

Jakub Z. Lichański

ORCID 0000-0002-1943-5069

Mediatyzacja a propaganda oraz teksty kultury. Kilka uwag dyskusyjnych

Mediatization and propaganda and texts of culture. Some discussion notes

Abstract

The problem I indicated in the title raises a lot of doubts already at the initial stage, that is, when we are wondering how to title the considerations. It is necessary, as I will try to show, to specify such issues as: 1. propaganda and its understanding; 2. whether the media are, and if so, what are they limited in their freedom to create and transmit information, and finally – 3. how, according to the theory, information should be created. This can and should be associated with the principles defined in the 1970s. James Carey (1974, 227–249) points to the following principles: 1. criticism of standards of public or social responsibility; 2. scientific criticism; 3. cultural criticism. As Carey (1974: 244) notes, „By culture of criticism, I mean the ongoing process of debate between the press/media and the public, and in particular that part of the public most qualified by motives and skills to enter the critical arena. [possible dispute/assessment]”. Here, therefore, there is a problem that we have to deal with in the current way of conducting the media debate on the topic that interests us. There is, however, one more problem, namely the way of shaping the media information itself. In this regard, I will rely on the considerations of Joseph Ratzinger (Ratzinger 1984, 82–84), who presented the basic problems related to this issue. The hypothesis that I will try to prove is simple: here the media message, regardless of who presents it, is a way of shaping the image of reality. One of the sets of examples proving this hypothesis will be, apart from examples taken from the media, texts of culture, or selected texts of popular culture.

Keywords

media, mediatization, propaganda, media criticism, Immanuel Kant, Edward Bernays, Marshall McLuhan, Joseph Ratzinger, James Carey, Noam Chomsky, Lev Manovich, Hanna Batorowska, Rafał Klepka, Olga Wasiuta, Krzysztof Grzegorzewski, Marek Ostrowski, Barbara Bogołębska, Grażyna Habrajska

Abstrakt

Problem, który wskazałem w tytule, nasuwa bardzo wiele wątpliwości już na etapie wstępnym, czyli gdy zastanawiamy się, jak *zatyłować rozważania*. Należy bowiem, co postaram się pokazać, określić takie kwestie jak: 1. propaganda i jej rozumienie; 2. czy media są, a jeśli tak, to czym ograniczone w swej swobodzie tworzenia i przekazywania informacji, wreszcie – 3. jak, zgodnie z teorią, winny być tworzone informacje. Wiązać to można i trzeba z zasadami jeszcze określonymi w latach siedemdziesiątych XX wieku. James Carey (1974, 227–249) wskazuje na następujące zasady: 1. krytyka standardów odpowiedzialności publicznej lub społecznej; 2. krytyka naukowa; 3. krytyka kulturowa. Jak zauważa Carey (1974: 244): „Przez kulturę krytyki mam na myśli ciągły proces debaty między prasą / mediami a publicznością, a w szczególności z tą jej częścią, która – ze względu na motyw i umiejętności – najbardziej kwalifikuje się do wejścia na krytyczną arenę [możliwego sporu / oceny]”. Tu zatem pojawia się problem, z którym mamy do czynienia w dotychczasowym sposobie prowadzenia debaty medialnej na temat, który nas interesuje. Jest jednakże jeszcze jeden problem, a mianowicie sposób kształtowania samej informacji medialnej. W tym zakresie oprę się na rozważaniach Josepha Ratzingera (Ratzinger 1984, 82–84), który przedstawił podstawowe problemy związane z tą kwestią. Hipoteza, która będę starał się udowodnić, brzmi prosto: oto przekaz medialny, niezależnie od tego, kto go przedstawia, jest sposobem kształtowania obrazu rzeczywistości. Jednym ze zbiorów przykładów dowodzących tej hipotezy będzie, poza przykładami wziętymi z przekazów medialnych, będą teksty kultury, *resp.* wybrane teksty kultury popularnej.

Słowa kluczowe

media, mediatyzacja, propaganda, krytyka mediów, Immanuel Kant, Edward Bernays, Marshall McLuhan, Joseph Ratzinger, James Carey, Noam Chomsky, Lev Manovich, Hanna Batorowska, Rafał Klepka, Olga Wasiuta, Krzysztof Grzegorzewski, Marek Ostrowski, Barbara Bogołębska, Grażyna Habrajska

[Nowe media] to przejście od masowej konsumpcji do masowej produkcji.

Lev Manovich, *The Practice of Everyday (Media) Life*

[...] dialektycy bardzo trafnie zauważyli, że każde słowo jest wieloznaczne.

Aureliusz Augustyn z Hippony, *O dialektyce*¹

Wprowadzenie

Rozważania na temat mediatyzacji i jej wpływu czy może nawet kształtowania propagandy, *scil.* przekazu propagandowego, a co za tym idzie kreowania jakiejś wizji rzeczywistości, trzeba zacząć od przypomnienia dwu kwestii. Pierwsza to fakt, iż podstawowa różnica pomiędzy nowymi a starymi mediami tkwi w dość dawnej tezie Marshalla McLuhana:

[...] przekazem dowolnego środka przekazu lub techniki jest zmiana skali, tempa lub wzorca, jaką ten środek wprowadza w ludzkie życie (poprzez wzmocnienie lub przyspieszenie już istniejących procesów – dop. autor)².

Tu warto dodać bardzo zastanawiającą uwagę, którą jeszcze w roku 1928 zrobił Edward Bernays. Powiada on (Bernays 1928, rozdz. II, III, VI)³:

Propaganda jest ramieniem wykonawczym niewidzialnego rządu [podkr. – Red] [...] Kiedy wysyła materiał propagandowy (propaganda material) wyraźnie oznacza jego źródło. Wydawca (np. gazety – dop. Red.) wie od kogo przychodzi, jaki jest jego cel i przyjmuje lub odrzuca go ze względu na zalety tego materiału jako wiadomości. [...] To przypomina stare pytanie, czy gazeta kształtuje (makes) opinię publiczną lub czy opinia publiczna „robi” gazetę [podkr. Red.].

Druga związana jest ze swoistą „demokratyzacją”; polega to m.in. na tym, iż użytkownik posiada nie tylko realną możliwość wyboru oferowanej przez media „usługi”, ale staje się, o ile jest tym zainteresowany, twórcą przekazu. Lev Manovich⁴ w *The*

¹ Augustyn Aureliusz z Hippony, *O dialektyce*. w: Marek Terencjusz Warron, *O języku łacińskim*, tł., komentarz, wstęp Bartosz Jan Kołoczek, Tow. Wyd. „Historia Jagiellonica”, Kraków 2021, t. 1, s.236.

² Por. M. McLuhan, *Zrozumieć media: przedłużenie człowieka*, Wyd. Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004, s. 40-58.

³ Por. Bernays 1928, rozdz. II, III, VI), tł. pol. za: Warszawa, 2020, s. 27-76 [seria: “Forum Artis Rhetoricae” 61(2)].

⁴ Por. L. Manovich, *The New Media Reader*, http://www.newmediareader.com/book_samples/nmr-intro-manovich-excerpt.pdf [2011-09-23]. Por. N. Wardrip-Fruin, N. Montfort, wyd., *The New Media*

New Media Reader zwraca uwagę na następujące elementy, które współokreślają nowe media. Są to:

1. Relacje z cyberkulturą. Dziś trzeba koniecznie dodać – z AI oraz ChatGPT (w dowolnej mutacji), bowiem kwestie te stały się aż nadto aktualne⁵.
2. Nowe Media jako technologia komputerowa wykorzystywana jest jako platforma dystrybucji informacji, co stanowi i pomoc, ale i poważne zagrożenie⁶.
3. Nowe Media są jednak uzależnione od oprogramowania (można powiedzieć – są kontrolowane przez oprogramowanie)⁷,
4. Nowe Media są swoistą „mieszanką” istniejących konwencji kulturowych oraz konwencji określonych przez oprogramowania⁸,
5. Nowe Media posiadają swą własną estetykę, która zawsze towarzyszy wczesnym stadiom kształtowania się dowolnych nowych mediów⁹,
6. Nowe Media wykorzystują jednak pewne techniki wcześniej użytkowane wyłącznie manualnie, a także i inne technologie. Chodzi o problem automatycznego generowania tekstów przez AI i ChatGPT, por. p-kt 1.
7. Nowe Media są swoistym dekodowaniem modernistycznej awangardy, a zarazem – można je uważać za metamedia. Nawiązują one do tradycji starych mediów (np. wygląd studia, ale zarazem wykorzystanie w toku audycji innych mediów, jak komputery czy smartfony, itp.), a zarazem stwarzają nowe wzorce zachowań prowadzących oraz nowa estetykę studia.

