

Contemporary Rhetorical Theories

Współczesne teorie retoryczne

8 (4) 2021 EDITORS: AGNIESZKA KAMPKA, MARTA KOBYLSKA

CEZAR M. ORNATOWSKI

SAN DIEGO STATE UNIVERSITY, USA

<https://orcid.org/0000-0002-6174-4906>

ornat@sdsu.edu

Retoryka uzbrojona: walka o świadomość we współczesnej przestrzeni medialnej

Weaponized rhetoric: cognitive struggle in the contemporary media space

Abstract

Retoryka uzbrojona to walka o wpływ w przestrzeni kognitywnej, czyli przestrzeni naszej świadomości, prowadzona przy pomocy symboli. Jest to namiastka wojny, a nawet nowy sposób prowadzenia wojny. Retoryka uzbrojona wykracza poza perswazję, argumentację, a nawet propagandę w ich tradycyjnych znaczeniach. Główne środki retoryki uzbrojonej to narracja, działanie i obraz. Polityka zawiera coraz więcej elementów wojny informacyjnej, a pojęcie bezpieczeństwa (narodowego i indywidualnego) odnosi się do domeny świadomości. Najwyższą wartością i stawką w tej wojnie jest reputacja i jej pochodna: legitymacja. Zjawiska te stanowią wyzwanie dla edukacji retorycznej i obywatelskiej.

Weaponized rhetoric designates a contest for influence in cognitive space, conducted through symbols. Weaponized rhetoric is both a substitute for war and a new method of warfare. Weaponized rhetoric goes beyond persuasion, argumentation, or propaganda in their traditional senses. The main tools of weaponized rhetoric are narrative, action, and image. Politics today begins to resemble information warfare, while the notion of security (national, personal) becomes equated with cognitive security. The highest prize and stake in this warfare is reputation and its correlate: legitimation. These developments constitute a challenge to rhetorical (and citizenship) education.

Key words

retoryka uzbrojona, wpływ, bezpieczeństwo kognitywne, wojna informacyjna
weaponized rhetoric, influence, cognitive security, information warfare

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0). The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received: 20 May 2021 | Accepted: 15 November 2021

DOI: <https://doi.org/10.29107/rr2021.4.1>

CEZAR M. ORNATOWSKI

SAN DIEGO STATE UNIVERSITY, USA

<https://orcid.org/0000-0002-6174-4906>

ornat@sdsu.edu

Retoryka uzbrojona: walka o świadomość we współczesnej przestrzeni medialnej

Wstęp

Żyjemy w świecie, w którym niezliczona liczba aktorów, od zbiorowych do indywidualnych (wśród nich państwa, rządy, partie, grupy, ruchy, organizacje pozarządowe, firmy i globalne sieci kryminalne lub terrorystyczne) współzawodniczy w wywieraniu wpływu na naszą świadomość, zachowania i działania, używając do tego środków – nazwijmy je – masowego retorycznego, czy też symbolicznego, rażenia. Konflikt jest dzisiaj coraz częściej raczej sprawą symbolicznego oddziaływania niż gwałtu i siły. Pokazy siły zbrojnej, takie jak na przykład wielkie parady wojskowe w Korei Północnej, są w gruncie rzeczy potężnym środkiem oddziaływania na wyobraźnię, zarówno potencjalnych wrogów jak i sprzymierzeńców, a zwłaszcza własnej ludności (łącznie z ostrzeżeniem: „zobacz, jaką jesteśmy potęgą, nie waż się przeciw niej zwrócić”). Nawet w wojnie czynnik wpływu zaczyna wysuwać się na pierwsze miejsce; samo zbrojne pokonanie przeciwnika nie gwarantuje zwycięstwa, przynajmniej nie na dłuższą metę, bez poparcia opinii publicznej.

Rywalizacja wielkich mocarstw czy też ideologii, firm lub innych aktorów, rozgrywana jest już nie tylko na ekranach naszych telewizorów, ale także na ekranach naszych telefonów komórkowych. „Pokazy,” „aktorzy”, „rozgrywana” – zwróćmy uwagę na teatralność samego słownictwa: metafora życia społecznego jako teatru jest mocno zakorzeniona w kulturowej tradycji Zachodu; dziś, w epoce wszechobecnych ekranów, staje się jeszcze bardziej adekwatna. W tej „grze” wszyscy bierzemy udział, wszyscy jesteśmy nie tylko widzami, ale po części także aktorami (choć w większości być może nie zdajemy sobie z tego sprawy). Konflikt dzisiaj – czy mówimy o konflikcie politycznym, społecznym, czy nawet (w dużym stopniu) zbrojnym – to głównie walka znaczeń i walka o znaczenie, prowadzona przy pomocy symboli: słów, obrazów lub działań. Globalna przestrzeń medialna stała się przestrzenią „walki o wpływy” czy też „wojny wpływów” (ang. *influence*

warfare; zob. Forest 2009), przy czym pojęcie wpływu powoli wypiera pojęcie propagandy.

Tradycyjne pojęcie propagandy nie bardzo pasuje już do takich zjawisk jak internetowy trolling, memy, manipulacja obrazami, czy inscenizacje działań przy pomocy mediów społecznościowych¹. Jako przykład spójrzmy na przypadek, kiedy tysiące użytkowników portalu TikTok zakupiło bilety i nie stawiło się na wiec wyborczy Donalda Trumpa w Tulsie w Oklahomie 22 czerwca 2020 roku. W rezultacie tylko jedna trzecia miejsc była zajęta, a obrazy pustych miejsc pokazywane w mediach podważyły wiarę w popularność Donalda Trumpa (Lorenz et al. 2020). Dodajmy, że TikTok to portal chiński i to Chinom mogło szczególnie zależeć na osłabieniu wyborczych szans Trumpa ze względu na jego twardą politykę wobec Chin. To ostatnie to oczywiście tylko domniemanie, ale być może niedalekie od rzeczywistości.

