

<https://doi.org/10.56583/frp.3289>

Jarosław Wiśnicki*

<https://orcid.org/0000-0002-1164-4624>

ŚRODOWISKO INFORMACYJNE JAKO PRZESTRZEŃ PROWADZENIA WSPÓŁCZESNYCH FORM WALKI

Streszczenie

Artykuł analizuje środowisko informacyjne jako dominującą przestrzeń współczesnych konfliktów, w której informacja staje się narzędziem wpływu i budowania przewagi strategicznej. W niniejszym opracowaniu wskazuje, że operacje informacyjne wykraczają poza tradycyjną propagandę, obejmując oddziaływania kognitywne, psychologiczne i społeczne. W treści artykułu znaczące miejsce zajmuje wielowymiarowa

* **Ppłk rez. Jarosław Wiśnicki** – doktor nauk o bezpieczeństwie, oficer Wojska Polskiego. Ma wieloletnie doświadczenie w obszarze działań niekinetycznych, operacji informacyjnych i psychologicznych, zdobyte zarówno na stanowiskach dowódczych i sztabowych, jak i podczas misji zagranicznych (Irak, Afganistan). Absolwent studiów z zakresu pedagogiki, socjologii bezpieczeństwa, zarządzania kryzysowego oraz dziennikarstwa. Ukończył liczne specjalistyczne kursy krajowe i międzynarodowe organizowane przez struktury sojusznicze NATO. Autor i współautor monografii oraz kilkudziesięciu publikacji naukowych i popularnonaukowych poświęconych problematyce bezpieczeństwa informacyjnego, operacji wpływu oraz współczesnych konfliktów zbrojnych, m.in. „Czwarta władza w kontekście konfliktów zbrojnych i aktów terrorystycznych czy „Jutro było wczoraj. Operacje wpływu społecznego w kontekście bezpieczeństwa informacyjnego”. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na zagadnieniach walki informacyjnej, konfliktów zbrojnych, geopolityki oraz bezpieczeństwa narodowego i międzynarodowego. Uczestnik licznych konferencji naukowych krajowych i międzynarodowych ponadto posiada doświadczenie i wiedzę w zakresie identyfikowania zagrożeń w środowisku informacyjnym. Zaangażowany w projekty analityczne i eksperckie dotyczące przeciwdziałania dezinformacji oraz budowania odporności informacyjnej państwa. Posiada bogate doświadczenie dydaktyczne, ściśle powiązane z jego działalnością naukową i zawodową. Prowadził zajęcia m.in. w Akademii Sztuki Wojennej, Akademii Marynarki Wojennej, Uniwersytecie Mikołaja Kopernika oraz w Eksperckim Centrum Szkolenia Cyberbezpieczeństwa. Współtworzył programy kształcenia i szkolenia specjalistycznego, a także prowadził kursy dla administracji publicznej, sektora finansowego oraz ekspertów ds. cyberbezpieczeństwa. Obecnie aktywnie angażuje się w działalność szkoleniową i ekspercką, koncentrując się na problematyce zagrożeń informacyjnych oraz budowaniu społecznej odporności informacyjnej. E-mail: jar.wisnicki@gmail.com

struktura środowiska informacyjnego, obejmująca wymiar fizyczny, informacyjny i poznawczy, i rozszerzona o wymiar wolitywny. Omówiono także główne obszary oddziaływania, takie jak polityka, kultura, religia i gospodarka, podkreślając ich znaczenie w kształtowaniu postaw i decyzji społecznych. Zrozumienie tego zagadnienia może mieć bowiem duże znaczenie w przypadku strategicznego wykorzystania dla osiągnięcia przewagi bez użycia siły militarnej.

Słowa kluczowe: środowisko informacyjne, mechanizmy wpływu społecznego, informacja, dezinformacja, kreowanie opinii publicznej

THE INFORMATION ENVIRONMENT AS A SPACE FOR CONDUCTING CONTEMPORARY FORMS OF WARFARE

Summary

The article analyzes the information environment as a dominant space of contemporary conflicts, in which information becomes a tool of influence and a means of building strategic advantage. The study indicates that information operations go beyond traditional propaganda, encompassing cognitive, psychological, and social impacts. A significant part of the article is devoted to the multidimensional structure of the information environment, including the physical, informational, and cognitive domains, as well as an extended volitional dimension. The main areas of influence, such as politics, culture, religion, and the economy, are also discussed, emphasizing their importance in shaping social attitudes and decision-making processes. Understanding this issue may be of great importance for the strategic use of information operations to achieve advantage without the use of military force.

Keywords: information environment, mechanisms of social influence, information, disinformation, shaping public opinion

~ * ~

Wstęp

W warunkach współczesnej ery informacyjnej, charakteryzującej się dynamicznym i ekspansywnym rozwojem technologii cyfrowych, środowisko informacyjne ulega nieustannej transformacji, stając się jednym z zasadniczych obszarów rywalizacji i konfliktów XXI wieku. Prowadzenie operacji wpływu społecznego¹ przestaje być wyłącznie elementem wspierającym tradycyjne dzia-

¹ Przyjmujemy tu standardowe rozumienie wpływu społecznego jako procesu, w rezultacie którego dochodzi do zmiany: zachowania, opinii lub/i emocji człowieka wskutek tego, co robią, myślą lub czują inni ludzie. Zob. E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Poznań 1997, s. 5–6; D. Doliński, J. Maciuszek, R. Polczyk (red.), *Wokół wpływu społecznego*, Kraków 2012).

łania kinetyczne, a coraz częściej przyjmuje formę autonomicznego instrumentu oddziaływania, którego znaczenie strategiczne systematycznie rośnie. Zjawisko to wiąże się zarówno z postępującą wielowymiarowością środowiska informacyjnego, jak i z przyspieszonym tempem zmian technologicznych, które umożliwiają powstawanie nowych form wpływu oraz coraz bardziej zaawansowanych narzędzi dystrybucji przekazu informacyjnego.

Współczesna walka informacyjna nie ogranicza się już do klasycznych działań propagandowych czy dezinformacyjnych, lecz obejmuje szerokie spektrum oddziaływań kognitywnych, psychologicznych i społecznych, ukierunkowanych na kształtowanie percepcji, postaw oraz procesów decyzyjnych zarówno przeciwnika, jak i innych obiektów oddziaływania. W tym ujęciu środowisko informacyjne funkcjonuje nie tylko jako kanał przekazu informacji, lecz przede wszystkim jako przestrzeń prowadzenia współczesnych form walki, w której informacja staje się narzędziem wpływu, presji oraz budowania przewagi strategicznej.

Zmiana charakteru konfliktów zbrojnych, szczególnie w kontekście wojen czwartej² i piątej generacji³, sprawia, że skuteczność działań militarnych w coraz większym stopniu uzależniona jest od zdolności do planowania i realizacji operacji informacyjnych w sposób skoordynowany, adaptacyjny i długofalowy. Zrozumienie złożonych uwarunkowań funkcjonowania środowiska informacyjnego oraz mechanizmów oddziaływania w jego obrębie staje się zatem warunkiem koniecznym dla efektywnego prowadzenia współczesnych form walki oraz dostosowania strategii bezpieczeństwa do wyzwań dynamicznie zmieniającego się pola konfliktu.

Wielowymiarowe środowisko informacyjne

W centrum prowadzonych dociekań znajduje się środowisko informacyjne (łac. *informatio* – informacja, gr. *σφαῖρα* – środowisko). W ogólnym znaczeniu termin „środowisko oznacza otoczenie, dopełnienie wyróżnionego systemu do całej przestrzeni, czyli zbiór wszystkich obiektów (wraz z ich atrybutami oraz

² Wojna czwartej generacji to rodzaj konfliktu, w którym dominują działania asymetryczne, a główne starcia toczą się nie tylko na polu militarnym, lecz również w sferze informacyjnej, politycznej, gospodarczej i społecznej. Charakteryzuje się intensywnym wykorzystaniem nowoczesnych technologii, propagandy oraz działań psychologicznych w celu osiągnięcia strategicznych celów.

³ Wojna piątej generacji to rodzaj konfliktu opartego również w głównej mierze na asymetrycznych metodach, w których kluczową rolę odgrywają technologie informacyjne, cyberprzestrzeń oraz wpływ społeczny. Charakteryzuje się intensywnym wykorzystaniem sztucznej inteligencji, analizy *big data* oraz operacji informacyjnych dla osiągnięcia celów militarnej, politycznej i społecznej destabilizacji.

relacjami między atrybutami), które, z uwagi na przyjęte kryteria przynależności do systemu, nie zostały do niego zaliczone”⁴.

Pojęcie środowiska informacyjnego funkcjonuje w literaturze przedmiotu w wielu kontekstach interpretacyjnych. Zróżnicowanie terminologiczne wykorzystywane do opisu tego samego obszaru badawczego sprawia, że w zależności od przyjętej perspektywy analitycznej stosowane są również takie określenia, jak *przestrzeń informacyjna*, *infosfera* czy *antropoinfosfera*⁵. Terminy te nie są jednak pojęciami tożsamymi – ich użycie osadzone jest w odmiennych paradygmatach badawczych, w ramach których akcentowane są różne aspekty analizowanej rzeczywistości. Pomimo częściowego podobieństwa zakresów znaczeniowych pojęcia te różnią się zarówno treścią, jak i zakresem, co wpływa na sposób konceptualizacji środowiska informacyjnego.

Pojęcie środowiska informacyjnego pozostaje w ścisłym związku z terminami *przestrzeń informacyjna* oraz *infosfera*, które w literaturze przedmiotu bywają niekiedy traktowane jako tożsame. W rzeczywistości pomiędzy tymi pojęciami występują jednak istotne różnice znaczeniowe. Przestrzeń informacyjna odnosi się przede wszystkim do zbioru zasobów informacyjnych dostępnych dla określonego podmiotu, takiego jak państwo, organizacja czy instytucja. Z kolei infosfera stanowi szerszą kategorię, obejmującą sumę indywidualnych przestrzeni informacyjnych poszczególnych użytkowników lub ich zbiorowości⁶. W innym ujęciu pojęcie infosfery odnosi się do ogółu kanałów komunikacyjnych, za pośrednictwem których krążą informacje istotne dla danego podmiotu⁷. Pomimo wskazanych różnic terminologicznych, wspólnym elementem omawianych pojęć pozostaje centralna rola człowieka. Zarówno jako jednostka, jak i jako uczestnik szerszych struktur społecznych, człowiek występuje jednocześnie w roli podmiotu i przedmiotu oddziaływań informacyjnych. W konsekwencji to właśnie czynnik ludzki wywiera kluczowy wpływ na kształt i dynamikę środowiska informacyjnego.

Termin *infosfera* został wprowadzony do polskiej literatury naukowej przez Juliusza Lecha Kulikowskiego w 1978 roku. Autor ten, analizując infosferę człowieka, określaną jako *antropoinfosfera*, wyróżnił w jej obrębie dwie zasadnicze warstwy. Pierwszą z nich stanowi warstwa wewnętrzna, rozumiana jako ogół informacji utrwalonych w pamięci jednostki. Drugą jest warstwa zewnętrzna, obejmująca

⁴ Encyklopedia PWN, Środowisko, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/srodowisko;3984314.html> [dostęp: 7.02.2024].

⁵ Infosfera jest zamiennie używana z terminem środowisko informacyjne. To pierwsze stanowi połączenie słów informacja i sfera. Antropoinfosfera to elementy otoczenia człowieka, które pozytywnie lub negatywnie wpływają na jego samopoczucie.

⁶ W. Babik, *Ekologia informacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2014, s. 20.

⁷ EDUCALINGO Słownik, *Infosfera*, <https://educalingo.com/pl/dic-ro/infosfera> [dostęp: 11.02.2024].

informacje potencjalnie dostępne człowiekowi, pod warunkiem podjęcia przez niego określonych działań umożliwiających ich pozyskanie. Działania te są uzależnione od indywidualnych możliwości fizycznych i psychicznych jednostki, jak również od uwarunkowań społecznych oraz materialnych. Kulikowski podkreślał jednocześnie zmienny charakter antropoinfosfery, wskazując, że jej kształt i zakres pozostają w ścisłej zależności od warunków społecznych oraz stopnia dostępności informacji funkcjonujących w obrębie zewnętrznej infosfery⁸.

Uwzględniając podjęty problem badawczy, zasadne jest odniesienie się do sposobu konceptualizacji środowiska informacyjnego przyjętego przez Organizację Traktatu Północnoatlantyckiego (NATO). W ujęciu Sojuszu środowisko informacyjne stanowi obszar obejmujący zarówno samą informację, jak i podmioty oraz systemy odpowiedzialne za jej odbiór, przetwarzanie i przekazywanie, w tym osoby, organizacje oraz środki techniczne. Elementy te funkcjonują w ramach trzech wzajemnie powiązanych domen: poznawczej, wirtualnej oraz fizycznej⁹, w których zachodzą procesy komunikacyjne i informacyjne.

Definicja ta została doprecyzowana w Doktrynie Operacji Informacyjnych DD-3.10(A), w której środowisko informacyjne określono jako przestrzeń, w obrębie której informacja jest wytwarzana, pozyskiwana, przetwarzana oraz przekazywana od nadawców do określonych odbiorców. Doktryna ta wskazuje jednocześnie, że przestrzeń ta stanowi obszar prowadzenia aktywnych działań ukierunkowanych na realizację celów polityczno-militarnych¹⁰. W konsekwencji środowisko informacyjne należy postrzegać jako jeden z fundamentalnych komponentów współczesnego środowiska walki, oddziałujący na szerokie spektrum sfer funkcjonowania państw i społeczeństw, obejmujące m.in. politykę, kulturę, gospodarkę czy religię.

W ujęciu NATO środowisko informacyjne ma charakter wielowymiarowy i dynamiczny, integrując sferę fizyczną, informacyjną, poznawczą oraz wolitywną. W dokumentach doktrynalnych NATO środowisko informacyjne ujmowane jest w trzech podstawowych domenach: fizycznej, informacyjnej i poznawczej. W niniejszym artykule model ten zostaje rozszerzony o proponowany przez autora wymiar wolitywny.

Informacja pełni w nim rolę kluczowego zasobu determinującego procesy decyzyjne i zachowania podmiotów. Z tego względu skuteczne planowanie i prowadzenie operacji informacyjnych wymaga nie tylko dostępu do wiarygodnych

⁸ W. Babiak, *O niektórych zjawiskach towarzyszących odbiorowi informacji. Percepcja informacji w świetle ekologii informacji*, 2024, s. 3–4, <https://ktime.up.krakow.pl/ref2008/babik.pdf>, [dostęp: 12.02.2024].

⁹ NATO IMS, MC 0628 – *NATO Military Policy on Strategic Communications*, Brussels 2016, s. 18.

¹⁰ Ministerstwo Obrony Narodowej, *Operacje informacyjne: DD-3.10(A)*, Centrum Doktryn i Szkolenia Sił Zbrojnych, Bydgoszcz 2017, s. 18.

źródeł informacji, lecz także rozwiniętych zdolności analitycznych, krytycznego myślenia oraz umiejętności adaptacji do nieustannie zmieniających się warunków przepływu informacji.

W literaturze z zakresu studiów strategicznych i wojskowych wyróżnia się podstawowe wymiary środowiska informacyjnego, z których jedną stanowi domena fizyczna. Obejmuje ona sprzęt i urządzenia techniczne, systemy dowodzenia i kontroli (C2), istotnych decydentów oraz infrastrukturę wspierającą, umożliwiającą osobom i organizacjom generowanie efektów informacyjnych. Jest to wymiar, w którym informacje są przechowywane i transmitowane ze szczególnym uwzględnieniem wojskowych systemów dowodzenia i kontroli, funkcjonujących w oparciu o odpowiednią infrastrukturę techniczną.

Wymiar fizyczny obejmuje również platformy komunikacyjne oraz sieci przewodowe i bezprzewodowe, które zapewniają łączność pomiędzy poszczególnymi elementami systemu. Jej integralną część stanowią urządzenia końcowe, takie jak komputery czy urządzenia mobilne, wykorzystywane do przetwarzania i przekazywania informacji. Przestrzeń fizyczna środowiska informacyjnego nie ogranicza się jednak wyłącznie do zasobów technicznych, lecz obejmuje także podmioty uczestniczące w procesach informacyjnych, w tym organizacje, siły zbrojne, grupy społeczne oraz jednostki, w szczególności liderów i personel decyzyjny. Z perspektywy operacyjnej domena fizyczna pełni funkcję fundamentu pozostałych domen środowiska informacyjnego, determinując możliwości prowadzenia działań zarówno w sferze informacyjnej, jak i poznawczej. Zakłócenie, degradacja lub zniszczenie elementów fizycznych, takich jak infrastruktura teleinformatyczna czy systemy dowodzenia, może prowadzić do istotnego ograniczenia zdolności decyzyjnych oraz efektywności działań operacyjnych. W tym sensie domena fizyczna pozostaje obszarem szczególnie wrażliwym na oddziaływanie przeciwnika, zarówno o charakterze kinetycznym, jak i niekinetycznym. Należy podkreślić, iż domena fizyczna wykracza ponadto poza ramy narodowych systemów wojskowych, obejmując rozległe sieci połączeń transgranicznych, elementy systemów gospodarczych i politycznych oraz określone obszary geograficzne, w których zachodzą procesy o znaczeniu informacyjnym. Globalny charakter tych powiązań sprawia, że domena fizyczna staje się przestrzenią wzajemnych zależności i podatności, co dodatkowo komplikuje planowanie oraz prowadzenie współczesnych form walki informacyjnej.

Drugim wymiarem środowiska informacyjnego jest wymiar informacyjny, określane również jako warstwa wirtualna. Obejmuje ona przestrzeń, w której informacja jest gromadzona, przetwarzana oraz wprowadzana do zasobów baz i banków danych. Jest to obszar odpowiedzialny za dalszą dystrybucję informacji, jej wizualizację, udostępnianie, a także ochronę przed nieuprawnionym dostępem lub modyfikacją. Wymiar ten obejmuje zarówno informacje o charakterze sta-

tystycznym, jak i treści przekazywane poszczególnym podmiotom środowiska informacyjnego, w tym dane tekstowe, obrazy, zapisy audio-wideo czy inne komponenty informacji cyfrowej. Do wymiaru informacyjnego przypisuje się szereg istotnych cech determinujących użyteczność informacji, takich jak jej dokładność, spójność, jakość, terminowość, przydatność, dostępność oraz wiarygodność. Parametry te mają bezpośredni wpływ na skuteczność procesów decyzyjnych oraz zdolność podmiotów do prowadzenia działań w środowisku informacyjnym. W tym kontekście domena informacyjna stanowi obszar szczególnie podatny na oddziaływania dezinformacyjne, manipulacyjne oraz zakłócenia integralności danych. Istotnym elementem domeny informacyjnej są również systemy i środki zabezpieczające, takie jak mechanizmy monitoringu, bramy bezpieczeństwa, systemy kontroli dostępu, karty identyfikacyjne czy służby ochrony, których zadaniem jest ochrona zasobów informacyjnych oraz infrastruktury przed zagrożeniami o charakterze zarówno fizycznym, jak i cybernetycznym. Szczególne znaczenie mają w tym wymiarze laboratoria badawcze, w których prowadzone są prace nad nowymi technologiami, algorytmami analizy danych oraz metodami zabezpieczania informacji, a także punkty dostępu do internetu umożliwiające funkcjonowanie w ramach globalnej sieci informacyjnej. Z perspektywy funkcjonalnej domena informacyjna pełni rolę łącznika pomiędzy domeną fizyczną a domeną poznawczą. To właśnie w jej obrębie następuje transformacja danych i informacji w formy umożliwiające oddziaływanie na percepcję, wiedzę i procesy decyzyjne odbiorców. W konsekwencji domena informacyjna stanowi kluczową przestrzeń prowadzenia współczesnych form walki, w którym kontrola nad przepływem, jakością i interpretacją informacji może przesądzać o osiągnięciu przewagi informacyjnej i kognitywnej.

Kolejnym wymiarem jest wymiar poznawczy, który obejmuje sferę świadomości ośrodków decyzyjnych oraz innych podmiotów funkcjonujących w środowisku informacyjnym. Odnosi się ona do procesów przetwarzania informacji, percepcji, interpretacji, formułowania osądów oraz podejmowania decyzji przez jednostki i grupy społeczne. Jest to obszar, w którym informacja nabiera znaczenia poprzez sposób jej zrozumienia i interpretacji, a nie wyłącznie poprzez sam fakt jej istnienia lub dostępności. Na funkcjonowanie tego wymiaru wpływa szerokie spektrum czynników o charakterze indywidualnym i zbiorowym, wśród których znajdują się m.in. przekonania osobiste i kulturowe, normy społeczne, podatności i słabości poznawcze, motywacje, emocje, doświadczenia życiowe, systemy wartości, poziom edukacji, stan zdrowia psychicznego, tożsamość oraz ideologie. Składowe te determinują sposób postrzegania rzeczywistości informacyjnej i bezpośrednio wpływają na procesy decyzyjne, czyniąc domenę poznawczą szczególnie wrażliwą na oddziaływania o charakterze informacyjnym i kognitywnym. Z perspektywy operacyjnej waż-

ne znaczenie ma identyfikacja i analiza składowych oddziałujących w domenie poznawczej, ponieważ umożliwia to precyzyjne dostosowanie działań informacyjnych do specyfiki umysłu decydenta lub grupy docelowej oraz osiągnięcie zamierzonych efektów oddziaływania. Wymiar ten koncentruje się bowiem na kontekstach społecznych, kulturowych, religijnych i historycznych, które kształtują zarówno nadawców informacji, jak i odbiorców przekazu. W konsekwencji domena poznawcza stanowi newralgiczny obszar prowadzenia współczesnych form walki, w którym celem nie jest wyłącznie kontrola przepływu informacji, lecz przede wszystkim wpływ na sposób myślenia, postrzegania i podejmowania decyzji przez podmioty uczestniczące w konflikcie. To właśnie w tym wymiarze rozstrzygają się długofalowe skutki oddziaływań informacyjnych, często przesądzające o przewadze strategicznej bez konieczności użycia środków kinetycznych.

Należy podkreślić, że w dokumencie źródłowym, jakim jest *Doktryna Operacji Informacyjnych DD-3.10(A)*, środowisko informacyjne zostało ujęte w trzech podstawowych wymiarach: fizycznym, informacyjnym oraz poznawczym. W obowiązującym ujęciu doktrynalnym nie wyodrębniono jednak odrębnego wymiaru wolitywnego. W kontekście współczesnych konfliktów zbrojnych, a w szczególności wojen czwartej i piątej generacji, pominięcie tego aspektu może prowadzić do niepełnego rozumienia wielowymiarowego charakteru środowiska informacyjnego. Charakter współczesnych konfliktów, w których coraz większe znaczenie przypisuje się działaniom niekinetycznym oraz oddziaływaniom kognitywnym, wskazuje na rosnącą rolę procesów związanych z kształtowaniem woli działania zarówno decydentów, jak i całych społeczeństw. Wojny kognitywne, uznawane za jeden z dominujących elementów konfliktów IV i V generacji, akcentują znaczenie nie tylko kontroli przepływu informacji czy wpływu na percepcję rzeczywistości, lecz również oddziaływania na gotowość do podejmowania określonych decyzji i działań. Z tego względu zasadne wydaje się rozszerzenie analizy środowiska informacyjnego o wymiar wolitywny, który odnosi się do woli jednostek, grup społecznych oraz organizacji, rozumianej jako bezpośrednie źródło sprawstwa i działania. Domena wolitywna stanowi w tym ujęciu warstwę wynikową pozostałych domen, w której kumulują się efekty oddziaływań fizycznych, informacyjnych i poznawczych. Przenikają się w niej zarówno czynniki intelektualne, jak i emocjonalne, prowadząc do konkretnych decyzji i zachowań podmiotów uczestniczących w konflikcie¹¹. Uwzględnienie domeny wolitywnej umożliwia pełniejsze zrozumienie mechanizmów współczesnych form walki informacyjnej oraz skuteczniejsze projektowanie działań ukierunkowanych na osiągnięcie trwałych efektów strategicznych w środowisku informacyjnym.

¹¹ J. Wiśnicki, *Militarny wymiar operacji wpływu społecznego*, „Biuletyn ACKS” 2022, nr 1, s. 52.

Na szczególną uwagę zasługuje wzajemne przenikanie się oraz współzależność domen środowiska informacyjnego, które tworzą spójny i dynamiczny system oddziaływań. Wymiar wolitywny pełni w tym układzie rolę integrującą, łącząc efekty generowane w pozostałych wymiarach z rzeczywistym działaniem podmiotów uczestniczących w środowisku informacyjnym. W relacji fizyczno-wolitywnej procesy decyzyjne o charakterze strategicznym wpływają bezpośrednio na sposób alokacji zasobów materialnych, rozwój infrastruktury oraz wykorzystanie zdolności technicznych. Decyzje podejmowane w sferze woli determinują zatem kształt i zakres działań realizowanych w domenie fizycznej, zarówno w wymiarze militarnym, jak i pozamilitarnym. Z kolei w relacji informacyjno-wolitywnej cele, intencje oraz priorytety nadawcy wpływają na selekcję informacji, sposób jej przetwarzania oraz wykorzystania w procesach oddziaływania. To właśnie w tej konfiguracji ujawnia się zależność pomiędzy zamierzonym efektem a konstrukcją przekazu informacyjnego, co ma kluczowe znaczenie dla skuteczności działań informacyjnych. W aspekcie poznawczo-wolitywnym wiedza, kompetencje oraz zdolności interpretacyjne odbiorców determinują ich możliwość właściwego przetwarzania informacji, formułowania ocen oraz podejmowania decyzji. Poziom przygotowania poznawczego wpływa tym samym na podatność lub odporność podmiotów na oddziaływania informacyjne i kognitywne. Natomiast w relacji wolitywno-informacyjnej zasady, cele oraz intencje odbiorców kształtują strategie pozyskiwania, przetwarzania i dystrybucji informacji. W tym ujęciu wola działania wpływa na sposób organizacji procesów informacyjnych, decydując o tym, jakie informacje są gromadzone, w jaki sposób są analizowane oraz jaką rolę pełnią w dalszych działaniach. Analiza wzajemnych powiązań pomiędzy domenami potwierdza, że środowisko informacyjne należy postrzegać jako złożony, wielowymiarowy system, w którym skuteczność oddziaływań zależy od spójności i koordynacji działań podejmowanych we wszystkich jego wymiarach, ze szczególnym uwzględnieniem domeny wolitywnej jako kluczowego elementu sprawczego.

Obszar polityczny

Przedstawione wymiary środowiska informacyjnego pozwalają na jego konceptualizację w ujęciu funkcjonalnym, wskazując podstawowe mechanizmy przetwarzania, interpretowania i wykorzystywania informacji oraz ich wpływ na procesy decyzyjne. Ujęcie to, choć niezbędne dla zrozumienia struktury oraz mechanizmów oddziaływania informacyjnego, wymaga dalszego uszczegółowienia poprzez uwzględnienie konkretnych obszarów aktywności społecznej, w których oddziaływania te są realizowane. Współczesne środowisko informacyjne nie funkcjonuje bowiem w oderwaniu od rzeczywistości społeczno-politycznej, lecz przenika sfery funkcjonowania państwa i społeczeństwa, takie jak obszar politycz-

ny, ekonomiczny, kulturowy czy religijny. To właśnie w ich obrębie dochodzi do materializacji efektów prowadzonych aktywności informacyjnych, prowadzących do kształtowania postaw, przekonań i zachowań podmiotów indywidualnych oraz zbiorowych. Uwzględnienie tych obszarów stanowi zatem istotne uzupełnienie analizy środowiska informacyjnego, umożliwiając pełniejsze zrozumienie złożoności współczesnego ekosystemu informacyjnego oraz mechanizmów prowadzenia w nim operacji wpływu społecznego.

Wśród wskazanych obszarów szczególne znaczenie należy przypisać obszarowi politycznemu, który ze względu na swoją funkcję decyzyjną oraz wpływ na kierunki funkcjonowania państwa stanowi jeden z najważniejszych komponentów środowiska informacyjnego. To właśnie w jego obrębie oddziaływania informacyjne, poznawcze i wolitywne koncentrują się na kształtowaniu procesów decyzyjnych oraz budowaniu lub osłabianiu zdolności państwa do realizacji własnych celów strategicznych.

Obszar polityczny stanowi jeden z kluczowych komponentów środowiska informacyjnego, w którym operacje wpływu społecznego ukierunkowane są na kształtowanie procesów decyzyjnych państwa, postaw obywateli oraz kierunków funkcjonowania systemu władzy publicznej. W wyniku czego ma być osiągnięty pożądaný, z punktu widzenia władz, efekt w postaci stworzenia odpowiedniego wizerunku na potrzeby kształtowania zbiorowej świadomości, umożliwiając tym samym realizację partykularnych celów. Wywieranie wpływu na otoczenie polega również na efektywnym zmienianiu sytuacji, tak by odpowiadała naszym potrzebom (kontrola pierwotna), albo na przystosowaniu się do wymagań sytuacji (kontrola przystosowawcza lub wtórna)¹².

Mechanizmy oddziaływania w obszarze politycznym środowiska informacyjnego obejmują również działania ukierunkowane na wzmacnianie spójności społecznej oraz mobilizowanie społeczeństwa poprzez odwoływanie się do kategorii zagrożenia zewnętrznego lub wewnętrznego. Utożsamianie się obywateli z określoną linią polityczną sprzyja bowiem konsolidacji społecznej oraz zwiększa gotowość do akceptacji działań podejmowanych przez ośrodki decyzyjne, zwłaszcza w sytuacjach kryzysowych lub w warunkach postrzeganego zagrożenia. Mechanizm ten może być wykorzystywany zarówno do wzmacniania morale społeczeństwa, jak i do legitymizowania określonych decyzji politycznych oraz strategicznych. Zjawisko to dostrzegał Henry Kissinger, analizując funkcjonowanie systemu radzieckiego. Ujął to następująco: „Bez względu na to, jak dalece pojednawczą politykę prowadziłby Zachód, system radziecki zawsze potrzebował wroga zewnętrznego, aby uzasadnić cierpienia, na jakie skazywano społeczeństwo

¹² J. Maciuszek, *Automatyzm i bezrefleksyjność w kontekście wpływu społecznego*, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2013, s. 19–20.

i aby utrzymać wojsko i aparat bezpieczeństwa, na którym wspiera się władza komunistów”¹³.

Analogiczne mechanizmy mobilizacji społecznej poprzez odwołanie się do kategorii zagrożenia oraz egzystencjalnego charakteru rywalizacji politycznej można zaobserwować również we współczesnych systemach demokratycznych. Przykładem tego rodzaju retoryki może być wypowiedź Donalda Trumpa wygłoszona podczas kampanii wyborczej w Stanach Zjednoczonych w 2016 roku:

To nie są kolejne wybory. To rozstaj dróg w historii naszej cywilizacji, która określi, czy my, naród, odzyskamy kontrolę nad naszym rządem. Dla nich to jest wojna i dla nich wszystko jest dozwolone. Uwierzcie mi, to jest wojna i dla nich wszystko jest dozwolone. Uwierzcie mi, to jest walka o przetrwanie naszego narodu. Te wybory określą, czy będziemy mieli wolny kraj, czy tylko pozory demokracji, czy będziemy kontrolowani przez grupę globalnych, specjalnych interesów ustanawiających nasz system. A on jest ustawiony. [...] Elity i media będą kontrolować ten kraj przez dobrze znane środki. Każdy, kto podważa ich kontrole, jest uznawany za seksistę, rasistę, ksenofoba i osobę moralnie nieukończoną. Będą starali się zniszczyć wszystko, co ciebie dotyczy, w tym twoją reputację. Będą kłamać, kłamać i kłamać, a potem będą robić jeszcze gorsze rzeczy. [...] Ich środki finansowe są praktycznie nieograniczone. Nieograniczone są ich środki polityczne. Ich środki medialne są niezrównane. I co najważniejsze głębia ich niemoralności jest absolutnie nieograniczona¹⁴.

Tego rodzaju narracje stanowią element operacji wpływu realizowanych w domenie poznawczej i wolitywnej środowiska informacyjnego, ukierunkowanych na kształtowanie percepcji rzeczywistości politycznej, mobilizowanie społeczeństwa oraz wzmacnianie gotowości do poparcia określonych działań politycznych.

Przywołane przykłady, pochodzące z odmiennych systemów politycznych i kontekstów historycznych, wskazują na uniwersalny charakter mechanizmów oddziaływania informacyjnego w obszarze politycznym. Niezależnie bowiem od charakteru ustroju politycznego, środowisko informacyjne stanowi przestrzeń, w której poprzez odpowiednio konstruowane narracje możliwe jest oddziaływanie na percepcję zagrożeń, postawy społeczne oraz wolę działania podmiotów indywidualnych i zbiorowych. Uniwersalność ta wynika z faktu, że obszar polityczny pozostaje bezpośrednio powiązany z procesami decyzyjnymi determinującymi funkcjonowanie państwa, a tym samym stanowi szczególnie istotny obszar oddziaływania informacyjnego.

Specyfika tego obszaru wynika z jego bezpośredniego związku z procesem podejmowania decyzji strategicznych, które determinują funkcjonowanie państwa

¹³ H. Kissinger, *Dyplomacja*, Wydawnictwo Bellona, Warszawa 2020, s. 882.

¹⁴ MijiiAueDBtA, <https://www.youtube.com/watch?v=MijiiAueDBtA> [dostęp: 15.06.2021].

w wymiarze wewnętrznym i międzynarodowym. Informacja pełni w nim rolę zarówno zasobu, jak i narzędzia oddziaływania, umożliwiającego kształtowanie percepcji rzeczywistości politycznej, legitymizowanie określonych działań oraz wpływanie na preferencje wyborcze i społeczne. Operacje wpływu prowadzone w obszarze politycznym mogą być ukierunkowane na wzmacnianie własnej pozycji decyzyjnej, osłabianie przeciwnika, destabilizację procesów politycznych lub kształtowanie korzystnego środowiska decyzyjnego. Skuteczność tych działań uzależniona jest jednak od zdolności oddziaływania na świadomość społeczną oraz mechanizmy percepcji odbiorców, które determinują sposób interpretacji przekazywanych treści.

Jak wskazują Jolanta Darczewska i Piotr Żochowski, skuteczność modelowania opinii publicznej opiera się na zasadach masowego i długotrwałego oddziaływania, powielania informacji uproszczonych, przedstawiających rzeczywistość w dychotomicznych kategoriach „dobry–zły”, pobudzania emocji odbiorców oraz odwoływania się do treści uznawanych za oczywiste, zakorzenione w narodowym kodzie kulturowym i wyznaniowym¹⁵. W konsekwencji dochodzi do kształtowania swoistych filtrów percepcyjnych, poprzez które społeczeństwo postrzega rzeczywistość polityczną, przy czym szczególną rolę odgrywają liderzy opinii publicznej, stanowiący ogniwo pośrednie w przekazywaniu i utrwalaniu określonych narracji. Wytworzone w ten sposób przekonania, oparte na symbolach, stereotypach i uproszczonych schematach interpretacyjnych, mogą być następnie postrzegane jako autentyczny wyraz woli społecznej. W tym kontekście proces kształtowania opinii publicznej staje się istotnym instrumentem oddziaływania politycznego, a podmioty zdolne do modelowania percepcji społecznej uzyskują realny wpływ na funkcjonowanie systemu władzy oraz kierunki podejmowanych decyzji.

Opisane mechanizmy wskazują, że proces kształtowania opinii publicznej nie ma charakteru spontanicznego, lecz stanowi rezultat celowych i systematycznych działań informacyjnych, ukierunkowanych na wpływanie na sposób postrzegania rzeczywistości przez społeczeństwo. W konsekwencji opinia publiczna przestaje być wyłącznie biernym odbiorcą informacji, stając się jednocześnie przedmiotem oraz narzędziem oddziaływania w ramach środowiska informacyjnego. Zależność ta znajduje swoje odzwierciedlenie w klasycznych koncepcjach oddziaływania społecznego, które podkreślają istnienie mechanizmów pośredniego sterowania percepcją i zachowaniami zbiorowymi.

Tok myślowy przekonuje więc do stwierdzenia, iż opinia publiczna jest niedocenionym partnerem działań wpływu społecznego. Edward Bernays odnosząc się do wpływu na opinię społeczną, twierdzi, że prowadzone analizy nad psychologią tłumu utwierdzają naukowców w przekonaniu o istnieniu niewidzialnego rządu

¹⁵ J. Darczewska, P. Żochowski, *Rusofobia w strategii Kremla. Broń masowego rażenia*. Punkt Widenia nr 56, Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, Warszawa 2015, s. 13.

dusz w społeczeństwie. Ta swoista grupa decydentów zarządza motywami, jakimi kierują się poszczególne osoby w społecznościach. Tymczasem warto zwrócić uwagę, że wprowadzony do opinii publicznej nawet mikroskopijny katalizator i następująca reakcja łańcuchowa, mająca – co najistotniejsze – wszelkie pozory spontaniczności. Jednakże dla osiągnięcia całkowitego sukcesu w podjętej intoksykacji pojawiają się pewne ograniczenia. Otóż jednostka, rodzina, grupa zawodowa w naturalny sposób wytwarza przeciwciała zdrowego rozsądku jednakże mogą po przekroczeniu pewnej liczby, zainfekowanych jednostek, przekształcić się w tłum. W celu zwiększenia przewagi informacyjnej sięga się po coraz wymyślniejsze techniki, gdyż nowe przekraczają granice doświadczenia, do których dotarły wcześniejsze i przyczynia się do dalszych zmian. Jedną z nich jest *deepfake*. O skuteczności zastosowania tegoż narzędzia świadczy widokonferencja mająca być zrealizowana z Leonidem Wołkowem, szefem sztabu Aleksieja Nawalnego. Jednakże w wyniku użycia technologii *deepfake* była to rozmowa z postacią podszywającą się pod niego. Jak podaje dziennik „De Volkskrant”, dali się nabrać między innymi posłowie izby niższej parlamentu Holandii, politycy z Litwy, Łotwy, Estonii i Wielkiej Brytanii¹⁶.

Podsumowując, obszar polityczny stanowi jeden z najbardziej wrażliwych i jednocześnie kluczowych komponentów środowiska informacyjnego, w którym informacja pełni funkcję zarówno strategicznego zasobu, jak i narzędzia oddziaływania na procesy decyzyjne, postawy społeczne oraz legitymizację sprawowania władzy. Mechanizmy operacji wpływu realizowane w tym obszarze koncentrują się na kształtowaniu percepcji rzeczywistości politycznej, modelowaniu opinii publicznej oraz oddziaływaniu na wolę działania zarówno decydentów, jak i społeczeństwa. Istotną rolę odgrywają w tym zakresie mechanizmy komunikacji strategicznej, narracje polityczne oraz procesy selekcji i dystrybucji informacji, które determinują sposób interpretacji zjawisk politycznych oraz poziom akceptacji dla podejmowanych działań. Oddziaływanie to może być realizowane zarówno w sposób jawny, poprzez oficjalne kanały komunikacji publicznej, jak i niejawny, z wykorzystaniem działań dezinformacyjnych, manipulacyjnych czy psychologicznych. W konsekwencji obszar polityczny stanowi przestrzeń szczególnie podatną na operacje w wymiarze informacyjnym, poznawczym i wolitywnym, gdyż bezpośrednio oddziałuje na świadomość, percepcję oraz wolę działania podmiotów decyzyjnych i społeczeństwa, wpływając tym samym na kierunki funkcjonowania państwa oraz jego zdolność do realizacji celów strategicznych. W konsekwencji obszar polityczny stanowi kluczowe centrum ciężkości operacji wpływu społecznego, gdyż umożliwia pośrednie oddziaływanie zarówno na procesy decyzyjne państwa, jak i zachowania całych społeczeństw.

¹⁶ tvn24.pl, <https://tvn24.pl/swiat/deepfake-ktos-podszyl-sie-pod-leonida-wolkowa-wspolpracownika-aleksieja-nawalnego-5076773> [dostęp: 28.05.2021].

Obszar kulturowy

Operacje wpływu społecznego prowadzone w obszarze kulturowym stanowią jeden z najbardziej efektywnych i długofalowych instrumentów oddziaływania na społeczeństwa, gdyż ingerują w podstawowe mechanizmy kształtowania tożsamości zbiorowej, systemów wartości oraz wzorców interpretacyjnych rzeczywistości. Ich istota polega na wykorzystaniu kultury jako nośnika znaczeń, symboli i norm społecznych, które w sposób często niezauważalny dla odbiorcy wpływają na jego percepcję świata oraz kierunki podejmowanych decyzji. Jak wynika z analizy historycznych doświadczeń, „determinantą tego procesu jest zazwyczaj stworzenie społeczeństwa mobilizacyjnego, mającego odzwierciedlać szerokie wykorzystanie komunikowania masowego dla celów operacji wpływu społecznego”¹⁷, co umożliwiało nie tylko upowszechnianie określonych idei, lecz także ich internalizację przez szerokie grupy społeczne. W konsekwencji kultura przestaje pełnić wyłącznie funkcję ekspresji społecznej, stając się narzędziem świadomego oddziaływania na świadomość zbiorową.

Szczególną rolę w tym procesie odgrywa kultura masowa, której znaczenie wynika z jej powszechności oraz zdolności do przekraczania barier społecznych, klasowych i edukacyjnych. Jak wskazano w literaturze przedmiotu, „kultura masowa skupia szczególną wspólnotę ludzi nie w zależności od czynnika formalno-społecznego lub klasowego, lecz funkcjonalnego, polityczno-psychologicznego i jednoczy ludzi z różnych warstw i klas, co czyni ją wyjątkowo efektywnym narzędziem oddziaływania informacyjnego”¹⁸. Jej skuteczność determinuje szerokie wykorzystanie środków masowego przekazu, dzięki którym możliwe jest docieranie do odbiorców na skalę daleko wykraczającą poza granice państw czy krain geograficznych oraz utrwalanie pożądanых wzorców zachowań i interpretacji rzeczywistości. W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera fakt, iż „transmisja informacji od materiałów drukowanych, radia, telewizji i Internetu poprzez przemysł rozrywkowy do przemówień sprawia, iż krąg odbiorców wzrósł niepomrotnie”¹⁹, co znacząco zwiększa potencjał prowadzenia operacji wpływu społecznego w wymiarze kulturowym. Produkcje filmowe, muzyka, przekazy medialne czy treści rozpowszechniane w mediach społecznościowych utrwalają dedykowane wzorce interpretacyjne, normalizując pożądane postawy oraz stopniowo przyczyniając się do modyfikowania systemu wartości odbiorców, często bez ich świadomego udziału.

¹⁷ J. Wiśnicki, *Operacje wpływu społecznego w aspekcie zmian kulturowych w kontekście rosyjskich operacji psychologiczno-informacyjnych*, „Media i Społeczeństwo” 2023, nr 18, s. 76–77.

¹⁸ L. Suchanek, *Kultura masowa w Rosji i radziecki eksperyment antropologiczny*, rocznik Komisji Kultury Słowian PAU 2016, t. 12, s. 11.

¹⁹ J. Wiśnicki, *Operacje wpływu społecznego*, s. 78.

Operacje wpływu w przedmiotowym obszarze koncentrują się przede wszystkim na kształtowaniu wzorców tożsamościowych oraz modelowaniu postaw społecznych. Realizowane jest to poprzez wykorzystanie literatury, filmu, sztuki, edukacji oraz mediów, które pełnią funkcję nośników określonych narracji ideologicznych i aksjologicznych. Analiza rosyjskiej literatury wskazuje, iż „poprzez kulturę masową aparat ideologiczny agitatorów i propagandzistów upowszechniał tworzenie wizji człowieka i społeczeństwa”²⁰, wskazując pożądane cechy jednostki oraz promując określone wzorce zachowań. W rezultacie kultura staje się narzędziem modelowania świadomości społecznej, umożliwiając nie tylko kształtowanie postaw zgodnych z interesem nadawcy, lecz także marginalizowanie alternatywnych systemów wartości.

W warunkach współczesnego wielowymiarowego środowiska informacyjnego kultura coraz wyraźniej ujawnia swoją rolę jako czynnik kształtujący przyszłe postawy społeczne oraz kierunki rozwoju zbiorowej świadomości. Szczęólnego znaczenia nabiera w tym kontekście rozwijająca się sieciowa kultura popularna, stanowiąca przestrzeń formowania społecznej wyobraźni, wrażliwości oraz sposobów interpretacji rzeczywistości. Jej podatność na oddziaływanie wynika z funkcjonowania kodów kulturowych, które determinują znaczenia przypisywane zdarzeniom, zjawiskom i symbolom, a tym samym wpływają na sposób postrzegania świata przez jednostki i całe społeczności. Ponieważ człowiek funkcjonuje jako istota społeczna, komunikacja stanowi podstawowy mechanizm integrujący wspólnoty oraz narzędzie kształtowania ich woli działania. Każdy akt komunikacyjny ma bowiem charakter intencjonalny i ukierunkowany jest na wywarcie określonego wpływu poprzez przekazywanie określonej interpretacji rzeczywistości. W konsekwencji oddziaływanie na obszar kulturowy umożliwia nie tylko wpływanie na bieżące postawy społeczne, lecz przede wszystkim na długofalowe kształtowanie sposobu rozumienia świata, definiowania zagrożeń oraz identyfikowania własnych i obcych podmiotów. Oddziaływanie to realizowane jest przede wszystkim poprzez projektowanie i promowanie określonych trendów kulturowych, które – odpowiednio wzmocnione przekazem medialnym i społecznym – ulegają stopniowej internalizacji, przyjmując pozory spontanicznych procesów społecznych²¹. Mechanizm ten okazuje się szczególnie skuteczny, gdyż umożliwia osiąganie zamierzonych efektów bez konieczności stosowania bezpośredniego przymusu, prowadząc do trwałego zakorzenienia pożądanych wzorców percepcji, wartości i zachowań w świadomości społecznej.

²⁰ М. Геллер, *Машина и винтики. Истия формирования жоветского человека*, London 1985, s. 16.

²¹ J. Koprowska, <https://www.hbrp.pl/b/kod-kulturowy---ukryty-klucz-do-sukcesu/P1ByJxB4y> [dostęp: 9.02.2026].

Szczególne znaczenie w tym procesie mają instytucje medialne oraz środowiska opiniotwórcze, które odpowiadają za dystrybucję treści kulturowych i ich interpretację społeczną. Tym samym media tradycyjne, jak i nowoczesne mogą pełnić istotną rolę w tubie propagandowej danej narracji, wzmacniając przekaz ideologiczny oraz umożliwiając jego upowszechnienie na szeroką skalę. Współcześnie funkcję tę w coraz większym stopniu przejmują media cyfrowe i platformy internetowe, które dzięki swojej dostępności i zasięgowi pozwalają na prowadzenie operacji wpływu w sposób ciągły, zindywidualizowany i trudniejszy do wykrycia. Media te nie tylko przekazują informacje, lecz także kształtują normy kulturowe, promują określone style życia oraz wpływają na sposób postrzegania rzeczywistości społecznej i politycznej.

W następstwie tego obszar kulturowy stanowi przestrzeń szczególnie podatną na prowadzenie operacji wpływu społecznego, gdyż oddziałuje bezpośrednio na system wartości, tożsamość oraz wzorce interpretacyjne społeczeństwa. Tym samym, kultura staje się skutecznym narzędziem wprowadzania idei i ideologii nadawcy, co czyni ją jednym z zasadniczych komponentów środowiska informacyjnego. Oddziaływanie w tym obszarze ma charakter długofalowy i systemowy, prowadząc do stopniowej internalizacji pożądaných treści oraz kształtowania środowiska sprzyjającego realizacji strategicznych celów podmiotów prowadzących operacje wpływu. Aktywności takie mają bezpośredni wpływ na domenę wolitywną środowiska informacyjnego, gdyż poprzez kształtowanie systemu wartości, norm społecznych oraz wzorców tożsamościowych wpływa na wolę działania jednostek i zbiorowości. Skutkiem tego operacje prowadzone w tym obszarze nie tylko umożliwiają kreowanie bieżących postaw społecznych, lecz także dają możliwość kształtowania przyszłych kierunków rozwoju społecznego i politycznego, co nadaje temu obszarowi szczególne znaczenie w kontekście współczesnych operacji informacyjnych. Tym samym obszar kulturowy stanowi jeden z najistotniejszych obszarów prowadzenia długofalowych operacji wpływu społecznego, zwłaszcza dlatego, że umożliwia oddziaływanie na fundamenty tożsamości zbiorowej, system wartości oraz mechanizmy interpretacji rzeczywistości, które determinują zachowania społeczne i polityczne.

Obszar religijny

Obszar religijny stanowi kolejną składową wielowymiarowego środowiska informacyjnego. Jego wrażliwość czyni go jednym z najskuteczniejszych komponentów środowiska informacyjnego, w którym mogą być realizowane operacje wpływu społecznego. Wynika to z faktu, że religia nie ogranicza się wyłącznie do sfery duchowości, lecz obejmuje również system wartości, norm moralnych oraz wzorców zachowań regulujących funkcjonowanie jednostek i wspólnot.

W konsekwencji oddziaływanie na obszar religijny umożliwia wpływanie nie tylko na przekonania światopoglądowe, lecz także na postawy społeczne, decyzje polityczne oraz gotowość do podejmowania określonych działań indywidualnych i zbiorowych.

Religia od wieków stanowiła istotny czynnik integrujący społeczności, kształtujący ich tożsamość oraz legitymizujący władzę polityczną, co sprawia, że pozostaje ona szczególnie istotnym narzędziem oddziaływania na grupy docelowe²². Kościół od początku swojego istnienia funkcjonuje w przestrzeni historii i polityki, nie przyjmując jedynie biernej postawy, lecz odgrywając aktywną i twórczą rolę, wywierając istotny wpływ na kształtowanie procesów społecznych i politycznych. Jako instytucja o silnym autorytecie normatywnym i symbolicznym współuczestniczył on w legitymizowaniu władzy, mobilizowaniu społeczności oraz kształtowaniu ładu społecznego i politycznego²³. Wspólnoty religijne tworzą bowiem trwałe struktury społeczne oparte na autorytecie, zaufaniu oraz wspólnym systemie znaczeń, co sprzyja skutecznemu przekazywaniu określonych treści i ich internalizacji przez odbiorców. W rezultacie przekaz odwołujący się do religii jest często postrzegany jako bardziej wiarygodny i trudniejszy do zakwestionowania niż komunikaty pochodzące z odmiennych źródeł.

Istotne znaczenie ma również fakt, że religia pełni funkcję źródła legitymizacji działań politycznych oraz mobilizacji społecznej, umożliwiając uzasadnianie określonych decyzji i działań poprzez odwołanie się do wartości uznawanych za nadrzędne i niepodważalne²⁴. W tym kontekście operacje wpływu prowadzone w obszarze religijnym mogą służyć wzmocnieniu autorytetu władzy, konsolidowaniu społeczeństwa wokół określonych celów politycznych lub przeciwnie – destabilizacji struktur społecznych poprzez pogłębianie istniejących podziałów religijnych i światopoglądowych.

Szczególną rolę w tym procesie odgrywają liderzy religijni, którzy jako autorytety moralne posiadają zdolność wpływania na percepcję rzeczywistości przez swoich wyznawców. Autorytet przywódców religijnych oraz zaufanie, jakim darzą ich wierni, umożliwiając skuteczne oddziaływanie na postawy, przekonania i zachowania społeczne, co czyni ich istotnymi aktorami w środowisku informacyjnym²⁵. Przekazy formułowane przez liderów religijnych mogą wzmocniać określone narracje, kształtować interpretację wydarzeń politycznych oraz wpływać na poziom mobilizacji społecznej.

²² J. Wiśnicki, *Operacje informacyjne a religia. Kształtowanie władzy i mobilizacja społeczna*, w: *Homo Religiosus. Wokół religii i religijności*, red. M. Michalski, J. Wiśnicki, Wydawnictwo Reverse, Toruń 2025, s. 86.

²³ J. Walkusz, *Kościół w kręgu historii i polityki. Rys historyczny*, Wydawnictwo KUL, Lublin 2017, s. 8.

²⁴ J. Wiśnicki, *Operacje informacyjne a religia*, s. 86–88.

²⁵ Tamże, s. 83–85.

Obszar religijny pozostaje również istotny z perspektywy domeny poznawczej i wolitywnej środowiska informacyjnego, ponieważ oddziałuje bezpośrednio na system wartości, norm oraz przekonań jednostek i zbiorowości. Poprzez wpływanie na moralne i aksjologiczne podstawy funkcjonowania społeczeństwa możliwe jest kształtowanie jego woli działania, poziomu akceptacji dla określonych decyzji politycznych oraz gotowości do podejmowania działań zgodnych z określoną narracją. W konsekwencji operacje wpływu prowadzone w obszarze religijnym mogą determinować zarówno sposób interpretacji rzeczywistości, jak i zachowania społeczne oraz polityczne.

Praktyczne wykorzystanie religii jako narzędzia oddziaływania informacyjnego znajduje potwierdzenie zarówno w doświadczeniach historycznych, jak i we współczesnym środowisku bezpieczeństwa. Przykładem historycznym może być wykorzystanie religii przez władze Związku Radzieckiego w okresie II wojny światowej, kiedy to pomimo wcześniejszej polityki ateizacji zdecydowano się na częściową reaktywację Rosyjskiego Kościoła Prawosławnego. Działanie to miało na celu wzmocnienie morale społeczeństwa, mobilizację do walki oraz zwiększenie legitymizacji władzy w obliczu egzystencjalnego zagrożenia państwa. Odwołanie się do religii umożliwiło wówczas skuteczne oddziaływanie na świadomość i wolę społeczeństwa poprzez wykorzystanie głęboko zakorzenionych elementów tożsamości kulturowej i duchowej.

Współcześnie obszar religijny pozostaje również istotnym narzędziem oddziaływania informacyjnego, czego przykładem może być wykorzystywanie narracji religijnych w konfliktach na obszarze Europy Wschodniej i Bliskiego Wschodu. W szczególności Federacja Rosyjska wykorzystuje Kościół Prawosławny jako element oddziaływania informacyjnego, wspierający narracje dotyczące obrony tradycyjnych wartości, ochrony wspólnoty wiernych oraz legitymizowania działań politycznych i militarnych. Narracje te odwołują się do religijnej tożsamości odbiorców, wzmacniając poczucie wspólnoty oraz kształtując percepcję konfliktu w kategoriach moralnych i cywilizacyjnych, co sprzyja mobilizacji społecznej oraz zwiększa akceptację dla podejmowanych działań.

Przywołane przykłady wskazują, że religia może stanowić skuteczne narzędzie do prowadzenia działań informacyjnych gdyż umożliwia wpływanie nie tylko na poziom poznawczy odbiorców, lecz również na ich system wartości a w konsekwencji na wolę działania. Tym samym umożliwia trwałe kształtowanie postaw społecznych czyniąc ten obszar jednym z kluczowych komponentów współczesnego środowiska informacyjnego. Współcześnie w warunkach zachodzących przemian geopolitycznych wzmacnia się znaczenie obszaru religijnego. Narracje odwołujące się do religii mogą być wykorzystywane zarówno do wzmacniania spójności społecznej i legitymizacji władzy, jak i do destabilizacji przeciwnika poprzez pogłębianie podziałów oraz wywoływanie napięć społecznych.

Religia, jako system wartości o charakterze transcendentnym, oddziałuje nie tylko na sferę poznawczą, lecz również na sferę normatywną i wolitywną, kształtując postawy, przekonania oraz gotowość jednostek i zbiorowości do podejmowania określonych działań. Tym samym wpływa ona na sposób interpretacji rzeczywistości społecznej i politycznej, wyznaczając ramy oceny zjawisk, legitymizując określone postawy oraz wzmacniając motywację do działania zgodnego z przyjętym systemem wartości. W konsekwencji obszar religijny stanowi ważny komponent środowiska informacyjnego, w którym operacje wpływu społecznego mogą być realizowane ze szczególną skutecznością, właśnie ze względu na jego bezpośredni związek z tożsamością zbiorową, systemem norm oraz wolą działania jednostek i społeczeństw. Oddziaływanie w tym obszarze umożliwia bowiem wpływanie na najbardziej fundamentalne elementy świadomości społecznej, co czyni go jednym z kluczowych i strategicznie istotnych obszarów prowadzenia współczesnych operacji informacyjnych, ukierunkowanych na kształtowanie percepcji, postaw oraz zachowań podmiotów indywidualnych i zbiorowych.

Obszar ekonomiczny

Kolejnym obszarem jest sfera ekonomiczna, stanowiąca istotny element środowiska informacyjnego. Ze względu na bezpośrednie uzależnienie procesów gospodarczych od przepływu informacji oraz reakcji podmiotów ekonomicznych na docierające do nich bodźce obszar ten należy uznać za szczególnie istotny. W tej sferze czynnikiem w znacznym stopniu determinującym zachowania rynków jest informacja, a w zasadzie reakcja na nią, zarówno w wymiarze globalnym, jak i lokalnym. Oznacza to, że informacja staje się nie tylko narzędziem opisu rzeczywistości gospodarczej, lecz również czynnikiem ją współkształtującym, wpływając na decyzje konsumentów, inwestorów, przedsiębiorstw oraz instytucji państwowych. Co za tym idzie wszystkich tych, którzy mogą stać się obiektami oddziaływania.

Znaczenie informacji w obszarze ekonomicznym wynika z faktu, iż współczesna gospodarka opiera się w dużej mierze na percepcji wartości, oczekiwaniach oraz zaufaniu społecznym. W konsekwencji operacje wpływu społecznego mogą oddziaływać na stabilność rynków, poziom konsumpcji, kierunki inwestycji czy postrzeganie określonych podmiotów gospodarczych. Mechanizm ten nie jest zjawiskiem nowym, gdyż wiedza o naturze człowieka, o jego potrzebach i sposobie myślenia przez wieki była udoskonalana, a współcześnie znajduje zastosowanie w marketingu, komunikacji strategicznej oraz zarządzaniu informacją gospodarczą.

W czasach nam współczesnych operacje wpływu w obszarze ekonomicznym koncentrują się nie tylko na promowaniu określonych produktów czy usług, lecz przede wszystkim na kształtowaniu potrzeb oraz postaw konsumpcyjnych

odbiorców. Tym samym głównym celem nie jest już samo sprzedawanie produktów, lecz budowanie nowej potrzeby, co oznacza, że oddziaływanie informacyjne zmierza do modelowania świadomości odbiorców i kreowania określonych wzorców zachowań ekonomicznych. Proces ten opiera się na tworzeniu powiązań pomiędzy produktem a wartościami symbolicznymi, aspiracjami społecznymi czy poczuciem tożsamości, w wyniku czego decyzje ekonomiczne przestają mieć wyłącznie charakter racjonalny, a zaczynają być silnie determinowane przez czynniki emocjonalne, poznawcze oraz społeczne.

Istotną rolę w tym procesie odgrywa strategiczne budowanie marki oraz jej pozycji rynkowej w oparciu o analizy prowadzone przez wyspecjalizowane podmioty, takie jak analitycy trendów (*trend spotters*) oraz tzw. *coolhunterzy*, których zadaniem jest identyfikowanie i prognozowanie kierunków zmian społecznych oraz kulturowych. Wyniki ich pracy wykorzystywane są do projektowania przekazów informacyjnych zdolnych do kształtowania świadomości nabywców oraz wpływania na ich preferencje i wybory konsumenckie. W wyniku czego zdobywanie przychylności odbiorców coraz częściej wiąże się z budowaniem pozytywnych konotacji społecznych poprzez działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, takie jak zaangażowanie w inicjatywy charytatywne, działalność proekologiczną czy wspieranie kultury. Działania te nie tylko wzmacniają wizerunek podmiotu gospodarczego, lecz również zwiększają poziom zaufania społecznego, co przekłada się na większą skuteczność oddziaływania ekonomicznego. W warunkach współczesnej gospodarki opartej na informacji kluczowe znaczenie zyskuje tempo oraz skuteczność oddziaływania informacyjnego. Jak trafnie zauważył DuWayne Peterson, odnosząc się do mechanizmów współczesnego marketingu, „pieniądze poruszają się z szybkością światła. Informacja musi poruszać się szybciej”²⁶. Oznacza to, że przewaga informacyjna staje się jednym z podstawowych czynników determinujących skuteczność oddziaływania w obszarze ekonomicznym, umożliwiając nie tylko kształtowanie zachowań konsumenckich, lecz również wpływanie na funkcjonowanie całych rynków oraz percepcję wartości ekonomicznej określonych podmiotów, produktów i usług.

Reklama stanowi jeden z podstawowych instrumentów operacji wpływu społecznego w obszarze ekonomicznym, gdyż oddziałuje nie tylko informacyjnie, lecz przede wszystkim poznawczo, emocjonalnie i wolitywnie. Choć może pełnić funkcję rozrywkową i informacyjną, jej zasadniczym celem jest wywoływanie określonych zmian postaw, opinii oraz zachowań odbiorców. W warunkach dynamicznego rozwoju mediów społecznościowych, umożliwiających komunikację na poziomie *one-to-one*, *one-to-many* oraz *many-to-many*, przekaz reklamowy zyskuje niespotykaną dotąd skalę i intensywność oddziaływania. Powszechność

²⁶ A. Tofler, H. Tofler, *Wojna i antywojna*, Wydawnictwa Literackie MUZA SA, Warszawa 1997, s. 91.

korzystania z sieci sprawia, że odbiorcy są nieustannie konfrontowani z napływem bodźców marketingowych, a skuteczność ich oddziaływania może wzrastać wraz z szybkością i zasięgiem dystrybucji przekazu.

Mechanizm wpływu reklamy opiera się na powtarzalności komunikatów, wizualizacji przekazu oraz wykorzystywaniu symboli, metafor i narracji osadzonych w istniejących filtrach rzeczywistości odbiorcy. Każdy powtarzany komunikat stopniowo utrwała określone skojarzenia, kształtuje pragnienia, a w konsekwencji wpływa na wolę działania jednostki. Wykorzystanie obrazu, koloru, ruchu i dźwięku nie jest przypadkowe – odpowiada psychofizycznym mechanizmom percepcji, w których kanał wizualny odgrywa dominującą rolę w odbiorze bodźców. Tym samym reklama nie tylko informuje o produkcie, lecz konstruuje jego znaczenie w świadomości odbiorcy.

Współczesny marketing coraz częściej wykorzystuje ustalenia neuropsychologii, koncentrując się na procesach zachodzących poza świadomą kontrolą jednostki. Badania wskazują, że zdecydowana większość procesów myślowych i emocjonalnych odbywa się poza poziomem świadomości, co umożliwia projektowanie przekazów oddziałujących na podświadome mechanizmy decyzyjne. Szczególne znaczenie ma tu *branding* sensoryczny, polegający na konsekwentnym łączeniu produktu z określonymi bodźcami wzrokowymi, dźwiękowymi, zapachowymi czy dotykowymi. Wielozmysłowe kodowanie marki prowadzi do utrwalania automatycznych reakcji skojarzeniowych, które – podobnie jak w klasycznych eksperymentach warunkowania – mogą wywoływać pożądaną reakcję konsumencką nawet bez racjonalnej analizy.

W efekcie reklama przestaje być wyłącznie elementem gospodarki rynkowej, a staje się narzędziem systemowego modelowania zachowań społecznych. Poprzez kształtowanie potrzeb, utrwalanie określonych wzorców konsumpcyjnych oraz wpływanie na percepcję wartości ekonomicznej wpisuje się ona w szerszy mechanizm operacji wpływu społecznego, oddziałując zarówno na decyzje jednostek, jak i na dynamikę całych rynków. Skuteczność tego oddziaływania została istotnie wzmocniona przez rozwój mediów społecznościowych oraz technologii cyfrowych, które stworzyły nowe, wysoce efektywne środowisko dystrybucji i wzmacniania przekazu informacyjnego. Media społecznościowe umożliwiają bowiem komunikację na trzech poziomach: jeden do jednego, jeden do wielu oraz wielu do wielu, co pozwala na jednoczesne oddziaływanie zarówno na pojedyncze jednostki, jak i całe grupy społeczne. W rezultacie możliwe staje się precyzyjne dostosowywanie przekazu do określonych grup odbiorców, zwiększając skuteczność oddziaływania informacyjnego oraz umożliwiając modelowanie postaw konsumenckich, preferencji ekonomicznych oraz zachowań inwestycyjnych. Tym samym środowisko cyfrowe nie tylko rozszerza zasięg oddziaływania reklamy, lecz przekształca ją w narzędzie strategicznego wpływu, zdolne do kształtowania pro-

cesów ekonomicznych w skali lokalnej i globalnej. Istotnym elementem operacji wpływu w obszarze ekonomicznym jest oddziaływanie na poziomie poznawczym i emocjonalnym odbiorców, ukierunkowane na kształtowanie sposobu postrzegania rzeczywistości gospodarczej oraz własnych potrzeb konsumpcyjnych. W tym kontekście przekazy reklamowe oraz komunikaty marketingowe nie ograniczają się do prezentowania obiektywnych cech produktów, lecz dążą do wizualizacji określonych znaczeń i skojarzeń, oddziałując na podświadomość odbiorcy oraz wpływając na jego wolę działania. Mechanizmy te wykorzystują powtarzalność przekazu, symbole, metafory oraz narracje, które stopniowo utrwalają określone schematy interpretacyjne, tworząc swoiste filtry rzeczywistości, poprzez które jednostka postrzega otaczający ją świat ekonomiczny.

Każda informacja odpowiednio często powtarzana i przedstawiana w różnych kontekstach stymuluje percepcję odbiorcy, wpływając na jego sposób interpretacji zjawisk, kształtując pragnienia, a w konsekwencji również wolę działania. Ważną rolę w tym procesie odgrywają historie, symbole i metafory, które nadają znaczenie przekazywanym treściom oraz pozwalają osadzać je w już istniejących strukturach poznawczych odbiorcy. W rezultacie jednostka podejmuje decyzje ekonomiczne nie wyłącznie w oparciu o racjonalną analizę, lecz poprzez pryzmat ukształtowanych wcześniej filtrów percepcyjnych, które determinują sposób oceny wartości produktów, usług oraz podmiotów gospodarczych.

Współczesne operacje wpływu ekonomicznego coraz częściej wykorzystują również dane behawioralne oraz algorytmy analityczne, umożliwiające przewidywanie i modelowanie zachowań użytkowników. Jak wskazano, dane użytkowników stanowią „surowiec” wykorzystywany do tworzenia modeli predykcyjnych, które pozwalają wpływać na przyszłe decyzje konsumenckie oraz społeczne. W konsekwencji obszar ekonomiczny staje się przestrzenią, w której operacje wpływu mogą być prowadzone w sposób systemowy, długotrwały i precyzyjnie ukierunkowany.

Jednocześnie należy podkreślić, że operacje wpływu w obszarze ekonomicznym mogą oddziaływać nie tylko na zachowania konsumentów, lecz również na funkcjonowanie rynków finansowych oraz stabilność systemów gospodarczych. Przykłady reakcji algorytmów giełdowych na fałszywe informacje wskazują, że odpowiednio spreparowany przekaz informacyjny może prowadzić do gwałtownych zmian wartości aktywów, destabilizacji rynków oraz strat finansowych na dużą skalę. Oznacza to, że informacja staje się narzędziem oddziaływania o wymiarze strategicznym, mogącym wpływać na bezpieczeństwo ekonomiczne państw.

W konsekwencji obszar ekonomiczny stanowi przestrzeń szczególnie podatną i istotną w prowadzeniu operacji wpływu społecznego, gdyż oddziaływanie na procesy gospodarcze umożliwia pośrednie kształtowanie postaw społecznych, decyzji politycznych oraz stabilności systemów państwowych. Kontrola nad przepływem

informacji ekonomicznej, kształtowanie percepcji wartości oraz modelowanie zachowań konsumenckich i inwestycyjnych pozwalają bowiem wpływać zarówno na poziom indywidualnych decyzji, jak i na funkcjonowanie całych systemów gospodarczych. Tym samym obszar ekonomiczny stanowi jeden z istotniejszych wymiarów współczesnych operacji informacyjnych, integrujący oddziaływanie w sferze poznawczej, emocjonalnej i wolitywnej społeczeństw. Współczesne operacje wpływu w obszarze ekonomicznym mają charakter systemowy i opierają się na działaniach interdyscyplinarnych zespołów specjalistów z zakresu psychologii, socjologii, ekonomii, kulturoznawstwa, komunikacji oraz technologii obrazu i dźwięku, których celem jest projektowanie przekazów zdolnych oddziaływać na najbardziej wrażliwe obszary ludzkiej percepcji. Tworzone komunikaty uwzględniają zarówno aspekty językowe i paralingwistyczne, jak i uwarunkowania kulturowe, ideologiczne oraz psychologiczne, a także model transmisji informacji, jej zasięg, czas oddziaływania oraz możliwe sposoby interpretacji przez odbiorców. W konsekwencji obszar ekonomiczny staje się przestrzenią szczególnie istotną dla prowadzenia operacji wpływu społecznego, ponieważ oddziaływanie na percepcję wartości, potrzeby oraz zachowania konsumenckie i inwestycyjne umożliwia pośrednie kształtowanie postaw społecznych, decyzji politycznych oraz stabilności systemów państwowych. Kontrola nad przepływem informacji ekonomicznej oraz zdolność do modelowania decyzji jednostek i zbiorowości sprawiają, że sfera gospodarcza stanowi jeden z kluczowych wymiarów współczesnych operacji informacyjnych, integrujących oddziaływanie na poziomie poznawczym, emocjonalnym i wolitywnym, a tym samym wpływających na funkcjonowanie zarówno jednostek, jak i całych systemów społeczno-ekonomicznych.

Konkluzje

Przeprowadzona analiza potwierdza, że współczesne środowisko informacyjne stanowi złożoną, wielowymiarową i nieustannie ewoluującą przestrzeń, w której informacja pełni funkcję nie tylko nośnika wiedzy, lecz przede wszystkim instrumentu oddziaływania, kształtowania percepcji oraz budowania przewagi strategicznej. Jego istotą nie jest wyłącznie infrastruktura technologiczna czy systemy komunikacyjne, lecz przede wszystkim człowiek – jego świadomość, system wartości, emocje oraz mechanizmy poznawcze. Walter Lippmann mawiał, że nie reagujemy na świat taki, jaki jest, lecz na obraz świata, jaki mamy w naszych głowach. Dalego też za sprawą nieustannego bombardowania nas pociskami informacyjnymi, dokonuje się zasadniczy efekt operacji wpływu społecznego, którego celem jest nie tylko zmiana opinii, lecz także trwałe modelowanie postaw i zachowań wpływających na naszą wolę, zarówno w stosunku do jednostek oraz całych grup docelowych.

Wielowymiarowość środowiska informacyjnego przejawia się w przenikaniu się różnorodnych obszarów funkcjonowania społeczeństwa. Każdy z tych obszarów stanowi autonomiczną, a zarazem wzajemnie powiązaną przestrzeń oddziaływania, w której możliwe staje się prowadzenie operacji wpływu ukierunkowanych na określone obiekty oddziaływania. Dlatego tak istotna jest umiejętność holistycznej analizy środowiska informacyjnego, w którym oddziaływania prowadzone w jednym obszarze mogą wywoływać konsekwencje w innych. Operacje wpływu społecznego nie funkcjonują bowiem w izolacji poszczególnych obszarów lub wymiarów, lecz stanowią element złożonych i skoordynowanych procesów, wykorzystujących równocześnie mechanizmy polityczne, kulturowe, ekonomiczne, religijne i militarne.

W efekcie wielowymiarowe środowisko informacyjne przekształca się w przestrzeń systemowego oddziaływania, w której granice pomiędzy komunikacją, perswazją, manipulacją a strategią bezpieczeństwa ulegają stopniowemu zatarciu.

Należy podkreślić, iż głównym czynnikiem determinującym prowadzenie operacji informacyjnych i ich intensyfikacji jest rozwój technologii cyfrowych oraz globalnych systemów komunikacyjnych. Umożliwia to prowadzenie operacji wpływu w sposób ciągły, precyzyjnie ukierunkowany i dostosowany do określonych grup odbiorców oraz w zasięgu niemalże nieograniczonym, znacząco zwiększając efektywność ich prowadzenia. Jak trafnie zauważył Marshall McLuhan, „kształtujemy nasze narzędzia, a potem one kształtują nas”,²⁷ co wskazuje, iż rozwój technologii komunikacyjnych nie tylko rozszerza możliwości oddziaływania informacyjnego, lecz również przekształca sposób funkcjonowania społeczeństw oraz mechanizmy sprawowania władzy. Manuel Castells podkreśla natomiast, że władza w społeczeństwie sieci polega na kontroli nad komunikacją²⁸. W konsekwencji środowisko informacyjne przestaje być jedynie przestrzenią komunikacji, a staje się pełnoprawnym obszarem rywalizacji, w którym kształtowane są warunki funkcjonowania społeczeństw, państw oraz całych systemów międzynarodowych.

Zrozumienie struktury, mechanizmów funkcjonowania oraz wzajemnych powiązań pomiędzy poszczególnymi obszarami środowiska informacyjnego stanowi zatem warunek konieczny dla właściwej analizy współczesnych operacji wpływu społecznego. Dopiero uwzględnienie ich wielowymiarowego charakteru pozwala na pełne uchwycenie powstających trendów, których celem jest kształtowanie sposobu postrzegania rzeczywistości przez jednostki i zbiorowości. W konsekwencji środowisko informacyjne jawi się jako przestrzeń o fundamentalnym znaczeniu

²⁷ M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004, s. 323.

²⁸ M. Castells, *Communication Power*, Oxford University Press, Oxford 2009, s. 3.

dla współczesnych procesów społecznych, politycznych i ekonomicznych, w której informacja staje się jednym z najważniejszych narzędzi wpływu i budowania przewagi. Analiza jego poszczególnych obszarów nie tylko pozwala lepiej zrozumieć mechanizmy prowadzenia operacji wpływu społecznego, lecz także stanowi podstawę do identyfikacji zagrożeń oraz budowania zdolności odpornościowych społeczeństw wobec współczesnych form oddziaływania informacyjnego. Trafnie ujmuje to Joseph Nye, wskazując, iż „najsukuteczniejszą formą władzy jest zdolność kształtowania preferencji innych”²⁹. Oznacza to, że rzeczywista przewaga we współczesnym środowisku informacyjnym wynika nie tylko z kontroli nad zasobami materialnymi, lecz przede wszystkim z możliwości oddziaływania na percepcję i procesy decyzyjne obiektów oddziaływania informacyjnego.

Bibliografia

References

- Aronson E., Wilson T. D., Akert R. M., *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Poznań 1997.
- Babik W., *Ekologia informacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2014.
- Castells M., *Communication Power*, Oxford University Press, Oxford 2009.
- Kissinger H., *Dyplomacja*, Wydawnictwo Bellona, Warszawa 2020.
- Maciuszek J., *Automatyzm i bezrefleksyjność w kontekście wpływu społecznego*, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2013.
- McLuhan M., *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.
- Nye J., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, New York 2004.
- Tofler A., Tofler H., *Wojna i antywojna*, Wydawnictwa Literackie MUZA SA, Warszawa 1997.
- Walkusz J., *Kościół w kręgu historii i polityki. Rys historyczny*, Wydawnictwo KUL, Lublin 2017.
- Wokół wpływu społecznego*, red. D. Doliński, J. Maciuszek, R. Polczyk, Kraków 2012.
- Геллер М., *Машина и винтики. Истияформирования жоветского человека*, London 1985.

Źródła internetowe:

- Babik W., *O niektórych zjawiskach towarzyszących odbiorowi informacji. Percepcja informacji w świetle ekologii informacji*, <https://ktime.up.krakow.pl/ref2008/babik.pdf>, s. 3–4, [dostęp: 12.02.2024].
- Darczewska J., Żochowski P., *Rusofobia w strategii Kremla. Broń masowego rażenia*, Punkt Widzenia nr 56, Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, Warszawa 2015.
- EDUCALINGO Słownik, *Infosfera*, <https://educalingo.com/pl/dic-ro/infosfera> [dostęp: 11.02.2024].
- Encyklopedia PWN, *Środowisko*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/srodowisko;3984314.html> [dostęp: 7.02.2024].

²⁹ J. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, New York 2004, s. 5–6.

- Koprowska J., <https://www.hbrp.pl/b/kod-kulturowy---ukryty-klucz-do-sukcesu/P1ByJxB4y> [dostęp: 9.02.2026].
- MijiiAueDBtA, <https://www.youtube.com/watch?v=MijiiAueDBtA> [dostęp: 15.06.2021].
- Ministerstwo Obrony Narodowej, *Operacje informacyjne: DD-3.10(A)*, Centrum Doktryn i Szkolenia Sił Zbrojnych, Bydgoszcz 2017.
- NATO IMS, *MC 0628 – NATO Military Policy on Strategic Communications*, Brussels 2016.
- Suchanek L., *Kultura masowa w Rosji i radziecki eksperyment antropologiczny*, rocznik Komisji Kultury Słowian PAU 2016, t. 12, s. 11.
- tvn24.pl, <https://tvn24.pl/swiat/deepfake-ktos-podszyl-sie-pod-leonida-wolkowa-wspolpracownika-aleksieja-nawalnego-5076773> [dostęp: 28.05.2021].
- Wiśnicki J., *Militarny wymiar operacji wpływu społecznego*, „Biuletyn ACKS” 2022, nr 1.
- Wiśnicki J., *Operacje wpływu społecznego w aspekcie zmian kulturowych w kontekście rosyjskich operacji psychologiczno-informacyjnych*, „Media i Społeczeństwo” 2023, nr 18.
- Wiśnicki J., *Operacje informacyjne a religia. Kształtowanie władzy i mobilizacja społeczna*, w: *Homo Religiosus. Wokół religii i religijności*, red. M. Michalski, J. Wiśnicki, Wydawnictwo Reverse, Toruń 2025.