

Eliza Kublik

ORCID: 0000-0002-8400-7984

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

Wydział Nauk Społecznych

NATO WOBEC ZAGROŻEŃ ŚRODOWISKA INFORMACYJNEGO

NATO IN THE FACE OF THREATS TO THE INFORMATION ENVIRONMENT

Streszczenie: Artykuł dotyczy pokazania i scharakteryzowania najpowszechniejszych zagrożeń środowiska informacyjnego. Autorka odniesie się do działalności NATO w tym obszarze oraz zaangażowania w inicjatywy, które wychodzą naprzeciw współczesnym zagrożeniom dla środowiska informacyjnego, w tym dezinformacji, propagandy, a w ujęciu szerszym – operacji wpływu realizowanej poprzez środowisko informacyjne. Wskaże także wysiłki w rozpoznaniu i przeciwdziałanie atakom informacyjnym.

Słowa kluczowe: NATO, środowisko informacyjne, walka informacyjna

Summary: The article concerns the presentation and characterization of the most common threats to the information environment. The authoress will refer to the activities of NATO in this area and the involvement in initiatives that meet contemporary threats to the information environment, including disinformation, propaganda, and in a broader sense - the operation of the impact implemented through the information environment. The authoress also indicates efforts to identify and counteract information attacks.

Keywords: NATO, information environment, information warfare

Wprowadzenie

Zagrożenia środowiska informacyjnego stanowią w dzisiejszych czasach poważne wyzwanie dla Sojuszu Północnoatlantyckiego. Stale rosnąca wartość i znaczenie informacji, stanowiącej czynnik przewagi, wiedzy oraz władzy poszczególnych podmiotów, niejednokrotnie decyduje o bezpieczeństwie. Współczesne środowisko informacyjne, charakteryzuje się bezustannym cyklem informacyjnym, wzrostem liczby portali społecznościowych, wzajemnym powiązaniem odbiorców na całym terytorium państw NATO oraz wysokim poziomem chaosu informacyjnego, w którym najpowszechniejszymi zagrożeniami są manipulacja, dezinformacja, inspiracja itd. Wywiera bezpośredni wpływ na postrzeganie działań organizacji przez kluczowych odbiorców, może mieć również bezpośredni wpływ na sukces operacji i prowadzonej polityki. NATO w celu przeciwstawiania się zagrożeniom musi wykorzystywać różne kanały, aby budować świadomość, zrozumienie i wsparcie dla działań organizacji. Jednym z nich było zbudowanie komunikacji strategicznej NATO. Znajomość polityki komunikacji NATO, a także zrozumienie potrzeby integracji funkcji i narzędzi komunikacyjnych z akcjami bezpośrednimi, są kwestiami kluczowymi. Hybrydowa wojna Rosji z Ukrainą i aneksja Krymu zmusiły NATO do zareagowania na nową rzeczywistość i postawienia szeregu pytań o aktualne podejście do zapewniania własnego bezpieczeństwa.

Celem artykułu jest wskazanie i scharakteryzowanie najpowszechniejszych zagrożeń środowiska informacyjnego oraz ukazanie reakcji Sojuszu w przeciwdziałaniu im poprzez działania NATO StratCom. Cel ten wynika z konieczności odpowiedzi na problem badawczy, który został sformułowany w formie pytania: W jaki sposób zagrożenia środowiska informacyjnego oddziałują na Sojusz i dlaczego NATO powinno podejmować działania w celu przeciwdziałania im w ramach działań NATO StratCom? Wstępne rozpoznanie sytuacji problemowej, przeprowadzone na podstawie analizy teorii, jak i będących w trakcie opracowywania wyników wstępnych badań pozwala na rozwiązanie wymienionego problemu badawczego w wyniku weryfikacji następującej hipotezy roboczej. Przypuszczam, że zagrożenia środowiska informacyjnego negatywnie oddziałują głównie na stronę wizerunkową Sojuszu oraz stanowią poważne wyzwanie z uwagi

na obecne warunki środowiska, natomiast NATO powinno podejmować działania w celu przeciwdziałania im w ramach działań NATO StratCom, ponieważ istotną kwestią jest budowa własnego oręża informacyjnego, zaufania do władz oraz prowadzenie przejrzystej polityki, aby ludzie wiedzieli, kto i co mówi, jak postępuje i dlaczego. Badania opierają się na metodzie analizy i krytyki piśmiennictwa oraz badania dokumentów.