Nawet w przypadku konfliktu zbrojnego akcja kinetyczna (czyli przy pomocy kul, pocisków i bomb) staje się jednym ze środków podporządkowanych nadrzędnemu kryterium wpływu. W amerykańskiej doktrynie obronnej główne sfery konfliktu, odpowiadające głównym rodzajom sił zbrojnych, to ziemia, powietrze, morze, przestrzeń kosmiczna, przestrzeń cyfrowa (ang. *cyberspace*), a także, stosunkowo niedawno dodana, „przestrzeń kognitywna” (ang. *cognitive space*), czyli przestrzeń świadomości, składająca się z postaw, przekonań i percepcji (*Strategy for Operations in the Information Environment*; zob. też Hubbard 2007). Ta ostatnia przestrzeń szybko wysuwa się na pierwsze miejsce. Konflikt zbrojny pomiędzy głównymi potęgami jest dziś trudny do wyobrażenia. W tych warunkach przestrzeń kognitywna, czyli globalna opinia publiczna, świadomość określonych społeczeństw, czy też wybranych grup lub jednostek, reprezentuje nową, według wielu komentatorów wręcz decydującą, przestrzeń walki (ang. *cognitive battlespace*). To właśnie do walki politycznej w przestrzeni kognitywnej odnoszę pojęcie „retoryki uzbrojonej”.

Retoryka uzbrojona (ang. *weaponized rhetoric*) to nie jest oficjalne pojęcie (przynajmniej na razie). To, co nazywam retoryką uzbrojoną, to więc raczej próba określenia pewnych zjawisk we współczesnej przestrzeni medialnej. Zjawisk, które wykraczają poza perswazję czy argumentację w ich tradycyjnym znaczeniu jako przekonywanie, a już na pewno poza przekonywanie w sensie racjonalnej

1. Tradycyjne pojęcie propagandy zawiera zwykle elementy wyrachowania, zamierzenia, celowości i systematyczności, choć następujące dwie definicje pasują do zjawisk omawianych tutaj: „Propaganda to rozpowszechnianie informacji – faktów, argumentów, plotek, półprawd lub kłamstw – w celu wpływania na opinię publiczną” (Smith 2019). Propaganda to „komunikowanie idei w celu nakłonienia ludzi do myślenia i zachowywania się w określony sposób” (Taylor 2003, 6). Zjawiska, które zaliczam do retoryki uzbrojonej przekraczają też pojęcie demagogii, przez którą na przykład Patricia Roberts-Miller rozumie „polaryzującą propagandę motywującą członków danej grupy [*in group*] do nienawidzenia i robienia kozła ofiarnego z członków innej grupy [*outgroup*] przez obietnice pewności, stabilności, i tego, co Erich Fromm nazywa »ucieczką od wolności«” (2005, 462).

argumentacji. Same w sobie zjawiska wpływu przez narracje, obrazy, czy działanie nie są niczym nowym; to raczej ich skala i spotęgowanie przez globalną wszechobecność elektronicznych mediów stanowią dziś o ich rewolucyjnym charakterze.

Pojęcie retoryki „uzbrojonej” to uogólnienie pokrewnych określeń pojawiających się od pewnego czasu zarówno w literaturze przedmiotu, jak i w oficjalnym języku politycznego i wojskowego establishmentu. Na przykład, Jennifer Mercieca (2019, 266) używa pojęcia „uzbrojonej komunikacji” (ang. *weaponized communication*) na określenie „strategicznego użycia komunikacji jako instrumentalnego narzędzia i agresywnego środka dla osiągnięcia uległości i uniknięcia odpowiedzialności” przez tych, których Mercieca nazywa „niebezpiecznymi demagogami” [wszystkie tłumaczenia z języka angielskiego: autor]. Uzbrojona komunikacja „nie próbuje przekonywać, co wymaga zgody i obopólnego otwarcia na perswazje, ale zmusza do uległości”, jest więc formą „informacyjnego terroryzmu” (2019, 270). Kurt Braddock (2020) mówi o „uzbrojonych słowach” (ang. *weaponized words*), a Daniel Levitin (2016) o „uzbrojonych kłamstwach” (ang. *weaponized lies*). Zarówno naukowcy jak i politycy coraz częściej nazywają współczesną przestrzeń konfliktu politycznego (zarówno wewnętrznego jak i międzynarodowego) „wojną o wpływy” (ang. *influence warfare*), w której komunikacja (wszelkimi dostępnymi środkami i kanałami) reprezentuje „nową arenę walki” (ang. *new battlespace*; zob. Sloan 2011, Bialy 2017). „Komunikacja” w tym kontekście oznacza nie tyle próbę wzajemnego zrozumienia czy porozumienia², co – często gwałtowne i nie przebiegające w środkach – epatowanie (czy nawet atakowanie) znaczeniem w celu zdobycia jakiegoś symbolicznego kapitału. Władze polskie, na przykład, użyły pojęcia „wojny hybrydowej” na określenie wydarzeń na granicy polsko-białoruskiej związanych z próbami przekroczenia granicy przez migrantów z Iraku i Syrii w listopadzie 2021 roku, mimo że nie nastąpiła w zasadzie wymiana strzałów.