Reader, The MIT Press, Cambridge, London 2003, *passim*.

⁵ Por. m.in. <https://openai.com/blog/chatgpt/>, 2022-12-12; Harald Bergius: *Herr B: Gissa om detta är skrivet av en människa?*, <https://www.dn.se/kultur/herr-b-gissa-om-detta-ar-skrivet-av-en-manniska/>, (2022-12-19); poprzestanę na tych dwu wypowiedziach, ale bez trudu można ich znaleźć więcej! Por. też <https://www.money.pl/gielda/fake-news-o-pozarze-obok-pentagonu-zachwial-amerykanska-gielda-ktos-mogl-tu-duzo-zarobic-6900838194207648a.html> (2023-05-24); o tej „informacji” patrz dalej.

⁶ Por. m.in. wypowiedź Noama Chomsky’ego, *It’s “Basically High-Tech Plagiarism” and “a Way of Avoiding Learning” in Education, Technology* | February 9th, 2023, <https://www.openculture.com/2023/02/noam-chomsky-on-chatgpt.html>, 2023-02-10; jak sądzę te uwagi Chomsky’ego są godne uwagi. Świetnie korespondują z raportem Nicolasa Giordano, por. *The Collapse of American Education System*, <https://medium.com/@pasreport/the-collapse-of-the-american-education-system-a0d2fcb22799>, (2023-05-18).

⁷ Zwracała na to uwagę m.in. Erik J. Larson w pracy *The Myth of Artificial Intelligence. Why Computers Can’t Think the Way We do*, Belknap Press (Harvard Univ. Press): Cambridge, MA., 2021

⁸ Ta sprawa wymaga kilku uwag wyjaśnienia, co będzie w dalszej części niniejszych rozważań.

⁹ Co już wywołało spore kłopoty natury prawnej, m.in. problem naruszania praw autorskich, itp. UE wprowadziła w tym zakresie pewne regulacje prawne, por. DYREKTYWA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2018/1808 z dnia 14 listopada 2018 r. zmieniająca dyrektywę 2010/13/UE w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) ze względu na zmianę sytuacji na rynku.

8. Nowe Media są sposobem wypowiedzi, który można uznać za podobny do zmian, jakie nastąpiły po II wojnie światowej w sztuce, w tym – w kulturze popularnej (głównie, acz nie wyłącznie np. w filmach sf)¹⁰.

Nim przejdę dalej, warto wyjaśnić kwestię rozumienia przeze mnie propagandy. Tę rozumiem za Bernaysem (1928)¹¹ jako:

Świadoma i inteligentna manipulacja zorganizowanymi nawykami i opiniami mas to ważny element w społeczeństwie demokratycznym. Ci, którzy manipulują tym niewidzialnym mechanizmem społeczeństwa, to niewidzialny rząd, który jest prawdziwym rządem i potęgą naszego kraju.

Jak dalej zauważa Bernays, są to zabiegi w pewnym sensie nieuchronne, jeśli pragnie się zarządzać masami (dziś powiedzielibyśmy raczej – społeczeństwem), a raczej ich (jego) – powtarzam – nawykami oraz opiniami. To wynika z rozumienia propagandy – jest to¹² rozpowszechnianie, szerzenie, krzewienie wśród ogółu jakiejś myśli, przekonań, zasad.

Jednakże nie należy zapominać, że są pewne środki, które ograniczają przekaz medialny. Są to po pierwsze (Bernays 1928):

Środki, za pomocą których społeczeństwo jest informowane o działaniach [np. jakiejś firmy – dop. Red.] są tak różnorodne, jak same środki komunikacji, takie jak: konferencja, listy, scena (chodzi o teatr, ale i przedstawienia czy imprezy masowe – dop. Red.), film, radio, wykłady publiczne, magazyn, codzienna gazeta [oraz internet – podkr. i uzupeł. Red.].

Po drugie jest to pięć filtrów, które opisał Noam Chomsky (Chomsky 2014)¹³:

¹⁰ Por. http://en.wikipedia.org/wiki/New_media, dostęp 25.08.2011. Por. Też: D. Bell, B. Kennedy (red.), *The Cybercultures Reader*, Routledge, London 2000, *passim*.

¹¹ Cf. Edward Bernays, *Propaganda*, New York 1928 [frgm w j. pol. w: Warszawa, 2020, s. 27-76 [seria: "Forum Artis Rhetoricae" 61(2)]. Por. też Batorowska, Klepka, Wasiuta, 2019, gdzie kwestia właśnie manipulacji jest opisana i przeanalizowana z perspektywy współczesnej.

¹² Por. Marian Arct, *Ilustrowany słownik języka polskiego*, t. 1-3, Warszawa 1916, t. 2, s. 314. Mimo, że jest to określenie dawne, to dobrze ono oddaje rozumienie terminu.

¹³ Por. Noam Chomsky, *Manufacturing Consent*, tł. pol. <http://www.lekturyreportera.pl/ludzie/chomskiego-krytyka-mediow-czesc-1-czy-mozliwa-jest-debata-o-mediach/> 2014-10-03 (są części 2 i 3): tłumaczenie za wskazaną stroną www. Rozumienie tych „filtrów” jest następujące: Pierwszy z tych filtrów – to ekonomiczny aspekt funkcjonowania danego podmiotu medialnego – to jego wielkość, zasobność właściciela oraz orientacja na zysk. [...] małe media – na przykład lokalna prasa – zmuszone są do czerpania informacji z serwisów należących do wielkich korporacji medialnych. Drugim z filtrów jest reklama, stanowiąca podstawowe źródło dochodu mediów. [...] reklama doprowadziła

Filtr pierwszy, czyli ekonomia; Filtr drugi, czyli reklama; Filtr trzeci, czyli informacje oficjalne; Filtr czwarty, czyli falk; Filtr piąty, czyli antykomunizm.

A zatem ograniczenia przekazu medialnego są dość istotne; co gorsza – są bardzo trudne do „obejścia” i to niezależnie od tego, czy mamy do czynienia z mediami tzw. publicznymi czy społecznymi¹⁴.

Celem niniejszego tekstu jest postawienie kilku pytań badawczych, a nie przedstawienie pełnej, bądź nawet częściowej, analizy zjawiska. Samo zjawisko jest w sumie dość dynamiczne i, jak sądzę, stawianie hipotez może być niezwykle ryzykownym i mało płodnym badawczo zajęciem. Zacznę od przypomnienia pewnego wydarzenia sprzed ponad siedemdziesięciu lat.

Gdy w roku 1938 George Orson Welles nadał słuchowisko radiowe oparte na powieści Herberta George’a Wellsa *Wojna światów*, chyba nikt nie zdawał sobie sprawy z tego, że oto wkroczyliśmy w nową epokę. Nie chodzi tu o sam fakt adaptacji, ale o reakcję odbiorców. Słuchowisko radiowe zostało potraktowane jako reportaż z faktycznych wydarzeń; co więcej – stało się impulsem do badań psychologii paniki¹⁵.

Czy przywołany przykład nie jest jednak nietrafny? Można przecież mówić o naiwności odbiorców, itp. A jednak Welles zrobił coś bardzo istotnego: przemieszał

do sytuacji, w której wbrew ideologii wolnego rynku, to nie nabywca decyduje o sukcesie czy porażce towaru. Decyzję tą podejmują reklamodawcy. Media bazujące na reklamie otrzymują w jej postaci subsydia, dzięki którym uzyskują przewagę marketingową opartą na cenie, która pozwala im wkraczać na nowe terytoria i osłabiać rywali, pozbawionych reklam. Trzecim filtrem stanowiącym część składową modelu propagandy, przedstawionego w *Manufacturing Content*, jest zaufanie mediów dla informacji dostarczanych przez rząd, biznes oraz ekspertów (czyli tzw. źródła informacji). Media potrzebują nieprzerwanego napływu wiadomości, z których konstruują swoje przekazy. Czwarty filtr w modelu propagandy, określony jest mianem krytyki, jako środka dyscyplinującego. Nazywany jest on metaforycznie angielskim słowem falk oznaczającym artylerię (ogień) przeciwniczą. Uważam jednak, że dla jasności wyводу lepiej oddać sens owej metafory, jako „krytyki w sensie środka dyscyplinującego media”. Może ona przybierać bardzo różne formy – od listów i telefonów do redakcji, po wystąpienia parlamentarne, czy powoływanie specjalnych komisji badające działalność mediów (pomysły takie pojawiły się w naszym kraju w 2006 roku, kiedy miała powstać specjalna komisja śledcza badająca powiązania dziennikarzy ze służbami specjalnymi). Krytyka taka może być zorganizowana zarówno na poziomie ogólnokrajowym, jak i lokalnym. Filtr piąty nie wymaga wyjaśnień.

