwa – informowanie opinii publicznej o faktach, które się już wydarzyły, ale których dokładnego przebiegu nie zna; równa reprezentacja – publikowanie w końcowej fazie kampanii dezinformacyjnej argumentacji za i przeciw postawionej tezie, z wykorzystaniem analiz i poparciem ekspertów budzących zaufanie^[12]. Z przedstawionych metod dezinformacji wynika, że ich stosowanie może być skuteczne, zwłaszcza w sytuacjach niestabilności i braku poczucia bezpieczeństwa, a powstałe zagrożenia raczej dzielą niż łączą.

W sytuacji zagrożenia epidemicznego wykorzystywane jest komunikowanie perswazyjne, w którym techniki komunikacji perswazyjnej są porównywane do kropli, które potrafią rzeźbić w skale. Wpływanie na postawy innych ludzi to częstokroć proces długotrwały a to, jak postrzega się otaczającą rzeczywistość, jest subiektywną interpretacją.

Media korzystają ze strategii takich jak: strategia odwrócenia, polegająca na stosowaniu narzędzi przeciwnika przeciwko niemu, odbierając mu status pokrzywdzonego i przyznając go sobie. Interesująca jest też strategia przejścia polegająca na przejmowaniu sposobów narracji, języka przekazu. Elementem strategii jest stylistyczne uformowanie opinii. W strategii oczerniania skupiono się na dyskredytowaniu przeciwników i instytucji, które nie sprzyjają poglądom aktualnie dominującym. W strategii legitymizacji często posługiwano się statusem uznanego dyskutanta (kolejni ministrowie) i budowanie wizerunku profesjonalnej organizacji.

Kolejna technika-retoryczna-miała na celu zdyskredytowanie argumentów i stanowiska oponentów przez zarzucenie im hipokryzji, równocześnie nie odnosząc się bezpośrednio do zarzutu. Umiejętne posługiwanie się tą techniką, pozwala odciągnąć uwagę słuchającego od faktu, że odpowiadający nie odniósł się merytorycznie do zarzutu. Manipulacje informacyjne, których celem jest wprowadzenie informacyjnego chaosu, mogą sprzyjać pojawieniu się mechanizmów obronnych. Mechanizmy te są złożone i zależą od wiedzy, doświadczeń odbiorców informacji oraz umiejętności poszukiwania, selekcji i weryfikacji informacji z innych źródeł.

Dezinformacja może dotyczyć każdego działania państwa, jego organizacji i społeczeństwa, jest też wyzwaniem dla korzystających z mediów. Rewolucja cyfrowa zmieniła możliwości przekazu informacji, układ sił w sferze informacyjnej dając jednocześnie możliwość publikacji nie tylko dziennikarzom. Rozwój internetu zwielokrotnił przepływ informacji ale też możliwość dezinformacji. Kreowanie nowych, czasami nieetycznych postaw, budzenie niepokoju, poczucia zagrożenia przy wykorzystaniu metod perswazji i manipulacji w przekazie, stwarza dodatkowe poczucie chaosu. Przeciwdziałanie dezinformacji podejmowane jest na wielu szczeblach ale wymaga zwiększenia świadomości społecznej, edukacji na rzecz bezpieczeństwa informacyjnego oraz odbudowy zaufania do struktur państwa^[13]. Ponadto jak wskazuje U. Beck coraz trudniejsze jest szacowanie niewiedzy i ryzyka z tym związanego.

Dezinformację można również rozpatrywać jako barierę utrudniającą komunikowanie, określić ją jako kapitał negatywny, który można próbować zamienić na kapitał pozytywny. Wymaga to jednak uzupełniania wiedzy i przemodelowania sposobów komunikowania z działań doraźnych na przemyślany proces.