W klasycznym ujęciu retoryka to zarazem sztuka, jak i teoria (oparta na obserwacji i badaniu) mechanizmów perswazji, przekonywania, tzn. działania na świadomość, a także, co za tym idzie, na czyny człowieka (które są motywowane świadomością). Ważnym elementem retoryki jest wymiar etyczny: nie chodzi tylko o przekonanie, ale przekonanie w imię jakiegoś etycznego celu. W retoryce „uzbrojonej” celem jest nie tyle przekonanie, co po prostu wpływ na świadomość, emocje, i w związku z tym działanie przeciwnika (zwykle zbiorowego) wszelkimi możliwymi metodami, kierowane raczej bieżącym interesem politycznym czy strategicznym (który może też być etyczny, ale etyka jest tutaj podporządkowana celowi politycznemu i strategicznemu). Przewodnym pojęciem jest więc nie

2. Pojęcie „komunikacji” składa się z dwóch członów: *kom-*, z łacińskiego źródłosłowa oznaczającego wspólnotę, i *-munia*, obowiązki, zobowiązania. Etymologicznie pojęcie komunikacji łączy więc elementy wzajemności i zobowiązania.

przekonywanie czy perswazja, ale po prostu wpływ na postawy, reakcje, oceny, i zachowanie.

Być może najbardziej pojemnym pojęciem retoryki, pasującym do tego co tu nazywam retoryką uzbrojoną jest definicja zasugerowana przez Judith Butler (2000-2001): retoryka jako badanie „jak rzeczywistość jest przedstawiana (...) i jak akceptujemy czy przekształcamy nasze poczucie rzeczywistości przy pomocy środków, przez które jest ona [rzeczywistość] przedstawiana”. Zauważmy, że pojęcie „środków” jest tu dość otwarte i pojemne, a pojęcie „rzeczywistości” dość plastyczne: rzeczywistość czy może nasze pojęcie rzeczywistości, jest otwarte na manipulację, bez koniecznego założenia, że istnieją jakieś granice tej plastyczności, naszej podatności na manipulację lub dozwolonych (etycznie) środków czy celów manipulacji. Jak twierdzą autorzy niedawno wydanej książki o znamienym tytule *Wojna na lajki: uzbrojenie mediów społecznościowych*, „rzeczywistość nie może równać się z postrzeganiem” (Singer i Brooking 2018, 153). Już to założenie powinno nas ostrzec, że znajdujemy się w świecie, w którym jakaś granica etyczna, a także psychologiczna i być może nawet epistemologiczna, została przekroczona.

Środki manipulacji w retoryce uzbrojonej to zwykle środki symboliczne, nie tylko język, ale także – i w szczególności – obrazy czy działania (i obrazy działań), bo te łatwiej omijają krytyczną refleksję. Obraz jest dzisiaj chyba najbardziej skutecznym i rozpowszechnionym środkiem kształtowania postaw i wpływania na świadomość i emocje; obrazy są łatwe do zapamiętania, łatwo przyswajalne i łatwo się nimi dzielić (szczególnie w mediach społecznościowych). Działania czy zachowania także kształtują nasze postawy. Widząc ludzi demonstrujących przeciw czemuś, możemy zdać sobie sprawę, że rzeczywiście, nam się to też nie podoba, mają rację, możemy nawet się przyłączyć. Działanie (jak i obraz działania) motywuje działanie.

Walka o naszą świadomość przy pomocy retoryki uzbrojonej toczy się dziś głównie na trzech polach: narracji, działania i obrazu. Wszystkie trzy środki są ze sobą ściśle powiązane.

Narracja jako środek wpływu na świadomość

Zacznijmy od narracji. Narracja w najbardziej podstawowym sensie to uporządkowanie naszego doświadczenia, czyli przedstawienie wydarzeń w pewnym porządku czasowo/sprawczym: najpierw to, potem to, wtedy tamto, dlatego że... (Abbott 2002, 12). Narracja jest podstawą naszego rozumienia zdarzeń, naszej tożsamości, a nawet rzeczywistości, w której żyjemy, ponieważ jest podstawą zrozumienia naszego doświadczenia (bez narracji życie składałoby się z oderwanych

od siebie i niespójnych incydentów i przypadkowych wydarzeń). Nasze poczucie, kim jesteśmy jest w dużej mierze pochodną ról (zob. poniżej), jakie odgrywamy w narracjach, poprzez które interpretujemy nasze doświadczenie lub ról, które pełniimy (czy raczej, które wyobrażamy sobie, że pełniimy) w narracjach innych ludzi bądź narracjach znanych nam z mediów. To odnosi się jeszcze bardziej do tożsamości zbiorowej, która nie jest funkcją bytu samoistnego (czyli doświadczenia określonej jednostki), ale wyobrażeniem istniejącym jedynie w świadomości członków wspólnoty (lecz odbijającym się na ich doświadczeniu rzeczywistości i często kształtującym je) (zob. Bruner 1991).

Z perspektywy retorycznej zasadnicze znaczenie ma tu (szczególnie w kontekście analizy konfliktu społecznego, a nawet wojny) pojęcie narracyjnych ról i funkcji (ang. *narrative roles and functions*) (zob. Propp 1968). W dużym skrócie (upraszczającym m.in. rozróżnienie pomiędzy rolą a funkcją), te role/funkcje to:

- Bohater (ang. *hero*): główny aktor, z którym identyfikujemy się jako świadkowie, czytelnicy czy widzowie,
- Przeciwnik/Antybohater (ang. *villain*): przeszkoda, która przeszkadza w planach Bohatera,
- Pomocnik (ang. *helper*): czynnik pomagający Bohaterowi w jego zmaganiach (np. wierny sługa czy sprzymierzeniec),
- Dawca/Donator (ang. *enabler*): aktor czy siła (np. dobra wróżka) dająca Bohaterowi potrzebne umiejętności, magiczny przedmiot, czy konieczne informacje, które pomagają Bohaterowi w walce z Przeciwnikiem.

Retoryka polityczna, szczególnie w kontekście konfliktu, często obraca się wokół ścierających się przedstawień narracyjnych ról.