¹⁴ Bardzo przekonująco opisał sposób swoistego „przekupienia” prasy reklamami w swojej powieści np. Tomasz Prusek, por. Prusek 2014, 189, 192.

¹⁵ Por. H. Cantril, H. Koch, H. Gaudet, H. Herzog, H.G. Wells, *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic* [1940], Princeton University Press, Princeton, New Jersey 1982 (reprint). Także P. Heyer, *America under Attack I: A Reassessment of Orson Welles' 1938 War of the Worlds Broadcast*, „Canadian Journal of Communication” 2003, vol. 28, nr 2, s. 149-165.

gatunki radiowe (słuchowisko, adaptacja opowiadania, quasi-reportaż)¹⁶, aby uzyskać założony przez siebie efekt. Nie tylko jednak przekroczył granicę pomiędzy fikcją a faktem, ale stworzył sytuację, w której audytorium nie zweryfikowało – nie interesuje mnie w tej chwili czy mogło bądź chciało to uczynić – przekazywanych mu informacji. Po prostu przyjęło za dobrą monetę otrzymywane informacje. Członkowie audytorium mechanicznie, a raczej bezrefleksyjnie zaakceptowali pewien schemat, jaki stosowali przy odbiorze określonego typu informacji. I to przypomnienie niech nam dalej towarzyszy.

Problem

Nim przejdę do głównego tematu niniejszych rozważań, zwrócę jeszcze uwagę na dwie kwestie.

Nowe Media są przede wszystkim innym sposobem podejścia do rzeczywistości – na co zwracał uwagę wspominany już Lev Manovich. Co ważniejsze – one kreują nowy sposób postrzegania tejże rzeczywistości. Jednak problemem pozostaje coś, na co zwrócił już uwagę Marshall McLuhan, a co jest nie tylko opisem pewnego faktu. Oto medium może wpływać nie tylko na podejmowanie przez ludzi działań, ale – z drugiej strony – tzw. media gorące (np. radio, film, internet) – nie wymagają od odbiorcy zaangażowania w proces komunikacji¹⁷. W ten sposób, zapewne nieświadomie, wskazuje McLuhan na paradoks, jakim obciążone są gorące media, a w konsekwencji i nowe media. Oto jednocześnie wpływają one na odbiorcę i jego działania, a zarazem – do pewnego stopnia – mogą blokować zaangażowanie odbiorcy (np. poprzez nadmiar informacji), a nawet prowadzić do *patologii informacji*¹⁸.

Gdzie jednak jest tu miejsce – zapytam raz jeszcze – na literaturę bądź kulturę popularną? Powiedziałbym, iż są one skazane na taki mariaż, o ile wskazane wyżej,

¹⁶ Por. J. Mayen, *Radio a literatura*, PIW, Warszawa 1965, *passim*. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język*, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, *passim*.

¹⁷ Por. M. McLuhan, *op. cit.*, s. 57-58. Ostrzej określił to Nicholas Giordano: *Studies show that when a student is more focused on their cell phone than what they are reading, they are doing nothing more than looking at words on the page* [Badania pokazują, że kiedy uczeń jest bardziej skupiony na swoim telefonie komórkowym niż na tym, co czyta, nie robi nic poza patrzeniem na słowa na stronie (podkr. – jzl)], por. N. Giordano, <https://medium.com/@pasreport/the-collapse-of-the-american-education-system-a0d2fcb22799> (2023-05-18). Podobny problem omawia także m.in. Agnieszka Ogonowska, por. Ogonowska 2016, 1-17; por. też przypisy następujące.

¹⁸ Tu świetnym przykładem są rozważania Brendana Nyhana i Jasona Reiflera, którzy pokazali eksperymentalnie, że utrwalone medialnie przekazy de facto nie ulegają korektom, por. Nyhan, Reifler, *When corrections fail: The persistence of political misperceptions*. "Political Behavior", 32(2), 303-330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>. Ważkie uwagi w Batorowska, Klepka, Wasiuta, 2019, a także Lewandowska 2016, 403-416, która wręcz pisze o *patologii informacji*.

za Manovichem, elementy, które określają nowe media, zostały prawidłowo określone. Rozstrzygający jest tu punkt 4: jeśli faktycznie tak jest, to oczywiście, iż dominuje obecnie – niezależnie od naszych chęci – konwencja określona *de facto* przez pop kulturę. Dobrym przykładem może być powieść Terry Pratchetta *Prawda*, która pokazuje wskazane procesy na pozornie śmiesznym przykładzie. Co więcej – pokazuje, jak prasa narzuca swój obraz świata czytelnikom. W tej powieści Pratchett (trzeba pamiętać, że ma on za sobą pracę w mediach!) pokazuje sam proces zdobywania informacji o ważnym wydarzeniu (jest to próba usunięcia z urzędu władcy Ankh-Morpork; informacje uzyskuje redaktor tamtejszej gazety „Puls Ankh-Morpork” m. in. dzięki donosom złożonym przez psy, które były świadkami wydarzeń) a następnie, co ważniejsze, jak ta informacja jest przez tegoż redaktora „ocenzurowana” (w spisku bierze udział ojciec redaktora oraz elita miasta, w tym prawnik). Co zostaje przez niego skomentowane: *Nie ważcie się patrzeć na mnie z góry. Musicie tańczyć w rytmie „Pulsu”*, (Pratchett 2012, 321).

Przykłady

Mimo że przykład, którym zakończyłem poprzedni rozdział, jest zabawny, to przecież uwaga: *Nie ważcie się patrzeć na mnie z góry. Musicie tańczyć w rytmie „Pulsu”* (Pratchett 2012, 321) już zabawna nie jest. Podobna opinia, ale już tycząca sytuacji częściowo autentycznej, pojawi się i w powieści *K.I.S.S.* Tomasza Pruseka – o czym dalej (Prusek 2014). Pokazuje siłę prasy, *resp.* mediów w sposobie kształtowania obrazu wydarzeń i narzucania go odbiorcom. Na ten problem wskazywał wcześniej chociażby Bernays. Co więcej badacze tacy jak choćby Brendan Nyhan i Jason Reifler pokazują, jak taki obraz, mimo że błędny (ich przykłady odwołują się do konkretnych wydarzeń z najnowszej historii USA), praktycznie, nawet po przedstawieniu faktycznego ich przebiegu, *de facto* nie ulegną korekcie. Bardzo ostro pokazują to także Nicholas Giordano czy Agnieszka Ogonowska, że już inne przykłady w tej chwili pominię.

Mamy zatem poważny problem. Można go ująć prosto: *korekty fałszywych przekazów zawodzą*. Przyczyna tego zjawiska jest dość prosta i opiera się na medialnych działaniach propagandowych, które zaczynają mieć charakter fake news’ów czy nawet „wciskania kitu”¹⁹. Aby to w pełni wykazać konieczna jest uwaga formalna.

W rozważaniach z zakresu retoryki i logiki (problem ten opisali już m.in. Arystoteles i Cornificius) pojawia się schemat ogólny pewnych pseudo-rozumowań (są to

¹⁹ Pojęcie wzięte od Harry’ego G. Frankfurta, po angielsku (bullshit), por. Frankfurt 2006. Szersza eksplikacja, z perspektywy analizy dyskursu bądź komunikatywizmu, por. np. *Dyskurs i jego odmiany* 2016; *Etyka w komunikacji* 2018; *Komunikatywizm* 2016; *Retoryka i Manipulacja* 2020; *Teorie i praktyki komunikacji* 2020.

tw. rozumowania abdukcyjne, por. Lichański 2020a, 71-88; Lichański 2020b, 11-19), które stały się podstawą propagandy, *scil.* sposobu myślenia i mówienia o problemie, który opisujemy:

[1] [Necesse est..., quoniam...]

[1*] [Konieczne jest (że)..., ponieważ....]

Wskazany przykład to rozumowania błędne, które psują każde rozumowanie. W przywołanych przykładach rozumowania oparte są na przekonaniu, że takie, a nie inne przedstawienie faktów jest *konieczne, ponieważ* służy to społeczeństwu, jego dobru, itd., przy czym ani „konieczność” ani „dobro” nie zostają porządnie zdefiniowane (a pojęcia te, jak wiadomo choćby z uwagi Augustyna, są wieloznaczne). W przykładzie z powieści Pratchetta wszyscy godzą się, że konieczne jest ukrycie prawdy, ponieważ jej ujawnienie zaszkodziłoby dobru miasta i podważyło zaufanie do prawa, oraz do kierownictwa gildii. W przykładach, jakie analizują Brendan Nyhan i Jason Reifler (wojna w Iraku, sprawa podatków, ochrona zdrowia, itd.) oraz Nicolas Giordano (poprawny tekst Konstytucji USA) czy Agnieszka Ogonowska (opisuje i analizuje zachowania młodzieży „wpatrzonych” w smartfony) okazuje się, że odbiorcy bezrefleksyjnie przyjmują, że przedstawione im teksty są prawdziwe.

Mamy tu zatem dodatkowy problem, który wiąże się z przekonaniem odbiorcy, że informacja, która otrzymujemy z mediów bądź od autorytetów NIE może być świadomą manipulacją. Jej cele mogą być różne (tej kwestii nie będę rozpatrywał), ale przede wszystkim obnażają *bezrefleksyjną akceptację podanych informacji* jaka charakteryzuje postawę odbiorców. Co więcej – opierają się na braku krytycznego do nich podejścia i nieszukaniu ich potwierdzenia. Ale taka manipulacja może być bardziej złożona.

W numerze pisma „Historia Do rzeczy” 5 (123) 2023, maj 2023, ukazał się felieton Rafała A. Ziemkiewicza „Kultura przegrywów” (s. 66). Jedna z tez tego felietonu głosi, że „wiek XIX ukradł nam polityczną dojrzałość, klasę średnią i okazje wyrobienia demokratycznych nawyków – to zauważył już Dmowski²⁰”. I dalej: „[...] dziedzictwo kulturowe określili przegrani, „wysadzeni z siodła” inteligenci o szlacheckich korzeniach, szczerze gardzący dorobkiewiczami i parweniuszami”. Można by się zgodzić z tym sądem²¹, acz jest zbyt ogólnikowy; jednak przykłady, które go mają wesprzeć, nie są trafne.

²⁰ Warto pamiętać, że Roman Dmowski był posłem do II i III Dumy Państwowej Imperium Rosyjskiego, zatem pewien „szlif” działalności demokratycznej otrzymał od jednego z zaborców. O polskich posłach do parlamentów Cesarstwa Austro-Węgierskiego czy Cesarstwa Niemieckiego nie wspomnę, bo to są kwestie znane.

²¹ Pisał o tym wcześniej m.in. Jan Ludwik Popławski, co jednak warto pamiętać.

Opozycja pomiędzy Bolesława Prusa *Lalką*, a Władysława S. Reymonta *Ziemią obiecaną* jest fałszem i budzi sprzeciw. Autor zapomniał (?), że pomiędzy Prusem a Reymontem jest różnica pokolenia; pierwszy żył w latach 1847-1912, a drugi – 1867-1925. Prusa dotknęły represje popowstaniowe; dla Reymonta była to historia. Acz obu powieści nie dzieli już taki dystans (*Lalka* ukazuje się w 1890, a *Ziemia obiecana* w 1899), to Prus „musiał” uporać się ze spadkiem romantyzmu, a dla Reymonta problem ten już nie był tak ważny.

Fakt przynależności obu pisarzy do dwu różnych pokoleń jest istotny; pokolenie Prusa, poza spadkiem romantyzmu, musiało jeszcze „uporać się” z innym doświadczeniem pokoleniowym (także z legendą napoleońską), a też i z wysoką pozycją arystokracji. Pokolenie Reymonta wyrosło już mając inne doświadczenia. Odwołując się do przywołanego przez autora przykładu francuskiego, przywołać trzeba raczej opozycję pomiędzy Stendhalem a Zolą, aby pozostać w kręgu odwołań literackich.

Kultura polska nie jest i nigdy nie była „kulturą przegrywów”; jeśli uważnie czytamy Prusa, to musimy dostrzec, że choćby *Lalka* ukazuje społeczeństwo, które nie chce bądź nie umie „otworzyć się” na nowoczesność a tych którzy to robią – odrzuca²². Reymont pokazuje, że takie otwarcie jest konieczne, acz jednocześnie mówi o cenie, jaką za to otwarcie trzeba zapłacić. Od strony teoretycznej opisał to Jan Ludwik Popławski; on jest autorem powiedzenia o „patriotyzmie bieżącym” w opozycji do „patriotyzmu antykwarycznego”.

Trzeba też pamiętać, że otwierające niniejszą polemikę opinie są błędne, bowiem „polityczna dojrzałość” kształtowana była w obcych parlamentach, a klasę średnią i demokratyczne doświadczenie pomogli nam de facto ukształtować zaborcy (ostatecznie dość dobrze II RP została „zrobiona”). I nie przegrani „określili dziedzictwo kulturowe”, a twórcy pokroju Matejki, Wyspiańskiego, czy ludzie zgromadzeni w PAU czy wokół Ossolineum (że o takich ludziach, jak m. in. Edward hr Raczyński czy Tytus Działyński, bądź Eugenia Kierbedziowa, fundatorka Biblioteki Publicznej w Warszawie, czy Edward hr Krasiński, założyciel Biblioteki Ordynacji Karsiejskich, nie wspomnę).

Tu błąd tkwi w zbyt pospiesznym uogólnieniu, które, acz „ładnie brzmi”, nie tylko że nic nie wyjaśnia, to jeszcze wprowadza pozór dowodzenia tezy poprzez przywołanie przykładów, które nie są poprawne (samo dowodzenie ma cechy rozumowania abdukcyjnego). Co więcej: nie uwzględnia przemian, jakie zaszły już nie w całym XIX wieku, ale właśnie w jego II połowie na terenach dawnej Polski, wtedy podległej trzem różnym systemom prawno-ustrojowym.

Warto jednak wskazać jeszcze na dwa przykłady. Jeden jest historyczny i „cofa” nas do wieku XIX, a dokładnie do znanego cyklu Anthony Trollope’a *The Pallisers*

²² Jeszcze ostrzej widać to w *Emancypantkach*.

(Trollope 1992)²³. Pisarz pokazał siłę ówczesnej prasy kreując postać Quintusa Slide'a, redaktora naczelnego „Sztandaru Ludu”. Nie będę streszczał tego wątku, acz jest ciekawy, i przytoczę tylko jedno dość istotne sformułowanie: oto w pewnym momencie pada uwaga (Trollope 1992, 137):

[...] jeśli chciał się posłużyć swoim biczem [pismem], potrafił zostawić blizny.

Swoimi artykułami Slide de facto doprowadza do zachwiania pozycji premiera, Plantageneta Pallisera. Czyli, w jakiejś mierze, kreuje sytuację, w której premier musi się tłumaczyć z dość niefortunnej decyzji w sprawie wyboru posła do Izby Gmin z okręgu, który jest w gestii rodziny Palliserów (chodzi o kwestie poparcia finansowego posła, który ostatecznie przepadł w wyborach).

Można powiedzieć, że problem oddziaływania mediów na opinię publiczną ma swoją historię i, jak pokazuje Trollope, nie jest to historia, która wskazywałaby na obiektywizm w działaniach prasy.

Sięgnę jednak do innych przykładów, które są nam bliższe. Oto w powieści Tomasa Pruseka *K.I.S.S.*²⁴ (Prusek 2014) pada znamienna uwaga wypowiedziana przez jednego z antagonistów (ibidem, 234):

Proszę się nie martwić – uśmiechną się. – Będzie się czuł jak rasowy reporter. To, co zrobią inni, jest mniej pewne. Ale jak temat się dmuchnie w jednej gazecie, inni nie będą mieli wyjścia i też się rozpiszą. Dałem nacisk na portale internetowe. Szybciej strzelają, niż myślą. Stworzymy taka presję, że nikt nie będzie mógł stać z boku. Ani fundusze, ani nadzór, ani służby.

Cytat nie wymaga komentarza. Dodam tylko, że autor wskazuje na siłę, jaką mają nie tyle media, co skala rozprzestrzeniania się informacji. Świetnym tego przykładem jest w tym wypadku autentyczna „informacja” o ataku na Pentagon (?!), jaka ukazała się na Twitterze i wywołała dość zaskakujące efekty do zachwiania na giełdzie nowojorskiej włącznie!²⁵ Nie chodzi tu o sam fake news, ale o jego efekt, który, nim sprawdzono informację, wywołał spore zamieszanie. Na stronie money.pl podano następującą informację:

²³ Korzystam ze skrótu, jaki zrobił Michael Hardwick i który ukazał się w Polsce jako *Rodzina Palliserów*.

²⁴ Jest to skrót od zwrotu: Keep it Simple Stupide, co znaczy: Nie kombinuj, bierz to prosto, głupcze, por. Prusek 2014, 315-316.

²⁵ Por. <https://www.money.pl/gielda/fake-news-o-pozarze-obok-pentagonu-zachwial-amerykanska-gielda-ktos-mogl-tu-duzo-zarobic-6900838194207648a.html>, (2023-05-24). Tytuł informacji mówią sam za siebie. Rozumowanie (?) bieгло wg schematu: jest pożar, był atak.

W poniedziałek Twitter obiegło zdjęcie, na którym ukazany został rzekomo pożar w okolicy Pentagonu. Jak się okazało, nie doszło tam do żadnego incydentu, a zdjęcie zostało wygenerowane komputerowo. Fake news nie pozostał jednak bez wpływu na nowojorską giełdę. Na zdjęciu, które trafiło w poniedziałek na Twittera, widać ciemne kłęby dymu w okolicy siedziby amerykańskiego Departamentu Obrony. „Szybko zaczęły je podawać konta-boty, które podszycywały się pod znane portale” - zwraca uwagę na swoim prywatnym koncie Przemysław Gerschmann, doradca zarządu Giełdy Papierów Wartościowych. Jak tłumaczy, jednym z kont, na którym znalazło się zdjęcie, jest BloombergFeed, które podszycywa się pod agencję Bloomberg. Szybko okazało się, że zdjęcie jest fałszywe. Departament Obrony USA przekazał portalowi forbes.com, że jest ono elementem dezinformacji. Również miejscowa straż pożarna i pogotowie ratunkowe zapewniły, że nie było żadnego wybuchu ani pożaru w okolicach Pentagonu. Fotografia została zaś zapewne wygenerowana przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji.

Wcześniejsze przykłady można traktować „z lekkim przymrużeniem oka”; ten jednak pokazuje, jakie mogą być ewentualne konsekwencje takich fake newsów. To, że szybko zareagowano i udowodniono, że jest to właśnie fake a raczej „bullshit”, nie zmienia faktu, że de facto przypomina to efekt, jaki wywołał w 1936 roku Orson Welles. Tym razem udało się zapobiec panice, ale czy zawsze się to uda?

Próba rozwiązania

Czy wskazane błędy mogą być skorygowane, a jeśli tak to w jaki sposób? Odwołam się do ważkiej uwagi Josepha Ratzingera, która zarazem pokazuje mechanizm tworzenia fałszywych informacji. Powiada on (Ratzinger 1984, 81-84):

Każda informacja opiera się na trzech zasadach.

[1]: każda informacja jest wyborem, a każdy wybór jest oceną²⁶.

[1.1.] Ocena zaś wtedy jest odpowiedzialna, gdy opiera się na słusznie uznanych wartościach²⁷.

[2] Sama liczba podanych faktów jeszcze nie formuje, może nawet ogłupiać, odwracając uwagę od sedna sprawy.

[2.1.] Informacja musi być odpowiednio wyważona, gdy poza ukazaniem wielości szczegółów musi podejmować próbę ukazania całości sprawy,

²⁶ Świetnie pokazuje to przykład felietonu Ziemkiewicza, gdzie autor dokonuje takiego wyboru faktów, aby dopasować je do oceny. Przykładów równie wyrazistych, już z nowszej historii, dostarczają m.in. prace Krzysztofa Grzegorzewskiego czy Marka Ostrowskiego, por. Grzegorzewski 2022, 11-25, Ostrowski 2022, 17-42.

²⁷ Jak sądzę to jest kluczowy fragment, bowiem trzeba owe wartości jasno określić. Zwracam uwagę, iż nie muszą to być akurat wartości religijne, ale MUSZĄ BYĆ OKREŚLONE, a nie – domyślane przez odbiorcę tekstu, czy wręcz zasugerowane mu przez autora.

[2.2.] Tylko tak doprowadzimy do rzeczywistego poznania pokazywanego / omawianego problemu.

[3] Prawdziwa informacja powinna być także dyskretna.

[3.1.] Brak dyskrecji może naruszać dobra osoby i zniekształcać prawdę.

[3.2.] Milczenie może pomijać prawdę, ale może służyć prawdzie.

[3.3.] Każda informacja powinna przeciwstawić się fałszywemu milczeniu (w kwestiach, które w niej przedstawiamy – dop. jzl).

Punkt pierwszy wyjaśnia sam mechanizm: oto skoro *każda informacja jest wyborem a wybór jest oceną* to jest tu wskazane źródło błędu. Co więcej – tak skonstruowana informacja może, świadomie bądź nie, przywołać rozumowania abdukcyjne²⁸, które, w tym wypadku, mogą okazać się całkowicie błędne. Opierają się one bowiem na przesłankach, które *są nam wiadome*. Pojawia się zatem problem wiarygodności. We wszystkich przytoczonych przykładach właśnie *wiarygodność* jest kluczowa, a zarazem okazuje się fałszem. Wynika to z tego, co Ratzinger określił jako (Ratzinger, *ibidem*):

[2.1.] Informacja musi być odpowiednio wyważona, gdy poza ukazaniem wielości szczegółów musi podejmować próbę ukazania całości sprawy,

[2.2.] Tylko tak doprowadzimy do rzeczywistego poznania pokazywanego / omawianego problemu (podkr. JZL).

Jeśli jednak nie dotrzymamy obu wskazanych punktów, informacja nie może być skonstruowana poprawnie. Wykorzystanie *opinio communis* (*przekonania powszechnego*) prowadzi nieuchronnie lub może prowadzić do podstawowego błędu w rozumowaniu. Problem zatem da się opisać następująco: wskazane rozumowania nie są poprawne, jako rozumowania; ale, subiektywnie, z punktu widzenia osoby je prezentującej oraz odbierającej, zapewne tak. I tu tkwi sedno problemu – pokazane rozumowania są *mniewaniami* bądź są oparte na *wierze*: w obu wypadkach nie podlegają porządkowi *wiedzy*. Są poprawne, ale subiektywnie, a nie obiektywnie, kwestię tę rozstrzygnął już dość dawno Immanuel Kant, por. Kant 1971, A 822 [s. 832]; Kant 1957, A 822/B 850 [II.566]:

²⁸ Najkrócej – są to rozumowania, które prowadzą od wniosku do przesłanek, *scil.* abdukcja jest procesem wyjaśniania tego, co jest nam już wiadome; problemy teoretyczne związane z tymi typami rozumowań, pominię. Dodam tylko, że opisał je po raz pierwszy, wraz z próbami uzasadnienia, Charles Peirce, por. Igor Douven I., *Abduction*, [w:] Stanford Encyclopedia of Philosophy [online], CSLI, Stanford University, 28 kwietnia 2017 (2023-05-23). W omawianych przykładach właśnie to, co „jest nam już wiadome” okazuje się bądź mało wiarygodne, bądź opiera się na tzw. *opinio communis* (*powszechnym przekonaniu*). A ono może być i często jest niewiarygodne.

Uważanie czegoś za prawdę lub podmiotowa ważność sądu ma w stosunku do przekonania (które obowiązuje zarazem przedmiotowo) następujące trzy stopnie: mniemanie (Meinen), wiarę (Glauben) i wiedzę (Wissen). Mniemanie jest uważaniem [czegoś] za prawdę ze świadomością, że jest ono niewystarczające ani podmiotowo, ani przedmiotowo. Jeżeli to uważanie za prawdę jest tylko podmiotowo wystarczające i uważa się je zarazem za niewystarczające przedmiotowo, to nazywa się wiarą. A wreszcie uważanie za prawdę zarówno podmiotowo, jak przedmiotowo wystarczające nazywa się wiedzą. Subiektywna wystarczalność nazywa się przekonaniem [dla mnie samego], obiektywna – pewnością [dla każdego].

Zatem u podstaw błędów, na które narażamy się w procesie mediatyzacji, *resp.* działaniach o charakterze propagandy, leży mylenie wskazanych jeszcze przez Kanta trzech porządków: mniemania, wiary i wiedzy. W ten sposób tworzymy fałszywą rzeczywistość: co gorsza – taki komunikat zawiera elementy prawdziwe. Jak jednak pokazały przywołane wcześniej badania, próby skorygowania błędów z reguły nie dadzą wyniku.

I jeszcze jedna uwaga a propos ostatniego z przykładów; tu już konieczne było sprawdzenie informacji w kilku miejscach (Ministerstwo Obrony USA, straż pożarna, pogotowie). Zarazem, co podkreśla się w informacji na temat tego „incydentu”, że ponieważ jedna ze spółek straciła ok. 30% w wyniku tej „informacji” wskazuje to, że tego typu fake newsy a raczej „nierzetelne informacje” rozpowszechniane w przestrzeni medialnej mogą wyrządzić, jak w roku 1936, całkiem realne szkody.

Zarazem, co trzeba podkreślić, tego typu informacje, a także ostrzeżenia, jakie zaczynamy dostawać np. od banków czy od poczty, a dotyczące fałszywych informacji mogą prowadzić, w długiej perspektywie, do podrywania zaufania do różnych instytucji. Warto też skonfrontować ww. kwestie z uwagami Careya dotyczącymi krytyki mediów, bowiem wydaje się, że właśnie te kwestie są całkiem pomijane.

Dyskusja

I przytoczonym przykładom i wyjaśnieniom można jednak postawić dość zasadniczy zarzut. Oto, jak powiada przywołany już Pratchett (Pratchett 2012, 336):

Ponieważ nic nie musi być prawdą na zawsze. Wystarczy, że będzie nią dostatecznie długo, prawdę mówiąc.

Jest to uwaga zarazem nieco złośliwa, ale...zawiera ona „szczyptę” prawdy. Problem tkwi w specyfice mediów, *resp.* przekazu medialnego. Z przyczyn oczywistych nie może on być dysertacją naukową oraz odwołuje się on do pewnej wiedzy potocznej, jaką posiada odbiorca. Wszystkie przytoczone przykłady właśnie to pokazują: jest jakieś quantum wiedzy, którą posiadamy wszyscy na jakiś temat (np. zasady przeprowadzania wyborów w XIX Anglii, możliwa zmowa przy działaniach funduszy

finansowych, wojna w Iraku i jej przyczyny, problemy podatków, służby zdrowia, poprawności bądź niepoprawności wiedzy o konstytucji [nie tylko USA, ale także RP czy UE], sytuacji ekonomicznej i prawnej w Królestwie Polskim w II poł. XIX w., itd.) i do tejże wiedzy odwołują się twórcy przekazów medialnych (Carey 1974, 227-249). Przypomnę, że wskazał on na następujące kwestie:

1. krytyka standardów odpowiedzialności publicznej lub społecznej,
2. krytyka naukowa,
3. krytyka kulturowa.

Jak zauważa Carey (1974: 244): „Przez kulturę krytyki mam na myśli ciągły proces debaty między prasą / mediami a publicznością, a w szczególności z tą jej częścią, która – ze względu na motyw i umiejętności – najbardziej kwalifikuje się do wejścia na krytyczną arenę [możliwego sporu / oceny]”.

Niedopełnienie tych zasad powoduje, że w przekazach informacyjnych a raczej propagandowych dominują z reguły mniemanie bądź wiara, a nie wiedza. A zatem weryfikacja takich przekazów wymagałaby krytycznego myślenia. Na co zresztą zwraca uwagę Nicolas Giordano (Giordano, *ibidem*):

[...] dzisiejszej populacji brakuje umiejętności krytycznego myślenia i zadawania pytań. Chociaż wielu studentów twierdziło, że wiedzieli, że coś jest nie tak, nigdy nie kwestionowali mnie ani dokumentu, który czytali (podkr. – JZL).

Podobnie zresztą wypowiada się i Agnieszka Ogonowska w studium (Ogonowska 2016, 1-17). Wskazuje, że: „celem artykułu jest ukazanie roli i wpływu nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych na funkcjonowanie dzieci i młodzieży”. I dodaje (*ibidem*, 15):

Wszystkie wymienione media ekranowe powodują, iż wzrasta zaangażowanie dzieci i nastolatków w aktywność medialną (sieciową, telewizyjną, komputerową), co dzieje się kosztem innych aktywności społecznych opartych na komunikacji bezpośredniej. To z kolei sprawia, iż poziom kompetencji językowych, komunikacyjnych i społecznych systematycznie się obniża, ponieważ użytkownicy mediów mają coraz mniej okazji do „trenowania” w praktyce życia codziennego różnych form komunikacji z drugim człowiekiem, co wpływa także na zmiany neuronalne w ich mózgu oraz na poziom niektórych neuroprzebiegów.

I tu jest sedno problemu. Całość rozważań zdaje się tylko potwierdzać tę opinię. Natomiast konsekwencją tego może być wskazana *patologia informacji* (Lewandowska 2016, 403-416). Częściowo wynika ona z tego co za innymi badaczami określić trzeba jako wręcz *tsunami informacyjne* (Batorowska, Klepka, Wasiuta, 2019). W tej sytuacji odbiorca jest skazany niejako na konieczność zaufania, że otrzymywany przekaz medialny jest poprawny (vide cytaty z Nicolasa Giordano i Agnieszki

Ogonowskiej). Wiąże się to z czymś, co Raymie KcKerrow określił jako (McKerrow 1989, 91-111):

[...] w jaki sposób dominacja zachodzi w dyskursie poprzez konstruowanie, utrzymywanie, produkcję i transformację ideologii w dyskursie.

Zapewne ma on sporo racji, bowiem poza wskazaną triadą kantowską (mniemanie, wiara, wiedza) pojawia się jeszcze coś więcej, a mianowicie: dominacja w dyskursie, który ma cechy ideologii. A właśnie w przekazie o charakterze propagandowym może przejawiać się chęć – świadoma bądź nie – ale podporządkowania tegoż przekazu określonej ideologii. Przewijające się pojęcie „ideologia” rozumiem za Sonją K. Foss i Teunem A. van Dijkiem (Foss 2004, 239; van Dijk 1998, 69):

An ideology is a pattern of beliefs that determines a group's interpretations of some aspect(s) of the world. It is a system of beliefs that reflects a group's "fundamental social, economic, political or cultural interests". It represents "who we are, what we stand for, what our values are, and what our relationships are with other groups" – particularly groups that oppose what we stand for, threaten our interests, and prevent us from accessing resources important to us [Ideologia to wzorzec przekonań, który determinuje interpretację przez grupę(y) pewnych aspektów świata. Jest to system przekonań odzwierciedlający „podstawowe interesy społeczne, gospodarcze, polityczne lub kulturowe” grupy. Reprezentuje „kim jesteśmy, za czym opowiadamy się, jakie są nasze wartości i jakie są nasze relacje z innymi grupami” – szczególnie grupy, które sprzeciwiają się temu, za czym opowiadamy się, zagrażają naszym interesom i uniemożliwiają nam dostęp do ważnych dla nas zasobów].

Takie rozumienie ideologii „zbliża” jej rozumienie do propagandy, por. przyp. 13, gdzie cytowane jest określenie M. Arcta!

Czyli w tej sytuacji przekaz informacyjny, co gorsza, zapewne cały proces komunikacji, sprowadza się, do zastosowania błędnej argumentacji, której celem jest *zachowanie dominacji w dyskursie, o charakterze ideologicznym*. Czyli do przekazu informacyjnego w mediach doszły dodatkowe czynniki, którymi są: dominacja oraz ideologia.

Jednak nie od rzeczy będzie wskazanie na inny problem. Oto ostatni z przykładów pokazuje, jak łatwo jest wciąż wywołać panikę fałszywymi informacjami²⁹. Ich

²⁹ Przypominam przykład z Wellesem; dziś „wzmocnić” można taki przekaz pozornie solidnym dowodem w postaci zdjęć, które wcale nie muszą być autentyczne. Zwłaszcza jeśli, jak w przykładzie z „pożarem w Pentagonie” niejako automatycznie nasuwają one części odbiorców skojarzenia z atakami z 11 września!

konsekwencją mogą być jednak długodystansowe szkody polegające na podrywaniu zaufania do rzetelności i prawdziwości informacji przekazywanych przez agendy rządowe, w tym administrację. I tu już reguły, które określił Ratzinger, mogą okazać się niewystarczające.

Konkluzja

Konkluzja jest dość kłopotliwa. Oto z jednej strony możemy i powinniśmy, odwołując się do poprawnego kształtowania informacji zaproponowanej przez Ratzingera, pamiętać o triadzie kantowskiej oraz krytycznym myśleniu, to zarazem nie możemy zapominać o cechach dyskursu, którymi są: dominacja oraz ideologia. W ten sposób dość prosta konstrukcja informacji jaką zaproponował Ratzinger i którą powtórzyli Dietz Schiessau i Josef Ohler (Schiessau, Ohler 2016) o tyle uległa deformacji, że nie wzięli oni pod uwagę tego, co omówili Edward S. Herman i Noam Chomsky a następnie Raymie McKerrow (Herman, Chomsky 1988; McKerrow 1989).

Wpływ czynników ekonomicznych i politycznych, a także ideologicznych zmienił dość zasadniczo (może raczej: wpłynął w sposób bardzo znaczący) na kształt przekazu medialnego. Co więcej: nie wzięto pod uwagę faktu, że ktoś może świadomie wprowadzać w błąd podszywając się pod oficjalne urzędy. Zwłaszcza, że „podrobienie” autentycznych stron www urzędów państwowych, także włamując się na autentyczne adresy e-mail urzędników dla hakerów nie przedstawia większych problemów³⁰. Bardzo ciekawie, kilka lat temu, pokazał to m.in. Frederick Forsyth w opowiadaniu *Dzieło sztuki* zamieszczone w tomie *Weteran* (2001), gdzie pokazano jak takie zabiegi są robione. Także z tego powodu, interesująca jest powieść Konrada T. Lewandowskiego *Szatan i spółka. Dalsze przygody szatana z siódmej klasy* (2017), w której bohaterowie włamują się na stronę www korporacji, aby wyśledzić przestępcę.

Problem zatem z obszaru „głupiego kawału” przechodzi do obszaru przestępstwa, które jednak może być trudne nie tylko do wyśledzenia, ale do skorygowania (przypominam wnioski, jakie przedstawili Brendan Nyhan i Jason Reifler czy Nicolas Giordano, czy Tomasz Prusek, który stworzył fikcyjną, ale prawdopodobną sytuację swoistej „nagonki prasowej”³¹). Przywołane wcześniej utwory pokazują, że jest to niezmiernie trudne; bowiem haker a raczej hakerka w opowiadaniu

³⁰ Warto ponownie wskazać na cytowany wcześniej fragment z książki Pruseka, por. Prusek 2014, 234, w którym autor wyjaśnia mechanizm powstawania i tsunami informacyjnego, i patologizowania informacji. Dodatkowo autor pokazał, jak łatwo jest zmanipulować, pozornie autentyczne, wiadomości ze zhakowanej skrzynki e-mail.

³¹ W tej powieści dodatkowym elementem jest manipulacja, jakiej dokonano z e-mailami głównej antagonistki w jego powieści: dodatkowo zatem mamy do czynienia z de facto niemożliwym do udowodnienia fałszowaniem korespondencji.

Forsyth'a umiejętnie zacierają ślady po swoim włamaniu. Podobnie i postępują bohaterowie u Lewandowskiego czy Pruseka. I niech nas nie zwiedzie lekko żartobliwy charakter utworów Forsythe'a i Lewandowskiego, bowiem sam fakt włamania (dyktowany jak najlepszymi chęciami ukarania przestępcy bądź wyśledzenia przestępcy) już żartobliwy nie jest. Co pokazują przywołane w tekście opracowania, ale i w przywołanym cytacie z powieści Pruseka.

Sam problem był podjęty w filmie *Gry wojenne* z 1983 roku, w którym „poszukując nowych gier, młody haker nieświadomie włamuje się do wojskowego systemu operacyjnego. Przez przypadek uruchamia program, który stawia armię USA w stan najwyższej gotowości bojowej” <https://www.filmweb.pl/film/Gry+wojenne-1983-5960> (2023-05-25).

Zapewne nie dostrzeżono jednak jednej, dość zasadniczej konsekwencji tego wpływu czy raczej tej zmiany: oto inaczej poczęto w ten sposób, tzn. przy pomocy nowych mediów, kształtować rzeczywistość. Być może dodatkowymi czynnikami stały się: tsunami informacyjne oraz patologia informacji (Batorowska, Klepka, Wasiuta, 2019; Lewandowska 2016, 403-416). Tym istotniejsza jest sugestia Nicolasa Giordano, który swoisty ratunek upatruje w krytycznym myśleniu oraz dość zasadniczych korektach w dotychczasowym procesie edukacji.

Osobnym problemem staje się także kwestia *zagrożonej racjonalności* na co zwracał uwagę m.in. Steven Pinker (Pinker 2022). W konkluzji swych uwag powiada:

Wielu postępuje tak, jakby racjonalność była przeżytkiem – tak jakby celem argumentacji była dyskredytacja przeciwnika, a nie wspólne racjonalne dążenie do najlepiej dających się obronić przekonań. Żyjemy w czasach, gdy racjonalność wydaje się coraz bardziej zagrożona – ale jednocześnie jest istotniejsza, niż była kiedykolwiek przedtem.

Sądzę jednak, że dawny sąd Kanta, iż musimy rozdzielać w procesie komunikacji mniemanie, wiarę oraz wiedzę nie stracił na swej aktualności. Musimy zachować się jak Odyseusz wobec Syren; one wabią nas, jak powie boski Homer w *Odysei* (H., O., XII.190): [...] *wiemy wszystko [...] co się dzieje na całej ziemi żywiącej rzesze*. Nie dajmy się oszukać i zachowajmy krytycyzm, bowiem ta wiedza to *poznawanie rzeczy boskich* jak przypomina, ale i ostrzega Arystoteles w *Metafizyce* (ARIST., *metaph.*, 981b, 1065a-b). I pamiętajmy o jeszcze jednej przestrodze Homera: oto ponad wszystkim są jeszcze *Theoi aien eontes* [*Bogowie, którzy są zawsze*] (H., I., I.290 (XXIV.99)).

Bibliografia

Dyskurs i jego odmiany, red. Bożena Witosz, Katarzyna Sujkowska-Sobisz, Ewa Ficek, Wyd. Uniw. Śląskiego, Katowice 2016.

Etyka w komunikacji, red. Grażyna Habrajska, Łódź: Wyd. Primum Verbum [seria: Teorie i praktyki komunikacji], Łódź 2018.

- Komunikatywizm – przyszłość nauki XXI wieku*, red. Grażyna Habrajska, Wyd. Primum Verbum, Łódź 2016.
- Retoryka i Manipulacja*, red. E. Lewandowska-Tarasiuk, J.Z. Lichański, B. Sobczak, t. 1-IV, Wydawnictwo DiG (seria: „Forum Artis Rhetoricae” 59-62 (1-4)), Warszawa 2020.
- Teorie i praktyki komunikacji*, red. Grażyna Habrajska, Wyd. Uniw. Łódzkiego, Łódź 2020.
- ARIST. = Arystoteles
- Arystoteles, *Metafizyka*, tł., wstęp, opr. K. Leśniak, PWN: Warszawa 1983.
- Batorowska, H. Klepka, R., Wasiuta, O. *Media jako instrument wpływu informacyjnego i manipulacji społeczeństwem*, Wyd. Libron, Kraków 2019
- Bernays E. *Propaganda*, New York 1928 [frgm w j. pol. w: Warszawa, 2020, s. 27-76 [seria: “Forum Artis Rhetoricae” 61(2)].
- Boddy, W. *New Media and Popular Imagination: Launching radio, Television, and Digital Media in the United States*, Oxford Univ. Press, New York 2004 [także J. Bennett, rec. w: “Screen” 2006, t. 47 (1), s. 119-124].
- Bogołębska B. *Od tradycji do nowatorstwa, od transgresji do adaptacji na wybranych przykładach literackich i publicystycznych*, Wyd. Primum Verbum, Łódź 2022
- Cantril, H. Koch, H. Gaudet, H. Herzog, H.H.G. Wells, *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic* [1940], Princeton University Press, Princeton, New Jersey 1982 (reprint).
- Carey (1974) = Carey, James. *Journalism and Criticism: The Case of an Undeveloped Profession*. “The Review of Politics” 1974, 36(2): 227-249.
- Dijk, T.A. van. *Ideology: A Multidisciplinary Approach*, Thousand Oaks, CA: Sage 1998
- Douven I.I., *Abduction*, [w:] Stanford Encyclopedia of Philosophy [online], CSLI, Stanford University, 28 kwietnia 2017 (2023-05-23)
- Forsyth F. *Weteran*, tł. Witold Nowakowski, Piotr Amsterdamski, Jacek Monicki, Wyd. Albatros, Warszawa 2001 (wyd. II, 2005).
- Foss, S.K. *Rhetorical Criticism. Exploration & Practice*, Ed. 3, Waveland Press, Inc.: Long Grove, Il., 2004
- Frankfurt, H. *O wciskaniu kitu*, tł. G. Pustuła, Wyd. Czuły Barbarzyńca, Warszawa 2006
- Giordano N., <https://medium.com/@pasreport/the-collapse-of-the-american-education-system-a0d2fcb22799> (2023-05-18).
- Grzegorzewski K, *Retoryka nazistowskiej władzy w propagandzie „Nowego Kuriera Warszawskiego” (perspektywa medjoznawcza i retoryczna)*, „Forum Artis Rhetoricae” 2022, 67 (1), s. 11-26.
- H., *I.*, = Homer, *Iliad* [wyd. dowolne]
- H., *O.* = Homer, *Odyseja* [wyd. dowolne]
- Herman, Edward S. Chomsky, Noam. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Books, New York 1988 [tł. pol. <http://www.lekturyreportera.pl/ludzie/chomskyego-krytyka-mediow-czesc-1-czy-mozliwa-jest-debata-o-mediach/> (2014-10-03)]
- Heyer, P. *America under Attack I: A Reassessment of Orson Welles’ 1938 War of the Worlds Broadcast*, “Canadian Journal of Communication” 2003, vol. 28, nr 2, s. 149-165.
- Kant, I. *Krytyka czystego rozumu*, tł., wstęp, przypisy Roman Ingarden, t. 1-2, PWN, Warszawa 1957
- Kant, Immanuel. *Kritik der reinen Vernunft*, hrsg. Raymund Schmidt, Sachregister Theodor Valentiner, Reclam Vlg., Leipzig 1971 (wyd. 4 wg. wydania z 1930 roku)
- Larson, E.J. *The Myth of Artificial Intelligence. Why Computers Can’t Think the Way We do*, Belknap Press (Harvard Univ. Press): Cambridge, MA., 2021
- Lewandowska A., *Patologia informacji i jej związek z informacyjną. Prezentacja założeń teoretycznych*, „Ante Portas – Studia nad Bezpieczeństwem” 2016, nr 2(7), s. 403-416.
- Lewandowski K.T. *Szatan i spółka. Dalsze przygody szatana z siódmej klasy*, NK, Warszawa 2017
- Lichański J.Z. *Nowe media, literatura popularna: pożądanie, wolny związek czy małżeństwo z rozsądku?* w: *Związki i rozwiązania. Relacje kultury i literatury popularnej ze starymi i nowymi mediami*, red.

- A. Gemra, H. Kubicka, Pracownia Literatury i Kultury Popularnej oraz Nowych Mediów, Wrocław 2012, s. 19-32.
- Lichański, J.Z. *Retorzy antyczni oraz techniki manipulacji: uwagi na marginesie traktatów Q. Cornificiusa i Eliusza Arystydesa*. w: *RETORYKA i MANIPULACJA. TECHNIKA MANIPULACJI. RHETORIC and MANIPULATION. TECHNIQUE OF MANIPULATION*, red. E. Lewandowska –Tarasiuk, J.Z. Lichański, Tom III, Wyd. DiG, Warszawa 2020a, s. 71-88 [seria: Forum Artis Rhetoricae, t. 3 (62)].
- Lichański, J.Z. *O hipotetycznym źródle fake news'ów: rozumowania apagogiczne w interpretacji Quintusa Cornificiusa*, „Kształcenie Językowe” 2020b, 18(28), 11-19.
- Mayen, J. *Radio a literatura*, PIW, Warszawa 1965, *passim*.
- KcKerrow, R. *Critical Rhetoric: Theory and Praxis*, “Communication Monographs”, 1989 (June), 56(2):91-111.
- McLuhan, M. *Zrozumieć media; przedłużenie człowieka*, tł. M. Szczucka, Wyd. N-T, Warszawa 2004
- Nyhan B., Reifler J. *When Corrections Fail: The persistence of political misperceptions [Kiedy korekty zawodzą: Trwałość politycznych nieporozumień]*, “Political Behavior”, 2010, 32(2), 303-330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>.
- Ogonowska A. *Ekranolatki między mediami. W stronę nowej psychologii mediów*, „Zeszyt Naukowy Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości w Krakowie” 2016, nr 40, s. 1-17.
- Ostrowski M. *Zagadnienia propagandy w ujęciu raportów polskich placówek dyplomatycznych z pogranicza polsko-niemieckiego w latach 1933-36*, „Forum Artis Rhetoricae” 2022, 67 (1), s. 27-42.
- Pinker, S. *Zagrożona racjonalność*, https://wszystkoconajwazniejsze.pl/steven-pinker-zagrozona-racjonalnosc/?utm_medium=referral&utm_source=upday (2022-07-19).
- Pratchett, T., *Prawda*, tł. Piotr W. Cholewa, Prószyński i S-ka, Warszawa 2012
- Prusek, Tomasz. *K.I.S.S. Zasady chodzą na wysokich obcasach*, Wyd. AGORA S.A.: Warszawa 2014
- Ratzinger J., *Służyć prawdzie. Myśli na każdy dzień*, tł. A. Warkotsch, Poznań et al., 1984
- Schiessau, Dietz. Ohler, Josef. *Nachrichten...* Springer Vlg., Berlin, 2016
- Thumim, J. *Inventing Television Culture: Men, Women and the Box*, Oxford Univ. Press, Oxford 2004 [także J. Bennett, rec. w: “Screen” 2006, t. 47 (1), s. 119-124].
- Trollope, Anthony. *Rodzina Palliserów*, skrót M. Hardwick, tł. M. Metelska, E. Oengo-Knoche, Wyd. Książnica: Katowice 1992
- Wardrip-Fruin, N. Montfort, N. wyd., *The New Media Reader*, The MIT Press, Cambridge, London 2003
- Wirkus, Bernd. *Manipulation*. w: *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, Wyd. W. Jens, G. Ueding, red. G. Kalivoda, H.-F. Robling et al., Max Niemeyer Vlg., Tübingen, 2001, Bd. V, S. 930-945.
- Witkowski, Tomasz. *Psychomanipulacje: jak je rozpoznać i jak sobie z nimi radzić*, wyd. II, Wyd. Biblioteka Moderadora, Tarnów 2006
- Wolny-Zmorzyński, K. Kaliszewski, A. Furman, W. *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język*, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, *passim*.

Strony www

<https://www.filmweb.pl/film/Gry+wojenne-1983-5960> (2023-05-25).

<https://www.money.pl/gielda/fake-news-o-pozarze-obok-pentagonu-zachwial-amerykanska-gielda-ktos-mogl-tu-duzo-zarobic-6900838194207648a.html> (2023-05-24).

Biogram autora

Jakub Z. Lichański – profesor nauk humanistycznych, członek zwyczajny Towarzystwa Naukowego Warszawskiego (Societas Scientiarum Varsaviensis); redaktor naczelny Forum Artis Rhetoricae.