Utrudnieniami w przekazie mogą być również nadmierna złożoność komunikatu, stereotypy, uprzedzenia, kwestie osobowościowe odbiorcy i umiejętność słuchania^[14]. Mimo stałego szerokopasmowego napływu informacji z mediów i organizacji nadal istnieje problem z jej zrozumieniem. Mogą go wzmocnić stosowane socjotechniki.

Termin socjotechnika jest czasami stosowany przez autorów zamiennie z terminem inżynieria społeczna. Socjotechnikę stosuje się w celu osiągnięcia zamierzonego celu społecznego, politycznego, ekonomicznego dla uzyskania pożądanego zachowań jednostkowych lub grupowych, realizacji zamierzonych zmian społecznych^[15]. Zalecenia socjotechniczne mogą być sprowadzone do działań perswazyjnych o dużym stopniu jawności intencji grupy sterującej procesem komunikowania dla osiągnięcia wpływu na zmianę poglądów i postaw zbiorowości sterowanej za pomocą przekonywania^[16].

Natomiast oddziaływanie manipulacyjne mają na celu próbę zmiany przez grupę sterującą poglądów, postaw, decyzji zbiorowości sterowanej bez jej wiedzy i wbrew woli tej zbiorowości. Manipulacja oznacza w tym przypadku zatajenie prawdziwych intencji i celów grupy lub jednostki wywierającej wpływ. To wytwarzanie w świadomości grupy docelowej określonych stanów, które uzasadniają zastosowanie odpowiednich środków, korzystanie z różnych form dyskredytacji, wykorzystywanie w komunikowaniu pojęć, które przez swoje silne emocjonalne, symboliczne zabarwienie uniemożliwiają społeczną debatę^[17] działań facylitacyjnych (ułatwiających kreowanie postaw, poglądów, jakich nie można uzyskać innymi formami działań) przez stwarzanie realistycznych okoliczności, które mogą zwiększać prawdopodobieństwo powodzenia w modelowaniu poglądów i postaw^[18]. Na odbiór informacji wpływa wiele czynników, takich jak emocje, analfabetyzm funkcjonalny, stereotypy i uprzedzenia, wcześniejsze doświadczenia odbiorcy, fakty z nimi związane, wartości, opinie i oceny grupy, w której jednostka funkcjonuje itp.

Zamiast podsumowania

Otoczenie wpływa na myśli i zachowania jednostek i grup o wiele silniej, niż można to sobie uświadomić lub nawet życzyć. Jeśli odnieść ten mechanizm do procesów wywierania wpływu przez media, można stwierdzić, że publiczność mediów jest poddawana procesom dezinformacji przez kreatorów i nadawców informacji.

Założenia teorii racjonalnego wyboru jasno wskazują, że jednostki i grupy są racjonalne, kalkulują wybierając korzystne rozwiązania, szacują zyski i straty. W procesie dezinformacji wybory dokonywane jednostkowo lub grupowo przez publiczność mediów są kalkulowane, ale tylko na podstawie dostępnych informacji, filtrowanych przez ich przekonania, postawy, doświadczenia, a także powiązane z sympatią lub antypatią dla poszczególnych opcji politycznych.

Między kreatorami informacji i dezinformacji a publicznością nadal pozostaje otwarte pole gry, gdzie można brać udział w tworzeniu wartości, które przekładają się na zdarzenia niezamierzone. Dezinformacja jest procesem, ale i platformą intencji, emocji, wywierania wpływu i może utrudniać działania.

A my?

...może warto słuchać uważnie, również tego, czego nie wypowiedziano...

Rzekłam.

Mistrz Warsztatu „Braterstwo Pod Wawelem”.

^[1] U. Beck, Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2002, s. 280-301.