Wąłęsa: bohater czy donosiciel? "Solidarność": spontaniczny wybuch społecznego niezadowolenia, prowokacja bezpieki, czy obca ingerencja w wewnętrzne sprawy Polski? Katastrofa w Smoleńsku: wypadek czy zamach? Talibowie: afgańscy patrioci (tak byli przedstawiani w mediach amerykańskich w latach 80., kiedy Ameryka pomagała im walczyć przeciw sowieckiej okupacji i lewicowemu rządowi Afganistanu) czy fanatyczni ekstremiści (jak byli przedstawiani w mediach amerykańskich po 11 września 2001 roku)?

Kilka lat temu, w Pentagonie prowadzona była dyskusja nad tym, jaka powinna być narracja usprawiedliwiająca obecność wojsk amerykańskich w Afganistanie³. Po wypędzeniu Al-Ka'idy, odpowiedzialnej za zamachy 11 września (dość zrozumiały powód interwencji: samoobrona), powstało pytanie, dlaczego Amerykanie są nadal w Afganistanie, w jakiej roli? Chodziło o wyjaśnienie i usprawiedliwienie

3. Informacja ustna; dokumenty towarzyszące tej dyskusji nie są upublicznione.

obecności wojsk amerykańskich trzem odbiorcom: ludności Afganistanu, społeczeństwu amerykańskiemu (i uzasadnienie kolosalnych wydatków) i społeczności międzynarodowej. Jedni opowiadali się za narracją, w której Amerykanie odgrywałyby rolę Bohatera, broniącego Afganistanu przeciw talibom i islamistom. Inni woleli Amerykę w roli Pomocnika czy Dawcy/Donatora – dobrej wróżki, która daje poradę, pieniądze, ekwipunek, broń czy trening, ponieważ w tradycji afgańskiej tylko sami Afganie mogą być Bohaterami. Powstały w końcu dwie narracje: jedna, Ameryka jako Bohater, na użytek amerykańskiego społeczeństwa i druga, Ameryka jako Pomocnik i Dawca, na użytek w Afganistanie.

Walka polityczna na arenie wewnętrznej i międzynarodowej to w dużej mierze ścieranie się, kontestacja różnych narracji (ang. *narrative contest*) (zob. Gorka i Kilcullen 2009; Grinberg 2018). W kontekście konfliktu takie ścierające się narracje to właśnie „narracje uzbrojone” (ang. *weaponized narratives*, zob. Allenby 2017).

Narracja uzbrojona to „wojna w sferze informacji – posługująca się słowami i obrazami raczej niż bombami i kulami” (Garreau 2017, 14). Wczesny, dużo przed epoką nowoczesnych mediów, przykład tego, co dziś nazwalibyśmy narracją uzbrojoną to słynna grafika Paula Revere *Masakra w Bostonie* z okresu rewolucji amerykańskiej (1770). Grafika (opatrzona tytułem *Krwawa masakra w King Street, Boston* i dramatycznym wierszem), przedstawia oddział żołnierzy brytyjskich strzelających do bezbronnego tłumu bostończyków, w którym jest kobieta, a nawet pies (dla wzmocnienia wydźwięku emocjonalnego). Napis na murze za szeregiem Brytyjczyków głosi: *Butcher’s Hall* („Hala Rzeźników”). Grafika ta była rozpowszechniana w tysiącach egzemplarzy i przyczyniła się w walny sposób do podgrzania antybrytyjskich nastrojów i wzrostu poparcia dla rewolucji amerykańskiej zarówno ze strony lokalnej ludności, jak i społeczności międzynarodowej. Narracja wydarzeń przedstawiona na tej grafice rozmięła się wszakże z faktami. W rzeczywistości paru pijanych bostończyków wyszło z pubu i zaczęło wyzywać, a potem rzucać kamieniami w samotnego wartownika brytyjskiego. Ranny wartownik wezwał na pomoc kolegów, w zamieszaniu ktoś oddał strzał, ktoś padł zabity. Wizerunek czterech czarnych trumien z inicjałami zabitych stał się wizualnym symbolem „masakry bostońskiej” i powielany był potem masowo na wszystkich odezwach i plakatach rewolucyjnych (Thum i Thum 2006). Dzisiaj obraz ten stałby się zapewne memem powielanym masowo w mediach społecznościowych przez boty.

Bardziej współczesny przykład narracji uzbrojonej zainicjowanej przez działanie to obalenie pomnika Saddama Husseina w Bagdadzie po wejściu sił amerykańskich do Iraku w 2003 roku. Obraz i nagranie tej akcji (więcej o retoryce działania poniżej) rozpowszechnione zostały na całym świecie i stały się podstawą

i dowodem (w sensie retorycznym) „wyzwolenia” Iraku, dopóki nie okazało się, że cały spektakl (tu mamy znowu metaforę *teatru*) został zainscenizowany i sfilmowany przez amerykańską jednostkę wojsk psychologicznych. Narracja „wyzwolenia” zainicjowana przez ten spektakl została z kolei zniweczona i zastąpiona przez kontrnarracje (ang. *counter-narrative*) „podboju” i „okupacji” Iraku po ukazaniu się obrazów – które także poznał cały świat – maltretowania więźniów islamskich przez Amerykanów w więzieniu Abu Ghraib (zob. Smith i Dionisopoulos 2008). Najczęściej pokazywany z tych obrazów, który ukazał się m.in. na okładce renomowanego czasopisma *The Economist*, przedstawia więźnia stojącego na podestacie z rozkrzyżowanymi rękami, w czarnych łańcuchach i kapturze. Emocjonalny efekt tego obrazu dużo zawdzięcza zachodnim skojarzeniom z obrazem Chrystusa ukrzyżowanego (skojarzenie nieistniejące w islamie).