Zagrożenia środowiska informacyjnego

Pierwsze znane definicje odnoszące się do środowiska informacyjnego pojawiły się na początku XXI wieku. Tyczyły się sfery technicznej, wyjaśniając, że „spersonalizowane środowisko informacyjne to zespół zintegrowanych zestawów narzędzi umożliwiających użytkownikom tworzenie ich własnych aranżacji dużych, zróżnicowanych przestrzeni informacyjnych, poprzez wysoce profilowany dostęp¹”. Można przy tym zauważyć, że badacze kierujący się takim pojmowaniem tego wyrażenia często rozdzielnie traktowali pojęcia „środowisko informacyjne: i „przestrzeń informacyjną”, co jest sprzeczne z intuicyjnym, synonimicznym rozumieniem tych wyrażeń.

Z kolei inna, autorstwa M.J. Romanycha, sformułowana w 2003 roku, traktuje to środowisko jako „zbiór osób, organizacji lub systemów, który gromadzi, przetwarza lub rozpowszechnia informację; obejmuje także samą informację²”. W tym rozumieniu to informacja pozostaje przedmiotem badań, zaś główny nacisk położony jest na realizowanie procesów informacyjnych. Natomiast otoczenie, w którym są one wypełniane oraz jego uczestnicy tworzą własne „środowisko informacyjne³”.

Szczegółowy model środowiska informacyjnego zaproponowany został przez Leah A. Lievrouw. Został zbudowany w kontekście badań dotyczących korzystania ze źródeł informacji, głównie medialnych, dotyczących życia politycznego i obywatelskiego przez użytkowników o różnych poziomach wykształcenia⁴. Autorka ujęła ten termin szeroko, obejmując nim nie tylko specjalistyczne serwisy i systemy, ale również całą sferę komunikacji ludzkiej. W swoim modelu środowiska informacyjnego wyodrębniła dwie podstawowe sfery: informacji instytucjonalnej i informacji indywidualnej (osobowej). Pierwsza odnosiła do podmiotów – wytwórców i nadawców – którymi były różnego rodzaju instytucje produkujące informacje filtrowane, kształtowane i rozpowszechniane przez podmioty medialne. Zapewniały one tzw. dostępność instytucjonalną informacji. Z kolei drugi rodzaj odnosił się do dostępności osobistej rozumianej jako świadomość i umiejętność odbiorcy rodzajów i kanałów informacji, ważnych, ciekawych i użytecznych dla pojedynczej jednostki. Dostępność osobista informacji uzależniona została od uwarunkowań osobistych (takich jak umiejętność czytania i pisanie, innowacyjność, inteligencja społeczna) i sytuacyjnych (lokalizacja, kultura, zaangażowanie w sieci społeczne, czas, możliwości lub ograniczenia ekonomiczne i techniczne)⁵.

Innymi badaczami, którzy podjęli prace nad tym terminem, byli J.W. Fritch i S.B. Mandernack. Wyróżnili oni zestaw cech charakterystycznych środowiska informacyjnego. Zaliczyli do nich:

- powszechność komputerów;
- dostępność zasobów internetowych z każdej podłączonej maszyny;
- różnorodność istniejących formatów informacji;
- możliwość publikowania informacji na każdy temat, dostępnej dla każdego w Internecie;
- efemeryczność witryn w stosunku do źródeł drukowanych;
- chaotyczność i ogrom (rozległość) zasobów internetowych, ich zróżnicowanie jakościowe,

¹ C. Jayawardana, K.P. Hewagamage, M. Hirakawa, *A personalized information environment for digital libraries*, "Information Technology and Libraries" 2001, nr 4(20), s. 186.

² M.J. Romanyoh, *Visualizing the information environment*, "Military Intelligence", 2003, nr 3, s. 5.

³ M. Kisilowska, *Przestrzeń informacyjna jako termin informatologiczny*, http://bbc.uw.edu.pl/Content/1848/z2011_2_03.pdf, data dostępu: 27.05.2019.

⁴ L.A. Lievrouw, *The information environment and universal service*, "The Information Society" 2000, nr 16, s. 155-159.

⁵ Ibidem.

- brak jednolitej, uniwersalnej klasyfikacji witryn internetowych;
- wiele różnych (niepodobnych do siebie) wyszukiwarek i metod dostępu do informacji;
- rozpowszechnienie komunikacji elektronicznej (mail, chaty, listy, biuletyny, newsgroups);
- dalszy rozwój mediów drukowanych⁶.

Prace nad powyższymi cechami trwały na przełomie lat 90. XX wieku i 2000 roku. Opierały się w głównej mierze na ogólnikowych wyrażeniach takich jak „powszechność komputerów i dostępu do Internetu”. Zwracają uwagę na wyzwania i zagrożenia, które nie wiążą się z samym środowiskiem informacyjnym, ale z powszechną dostępnością Internetu⁷.

Współcześnie pojęcie środowiska informacyjnego rozumiane jest jako „wirtualna i fizyczna przestrzeń, w której odbierane, przetwarzane i przekazywane są informacje. Składa się ono z aktywnych uczestników, sieci, danych, informacji i systemów informacyjnych. To środowisko, w którym tworzone są opinie i podejmowane są decyzje. Pożądana odbiorcy przekazów funkcjonują w hałaśliwym środowisku informacyjnym pełnym konkurujących ze sobą przekazów i alternatywnych głosów”⁸.

Środowisko informacyjne ulega szybkim i znacznym przeobrażeniom. Stanowi otoczenie zarówno pojedynczych osób, grup społecznych, organizacji, jak i instytucji. Wiele zmian rozpoczęło się już ponad pół wieku temu, natomiast sporo czynników tych zmian pojawiło się w ostatnich latach. Zalicza się do nich m.in.:

- szybko zmieniające się technologie;
- cyfrową informację i kulturę, czyli szeroki dostęp do zasobów informacyjnych i kulturalnych na nośnikach elektronicznych;
- e-edukację;
- pojawienie się zjawiska zwanego Web 2.0⁹.

Charakteryzuje się skomplikowaną, nieuporządkowaną i niejednorodną strukturą. Nacechowane jest wieloma elementami, takimi jak: nadmiar informacji, informacja nieustrukturyzowana, problematyczna wartość informacji czy niskie kompetencje informacyjne uczestników¹⁰. Wszystkie te wyróżnione elementy bezapelacyjnie stanowią poważne wyzwania dla wskazanego środowiska oraz mogą przekształcić się w zagrożenia.

Aktualnie coraz więcej mówi się o zagrożeniach środowiska informacyjnego, przestrzeni informacyjnej czy bezpieczeństwa informacyjnego. Typowe zagrożenia informacyjne, z którymi dość powszechnie mamy do czynienia to: głównie intencjonalna selekcja przekazywanych informacji, inspiracja, dezinformacja czy manipulacja¹¹. Powagę tego rodzaju działań podkreślono m.in. w deklaracji szczytu NATO w Brukseli. Informacja dziś stanowi strategiczny zasób, traktowana jest zarówno jako broń, jaki i cel ataku. Jednak jak podkreśla W. Babik to nie informacje same w sobie stanowią zagrożenie, lecz nierozsądny i nieodpowiedzialny ich wybór oraz ich używanie i wykorzystywanie¹².

⁶ J.W. Fritch, S.B. Mandernack, *The emerging reference paradigm: A vision of reference services in a complex information environment*, „Library Trends”, 2001, nr 2(50), s. 286-305.

⁷ Ibidem.

⁸ *Trident Juncture oraz środowisko informacyjne*, <https://www.nato.int/docu/review/2018/Also-in-2018/trident-juncture-and-the-information-environment/PL/index.htm>, data dostępu: 27.05.2018.

⁹ Zjawisko Web 2.0 – określenie serwisów internetowych, w których podstawową rolę odgrywa treść generowana przez użytkowników tych serwisów. Jest to określenie nowego charakteru serwisów WWW, zgodnie, z którym treść jest tworzona przez całą społeczność, następuje łączenie niezależnych usług w ramach jednego serwisu, kładzie się nacisk na łatwość użytkownika i pozytywne wrażenie użytkownika. Filozofia Web 2.0 miała wpływ na rozwój serwisów społecznościowych, wielu aplikacji internetowych czy blogosfery. Termin został spopularyzowany dzięki przedsiębiorstwu O'Reilly Media.

¹⁰ J.W. Fritch, S.B. Mandernack, *The emerging...*, op. cit.

¹¹ K. Derlatka, *Potęga informacji*, „Interdyscyplinarne Studia Społeczne” 2016, nr 1(1), s. 29. Zobacz także: *Doktryna bezpieczeństwa informacyjnego RP*, Projekt z dnia 24 lipca 2015, Biuro Bezpieczeństwa Narodowego, https://www.bbn.gov.pl/ftp/dok/01/Projekt_Doktryny_Bezpieczenstwa_In-formacyjnego_RP.pdf, data dostępu: 27.05.2019.

¹² W. Furmanek, *Zagrożenia wynikające z rozwoju technologii informacyjnych*, <https://docplayer.pl/13978774-Waldemar-furmanek-zagrozenia-wynikajace-z-rozwoju-technologiei-informacyjnych-risks-arising-from-the-development-of-information-technology.html>, data dostępu: 29.05.2019.

Intencjonalną selekcję informacji cechuje akt, stan lub zachowanie zamierzone świadomie. Proces selekcji nagminnie wykorzystywany jest przez media. Inną nazwą jest gatekeeping. Po raz pierwszy hasło to użyte zostało przez Davida Manninga White. W jego koncepcji, przy selekcji oraz przekazywaniu informacji, dziennikarz nie kieruje się jedynie zasadą obiektywizmu, lecz także swoimi doświadczeniami oraz subiektywnym gustem¹³. Zaliczany jest do rodzajów medialnych manipulacji. Nadmiar informacji zauważalny w dzisiejszych czasach ułatwia sprawne manipulowanie wiadomościami. Odbiorca treści, nie będąc przygotowanym do radzenia sobie z nadmiarowością danych, informacji i komunikatów, nie potrafiąc oceniać ich wiarygodności i jakości, nie wiedząc, z jakich źródeł informacji korzystać i jak je selekcjonować, nie radząc sobie z ich przetwarzaniem, popada w stan permanentnego stresu informacyjnego¹⁴. Sytuacja ta umożliwia decydom informacji sterowanie ich adresatami. Odpowiednio wyselekcjonowana informacja podana w otoczeniu przeciążenia informacyjnego może być rozpatrywana w kategoriach manipulowania człowiekiem, jego świadomością, zachowaniami i postawami. Często władza oraz instytucje państwowe za pośrednictwem mediów, które kontrolują, podają lub ukrywają wyselekcjonowane informacje tak, by odnieść określone korzyści. Również odpowiednio dobrana narracja służy relatywizacji faktów, nauki, wartości, ale i odwracania sensu pojęć, manipulacji czy oddziaływania emocjonalnego¹⁵. Generuje to jeszcze większy chaos informacyjny i wpływa na postrzeganie świata u wielu odbiorców informacji.

Działania oparte na propagandzie są „ukierunkowane na wpływanie na poglądy, nastroje, działania, postawy i zwyczaje z wykorzystaniem środków masowego przekazu, zestawu twierdzeń, nauki lub innych zasobów. Uwzględniają one świadome wykorzystanie manipulacji i kłamstwa, w tym za pomocą elementów graficznych lub audiowizualnych. Celem jest przekonanie do czegoś (działań, polityki, podmiotu, ideologii, zasadności lub słuszności) lub wręcz przeciwnie – wywołanie negatywnych emocji i skojarzeń¹⁶”. Prowadzenie kampanii propagandowych, to również narzędzia umożliwiające bardziej precyzyjne adresowanie działań do wybranych grup i jednostek. Mogą ją prowadzić podmioty rządowe, pozarządowe i prywatne. Propaganda coraz częściej znajduje zastosowanie w komunikacji politycznej. Może być zarządzana, organizowana, zlecana na poziomie państwowym, partyjnym, lokalnym czy międzynarodowym¹⁷.

Z kolei dezinformacja to w największym skrócie proces polegający na „celowym, błędnym informowaniu”¹⁸. Jest bezpośrednio związana z przekazywaniem informacji, a w szerszej perspektywie z komunikacją. Aktualnie następuje cyfryzacja narzędzi dezinformacji. Postęp technologiczny, większy dostęp do Internetu, telewizji czy innych środków masowego przekazu pozwala na powiększanie grupy potencjalnych odbiorców tzw. błędnych informacji. Modelowanie przekazu będącego elementem operacji wpływu, przy wykorzystaniu dezinformacji wymaga uwzględnienia próby identyfikacji celu długookresowego aktora inicjującego działanie.

Szczególnym rodzajem dezinformacji jest dezinformacja wojskowa, rozumiana jest jako „zamierzone przekazywanie [...] przygotowanych (fałszywych) informacji, pogłosek, specjalnie opracowanych dokumentów oraz demonstrowanie działań wojsk, których celem jest wprowadzenie w błąd przeciwnika w odniesieniu do prawdziwych zamierzeń, planów i przedsięwzięć o znaczeniu militarnym”¹⁹. Stanowi ważny czynnik w uzyskaniu elementu zaskoczenia przeciwnika, warunkując osiągnięcie powodzenia prowadzonej operacji. Istotnym elementem dezinformacji i propagandy jest dywersja. W okresie „zimnej wojny” stanowiła podstawowy rodzaj broni. W przypadku niemożności prowadzenia działań konwencjonalnych, zgodnie

¹³ E. Maigret, *Socjologia komunikacji i mediów*, Warszawa 2012, s. 255.

¹⁴ H. Batorowska, R. Klepka, O. Wasiuta, *Media jako instrument wpływu informacyjnego i manipulacji społeczeństwem*, Kraków 2019, s. 27.

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ A. Lelonek, *Mały słownik bezpieczeństwa informacyjnego, cz. 1*, <https://www.cyberdefence24.pl/maly-sloownik-bezpieczenstwa-informacyjnego-cz-1>, data dostępu: 28.05.2019.

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ A. Markowski, *Wielki słownik poprawnej polszczyzny*, Warszawa 2004, s. 172.

¹⁹ M. Wrzosek, *Dezinformacja - skuteczny element walki informacyjnej*, „Zeszyty Naukowe AON” 2012, nr 2(87), s. 23.

z założeniami dywersyjnymi, pozwalają one zainicjować proces osłabiania władzy przy użyciu dobrze wyszkolonych dywersantów²⁰.

Deinformacja i propaganda są istotnymi elementami tzw. wojen hybrydowych. Tego rodzaju działania stanowią poważne zagrożenie dla współczesnego bezpieczeństwa. Potencjalny przeciwnik może dążyć do zakłócenia funkcjonowania państwa, organizacji czy instytucji, stosując dezinformację i rozpowszechniając niekorzystną propagandę. Są one środkiem do osiągnięcia określonego, z reguły długofalowego, celu politycznego lub wojskowego²¹. Zakłócenie percepcji czy oceny, wpływanie na emocje, działania czy zachowania ukierunkowanych na krajowych/międzynarodowych liderów opinii, inne podmioty lub środowiska na poziomie kraju, regionu lub szerzej są wrogimi działaniami, naruszającymi bezpieczeństwo przestrzeni informacyjnej²². Dezinformacji najczęściej używają służby specjalne i wojsko jako metody osiągnięcia celów operacyjnych. Ale niestety jest ona także narzędziem walki w rękach polityków, grup wpływu i mediów.

Polem bitwy informacyjnej w dzisiejszych czasach jest Internet. Według doniesień z raportu z 2017 roku organizacji Freedom House media społecznościowe coraz częściej służą rządóm w wielu krajach za narzędzie do manipulowania procesami demokratycznymi i społeczeństwem. W siłę rośnie też dezinformacja. Manipulacja w mediach społecznościowych i dezinformacja odegrały ważną rolę w wyborach w 18 krajach, w tym w Stanach Zjednoczonych²³. Uwagę zwracają metody manipulacji, do których wykorzystywana jest automatyzacja kont w mediach społecznościowych, które służą w głównej mierze do rozprzestrzeniania sfabrykowanych, nieprawdziwych informacji, których celem jest zwiększanie podziałów w społeczeństwie. Automatyczne boty wykorzystywane są m.in.: do spamowania, szerzenia nienawiści oraz dyskredytowania oponentów. Inną kwestię stanowi wywieranie wpływu za pomocą tzw. osób kształtujących opinie działających na zlecenie państw, które służą przede wszystkim do powielania twierdzeń zgodnych z agendą rządową. Niepokojącym zjawiskiem są również interakcje trollingu i internetowych algorytmów. Problem internetowych zagrożeń jest trudny do zbadania, a pytania dotyczące zjawiska stają się coraz bardziej aktualne.

Polityka NATO w Zakresie Komunikacji Strategicznej

Sojusz Północnoatlantycki dostrzega powagę i znaczenie wyzwań i zagrożeń o charakterze informacyjnym dla utrzymania bezpieczeństwa regionu. Przeciwdziałanie zagrożenióm w ramach NATO obejmuje kilka obszarów działalności. Poza adaptacją w dziedzinie obrony kolektywnej, istotne są także działania sektorowe podejmowane w specyficznych dla zagrożeń hybrydowych dziedzinach, m.in. w cyberprzestrzeni i środowisku informacyjnym. NATO już w 2009 roku dostrzegło konieczność odpowiedniego funkcjonowania w tym środowisku. Przywódcy stwierdzili wówczas, że „komunikacja strategiczna stanowi integralną część wysiłków na rzecz osiągnięcia politycznych i militarnych celów Sojuszu”²⁴. Zauważyli pewne zależności dotyczące środowiska informacyjnego, które charakteryzują się bezustannym cyklem informacyjnym, wzrostem liczby portali społecznościowych oraz wzajemnym powiązaniem odbiorców, bezpośrednio wpływających na to, jak działania NATO postrzegane są przez kluczowych odbiorców. Dostrzegli potrzebę wykorzystywania przez Sojusz różnych kanałów, w tym tradycyjnych mediów, mediów internetowych i opinii publicznej w celu budowania świadomości oraz wsparcia dla własnych decyzji i operacji. Wymagało

²⁰ T. Kacała, *Deinformacja i propaganda w kontekście zagrożeń dla bezpieczeństwa państwa*, <https://marszalek.com.pl/przegladprawakonstytucyjnego/ppk24/03.pdf>, data dostępu: 28.05.2019.

²¹ Ibidem.

²² A. Lelonek, *Mały słownik...*, op. cit.

²³ *Media społecznościowe coraz częściej narzędziem do manipulacji przez rządy*, <https://www.cyberdefence24.pl/media-spo-lecznościowe-coraz-częściej-narzędziem-do-manipulacji-przez-rządy>, data dostępu: 30.05.2019.

²⁴ M. Laity, *NATO and Strategic Communication*, http://www.jwc.nato.int/images/stories/threeswords/NATO_STRATCOM_2018.pdf, data dostępu: 30.05.2019.

to podejścia instytucjonalnego, koordynacji wysiłków z państwami NATO i właściwymi podmiotami oraz spójności z uzgodnionymi politykami, procedurami i zasadami NATO.

Powstała wówczas Polityka NATO w Zakresie Komunikacji Strategicznej (w skrócie StratCom)²⁵. Według treści dostępnych dokumentów natowskich, uznając potrzebę rozwoju i komunikacji, integralną rolę StratCom są wysiłki na rzecz osiągnięcia politycznych i wojskowych celów Sojuszu. Wprowadzenie jej miało wspomóc organizację m.in. w:

- zwiększeniu spójności swoich mechanizmów komunikacyjnych, zarówno cywilnych, jak i wojskowych;
- lepszej komunikacji z kluczowymi odbiorcami, tj. międzynarodowymi aktorami i organizacjami;
- wykorzystywaniu w możliwie najlepszy sposób własnych zasobów;
- ulepszeniu komunikacji wewnętrznej Sojuszu²⁶.

Celem StratCom jest ułatwienie koordynacji funkcji komunikacyjnych na wszystkich płaszczyznach, między pokrewnymi dyscyplinami oraz zsynchronizowanie ich z operacjami manewrowymi, aby zapewnić jasne, wiarygodne i terminowe przesyłanie wiadomości oraz działania powiązane z narracją NATO²⁷. Jej zadaniem jest także nadzór i ułatwienie interakcji i wzajemnej świadomości wśród różnych funkcji komunikacyjnych. Właściwa ich integracja powinna zostać wdrożona na wszystkich poziomach polityki, planowania i wykonywania, aby opracowywać produkty komunikacyjne w trakcie prowadzonych operacji.

Komunikacja strategiczna to z kolei skoordynowane i właściwe wykorzystanie działań i zdolności komunikacyjnych NATO w celu wsparcia polityki, operacji i działań Sojuszu oraz przyspieszenia osiągnięcia celów²⁸. Ma na celu przyczynić się do korzystnej realizacji operacji, misji i działań NATO poprzez włączenie planowania komunikacji strategicznej do wszystkich planów operacyjnych i planowania polityki. Dodatkowo powinna budować, w ścisłej i trwałej koordynacji z państwami NATO, świadomość społeczną dotyczącą działalności Sojuszu oraz przyczynić się do ogólnego zrozumienia dokonań NATO w ramach szerokiego i ciągłego wysiłku dyplomacji publicznej. Te działania i możliwości to²⁹:

- dyplomacja publiczna: cywilna komunikacja NATO i wysiłki na rzecz zwiększenia odpowiedzialności za promowanie świadomości i budowanie zrozumienia i poparcia dla polityki, operacji i działań NATO, w uzupełnieniu krajowych wysiłków Sojuszników;
- sprawy publiczne: cywilne zaangażowanie NATO za pośrednictwem mediów w celu informowania opinii publicznej o polityce, operacjach i działaniach NATO w sposób terminowy, dokładny, elastyczny i proaktywny;
- wojskowe sprawy publiczne: promowanie wojskowych celów i zadań NATO dla odbiorców w celu zwiększenia świadomości i zrozumienia wojskowych aspektów Sojuszu;
- operacje informacyjne: doradztwo wojskowe NATO i koordynacja wojskowych działań informacyjnych w celu uzyskania pożądanego wpływu na wolę, zrozumienie i możliwości przeciwników i innych stron w celu wsparcia operacji, misji i celów Sojuszu;
- operacje psychologiczne: zaplanowane działania psychologiczne z wykorzystaniem metod komunikacji i innych środków skierowanych do zatwierdzonych odbiorców w celu wpłynięcia na postrzeganie, postawy i zachowania, oddziałujące na osiągnięcie celów politycznych i wojskowych.

Ograniczenie tylko do pięciu powyższych punktów spowodowało, że w odbiorze za komunikację strategiczną odpowiedzialność ponosiły wyłącznie tylko te elementy. Widząc dynamicznie zmieniające się środowisko informacyjne oraz potrzebę zaangażowania innych podmiotów w proces komunikacji

²⁵ Ang. NATO Strategic Communication Policy.

²⁶ *NATO Strategic Communications Handbook*, s. 11, <https://www.lymec.eu/wp-content/uploads/2017/09/TT-140221-NATO-STRATEGIC-COMMUNICATIONS-HANDBOOK-DRAFT-FOR-USE-2015-BI.pdf>, data dostępu: 30.05.2019.

²⁷ Ibidem.

²⁸ *NATO Strategic Communications Policy*, s. 2, <https://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>, data dostępu: 30.05.2019.

²⁹ Ibidem, s. 2-3.

strategicznej, Sojusz przystąpił także do prac nad wojskową polityką komunikacji strategicznej. Wynikało to również z zagrożeń pochodzących z modelu wojny hybrydowej.

Według dokumentu NATO Strategic Communications Policy przekazywane komunikaty powinny charakteryzować się³⁰:

- spójnością wiadomości na wszystkich poziomach dowodzenia;
- aktywnym zaangażowaniem w środowisko informacyjne, dotyczy to m.in. mediów społecznościowych, z naciskiem na szybkość reakcji, zgodnie z ustalonymi wytycznymi;
- skutecznością, gdyż komunikaty muszą być jasno określone, zmierzone i zweryfikowane;
- wielością wysiłków, maksymalnym zasięgiem, zaangażowaniem wszystkich zdolności komunikacyjnych NATO i wszystkich dostępnych platform komunikacyjnych w celu wzmocnienia rozpowszechniania spójnych komunikatów;
- obserwacją opinii publicznej i dostosowywaniem komunikatów w razie potrzeby.

NATO w komunikacji z otoczeniem aktywnie korzysta także z Internetu i mediów społecznościowych, poprzez czynny udział cywilnych i wojskowych pracowników. Aktywność ta obejmuje: dyskusje na temat bezpieczeństwa oraz ogólnej polityki prowadzonej przez Sojusz, przedstawienie pracy personelu z zachowaniem zasad bezpieczeństwa, a także relacjonowanie działań NATO nawet na obszarach operacji wojskowych. Dokonywane jest to bez łamania zasad i praw krajów członkowskich oraz bez ujawniania informacji niejawnych³¹. Do informowania służą np. oficjalny profil NATO czy profil i strona internetowa NATO Strategic Communications Centre of Excellence³². Oficjalne konto organizacji służy do informowania o bieżących wydarzeniach, w tym o prowadzonych działaniach, ćwiczeniach i operacjach Sojuszu. Wpisy mają często charakter wyłącznie informacyjny, są zapowiedzią jakiegoś wydarzenia, albo relacją z odbywających się właśnie spotkań lub manewrów.

Profil NATO Strategic Communications Centre of Excellence jest oficjalnym kontem powstałej w 2014 roku wielonarodowej i akredytowanej przez NATO międzynarodowej organizacji wojskowej, która nie jest częścią struktury dowodzenia ani nie podlega żadnym innym jednostkom NATO. Memorandum o porozumieniu w sprawie utworzenia COE StratCom podpisało 7 państw: Estonia, Niemcy, Włochy, Łotwa, Litwa, Polska i Wielka Brytania³³. Holandia, Finlandia, Szwecja i Kanada dołączyły w późniejszym etapie. Ponadto Francja i Słowacja finalizują swoje procedury łączenia. Centrum przyczynia się do poprawy zdolności komunikacji strategicznej w ramach Sojuszu i państw sprzymierzonych. Misją jest zapewnienie istotnego wkładu w strategiczne zdolności komunikacyjne organizacji, sojuszników i partnerów NATO. Siła Centrum budowana jest przez wielonarodowych i międzysektorowych uczestników z sektorów cywilnego i wojskowego, prywatnego i akademickiego oraz wykorzystanie nowoczesnych technologii, wirtualnych narzędzi do analiz, badań i podejmowania decyzji³⁴.

Podsumowanie

W obecnym środowisku informacyjnym sprawna i efektywna komunikacja z otoczeniem stanowi dla Sojuszu wyzwanie. Ważną kwestią dla NATO jest konieczność budowania prestiżu i wiarygodności organizacji oraz zdobycie zaufania wśród grup krytycznie nastawionych wobec funkcjonowania Sojuszu. Działania manipulacyjne i dezinformujące płynące ze środowiska informacyjnego mogą wpływać negatywnie na odbiór działań i polityki. Istotną część stanowi także dotarcie ze swoim przekazem do odbiorców z krajów niebędących w NATO, głównie z Federacji Rosyjskiej. Jest to kluczowe z uwagi na dużą aktywność tego państwa w międzynarodowej przestrzeni informacyjnej oraz działania wymierzone w Sojusz. Agresja informacyjna

³⁰ Ibidem, s. 3-4.

³¹ K. Derlatka, *Potęga informacji...*, op. cit., s. 32.

³² W Polsce obowiązuje także nazwa Centrum Eksperckie Komunikacji Strategicznej NATO.

³³ *About us*, <https://www.stratcomcoe.org/about-us>, data dostępu: 30.05.2019.

³⁴ Ibidem.

Rosji skierowana przeciwko krajom Zachodu to zagrożenie nowego typu, określane mianem hybrydowego, które może być postrzegane w kategoriach nowoczesnej wojny informacyjnej. Sprawą nadrzędną w ramach Sojuszu jest wiarygodność informacji i wzajemne zaufanie. Zmieniające się środowisko informacyjne wymusza kolektywny wysiłek wszystkich elementów biorących udział w procesie komunikacji strategicznej oraz nieustanne dostosowywanie wymogów do nowego pola walki, jakim jest cyberprzestrzeń, w którym terminowość podejmowanych działań odgrywa niezwykle istotną rolę. Przed NATO stoi konieczność dalszego udoskonalania i pracy nad komunikacją strategiczną i działaniami w cyberprzestrzeni. W obliczu obecnych agresywnych kampanii propagandowych ze wschodu i południa definicja komunikacji strategicznej NATO z 2009 r. wygląda na „przestarzałą”.

Bibliografia

About us, <https://www.stratcomcoe.org/about-us>.

Batorowska H., Klepka R., Wasiuta O., *Media jako instrument wpływu informacyjnego i manipulacji społeczeństwem*, Kraków 2019.

Derlatka K., *Potęga informacji*, „Interdyscyplinarne Studia Społeczne”, 2016, nr 1(1).

Fritch J.W., Mandernack S.B., *The emerging reference paradigm: A vision of reference services in a complex information environment*, „Library Trends”, 2001, nr 2 (50).

Furmanek W., *Zagrożenia wynikające z rozwoju technologii informacyjnych*, <https://docplayer.pl/13978774-Waldemar-furmanek-zagrozenia-wynikajace-z-rozwoju-technologii-informacyjnych-risks-arising-from-the-development-of-information-technology.html>.

Jayawardana C., Hewagamage K.P., Hirakawa M., *A personalized information environment for digital libraries*, „Information Technology and Libraries”, 2001, nr 4(20).

Kacała T., *Dezinformacja i propaganda w kontekście zagrożeń dla bezpieczeństwa państwa*, <https://marszalek.com.pl/przegladprawakonstytucyjnego/ppk24/03.pdf>.

Kisilowska M., *Przestrzeń informacyjna jako termin informatologiczny*, http://bbc.uw.edu.pl/Content/1848/z2011_2_03.pdf.

Kryszk D., *Walka informacyjna a public relations*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, 2017, nr 313 /.

Laity M., *NATO and Strategic Communication*, http://www.jwc.nato.int/images/stories/threeswords/NATO_STRATCOM_2018.pdf.

Lelonek A., *Mały słownik bezpieczeństwa informacyjnego, cz. 1*, <https://www.cyberdefence24.pl/maly-slownik-bezpieczenstwa-informacyjnego-cz-1>.

Lievrouw L.A., *The information environment and universal service*, „The Information Society” 2000, nr 16.

Maigret E., *Socjologia komunikacji i mediów*, Warszawa 2012.

Markowski A., *Wielki słownik poprawnej polszczyzny*, Warszawa 2004.

Media społecznościowe coraz częściej narzędziem do manipulacji przez rządy, <https://www.cyberdefence24.pl/media-spolecznosciowe-coraz-czesciej-narzedziem-do-manipulacji-przez-rzady>.

NATO Strategic Communications Handbook, <https://www.lymec.eu/wp-content/uploads/2017/09/TT-140221-NATO-STRATEGIC-COMMUNICATIONS-HANDBOOK-DRAFT-FOR-USE-2015-BI.pdf>.

NATO Strategic Communications Policy, <https://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>.

Romanyoh M.J., *Visualizing the information environment*, „Military Intelligence” 2003, nr 3.

Trident Juncture oraz środowisko informacyjne, <https://www.nato.int/docu/review/2018/Also-in-2018/trident-juncture-and-the-information-environment/PL/index.htm>.

Wrzosek M., *Dezinformacja – skuteczny element walki informacyjnej*, „Zeszyty Naukowe AON” 2012, nr 2(87).