- [2] U. Beck, Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2002, s. 68-69.
- [3] U. Beck, Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2002, s. 230-231.
- [4] T. Goban Klas, Tabloidyżacja mediów a neopopulizm. Zapis konferencji z dnia 5 listopada 2011 roku, W: Media-Populizm-Demokracja red. R. Chytrowski, , Ośrodek Myśli Społecznej im. Ferdynanda Lassalle'a, Wrocław 2011, s. 23 (s13-25).
- [5] D. Kahneman, Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym, przełożył Piotr Szymczak, Media Rodzina, Poznań 2012, s. 8-45.
- [6] T. Goban-Klas, Tabloidyżacja mediów a neopopulizm. Zapis konferencji z dnia 5 listopada 2011 roku, W: Media-Populizm-Demokracja, red. R. Chytrowski, Ośrodek Myśli Społecznej im. Ferdynanda Lassalle'a, Wrocław 2011, s. 16 (s13-25).
- [7] E. Migaczewska, Polski dziennikarz – perfekcyjny manipulator? W: Problemy społeczne w grze politycznej, red. Jadwiga Królikowska, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2006, s. 96.
- [8] Media tworząc listy tematów wśród publiczności wskazują na to o czym odbiorcy mają myśleć, z kolei teoria norm kulturowych wskazuje, że media wybierając i uwypuklając określone treści przez odwołanie się do ważnych dla odbiorców norm wpływają na ich postępowanie, zob. A. Pyzikowska, Teoria agenda setting i jej zastosowanie, W: Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne. Wydawnictwa Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001.
- [9] Zob. J. Raciborski, Polskie wybory. Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego 1989-1995, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 1997.
- [10] V. Volkoff, Przedmowa, W: Dezinformacja oręż wojny, V. Volkoff, przełożył Anatol Arciuch, Wydawnictwo Delikon, Warszawa 1991, s.8.
- [11] V. Bittman, Dezinformacja: wspomnienia zawodowca, W: Dezinformacja oręż wojny, V. Volkoff, przełożył Anatol Arciuch, Wydawnictwo Delikon, Warszawa 1991, s.81.
- [12] V. Bittman, Dezinformacja: wspomnienia zawodowca, W: Dezinformacja oręż wojny V. Volkoff, , przełożył Anatol Arciuch, Wydawnictwo Delikon, Warszawa 1991, s.79-93; R. Mucchielli, Diagnoza specjalisty, W: Dezinformacja oręż wojny, V. Volkoff, przełożył Anatol Arciuch, Wydawnictwo Delikon, Warszawa 1991, s.94-115.
- [13] Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo. Społeczeństwo. Polityka. Biznes, redakcja Magdalena Wrzosek, NASK Państwowy Instytut Badawczy , Warszawa, wrzesień 2019.

<https://cyberpolicjacy.nask.pl/raport-zjawisko-dezinformacji-w-dobie-rewolucji-cyfrowej-panstwo-spoleczenstwo-polityka-biznes/> dostęp 19.02.21

[14] Zob. M. Golka, Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dezinformacyjne). Wydawnictwo Naukowe PWN SA, Warszawa 2008 s.35- 47.

[15] K. Olechnicki, P. Załęcki, Słownik socjologiczny, Wydawnictwo Graffiti BC, Toruń, 2002, s. 196. A. Podgórecki, Logika praktycznego działania, W: Socjotechnika – jak oddziaływać skutecznie, red. A. Podgórecki, Warszawa, 1970, s. 18.

[16] Zob. D. McQueil, Teoria komunikowania masowego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007. s.292-293.

[17] Odwołania mogą przybierać formę krytyki opartej z reguły na zdolności do przedstawiania rozwiązań alternatywnych. Pojawia się też forma manipulatorska o charakterze demaskatorskim zmierzająca do wykluczenia. Zob. M. Karwat, O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika. Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007.

[18] P. Pawełczyk, D. Piontek, Socjotechnika w komunikowaniu politycznym. UAM, Poznań 1999, s. 64-65; M. Pabijańska, Psychomanipulacja w polityce. Metody, techniki, przykłady, Wydawnictwo ASRTRUM, Wrocław 2007, s.23-56.