Konfrontacja narracji „wyzwolenia” z kontrnarracją „okupacji” to doskonały przykład „walki narracji” (ang. *narrative struggle*), czy też „konfliktu narracyjnego” (ang. *narrative conflict*). Walka narracji stała się stałym elementem zarówno konfliktu społecznego (por. przeciwstawne narracje o katastrofie smoleńskiej), jak i polityki międzynarodowej.

Zauważmy powiązania pomiędzy działaniem, narracją i obrazem w powyższych przykładach. Działanie staje się obrazem, który z kolei stanowi „kotwicę” (ang. *anchor*) pewnej narracji (stąd pojęcie *anchor image*). Narracja zaś motywuje dalsze działania. Walka przy pomocy działania to więc także często jednocześnie walka narracji i walka obrazów, w różnych permutacjach przyczynowo-skutkowych. Oczywiście, jak pokazuje historia (choćby w przypadku plakatu Paula Revere i jego roli w rewolucji amerykańskiej), takie powiązania istniały zawsze, ale ostatnio stają się coraz bardziej wyraziste dzięki zaostrzaniu się podziałów politycznych i pośrednictwu mediów społecznościowych (choć trudno powiedzieć, co jest tu następstwem czego; należy może raczej mówić o tendencji do wzajemnej amplifikacji).

Narracja to jeden z podstawowych budulców zbiorowej tożsamości. Grupy społeczne i całe społeczeństwa oparte są w dużym stopniu na tzw. narracjach dominujących (ang. *master narrative*). Dla polskich komunistów taką *master narrative* była narracja o „wyzwoleniu” Polski przez Armię Czerwoną i wybór systemu politycznego przez słynne „trzy razy tak” (które, jak grafika Paula Revere czy obalenie pomnika Saddama Husseina, w końcu okazało się fałszerstwem). Dla przeciwników PRL-u, tzw. „wyzwolenie” było raczej zamianą jednego okupanta na drugiego. Narracje te ścierały się w przestrzeni społecznej (choć nie w retoryce oficjalnej, oczywiście) przez cały okres istnienia PRL-u. Obecnie ta druga narracja wydaje się dominująca.

Narracje, szczególnie te dominujące, dostarczają wspólnej wizji historii, rzeczywistości i zarazem motywują do działania. Dzisiaj narracja może okazać się skuteczniejsza od operacji kinetycznych. Atakowanie takich narracji (na przykład przy pomocy efektywnej kontrnarracji, co często wiąże się właśnie z promocją efektywnego obrazu) to zatem najskuteczniejszy sposób osłabienia jedności i woli przeciwnika. Dlatego też w gremiach wojskowych mówi się dziś o „manewrze w przestrzeni narracyjnej” (ang. *maneuver in narrative space*).

Coraz częściej operacje kinetyczne prowadzone są w celu podpierania czy też potwierdzania określonej narracji. Przykładem może być konflikt w Ukrainie, gdzie Rosja używa operacji kinetycznych dla podparcia narracji, że to prozachodni rząd Ukrainy wywołuje konflikty, prowadzi do podziałów społecznych i destabilizuje sytuację geopolityczną. Terrorystyczne operacje Talibów w Afganistanie poprzedzające objęcie przez nich władzy to także przykład operacji kinetycznych nastawionych na wsparcie narracji o nieudolności i skorumpowaniu rządu Hamida Karzaia. Według Davida Ronfeldta i Johna Arquilla (2007) ze strategicznego instytutu badawczego RAND w Santa Monica w Kalifornii, najważniejszym czynnikiem we współczesnych i przyszłych konfliktach jest i będzie to, „czyja narracja wygra”. O ile więc samo powiązanie pomiędzy narracją i działaniem, a także obrazem, nie jest samo w sobie niczym nowym, nowością jest widoczne uwypuklenie roli narracji i przesunięcie nacisków nawet w kontekście konfrontacji geopolitycznych, a także konfliktu zbrojnego.

Działanie jako narzędzie perswazji i wpływu

Kenneth Burke (1970) odróżnia działanie (*action*), które jest zawsze celowe i znaczące, od ruchu (*motion*), który jest mechaniczny i nie zawiera intencji, wobec tego nie ma symbolicznego znaczenia i nie podlega interpretacji. Kamień może stoczyć się ze zbocza i uderzyć w samochód, bo pada deszcz i ziemia jest mokra (*motion*), ale osoba rzucająca kamień ma prawdopodobnie jakiś zamiar i cel, wobec tego jest to gest znaczący (*action*), podlegający interpretacji (może np. być manifestacją niezadowolenia, agresji, zazdrości, lub protestu). Warto jednak pamiętać, że niekiedy należy rozróżniać zamiar i osiągnięty efekt; czasami osiągamy efekty, które nie były zamierzone ani nawet przewidziane.

James Gillian, dyrektor Centrum Badania Przemocy na Harvard Medical School, sugeruje, że „aby zrozumieć przemoc musimy (...) nauczyć się interpretować działanie (lub czyny) jako symboliczny język, z własną symboliczną logiką” (cytat za: Tuman 2010, 69).

Spójrzmy na główne składowe elementy działania (czyli *action* według Burke'a) jako symbolicznego przekazu. Symboliczne może być na przykład *miejsce* danego

działania. Protestujący przeciw reżimowi Aleksandra Łukaszenki na Białorusi 1 listopada 2020 roku zrobili masowy marsz do miejsca, gdzie odbywały się stalinowskie egzekucje (symboliczny przekaz: mamy dziś nowy stalinizm). Papież Jan Paweł II podczas swoich pielgrzymek do Polski, szczególnie w okresie komunistycznym, odwiedzał miejsce znaczące dla niekomunistycznej, chrześcijańskiej historii Polski i przypominające o niej, np. Jasną Górę (symboliczny przekaz: istnieje inna Polska od tej komunistycznej, starsza, o głębszych tradycjach i korzeniach) (zob. Ornatowski 2009). Wizyty papieskie kontrastowały z rytualnymi odwiedzinami przez komunistycznych przywódców miejsc symbolicznych dla komunistycznej ideologii i historii (np. Nowej Huty).

Głęboko znaczący symbolicznie może być *moment* wykonania danej akcji czy czynu. Demonstracja polityczna czy zamach terrorystyczny byłyby bardziej znaczące symbolicznie w Ameryce, gdyby zdarzyły się 4 lipca (święto niepodległości), we Francji 14 lipca, w Polsce komunistycznej 22 lipca, a w Polsce dzisiejszej 11 listopada.

Znaczące mogą być też inne aspekty akcji czy czynu, np. *sposób* jego wykonania. W swoim manifestie rozpowszechnionym w Internecie, Brenton Tarrant, zamachowiec, który zabił lub zranił 40 osób w meczecie w Christchurch w Nowej Zelandii 15 marca 2019 roku, napisał „Wybrałem broń palną (raczej niż ładunki wybuchowe lub coś innego) dla efektu, jaki to miało wyrzucić na społeczny dyskurs, ekstra nagłośnienie medialne, i efekt na politykę w Ameryce i przez to na sytuację polityczną na świecie.” Tarrant chciał wywołać konflikt kulturowo/religijny, najpierw w USA, a w dalszym planie na świecie; wiedząc, że wielu Amerykanów posiada broń w domu, sugerował swoim atakiem, co mają z nią zrobić.

Znaczące w działaniu może być w zasadzie wszystko: kolory (np. „pomarańczowa rewolucja” na Ukrainie, „zielony” ruch w Iranie, nie mający nic wspólnego z europejskimi „Zielonymi”); ubiór, dekoracje, czy inne rekwizyty (francuscy arystokraci prowadzeni do gilotyny mieli czerwone goździki w butonierkach jak symbol nieustraszoneści i pogardy dla motłochu).

Współczesne zjawisko terroryzmu jest pod tym względem z gruntu retoryczne, jest przede wszystkim przekazem. Żaden terrorysta nie wyobraża sobie, że np. wysadzając jakiś budynek (zwykle symboliczny) czy zabijając jakichś ludzi, pokona Amerykę czy wprowadzi islam we Francji. Operacje terrorystyczne to w samej istocie *operacje informacyjne*, w których moment danego czynu, miejsce, sposób jego wykonania, czy też wybór ofiary lub narzędzi są środkami symbolicznego przekazu.

Za przykład może posłużyć egzekucja amerykańskiego dziennikarza Jamesa Foley’a przez terrorystów islamskich, sfilmowana na żywo i umieszczona swego

czasu w internecie. Egzekucja ta, z całą swoją makabryczną teatralnością, była z góry zaplanowana jako „przekaz”; inaczej po co nagranie, po co dramatyczna, nawet nieco przydługa przemowa kata nad ofiarą, po co przebranie dziennikarza w pomarańczowy kombinezon (dokładnie taki, jakie nosili islamscy więźniowie w amerykańskim więzieniu w Guantanamo na Kubie). Po ukazaniu się w sieci wideo z egzekucji prezydent Obama wygłosił przemowę, próbując jednocześnie zatrzeć wrażenie, że jest ona „odpowiedzią” na to wideo, żeby terroryści nie myśleli, że ich zbrodnie mogą wywołać reakcję prezydenta Stanów Zjednoczonych (a przecież wywołały).

Połączenie globalnych mediów, natychmiastowej komunikacji, dojścia przez media społecznościowe do praktycznie każdego mieszkańca Ziemi w ciągu sekund, pozwala terrorystom (i każdemu z nas) osiągnąć globalną publiczność dla zdobycia maksymalnego rozgłosu (*publicity*). Ten rozgłos z kolei staje się tym, co w żargonie wojskowym nazywa się *force multiplier* (czyli mnożnik siły). Terroryzm stał się globalnym teatrem (zob. Kaplan 2014), tak jak jest nim dziś każda w zasadzie operacja wojskowa – która nie jest już nigdy ściśle tylko kinetyczną, ale jest także, i często w pierwszym rzędzie, operacją obliczoną na wpływ i określony i symboliczny efekt, a więc operacją medialno-retoryczną.

Działanie jako przekaz może być analizowane przy pomocy zmodyfikowanej pentady Kennetha Burke’a (1969):

kto (*Agent*)
 robi co (*Act*)
 komu, kiedy, gdzie (*Scene*)
 jak, w jaki sposób (*Agency*)
 dlaczego (*Purpose: cel*)

Każdy z tych elementów działania może być znaczący i składać się na retoryczne znaczenie czy efekt przekazu (zamierzone czy też niezupełnie). Spójrzmy np. na terrorystyczne ataki w Nowym Jorku 11 września 2001 roku przy pomocy pentady Burke’a.

Act (czyli, co się dzieje): porwanie cywilnych samolotów, użycie ich jako pocisków do ataku na World Trade Center i Pentagon. Symboliczny przekaz: stać nas na wszystko, nigdzie nie jesteście bezpieczni, nic nas nie powstrzyma, nie ma „niewinnych” ofiar, użyjemy wszelkich środków, nawet waszych własnych, przeciw wam.

Scene (komu, kiedy, gdzie): symboliczne cele – World Trade Center, światowe centrum handlu i finansów; Pentagon, centrum i symbol militarnej potęgi Ameryki

(trzecim celem miał prawdopodobnie być Biały Dom lub Kongres, symbole władzy politycznej).

Agency (sposób działania): porwanie cywilnych samolotów. Symboliczny przekaz: nie mamy żadnych zahamowań, nie respektujemy waszych granic moralnych, zaatakujemy was wszędzie, wszelkimi środkami, na nic wasza armia i potęga.

Purpose (cel), tutaj możemy się tylko domyślać, odczytując pozostałe znaki, m. in. wybór momentu, czyli znaki czasu (trzy lata po amerykańskim ataku rakietowym w ramach operacji *Infinite Reach* na cele w Afganistanie i Iraku i następującym po nich wywiadzie Osamy bin Ladena w telewizji Al Jazeera⁴): „kara” za agresję i wystąpienia przeciw islamowi i muzułmanom, demonstracja siły i determinacji, osłabienie amerykańskiego i zachodniego morale, przykład do naśladowania, także rekrutacja do szeregów islamskich terrorystów.

Z perspektywy wpływu na świadomość, potencjalne efekty działania mogą być różne, działanie może:

- tworzyć więzi (ang. *bonding*), wspólnotę losu, wspólne narracje dla danej grupy lub społeczeństwa, które działają jako motywator do dalszych działań;
- rekrutować: działanie, szczególnie terrorystyczne, to autoreklama: jesteśmy, istniejemy, walczymy;
- tworzyć lub potwierdzać tożsamość;
- motywować: często nic tak nie mobilizuje do walki jak sama walka, która staje się mechanizmem samonapędzającym: walczymy, więc istniejemy; istniejemy dopóki walczymy;
- potwierdzać, dawać „dowód” (*proof* w sensie retorycznym), indywidualnego zobowiązania (np. grupy kryminalne często wymagają od nowych członków jakiegoś nielegalnego czynu jako dowodu chęci, po którym nie ma już odwrotu i który tworzy wspólny los wykluczonych);
- tworzyć symboliczne zasoby do dalszych działań, dając materiał werbalny czy wizualny, który dalej krąży i może być użyty symbolicznie w różnych celach.

Operacje zbrojne mają także aspekty symboliczne (czyli są przekazem): co jest atakowane, kiedy, gdzie, w jaki sposób – wszystko może coś znaczyć, a pominięcie aspektu znaczenia może drogo kosztować. Za przykład operacji wojskowej, w której miejsce (czyli *scene* w kategoriach Burke’a) było symboliczne, niech

4. W wywiadzie tym (opublikowanym w angielskim tłumaczeniu pod tytułem *Islamska bomba*) bin Laden zapowiedział rychłą zemstę za ataki na Afganistan i Irak (nie wspominając oczywiście, że te były z kolei odwetem za ataki al Kaidy na amerykańskie ambasady w Kenii i Tanzanii); znaczące jest, że wywiad ten został powtórnie pokazany w Al Jazeera dziewięć dni po atakach 11. września (angielski tekst w *Messages to the World: The Statements of Osama bin Laden*).

posłuży izraelski atak 21 marca 1968 roku na organizację palestyńską al Fatah w jordańskiej wiosce Karameh. Karameh po arabsku znaczy „godność”; po izraelskim zwycięstwie nad zjednoczonymi siłami arabskimi w wojnie w 1967 roku, al Fatah chwaliła się, że jej ataki terrorystyczne przywracają godność ludności palestyńskiej. No to Izrael pokazał: oto wasza „godność”, zbombardowaliśmy ją doszczętnie.

Zauważmy, że *kto, co, gdzie, kiedy, jak* i *dlatego* to także podstawowe składniki narracji. Działanie staje się więc zrozumiałe, staje się przekazem, dzięki naszej tendencji do – zwykle podświadomej – narratyzacji zdarzeń i doświadczeń. Na przykład, po pewnym okresie pobytu w Afganistanie, Amerykanie zorientowali się, że każde ich działanie jest dyskontowane narracyjnie przez talibów w ciągu średnio 25 minut. Kto pierwszy przedstawi przekonującą narrację jakiegoś wydarzenia, wygrywa; przeciwnik jest wtedy zawsze w trudniejszej sytuacji, „sprostowania”, które nigdy się nie udaje (przysłowiowe „nie jestem złodziejem”). Amerykanie stworzyli więc w każdej prowincji Afganistanu specjalne sztaby informacyjne szybkiego reagowania, których zadaniem jest m. in. narracyjne przygotowanie każdej operacji, a także narracyjne przeciwdziałanie ewentualnym kontrnarracjom (*narrative damage control*).⁵

Obraz uzbrojony

Obraz jest dzisiaj uważany za najbardziej efektywny środek wpływu na świadomość. Nikt nie czyta długich tekstów w internecie, za to internet zalany jest obrazami. Obraz omija racjonalną refleksję i wywołuje emocje bezpośrednio. Jest więc lepszym, szybszym, i bardziej bezpośrednim środkiem do oddziaływania na percepcję (ang. *perception management*) i emocje niż język.

W swojej *Retoryce* Arystoteles twierdzi, że zakrwawiona tunika w procesie robi większe wrażenie na sędziach niż tysiąc słów. Cyceron traktuje obrazy jako *evidentia* (dowód). Wielu z nas odruchowo traktuje obrazy jako przedstawiający jakąś prawdę, nawet jeżeli racjonalnie wiemy, że w epoce Photoshopa i jeszcze nowszych technik preparowania materiałów wizualnych obraz może nie mieć wiele wspólnego z rzeczywistością.

Obrazy kształtują naszą interpretację wydarzeń i nasze reakcje emocjonalne (także moralne). Ameryka przegrała wojnę w Wietnamie nie militarnie, ale dzięki brutalnym obrazom tej wojny pokazywanym w telewizji, co doprowadziło do zmiany nastawienia opinii publicznej i spowodowało, że Kongres w końcu wycofał fundusze na dalsze jej prowadzenie. To było na długo przez epokę mediów

5. Informacja przez kontakty autora.

społecznościowych, ale to była ważna lekcja, z której szczególnie dziś wyciąga się wnioski.

Podstawą działania obrazu jest to, że daje on wrażenie tego, co w retoryce nazywamy obecnością (*presence*); wrażenie, że coś „jest”, że się „naprawdę” dzieje czy zdarzyło, bo „widzimy to sami”, bo „mamy przed oczami” (*est in oculis habeo*, jak mówi Kwintyliusz w *Kształceniu mówcy*, ks. 6, 2.31). Wrażenie, że „mamy coś przed oczami” potęguje to, co Grecy nazwali *energeia*: mocą, siłą obrazu jako przekazu (pojęcie pokrewne i częściowo pokrywające się z *enargia*: wyrazistość, ang. *vividness*).

W 2016 roku, w czasie konfliktu w Syrii, amerykańskie media pokazywały obraz przedstawiający ciało małego Syryjczyka, Alana Kurdiego, który utonął w czasie próby przeprawy do Turcji. Takie obrazy łatwe są do inscenizacji. Rzadko jednak przychodzi nam jednak do głowy myśl, że „to może być manipulacja”; kiedy sugeruję to moim studentom, są zaskoczeni i mówią, że nie pomyśleliby o tym. Zwykle wierzymy obrazom „na słowo” (często jest to zresztą „słowo” dodane jako tytuł albo komentarz, dające dodatkową oprawę retoryczną, jak ten „krwawy” tytuł nad i wiersz pod grafiką Paula Revere), choć przecież tak łatwo dziś (szczególnie w epoce zwiększonej teatralności polityki) inscenizować obrazy i zdarzenia (taka inscenizacja była zawsze częścią polityki). Tak zwane obrazy ikoniczne (zob. Hariman i Lucaites 2002, 2007), czyli takie, które stają się niejako kulturowymi emblematami, zastygłymi ikonami pewnych momentów i utrwalają w zbiorowej świadomości zarówno pamięć o nich, jak i ich określone interpretacje (na przykład obrazy płonących wież World Trade Center w Nowym Jorku), łatwo stają się też memami i jako takie podlegają dalszym reinterpretacjom i przeobrażeniom, służąc przeróżnym celom wpływu na świadomość.

Jeden z takich memów przedstawiał swojego czasu inscenizację zwłok małego Alana Kurdiego na plaży z interpretacyjnym dopiskiem na piasku: „ludzkość wyrzucona na brzeg WSTYD WSTYD WSTYD”. Ta dodana nadinterpretacja werbalna wzmacniała społecznie utrwaloną interpretację obrazu „martwego Alana Kurdiego” jako *evidentia* (podobnie do krwawej koszuli Arystotelesa) zachodniej obojętności wobec tragedii w Syrii i syryjskich uchodźców. Taka właśnie społeczna interpretacja doprowadziła do nacisków na prezydenta USA, aby podjął interwencję w Syrii, interwencję, która była prawdopodobnie w interesie jednej z walczących stron (albo w interesie Rosji, której zależało być może na wplątaniu Ameryki w jeszcze jeden konflikt na Bliskim Wschodzie). Kto wie więc, czy obraz utopionego „Alana Kurdiego” nie był częścią dobrze zaplanowanej operacji informacyjnej. Przeciętny odbiorca oczywiście nie zastanawia się nad podobnymi szczegółami, jak również nad potencjalnymi celami nadawcy, często opatrując po

prostu takie emocjonalne obrazy lajkami, przekazując je dalej (osiągnięcie wiralności to ważny cel wizualnych operacji informacyjnych).

W społeczeństwach demokratycznych, gdzie opinia publiczna decyduje w dużym stopniu o polityce kraju, takie naciski, pomnożone przez media społecznościowe (pamiętajmy o pojęciu *force multiplier*), mogą mieć poważne konsekwencje i dlatego stają się coraz częstszym elementem walki politycznej, a nawet globalnej strategii. Internet oczywiście nie zna granic (choć obrazy mogą być inaczej interpretowane w różnych kulturach i językach), a więc granice pomiędzy konfliktem wewnętrznym a międzynarodowym zacierają się. Dwa lata temu głośno w amerykańskich mediach było o obrazie rzekomo przedstawiającym ojca z dzieckiem, którzy utonęli podczas próby nielegalnej przeprawy przez rzekę Rio Grande na granicy USA-Meksyk. Obraz ten, podobnie jak inny obraz przedstawiający zdesperowaną matkę z dwiema małymi dziewczynkami na tle płotu granicznego pomiędzy Kalifornią a Meksykiem, miał duży wpływ na opinię publiczną domagającą się liberalizacji polityki imigracyjnej po twardszej polityce Donalda Trumpa.

Obraz utopionego ojca z dzieckiem w rzece Rio Grande był uderzająco podobny pod względem sytuacji, pozycji ciał, kolorów i ubioru do obrazu małego „Alana Kurdiego”. Pomimo że obrazy przedstawiały rzekomo zdarzenia z różnych półkul i kultur, buty dzieci na obu obrazach wyglądały niemal identyczne. Przypadek? Zbieg okoliczności? Trudno nie zaobserwować, że niezależnie od problemu autentyczności, podobieństwo pomiędzy tymi obrazami mogło mieć związek z ich emocjonalną „siłą społecznego rażenia”; w dziwny sposób łączyły one (wizualnie) geograficznie odległe, lecz politycznie pokrewne sytuacje: kwestie uciekinierów oraz granic Europy i Ameryki. