

*Aneta Januszko-Szakiel*

## Deinformacja jako narzędzie medialnej manipulacji świadomością

### Streszczenie

W artykule omówiono w zarysie pojęcia informacji oraz komunikacji informacyjnej, a także wskazano na podstawowe przejawy manipulacji informacyjnych.

Przybliżono zagadnienie dezinformacji, z uwzględnieniem najczęściej stosowanych metod dezinformowania.

Ponadto w tekście przedstawiono zagadnienie brokeringu informacyjnego jako jednego z wielu możliwych ogniw w mechanizmie obronnym przeciw dezinformacji.

### Informacja i komunikowanie informacyjne

Omawiając występujące w mediach zjawisko dezinformacji, warto choćby najogólniej odnieść się do terminu informacji jako takiej oraz ustalić, jakie znamiona powinno mieć komunikowanie informacyjne. Otóż z przeglądu rozlicznych definicji tego pojęcia<sup>1</sup> wynika, że w zależności od dyscypliny, termin informacja jest definiowany rozmaicie. Na potrzeby niniejszej wypowiedzi przytoczone zostaną definicje, zgodnie z którymi informacja stanowi wiadomość, czyli wszelką treść mającą jakies znaczenie, zaczerpniętą ze świata wewnętrznego i zewnętrznego człowieka<sup>2</sup>. Jest ona czynnikiem zmniejszającym stopień niewiedzy, nieokreśloności<sup>3</sup>,

---

<sup>1</sup> K. Materska, *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*, Warszawa 2007, s. 23–26; M. Hetmański, *Społeczny charakter informacji*, [w:] *Społeczeństwo informatyczne. Szansa czy zagrożenie?*, red. B. Chyrowicz SSpS, Lublin 2003, s. 10–25; J. Ratajewski, *Informatologia – nauka o informacji*, Katowice 1992, s. 9–16; D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, red. nauk. T. Goban-Klas, Warszawa 2007, s. 209–211. Autor opisuje także zagadnienie informacji i przekazów informacyjnych, *ibidem*, s. 370–372.

<sup>2</sup> J. Ratajewski, *Informatologia – nauka o informacji*, *op. cit.*, s. 10.

<sup>3</sup> *Słownik terminologiczny informacji naukowej*, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk 1979, s. 53.

elementem wiedzy komunikowanym, przekazywanym komuś za pomocą języka lub innego kodu; stanowi komunikat, wskazówkę<sup>4</sup>. Informowanie natomiast służy powiadomieniu społeczeństwa lub określonych zbiorowości w sposób zobiektywizowany, systematyczny i konkretny, za pomocą środków masowego przekazu o bieżących lub prognozowanych wydarzeniach, mających istotne znaczenie polityczne, naukowe, gospodarcze, kulturalne itp. lub wzbudzających szczególnie zainteresowanie odbiorców<sup>5</sup>.

W procesie medialnego komunikowania informacyjnego najistotniejsze jest dokładne oddzielenie faktów od komentarzy, czyli informacji od opinii<sup>6</sup>. Za optymalny uchodzi komunikat informacyjny, którego celem jest przekazanie odbiorcy jedynie tego, co nadawca na określony temat wie, a nie, co czuje i sądzi, postuluje bądź oczekuje. Cechą charakterystyczną takich komunikatów jest nagromadzenie słów i zwrotów pełniących funkcje powiadamiania, oraz brak lub oszczędne występowanie przymiotników, przysłówków, imiesłówów przymiotnikowych, także rzeczowników o zabarwieniu uczuciowym oraz tych o konotacji aksjologicznej<sup>7</sup>. Podsumowując, w komunikowaniu informacyjnym chodzi zatem o obiektywizm przekazu<sup>8</sup>, umożliwiający odbiorcom samodzielną interpretację faktów i kreowanie indywidualnych poglądów.

