

Systemy Bezpieczeństwa Narodowego
Zeszyt 26 (2022)
ISSN 2028-2677, s. 51-62
DOI: 10.37055/sbn/156476

Instytut Bezpieczeństwa i Obronności
Wydział Bezpieczeństwa, Logistyki i Zarządzania
Wojskowa Akademia Techniczna
w Warszawie

National Security Studies
Volume 26 (2022)
ISSN 2028-2677, pp. 51-62
DOI: 10.37055/sbn/156476

Institute of Security and Defense
Faculty of Security, Logistics and Management
Military University of Technology
in Warsaw

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO NARZĘDZIE PROWADZENIA WALKI INFORMACYJNEJ

SOCIAL MEDIA AS A TOOL OF AN INFORMATION COMBAT

Julia Wierucka

Military University of Technology
ORCID: 0000-0002-7943-3858

Abstrakt. Celem przedmiotowej pracy jest analiza możliwości wykorzystywania mediów społecznościowych w zakresie prowadzenia walki informacyjnej. Główny problem badawczy pracy określono w formie pytania: Czy współczesne wojny mogą być prowadzone z wykorzystaniem mediów społecznościowych? Celem pobocznym natomiast było wskazanie elementów charakterystycznych w zakresie tej analizy. Na podstawie analiz stwierdzono, iż media społecznościowe są istotnym narzędziem w zakresie prowadzenia wojen hybrydowych poprzez ich wpływ na przebieg walk w zakresie planistycznym. Przykład wojny na Ukrainie wskazuje, iż w przyszłości rola mediów społecznościowych w analizowanym obszarze może znacząco wzrosnąć. Postawiono więc hipotezę głoszącą, iż: Media społecznościowe są rosnącym na znaczeniu narzędziem prowadzenia walki informacyjnej poprzez ich wykorzystanie w zakresie procesu planistycznego operacji zarówno defensywnych, jak i ofensywnych. W pracy zastosowano następujące metody badawcze: definiowanie, które pozwoliło na określenie jednoznaczności terminów; analizę i syntezę, które pozwoliły na odpowiednią interpretację zastanych danych; indukcję i dedukcję, które pozwoliły na znalezienie odpowiedzi na rozważane w pracy pytanie badawcze. W pracy posłużono się także metodą analizy porównawczej w zakresie definicji dotyczących omawianego zakresu. Zastosowano również krytyczną analizę źródeł, monografii, artykułów naukowych traktujących o badanej tematyce oraz studium przypadku – *case study*.

Słowa kluczowe: media społecznościowe, walka informacyjna, wpływ, manipulacja, nowe wojny

Abstract. The aim of this work is to analyze the possibilities of using social media in the field of information warfare. The main research problem of the thesis was defined in the form of a question: can modern wars be waged with the use of social media? The secondary goal, however, was to indicate the characteristic elements of this analysis. The following research methods were used in the work: definition, which allowed for the definition of the uniqueness of terms, analysis and synthesis, which allowed for appropriate interpretation of the existing data, induction and deduction, which allowed for finding answers to the

research question considered in the work. The work also uses the method of comparative analysis in terms of definitions relating to the discussed scope. A critical analysis of sources, monographs, scientific articles dealing with the studied subject and the case study method was also used.

Keywords: social media, information warfare, influence, manipulation, new wars

Wstęp

Od zamierzchłych czasów ludzie pożąдали informacji, celem utrzymania jak największej stabilności, wykluczając ryzyko związane z niewiadomymi czynnikami. Wiedza jest czynnikiem wpływu, a w czasach globalizacji oraz rozwoju technologicznego, utrzymanie wielu wcześniej zatajanych informacji nie okazuje się już takie proste. Rozwinął się zupełnie odwrotny nurt wykorzystujący, jak by się mogło zdawać, charakterystyczne cechy naszych czasów. W momencie w którym kiedyś o informację trzeba było się postarać teraz jest ona ogólnodostępna, niestety przez jej praktyczny natłok coraz częściej zauważa się brak jej kontrolowania. Niezwyfikowane informacje stanowią olbrzymie zagrożenie trafiając do bez troskich odbiorców chłonących wszystkie przeczytane treści. Przy masowym odbiorze wywołać one mogą olbrzymie szkody, co coraz częściej zauważa się jako celowe działania nieporządných stron. W erze mass mediów, kiedy to klikalność przeważa nad treścią, należy tym bardziej zwrócić uwagę na przenikanie wojny informacyjnej, także w głąb społeczeństwa wprowadzając wewnętrzny chaos. Jest to moment gdy same sieci społecznościowe są używane jako nowe narzędzia prowadzenia takich wojen. Problem ten znacząco się rozrasta, ponieważ dziś to rządy państw, na przykładzie krajów totalitarnych, starają się kontrolować treści medialne, aby wpływać na świadomość swoich obywateli. Takie kampanie propagandowe wraz z rozwojem mediów społecznościowych zaczęły się również przenosić w głąb tego środowiska. Powszechna dezinformacja, *fake newsy* oraz natłok informacji w skuteczny sposób destabilizują społeczeństwo, co znacząco wpływa na korzyść agresora (Jaroszyńska, Moch, Stochaj 2019).

Obecna sytuacja wojny na Ukrainie w znaczący sposób ukazuje nam skalę problemu, który do tej pory niezauważalny przybierał na sile. Celem przedmiotowej pracy będzie ukazanie znaczącej roli mediów społecznościowych, jaką odrywają na polu walki informacyjnej oraz założenie, iż stają się one kluczowym narzędziem w przyszłych strategiach. W pracy postawiono i zweryfikowano pozytywnie hipotezę, iż media społecznościowe są rosnącym na znaczeniu narzędziem prowadzenia walki informacyjnej poprzez jej wykorzystania w zakresie procesu planistycznego operacji zarówno defensywnych, jak i ofensywnych.

Weryfikacja literatury

Temat mediów społecznościowych pomimo upływu lat dalej pozostaje niezwykle chaotyczny. Spowodowane jest to jego niebywale szybkim rozwojem oraz podążaniem za równie szybką ewolucją technologii. Można powiedzieć że dostosowują się one do napływu nowych możliwości i w ekspresowym tempie wdrażają się w nie, co w znaczący sposób nie pozwala ich dokładnie usystematyzować.

Badana problematyka swoją genezę zawiera już przy początku określenia społeczeństwa informacyjnego, które możemy określić jako „społeczeństwo charakteryzujące się przygotowaniem i zdolnością do użytkowania systemów informatycznych, skomputeryzowane i wykorzystujące usługi telekomunikacji do przesyłania i zdalnego przetwarzania informacji” – według definicji użytej podczas I Kongresu Informatyki Polskiej w 1994 roku, co w dużym stopniu oddaje jego ideę, jednak nie wyczerpuje tak złożonego tematu. Natomiast według innej definicji można je określić jako „(...) społeczeństwo, które nie tylko posiada rozwinięte środki przetwarzania informacji i komunikowania, lecz środki te są podstawą tworzenia dochodu narodowego i dostarczają źródła utrzymania większości społeczeństwa” (Sienkiewicz 2008, s. 27). W tym przypadku możemy zauważyć niezmiennie cechy ludzkości będące oczywistością, o której często wprost się nie pisze. Wraz z rozpowszechnieniem się tego zjawiska zaczęto w znaczącym stopniu wykorzystywać pozytywne cechy nowego układu, a wszechobecne skomputeryzowanie jest już nieodłącznym elementem naszego życia.

Po wdrożeniu systemów informatycznych w różnych sektorach gospodarki i państwa, a także zmianach jakie nastąpiły po powstaniu Internetu, nieuniknionym było, aby stopniowo zaczął on przenikać w głąb społeczeństwa. Nastąpiła więc ciekawa relacja łącząca sieci komputerowe oraz społeczną komunikację odbywającą się jak dotąd w większości przez mass media. Na obecną chwilę trwają także dyskusje odnośnie uznania Internetu jako ich zamiennika, bądź też nawet ich otwartego deklasowania i zastąpienia. Bowiern pomimo wielu znaczących różnic natury technicznej, Internet spełnia podobne role komunikacyjne i nie tylko (Fliciak 2010, s. 104-107). Znaczącym rozróżnieniem jest jednak istota w której mass media są przekazem w założeniu jednostronnym za to sieci społecznościowe, rozwijające się teraz głównie w sferze Internetu, można określić mianem swoistego dialogu, w którym każda akcja może doczekać się reakcji. Media społecznościowe oraz tradycyjne media masowego przekazu rozróżnić możemy przy użyciu kilku kryteriów. Począwszy od sposobu organizacji, dostępności, możliwości korzystania, punktualności, aż po niezmiennosc. Media tradycyjne będą skupiać się na scentralizowanym sposobie organizacji, gdzie informacja tam uzyskana nie będzie zmieniana po jej utworzeniu, ponieważ czas oraz koszty jej przygotowania nie będą na to pozwalać. Za to społeczność medialna cechować się będzie rozproszeniem i zdecentralizowaniem umożliwionym przez formę działania Internetu, będą one dostępne zawsze i dla

każdego, ponadto każdy uczestnik będzie miał możliwość oferowania swoich treści w równie łatwy sposób. Nie potrzeba tak specjalnych umiejętności bądź kompetencji, nie istnieją także ograniczenia czasowe czy opóźnienia, a samą treść można zmienić w dowolnym momencie.

Tytułowe media społecznościowe można więc określić mianem pewnego rodzaju środków masowego przekazu, skupiających się w technologiach online, dzięki którym konsumenci mogą wchodzić w interakcje, współpracować, komunikować się, udostępniać informacje i wymieniać je z innymi użytkownikami serwisu (Szukalik, 2020). Z kolei według innej definicji można je określić jako „serwis pozwalający obracać się w pewnej grupie społecznej z możliwością obserwowania działań podejmowanych przez społeczność oraz jej członków” (Moroz 2010). Co w znaczącym stopniu potęguje możliwości wpływu oraz kierowania społeczeństwem wobec zasady „podążania za tłumem”. Wyróżnić w nich możemy kilka typów jak na przykład: sieci społecznościowe, blogi, forum, serwisy czy usługi.

Zjawisko sieci społecznościowych możemy określić jako „sieć społecznych interakcji i związków osobistych, a także należące do poszczególnych osób strony internetowe lub inne aplikacje, które pozwalają użytkownikom na komunikowanie się ze sobą poprzez umieszczanie informacji, komentarzy, wiadomości, obrazów itp.” (Kotyśko, Izdebski, Michalak, Andryszak, Pluto-Prądyńska 2014, s. 178-183). Które zamiennie możemy określić także jako serwis społecznościowy czy portal społecznościowy. Zostało ono wprowadzone już w latach 50. XX w. jednakże pierwotna idea zupełnie różni się od obecnej przez zupełnie inny poziom techniczny.

Media społecznościowe szybko zyskały wysoki poziom zaufania publicznego poprzez chociażby przeniesienie się do nich także sfery biznesowej czy politycznej. Ujawniają w pewnym stopniu istotę potrzeb współczesnego społeczeństwa informacyjnego opartego na szybkiej i łatwo dostępnej informacji oraz komunikacji. W czasie gdy to tam skupia się ogrom uwagi w dużym stopniu zaczęły również oddziaływać na kształtowanie opinii publicznej.

Walkę informacyjną według jednej z definicji możemy określić jako kooperację negatywną w sferach zdobywania informacji, zakłócania informacyjnego oraz obrony informacyjnej, w której to każde działanie w którejś ze sfer będzie wywoływało sprzężenie zwrotne pozostałych podsystemów (Nowacki 1999). Przydatnym w jej identyfikacji będzie również model łańcucha niszczenia opracowany przez Józefa Koniecznego pozwalający na rozróżnienie ustalonych przez niego elementów biorących udział w niszczeniu informacji. Zakłada on zaangażowanie: strzelca, załogi, broni oraz pocisku wychodzącego na obiekt niszczonej (Konieczny 1970). Wszystkie wyróżnione powyżej elementy pozwalają na określenie jednej ze stron w przedstawianej walce, jednak w połączeniu z innym podejściem w którym jest ona ujęta jako proces w którym na skutek ataku, obiekt wchodzi w stan świadomości pożądaną przez atakującego (Szypra 2012), zauważyć można ciąg przyczynowo-skutkowy oraz niezwykle istotne w przedstawianym artykule konsekwencje ataku. W całości

będzie to więc zbór działań ofensywnych i defensywnych koniecznych do uzyskania postawionych celów, bądź utrzymania przewagi będących elementem większej wojny informacyjnej. Wojnę informacyjną będą więc tworzyć wszystkie przedsięwzięcia manipulacyjne, destrukcyjne czy przerywające skierowane na stronę przeciwną, jej ludność oraz systemy wojskowe, jak i cywilne. Całościowo będzie ona dążyła do dezorganizacji państwa przeciwnika, utraty podejmowania przez niego strategicznych decyzji czy działań, a także zdolności bojowej.

Metodyka badań

Celem prezentowanych badań oraz założeń przedstawionych w niniejszej publikacji była analiza oraz omówienie teoretycznego zakresu danej problematyki, a także uwidocznienie jego praktycznego odniesienia widocznego w sferze politycznej jak i wojskowej. W jego przygotowaniu wykorzystano kombinacyjne podejście badawcze. Do dokładnego zrozumienia problemu wykorzystano metodę przegląd literatury oraz poszczególnych źródeł związanych z wpływem mediów w prowadzeniu walki informacyjnej a także posłużono się metodą analizy porównawczej w zakresie definicji dotyczących omawianego zakresu. Ponadto przy próbie odpowiedzi na podaną hipotezę kierowano się podejściem indukcyjnym i dedukcyjnym, które pozwoliły na uzyskanie odpowiedzi na zadane pytania. Natomiast za główny problem badawczy uznano pytanie: Czy współczesne wojny powinny być prowadzone z wykorzystaniem mediów społecznościowych? W związku z postawionym pytaniem badawczym wyodrębniono hipotezę główną w następującym brzmieniu: media społecznościowe powinny stać się jednym z kluczowych elementów przyszłych strategii prowadzenia walki informacyjnej, ze względu na zwiększenie zainteresowania mediami oraz jego wpływu na społeczeństwo co z kolei zwiększy efektywność działań strategicznych w tym zakresie.

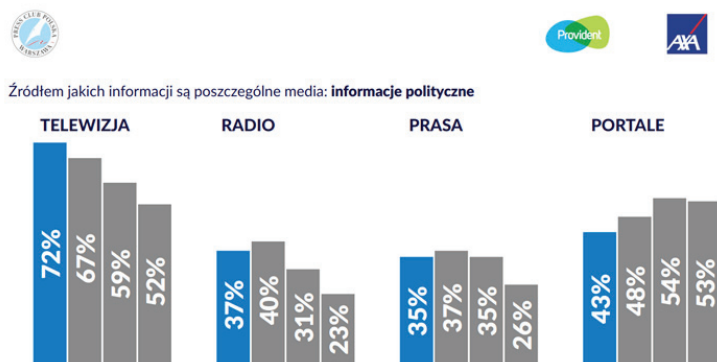
Wyniki

W dzisiejszych czasach zauważyć możemy szerokie upolitycznienie społeczności internetowej, co przy odpowiednich manewrach manipulacyjnych może posłużyć także w celach wojennych. Podważanie zaufania do tradycyjnych instytucji politycznych, które przeważnie w sposób praktyczny nie mogło rozejść się do większego grona odbiorcy, dziś przenosi się do Internetu, gdzie każda opinia może natrafić na swoich zwolenników. Obserwuje się destrukcyjne działania rozwoju tego zjawiska. Zamiast dążyć do dialogu władzy i społeczeństwa oraz wzmacniania pozycji reżimów politycznych i demokracji, nasilany jest pogląd radykalizacji popychający często młodych ludzi do skrajnych nurtów politycznych (Wasiuta 2018, s. 184-209).

Niepokojąca wydaje się także tendencja wykorzystywania sieci społecznościowych do negatywnego działania na wybranych odbiorców, która działa w dużym poziomie zaawansowania. Ukierunkowania tych działań mają różny zakres począwszy od wewnętrznej walki pomiędzy obozami politycznymi, aż po próby wprowadzenia destabilizacji w kraju czy dezinformację stanowiącą przedwstęp konfrontacji zbrojnej.

Przez brak weryfikacji treści we wszelkich mediach, mogą one być celowo formułowane w taki sposób, aby posłużyły celowi stwierdzonemu przez nadawcę na przykład zniekształcając fakty w ten sposób, aby odebrać korzystny dla siebie odbiór społeczeństwa. Media odgrywają olbrzymią rolę w państwach demokratycznych bowiem wiedza z nich uzyskiwana, na temat rządzących, opozycji, prowadzonej polityki czy problemów, decydująco kształtuje opinię publiczną która odbija się dalej na decyzjach wyborczych. Nawet przy wysokiej świadomości społecznej i zaangażowaniu najwięcej informacji o otaczającym nas świecie czerpiemy z mediów, ponieważ w przypadku powszechnej komunikacji czy naszych osobistych doświadczeń, obszary te nie dość iż są znacznie ograniczone to w dodatku nie możemy ich w żaden inny sposób skonfrontować ich z innymi obszarami (Batorowska, Klepka, Wasiuta 2019, s. 205-261).

Tradycyjne metody pozyskiwania informacji politycznych takie jak ruchy społeczne, kampanie wyborcze czy imprezy polityczne pomimo utrzymywania dawnej popularności i zaangażowania dyskusji, osiągnęły apogeum możliwości a ich rozwój nie byłby możliwy bez wspomagania się mediami. Hipoteza ta znajduje odzwierciedlenie w przeprowadzanych sondażach. Wyniki potwierdzają, iż po porównaniu badań przeprowadzanych w różnych państwach, zawierających odmienne metodologie, z innym zestawem pytań, zauważalnym i niezaprzeczalnym wynikiem była przewaga mediów jako dominującym źródle informacji o polityce. Według raportów Pew Research Center – amerykańskiego *think tanku* telewizja stanowi najpopularniejsze źródło informacji dla 69% mieszkańców USA, natomiast drugie miejsce zajmuje Internet z 50%, następnie prasa 32% oraz radio 23% (Pew Research Center for the People & the Press). Przedstawione wyniki Eurobarometru przedstawiają się następująco: telewizja 77%, Internet 40%, prasa 39% oraz radio 38% (Standard Eurobarometer 86 Autumn 2016. Report. Media Use in the European Union). Sytuacja podobnie przedstawia się na przykładzie państwa polskiego, gdzie głównym źródłem informacji politycznych jest dalej telewizja 72%, natomiast na drugim miejscu znajdują się portale społecznościowe 43%, dalej radio 37% oraz prasa 35%. Dalsze wartości przedstawione w kolumnach poniżej przedstawiają kolejno - zaczynając od lewej: 1. Źródłem jakich informacji są poszczególne media: informacje polityczne (zaznaczona kolorem niebieskim), 2. Źródłem jakich informacji są poszczególne media: informacje społeczne, 3. Źródłem jakich informacji są poszczególne media: informacje ekonomiczne, 4. Źródłem jakich informacji są poszczególne media: zainteresowania własne, hobby.



Rys. 1 Sondaż źródeł informacji politycznych

Źródło: „Zaufanie do mediów. Źródła informacji i ich weryfikowanie” - badanie Danae dla Press Club Polska, Provident i AXA, 2017.

Fenomen tego zjawiska doczekał się już wielu interpretacji i prób wyjaśnienia. W literaturze najczęściej można doszukać się określenia medializacji. Według Gian-pietro Mazzoleniego i Winfrieda Schulz'a pojęcie to odnosi się do sytuacji według której media są najistotniejszym narzędziem porozumiewania się władzy oraz obywateli. Mechanizm ten jest dwustronny, ludzie doszukują się w mediach informacji politycznych oraz społecznych, natomiast politycy zaglądając do nich szukają opinii publicznej oraz nastrojów społecznych. Media pełnią więc rolę pośrednika w ich relacjach. W konsekwencji, poprzez zapośredniczenie przekazu wiadomości politycznych, sam sposób zaprezentowania jej rzeczywistości znacząco wpływa na jego odbiór przez społeczeństwo (Mazzoleni, Schulz 1999, s. 249).

Dyskusja

Zaistniały proces doprowadza do szeregu skutków ukazujących się w społeczeństwie. Media coraz częściej stają się częścią działania opinii publicznej kreując ją oraz decydując które punkty widzenia zostaną przez nie nagłośnione, zyskując tym samym powszechną uwagę. Wpływają tym samym na agendę polityczną, w momencie w którym wyemitowane sytuacje odbijają się echem, często głos muszą zabrać członkowie polityki, bardziej lub mniej z nią związani. Typowym są działania, w których to sami politycy pierwsi zwracają uwagę na aspekt niewygodny dla przeciwnika, zmuszając go tym samym do podjęcia dyskusji i tłumaczeń, rozgrywających się już nie na podłożu personalnym a publicznym i medialnym. Znacząco poszerza się więc sieć komunikacji politycznej, a poprzez rozwój techniki i nowych metod staje się ona niekonwencjonalna w swym działaniu, a stosowana dotychczas logika

polityczna jest zastępowana logiką medialną. Wszystko to sprawia że manipulowanie informacją staje się kolejnym narzędziem polityki.

Media społecznościowe będą odgrywać specjalną rolę. Media stanowią możliwość zmiany percepcji politycznej obywateli to one w większości przekazują informacje. Media społecznościowe będą natomiast udostępniały możliwość komentowania tych że informacji oraz rozległych dyskusji między różnorodnymi stronami. Do tej pory było to możliwe w zawężonym okręgu na jakie pozwalały takie możliwości jak kontakty czy obszar zamieszkania. Dziś w sferze szybkiego dostępu do kontaktów ogólnokrajowych i międzynarodowych oraz powszechnej otwartości zapisanej w sam system działania sieci społecznościowych otrzymujemy nieograniczony dostęp do propagowania swoich treści w ogólnej społeczności. Daje to olbrzymie możliwości nie tylko powiadamiania i udostępniania faktów, ale i celowej dezinformacji i rozpowszechniania informacji fałszywych.

Przykładem motywu takiego działania mogą być chociażby aktywności przeprowadzane w trakcie kampanii wyborczych. Okres przedwyborczy jest czasem w którym wielu aktorów politycznych szczególnie mocno angażuje się w bliższy kontakt z obywatelami. Sprawia to wrażenie skracania dystansu oraz jest typową techniką pozyskiwania nowych głosów, bowiem obywatele w bliższy sposób mogą poznać reprezentowane poglądy lub samego człowieka mającego pełnić funkcje ich przedstawiciela. Z czasem zaobserwować było można, iż nie tylko indywidualni politycy, ale i same partie wyborcze zainteresowały się swoim wizerunkiem w *social* mediach a do roku 2013 oficjalne profile posiadały już wszystkie ugrupowania parlamentarne (Bodys 2016, s. 166). Ich szeroki rozgłos często jest też wykorzystywany do podważania opinii lub dyskusji między samymi zainteresowanymi. Zauważyć można podważanie czyis deklaracji, podważanie słowa, zarzuty co do prowadzonych działań czy nawet otwarte kłótnie oraz oszczerstwa. Ciekawość samego zjawiska polega na tym iż to już algorytm mediów społecznościowych z założenia będzie nam podsuwał wydarzenia najbardziej popularne czyli cieszące się największym zainteresowaniem i obioem, co za tym idzie przeważnie będą to treści najbardziej skandaliczne i kontrowersyjne skupiające wokół siebie największą dyskusję.

Media wykorzystywane są już nie tylko w działaniach prowadzenia wojny informacyjnej, ale i walki informacyjnej. Informacja będąc dalej niezwykle przydatnym zasobem w efekcie rozwoju technologii komunikacji stała się elementem strategicznym walk. W regularnych operacjach ich analiza oraz wybiórcze spojrzenie na obecny nadmiar informacji pozwala dawać przewagę decyzyjną mogącą mieć swoje odbicie w wyniku przeprowadzanych działań (Kominiek 2022).

Najlepszym przykładem badanego zjawiska będzie sytuacja tocząca się na Ukrainie. Przed samą inwazją bowiem można było zauważyć materiały zdjęciowe oraz filmowe przedstawiające transport wojsk rosyjskich. Biorąc pod uwagę ogrom społeczności sieci społecznościowych dało to jasny sygnał odnośnie sytuacji. Wydaje

się to o tyle abstrakcyjne, że jeszcze kiedyś trudno by było wyobrazić sobie sytuację przechwycenia geolokalizacji armii wrogiego państwa przez obywateli państwa najeżdżanego, a tym bardziej społeczności międzynarodowej. Samo użycie mediów społecznościowych pozwala w szybki sposób ukrócić niektóre sposoby walki rosyjskiej. Podejmowane bowiem próby dezinformacji oraz zmylenia przeciwnika są w szybki sposób weryfikowane w mediach oraz naprostowywane przez użytkowników sieci. Mało tego faktyczny stan jest potem nagłaśniany ze zdwojoną siłą nie tylko przez media ukraińskie ale i świat zachodu całkowicie burząc narrację rosyjską. Należy zauważyć także drugą stronę działania portali, mianowicie w niespotykany dotąd sposób pozwalają one komunikować się samej głowie państwa z uczestnikami konfliktu. Morale żołnierzy ukraińskich jest cały czas wspierane przez komunikaty a nawet widok swojego przedstawiciela a dodatkowo poprzez informacje stale sprawdzane oraz przekazywane im wskazówki, całkowicie zmienia się ich sytuacja na froncie.

Trafnym oraz mimo czasu aktualnym okazuje się stwierdzenie Mao Zedonga który stwierdził że aby obalić jakąś władzę polityczną zacząć należy od przygotowania opinii publicznej oraz pracy ideologicznej. Daje to przykład obecnego przebiegu wojny informacyjnej, która w dobie społeczeństwa informacyjnego rozgrywa się głównie w umyśle i mentalności człowieka, który z biegiem pędzącego natłoku informacji nie potrafi się już bronić przed wszechobecną propagandą, dezinformacją i manipulacją (Batorowska, Klepka, Wasiuta 2019 s. 327-378).

Według raportu Centrum NATO do spraw Komunikacji Strategicznej wyróżnić możemy sześć sposobów korzystania z mediów społecznościowych w celach operacji wojskowych: zarządzanie, gromadzenie danych, działania w cyberprzestrzeni, panowanie i kontrola, defensywa, informowanie i wpływanie (psychologiczne działania wojenne) (Svetoka 2016).

Działanie mediów społecznościowych oraz ich podstawowy cel jakim jest dzielenie się informacjami ze swojego życia nie tylko z najbliższymi, ale i osobami nam nieznanymi pozostawia wielkie pole manewru do uszczególnionego i precyzyjnego ataku, dzięki wykorzystaniu wiadomości które sami udostępniamy. Zdjęcia, geolokalizacja czy informacje odnośnie prowadzonych przez nas rozmów czy kontaktów, tylko ułatwiają zdobycie danych niezbędnych do zaszkodzenia naszej lub czyjejs własności. Jako że samo zdobycie informacji nie stanowi już problemu, skupiono się także na ich dokładnej analizie. Gromadzenie i przeszukiwanie danych pozwalają bowiem na rozróżnienie nastrojów społecznych. Stwierdzono iż długotrwała obserwacja grupy docelowej pozwalają zrozumieć, a co za tym idzie przewidywać zachowania społeczne bez potrzeby obecności fizycznej na terenie operacji. Zasadniczo zwiększa to możliwości czasowe oraz zmniejsza ryzyko strat w ludziach w momentach rozpoznania. Dodatkowo dzięki umiejętnemu dostarczaniu informacji dostosowanych do danej grupy możliwym jest wpływanie na percepcję społeczeństwa. Kolejnymi działaniami mierzącymi bezpośrednio w konta mediów społecznościowych mogą

ataki poprzez włamanie czy przejmowanie konta idące nawet niekiedy w ich niszczenie. Zmiana hasła czy zawartości profilu lub blokada strony internetowej mogą wywoływać różne konsekwencje w zależności od ich przeznaczenia, inne skutki będzie miało bowiem wprowadzenie fałszywych informacji na koncie prywatnym obywatela kraju a jego przedstawiciela o wysokim stanowisku. Akcje te jednak mogą mieć charakter dwojaki prowadzony w ramach defensywy jak i ofensywy. Przykładowo może to być celowa blokada strony internetowej zawierającej fałszywe dane wprowadzone w trakcie ataku. Sama defensywa polegać też będzie na szyfrowaniu danych które będą powiązane z kontami społecznościowymi.

Ponadto media społecznościowe mogą pełnić rolę komunikacji wewnętrznej oraz ogólnej koordynacji działań. Skupienie procesu dowodzenia w mediach, doskonale przystosowanych do wymiany informacji czy synchronizacji działań znacząco utrudni działania wywiadowcze. Stosowane są one w takim wymiarze szczególnie przez podmioty niepaństwowe czy organizacje terrorystyczne które przez swoją formułę często rozproszone są na olbrzymiej powierzchni a poprzez ich kontrolę przez nieformalne struktury niezwykle ciężko jest je namierzyć. Częstym zabiegiem wykorzystywanym na arenie mediów społecznościowych jest chociażby użycie taktyki zarojenia. Polega ona na przekazie konkretnej informacji o mobilizacji sił która skutecznie wypełnia swoje cele przed momentem zareagowania władz. Doprowadza to do stanu gotowości bojowej przed możliwym zabezpieczeniem i unieszkodliwieniem przez obecne władze.

Według tego samego dokumentu media społecznościowe sprawdzają się jako narzędzie prowadzenia wojny hybrydowej. Dzieje się to poprzez zmianę najważniejszych czynników składających się na światowy system informacyjny (Wasiuta, Wasiuta 2017, s. 57–85). Obecnie należą do nich: dostępność, szybkość, anonimowość, codzienna wymiana dużej ilości informacji oraz brak granic geograficznych i barier językowych. Informację można szybko zdobyć i udostępnić a w przeciagu kilku chwil trafić może ona do milionów użytkowników. Większym problemem obecnie jest także to, iż walczy się o nie o to aby przesłać informację czy ją uzyskać, a o to aby zostać wysłuchanym. Nadmiar danych powoduje, iż o uwagę należy zabiegać bez względu na aspekt prawdziwości informacji. Sytuacja pogłębia się tym bardziej, iż wiadomości przez nas przekazywane możemy udostępniać anonimowo. Można by rzec, że w Internecie nic nie ginie i prędzej czy później nastąpi moment naszej demaskacji jednakże rozwój i przebieg „życia” danej informacji w sieci jest na tyle krótki oraz na tyle szybko zastąpiony nową, że mała jest szansa skutecznego odnalezienia autora i podniesienia wobec niego konsekwencji. Tym bardziej, iż szybko działa w takich momentach rozgłos masowy a informacja jest powielana przez użytkowników nawet w znikomym stopniu zasłyszany z nią bez odpowiedniej weryfikacji. Pozwala to na zastosowanie w przestrzeni wirtualnej szerszego skrajnych poglądów, dezinformacji, szkalowania oraz manipulacji społeczeństwem. Przykładem mogą być zamieszki wywołane fałszywymi informacjami odnośnie ograniczania

zasobów asortymentu w sklepach bądź odcięcia dostaw paliwa w związku z trwającą wojną na Ukrainie.

Do wywoływania wpływu w sferze *social* mediów możemy wykorzystać (Svetoka, 2016):

- tworzenie mgły informacyjnej wokół istotnego tematu, zakłócając jego rozgłos i odwracając od niego uwagę;
- tworzenie fałszywych profili w celu wyłudzenia poufnych danych i informacji;
- udostępnianie niezweryfikowanych treści opierających się na domysłach lub plotkach, siejąc dezinformację;
- zgłaszanie oraz blokowanie profili zawierających inne treści niż agresor;
- tworzenie fałszywych stron, artykułów, postów, blogów;
- wywoływanie natłoku informacji, wpisów, artykułów.

Wiele z tych działań możemy dojrzeć w dziejących się wydarzeniach na Ukrainie, kiedy to wojna nie toczy się jedynie w operacjach bojowych ale i w cyberprzestrzeni.

Wnioski

Media społecznościowe są ważnym czynnikiem coraz częściej uwzględnianym w strategiach obecnych i przyszłych wojen. Proces stopniowego ich wchodzenia do obecnej roli rozpoczął się stosunkowo niedawno, jednakże nagły rozwój znaczenia cyberprzestrzeni w naszym życiu doprowadził do równie szybkiego wdrożenia jej do każdej dziedziny życia. Proces komunikacji jest w nich szczególnie istotny. Nasze uzależnienie od nowoczesnych technologii oraz sieci komputerowych i Internetu widoczne gołym okiem, ściąga większość rozmów do rzeczywistości wirtualnej. Możemy tam odbierać i przekazywać informacje, zbierać dane oraz je analizować, a także wykrywać potencjalne szanse czy sytuacje niebezpieczne. Wszystko to oczywiście zdane jest na wszelakiego rodzaju zagrożenia, od ataków hackerskich, skupiających się na technicznej stronie podważenia ich skuteczności, aż po szerokiego rodzaju manipulacje mierzące w przekaz odbierany przez odbiorców i wpływający na opinię publiczną.

Badania oraz sondaże przeprowadzane w tym temacie jasno wskazują na wzrost oraz coraz większą przewagę Internetu jako aspirującego do największej uwagi medium z którego czerpane są informacje. Ponadto znaczenie portali społecznościowych będących w kręgu zainteresowań większości społeczeństwa zalicza je do czynników branych pod uwagę do uzyskania przewagi nie tylko w walkach informacyjnych, ale i całości strategii wojennej. Przykład wojny w Ukrainie jest pierwszym takim przypadkiem w świecie użycia mediów społecznościowych na tak dużą skalę, jednakże tym samym może potwierdzić on, iż kierunek tych działań tylko pogłębi ich znaczenie w przyszłych wojnach oraz strategiach.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Batorowska, H., Klepka, R., Wasiuta, O., 2019. *Media jako instrument wpływu informacyjnego i manipulacji społeczeństwem*, wyd. LIBRON, Kraków, s. 205-261, 327-378.
- [2] Bodys, M., 2016. *Polska Rola mediów społecznościowych w komunikacji partii*.
- [3] Fliciak, M., 2010. *Internet - społeczne metamedium*, [w:] Media audiowizualne Red. W. Godzic, wyd. SWPS, Warszawa, s. 104-107.
- [4] Jaroszyńska, M., Moch, N., Stochaj, J., 2019. *Bezpieczeństwo narodowe Polski w erze społeczeństwa informacyjnego*, wyd. Wojskowa Akademia Techniczna, Warszawa, s. 73.
- [5] Kominek, Ł., 2022. *Ukraina – wojna informacyjna nowej ery [online]*, Instytut Nowej Europy, Dostępne pod adresem: <https://ine.org.pl/ukraina-wojna-informacyjna-nowej-ery/> [dostęp: 10.09.2022].
- [6] Konieczny, J., 1970. *Cybernetyka walki*, wyd. PWN, Warszawa.
- [7] Kotyśko, M., Izdebski, P., Michalak, P., Andryszak, P., Pluto-Prądzińska, A., 2014. *Nadmierne korzystanie z sieci społecznościowych*, W: Alkoholizm i Narkomania Tom 27, nr 2, s. 178-183.
- [8] Mazzoleni, G., Schulz, W., 1999. „Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy?, „Political Communication”, vol. 16, no. 3, s. 249.
- [9] Moroz, M., 2010. *Źródła efektywności przekazu marketingowego w serwisach społecznościowych*, „E-mentor” nr 4 (36).
- [10] Nowacki, G., 1999. *Walka informacyjna – próba kategoryzacji*, wyd. AON, Warszawa, s. 52.
- [11] Pew Research Center for the People & the Press, July 2013 Political Survey, Final Topline, <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/5/legacy-questionnaires/8-8-2013%20Media%20Attitudes%20Topline%20for%20Release.pdf> [dostęp: 07.02.2023].
- [12] *politycznych i podejmowaniu decyzji wyborczych przez ich wyborców*, „Political Preferences”, No. 12/2016. DOI: 10.6084/m9.figshare.4128972, s. 166.
- [13] Sienkiewicz, P., Nowak, J. S., 2008. *Spółeczeństwo informacyjne. Krok naprzód, dwa kroki wstecz*, wyd. PTI, Katowice, s. 27.
- [14] Standard Eurobarometer 86 Autumn 2016. Report. Media Use in the European Union, <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/Document-Ky/79405> [dostęp: 07.02.2023].
- [15] Svetoka, S., 2016. *Social Media as a Tool of Hybrid Warfare [online]*, NATO Strategic Communicationscentre of Excellence, Dostępne pod adresem: https://stratcomcoe.org/pdfs/?file=/publications/download/public_report_social_media_hybrid_warfare_22-07-2016-1.pdf?zoom=page-fit [dostęp: 10.09.2022].
- [16] Szpyra, R., 2012. *Bezpieczeństwo militarne państwa*, wyd. AON, Warszawa, s. 51.
- [17] Szukalik, A., 2020. *Media społecznościowe [online]*, Vademecum Bezpieczeństwa Informacyjnego, Dostępne pod adresem: <https://vademecumbezpieczenstwainformacyjnego.up.krakow.pl/2020/03/11/media-spoecznościowe/> [dostęp: 10.09.2022].
- [18] Wasiuta, O., 2018. *Refleksje o przeszłości, spojrzenie na współczesność*, wyd. Drukarnia Styl Anna Dura, Kraków, s. 184-209.
- [19] Wasiuta, O., Wasiuta, S., 2017. *Propaganda rosyjska i dezinformacja jako narzędzie manipulacji w wojnie hybrydowej przeciwko Ukrainie*, [w:] Wyzwania bezpieczeństwa międzynarodowego, red. O. Wasiuta, P. Mazur, wyd. Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Stalowa Wola, s. 57–85.