Tymczasem upowszechnia się pogląd, że obecnie, w środkach masowego przekazu, informowanie w powyższym ujęciu należy do rzadkości i coraz częściej istota komunikacji w ogóle, także komunikacji informacyjnej sprowadza się do tego, by skłonić odbiorców komunikatów do zmiany poglądów, zachowań, a niekiedy nawet osobowości<sup>9</sup>. Przez odpowiedni dobór informacji, ich zniekształcenie oraz wszelkie inne możliwe zabiegi na informacji<sup>10</sup>, media uprawiają tak zwane komunikowanie perswazyjne i usiłują wpływać na stan społecznej świadomości<sup>11</sup>.

Przeglądu rozmaitych wypowiedzi na temat zniekształcenia informacji i informacyjnych manipulacji dokonał w swej publikacji M. Golka<sup>12</sup>. Najczęściej wymie-

<sup>4</sup> *Słownik współczesnego języka polskiego.*, Warszawa 1996, s. 322.

<sup>5</sup> *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. 1, Warszawa 2003, s. 1212.

<sup>6</sup> *Encyklopedia psychologii*, Warszawa 1998, s. 126.

<sup>7</sup> *Ibidem*.

<sup>8</sup> D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, *op. cit.*, s. 209–211, autor opisuje także zagadnienie informacji i przekazów informacyjnych, *ibidem*, s. 370–378.

<sup>9</sup> P. Znyk, *Od komunikacji do manipulacji. Mechanizmy wywierania wpływu*, Kežmarok 2008, s. 11.

<sup>10</sup> *Spoleczeństwo informatyczne. Szansa czy zagrożenie?*, red. B. Chyrowicz, Lublin 2003, *passim*.

<sup>11</sup> *Encyklopedia psychologii*, Warszawa 1998, s. 127.

<sup>12</sup> M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008, s. 116, 122–128.

niane formy to: selekcja informacji (tzw. manipulacja ilościowa<sup>13</sup>), w tym także przemilczenia, nadmiar informacji, powodujący chaos informacyjny, a właściwie dezinformacyjny, zalew informacji, fragmentaryzacja informacji, fałszywa interpretacja informacji, jawne przekłamanie, także niesystematyczność, krótkotrwałość (dezaktualizacja) informacji *etc.* Autorzy wypowiedzi podkreślają jednocześnie, że w wyniku powyższych działań na informacji następuje nakłanianie, zachęcanie do przyjęcia określonych idei, poglądów, standardów, edukowanie, sugerowanie. O manipulacji informacjami i o tym, jak informacja przeistacza się w dezinformację w interesujący sposób wypowiedział się Ryszard Kapuściński<sup>14</sup>: „jak najwięcej, jak najkrótszych wyrwanych z kontekstu, powierzchownych informacji. To zresztą – nowa forma dezinformacji – poprzez nadmiar, zalew, natłok, rozmigotanie”.

## Dezinformacja

W uniwersalnym ujęciu słownikowym dezinformacja jest definiowana jako nieprawdziwa, myląca informacja. Jest utożsamiana z procesem mylnego informowania, sytuacją, w której brakuje informacji rzetelnych<sup>15</sup>, także z przekazem treści zamierzonych<sup>16</sup>. Vladimir Volkoff – specjalista z zakresu dezinformacji i manipulacji świadomością<sup>17</sup> lokuje dezinformację między wprowadzaniem w błąd a wpływaniem. Przy czym wprowadzanie w błąd jest czynnością jednorazową, związaną z konkretnym zadaniem, może być prowadzone amatorsko, wykorzystuje najprzeróżniejsze środki i zmierza do wmówienia pewnych rzeczy określonym osobom. Natomiast dezinformacja obejmuje czynności podejmowane z zaangażowaniem poważnych środków, jest prowadzona w sposób systematyczny i fachowy, zawsze za pośrednictwem mass mediów i jest adresowana do opinii publicznej. Wpływanie z kolei przejawia się w działaniach pozornie niezorganizowanych, oportunistycznych, głównie ilościowych, a dezinformacja stawia sobie za cel realizację konsekwentnego programu, zmierzającego do zastąpienia w świadomości, a przede wszystkim w podświadomości mas będących przedmiotem tych działań, poglądów uznanych za niekorzystne dla dezinformatora takimi, które uważa on za korzystne dla siebie<sup>18</sup>.

<sup>13</sup> W. Chudy, *Spółeczeństwo informacyjne. Szanse i zagrożenia*, [w:] *Spółeczeństwo informatyczne...*, *op. cit.*, s. 84.

<sup>14</sup> R. Kapuściński, *Lapidarium VI*, Warszawa 2002, s. 48.

<sup>15</sup> *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. 1, Warszawa 2003, s. 601

<sup>16</sup> V. Bittman, *Dezinformacja: wspomnienia zawodowca*, [w:] V. Volkoff, *Dezinformacja: oręż wojny*, Warszawa 1990, s. 80.

<sup>17</sup> Vladimir Volkoff – francuski publicysta rosyjskiego pochodzenia, zasłynął jako specjalista od dezinformacji i manipulacji świadomością. Swe doświadczenia z tego zakresu opisał między innymi w cytowanej książce: *Dezinformacja: oręż wojny*.

<sup>18</sup> *Ibidem*, s. 5–17.

W swej publikacji V. Volkoff wymienia kilka podstawowych metod dezinformacji i są to<sup>19</sup>:

- Negacja faktów, nieprawda nie do stwierdzenia, czyli głoszenie oczywistej nieprawdy, jednak przy założeniu, że nie ma świadków i nie ma sposobu na to, aby ustalić prawdę;
- Odwrócenie faktów. Odwrócenie i negacja faktów to metody niezbyt często obecnie stosowane, gdyż dziś o wiele trudniej ukryć niektóre fakty przed opinią publiczną. Częściej za to spotykane są takie formy dezinformacji, jak:
- Mieszanie prawdy i kłamstwa – metoda stosowana w przypadku, gdy opinia publiczna jest już poinformowana o tym, co zaszło, lecz nie zna dokładnie wszystkich szczegółów;
- Modyfikacja motywu i okoliczności – metody polegające na zasugerowaniu takiego motywu i takich okoliczności działania, które są w stanie wywołać w opinii publicznej przekonanie o wyższości bądź słuszności sposobu myślenia, postępowania jednej ze stron;
- Rozmycie – polegające na tzw. „zalaniu” głównej informacji przez ogrom faktów nieistotnych dla danej sytuacji;
- Kamuflaż – polega na drobiazgowym opisaniu zaistniałej sytuacji po to, aby zakryć główną informację;
- Interpretacja – metoda stosowana w sytuacji, kiedy faktom nie da się zaprzeczyć, odwrócić ich, rozmyć lub zakamuflować; można je natomiast omówić, używając odpowiednich słów, które wywołują negatywne lub pozytywne skojarzenia opinii publicznej;
- Generalizacja – celem tej metody jest ukazanie, że pewien fakt jednostkowy nie jest zjawiskiem unikalnym, że występuje często i nie jest odstępstwem od normy;
- Ilustracja – metoda polegająca na użyciu faktu jednostkowego jako ilustracji pewnego szerszego zjawiska społecznego;
- Nierówna reprezentacja – metoda używana często w przypadku walki politycznej, kiedy to przeciwnikom „ucina” się wypowiedzi, streszcza się szerszy punkt widzenia w jednym zdaniu, przerywa w pół słowa;
- Równa reprezentacja – metoda stosowana zwykle w ostatniej fazie kampanii dezinformacyjnej, kiedy zdecydowana większość publiczności jest już przekonana do tez lansowanych przez dezinformatorów, wystarczy utrwalić powszechnie obowiązującą opinię i zamknąć temat. Wówczas dezinformator publikuje równą ilość argumentacji za i przeciw tezie. Przy czym argumenty służące osobie lub grupie, która ma zyskać na operacji dezinformacyjnej, są przedstawione w sposób o wiele bardziej przekonujący, poparte zdaniem ekspertów budzących

<sup>19</sup> V. Volkoff, *Ibidem*, s. 157–172; także: *Dezinformacja według Vladimira Vólkoffa*. Dokument w wersji on line: <http://www.abcnet.com.pl/?q=node/915> (dostęp: 16.01.2009).

zaufanie, natomiast argumenty przeciwników podane są nieciekawie i często wygłaszają je osoby mało wiarygodne.

Przedstawione dotychczas techniki stosowane w procesach manipulacji informacyjnych oraz dezinformacyjnych kampaniach, z całą pewnością nie pretendują do miana wykazu kompletnego, a stanowią raczej lapidarną reprezentację obszernych możliwości i sposobów profesjonalistów dezinformacji. Jednak nawet tak skrótowe ujęcie tematu uświadamia, na jakie „ryzyko” narażony jest potencjalny odbiorca komunikatów medialnych. Istotną kwestią jest przede wszystkim uświadamianie sobie, iż każdy może być adresatem tego typu zaplanowanych, celowych, rozmyślonych oddziaływań oraz że niezbędne jest uruchomienie krytycyzmu i wszelkich możliwych środków ochrony przed przejawami manipulacji.

## Mechanizm obronny

Z analizy literatury przedmiotu<sup>20</sup> wynika, że ten właśnie (wstępny) etap manipulacji informacyjnych, polegający na wprowadzeniu atmosfery informacyjnego chaosu bądź niedoboru informacji, dezinformowania opinii publicznej poprzez podawanie informacji rozmaicie spreparowanych, jest kluczowym momentem dla uruchomienia mechanizmu obronnego, przeciwdziałającego manipulacji. Jeśli w jednostce zadziała mechanizm obronny w postaci tzw. „wewnętrznej sterowności”, w wyniku dezinformacji zostanie ona co najwyżej wprowadzona w błąd, ale nie zmanipulowana. Mechanizm obronny należy postrzegać jako system złożony, którego zasadniczym elementem składowym jest wyposażenie jednostki, powstałe w wyniku działań środowisk wychowawczych i edukacyjnych, głównie rodziny i szkoły. Wartości, wiedza, doświadczenie wpojone człowiekowi w procesach wychowawczych i edukacyjnych mogą stanowić przeciwiało zwalczające siłę dezinformacji i manipulacji. Im szersza i bardziej dogłębna jest wiedza człowieka, tym łatwiej rozpoznaje on działania manipulacyjne stosowane w mediach. Rozpoznanie to ułatwia bez wątpienia ukształtowana świadomość medialna, a jednym z jej fundamentów powinna być – zdaniem Bronisława Siemienieckiego – edukacja medialna. Optymalnym przejawem ochrony jednostki przed manipulacją informacyjną wydaje się zatem jej samodzielność umysłowa, także świadomość, że istnieją możliwości weryfikacji informacyjnych przekazów medialnych, choćby przez inne, konkurencyjne media, źródła informacji. Oczywiście należy brać pod uwagę, że żadna weryfikacja treści nie oznacza sprawdzenia pewnego; informacje uchodzące za prostujące, antymanipulacyjne, też mogą być manipulacją, tyle że w interesie

<sup>20</sup> M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, op. cit., 2008, *passim*; V. Volkoff, *Dezinformacja oręż wojny*, op. cit., *passim*, *Manipulacja – media – edukacja*, red. B. Siemieniecki, Toruń 2007, *passim*; P. Znyk, *Od komunikacji do manipulacji. Mechanizmy wywierania wpływu*, op. cit., *passim*.

innych sił. Wracając jednak do wątku weryfikacji prawdziwości przekazów informacyjnych, ważne jest doświadczenie oraz sprawność interpretowania informacji, stanowiące ważny czynnik ich oceny. W zależności od rodzaju informacji oraz stopnia wyposażenia jednostki, weryfikacja ich wiarygodności może być procesem, w którym jednostka radzi sobie samodzielnie, czasem korzysta z pomocy rodzica, wychowawcy, nauczyciela. Niekiedy jednak wymagana jest pomoc specjalisty z zakresu informacji, np. brokera informacyjnego.

Autor niniejszego tekstu proponuje założenie, że w złożonym mechanizmie obronnym przed manipulacją informacyjną, którego niewątpliwie najistotniejsze elementy składowe to wartości wyniesione z domu i szkoły, jest również miejsce na pewną formę informacyjnego wsparcia, poradnictwa, w postaci usług infobrokerskich.

## Brokering informacyjny

W obliczu medialnej eksplozji strumienia informacji, a właściwie dezinformacji, selekcja komunikatów istotnych, pouczających, przydatnych, wiarygodnych i aktualnych, a przy tym obiektywnych, w odróżnieniu od tych, które mogą być narzędziem manipulacji, staje się dla przeciętnego człowieka coraz trudniejsze do wykonania. Okazuje się jednak, że nie tylko przeciętny człowiek w procesach decyzyjnych dotyczących spraw życia codziennego, ale również na przykład zarządcy wielkich korporacji, podejmujący kluczowe decyzje biznesowe, czują się bezradni w obliczu informacyjnego zalewu. Stąd też zrodziło się zapotrzebowanie na specjalistów potrafiących radzić sobie z nadmiarem, chaosem, zalewem informacyjnym oraz odróżnianiem między innymi informacji prawdziwych od sfabrykowanych. Powstał zatem zawód infobrokera, zwanego także brokerem informacji bądź dystrybutorem wiedzy. To grupa zawodowa, która wyrosła na szybko rozwijającym się rynku informacji elektronicznych i została określona przez europejskich specjalistów zawodem przyszłości<sup>21</sup>.

Zawód infobrokera bądź brokera informacji (z ang. *information broker, knowledge broker, ceberian, freelance librarian, researcher, data dealer*) wyodrębnił się ze środowiska bibliotekarzy i profesjonalistów zajmujących się informacją naukową, stając się lukratywnym przedsięwzięciem. Pojawił się w latach 60. ubiegłego stulecia w Stanach Zjednoczonych jako reakcja bibliotekarzy amerykańskich na ogromne wówczas zapotrzebowanie amerykańskich przedsiębiorców na informację biznesową, tj. informację o konkurencji, o rynkach zbytu, o nowych technologiach *etc.* Infobrokerzy mieli dostarczać biznesmenom informacji, wiedzy pertynentnej,

<sup>21</sup> M.H. Kamińska, *Stan infobrokerstwa w Polsce A.D. 2007*. Dokument w wersji on line: [http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=196&Itemid=49](http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=196&Itemid=49) (dostęp: 12.01.2009).

stanowiącej bazę dla podejmowania kluczowych decyzji. Infobroker stał się zatem pośrednikiem pomiędzy ogromnymi zasobami informacji, wiedzy, komunikatów pochodzących z różnych źródeł, a użytkownikami informacji. Broker informacyjny za opłatą zdobywa i ocenia informacje, także analizuje, opracowuje i udostępnia w formie odpowiadającej zapotrzebowaniom zleceniodawcy.

Najważniejszymi umiejętnościami infobrokera są interdyscyplinarna wiedza, biegła znajomość mediów, głównie Internetu, technik wyszukiwawczych, znajomość różnego rodzaju źródeł informacji w formie drukowanej i cyfrowej, systemów informacyjno-wyszukiwawczych, baz danych, a także umiejętność selekcji, analizy, weryfikacji i opracowania informacji. Ponadto istotna jest znajomość języków obcych, zdolności interpersonalne *etc.* Infobroker zapewnia, że informacja przez niego udzielona jest wysokiej jakości oraz relewantna w stosunku do zapytania, tym samym akredytuje ją, firmuje swoim nazwiskiem, podobnie jak notariusz, autor książki bądź broker giełdowy. Infobrokerzy prowadzą swoją działalność w zgodzie z kodeksem etyki infobrokerskiej, opracowanym przez Stowarzyszenie niezależnych Infobrokerów – The Association of Independent Information Professional (AIIP). Kodeks zawiera zasady profesjonalnego działania, tzw. *Code of Ethical Business Practiced*<sup>22</sup>.

Infobrokerstwo w Polsce jest we wczesnej fazie rozwoju, ale zainteresowanie tą profesją jest bardzo ożywione. Z raportu opublikowanego w styczniu 2008 r. wynika, że w naszym kraju jest zarejestrowanych około 60 firm infobrokerskich, ale jedynie 15 deklaruje przestrzeganie zasad kodeksu etyki infobrokerskiej.

Z uwagi na lawinowo rosnące zasoby informacyjne nieunikniona jest specjalizacja w obrębie infobrokerstwa. Nie sposób bowiem znaleźć i wiedzieć wszystko, także doradzać w każdej dziedzinie. Infobrokerstwo korzysta też z doradztwa specjalistów dziedzinowych. Specjaliści pełnią wówczas rolę konsultantów bądź recenzentów opracowań i raportów informacyjnych infobrokera, nie są źródłem informacji.

Odbiorcą usług infobrokerskich może być każda osoba, organizacja, firma, której zależy na podjęciu słusznej decyzji, sprawdzeniu wiarygodności komunikatu medialnego, potwierdzeniu jakości towaru oferowanego w reklamie telewizyjnej *etc.* Niekiedy podejmowane samodzielnie próby ustalenia, czy na przykład lansowana w mediach opinia na temat jakiegoś towaru, zjawiska, osoby, jest prawdą czy fałszem, udaje się bez problemu, jednak przy bardziej skomplikowanych potrzebach informacyjnych, bez znajomości specjalistycznych wyszukiwarek, naukowych, specjalistycznych baz danych, serwisów ekonomicznych, prawnych, medycznych, także bez znajomości kryteriów wyszukiwawczych bywa to bardzo trudne,

<sup>22</sup> Więcej informacji o stowarzyszeniu i zasadach jego działania znajduje się na stronie www The Association of Independent Information Professional (AIIP). <http://www.aiip.org/Default.aspx?pageId=99322> (dostęp: 12.01.2009).

a nawet skazane na niepowodzenie. Przy dodatkowym założeniu, że obecnie bardziej niż kiedykolwiek liczy się czas, i nie każdy ma go wystarczająco na samodzielne poszukiwanie, potwierdzanie, kojarzenie informacji, na samodzielne podjęcie decyzji, słuszniejsze może okazać się skorzystanie z usług infobrokerów<sup>23</sup>.

Konkludując: w odróżnieniu od informowania, nastawionego na przekaz treści, będących odzwierciedleniem obiektywnej prawdy, dezinformacja stanowi przekaz treści zamierzonych<sup>24</sup>. Media mogą doprowadzić do zmanipulowania opinii publicznej poprzez rozmaite zabiegi na informacji, najczęściej przez ich selekcję, nadmiarowość, interpretację, modyfikację, podawanie informacji nieprawdziwych, nieaktualnych *etc.* Stąd konieczne są wszelkie starania na rzecz ochrony przed informacyjną manipulacją medialną. Istotne jest zachowanie świadomości ewentualnych działań manipulacyjnych oraz niezależność w odbiorze przekazów medialnych. Rzetelna wiedza nabyta w szkole oraz wartości wyniesione ze środowiska rodzinnego powinny stanowić podstawę skutecznej samodzielnej obrony przed manipulacją. W bardziej skomplikowanych „dylematach informacyjnych” uzasadnione wydaje się wsparcie ze strony usługodawców zewnętrznych – brokerów informacyjnych.

---

<sup>23</sup> Na podstawie opracowania M.H. Kamińskiej, *Stan infobrokerstwa w Polsce A.D. 2007*. Dokument w wersji on line: [http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=196&Itemid=49](http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=196&Itemid=49) (dostęp: 12.01.2009).

<sup>24</sup> V. Bittman, *Dezinformacja: wspomnienia zawodowca*, [w:] V. Volkoff, *Dezinformacja oręż wojny*, *op. cit.*, s. 80.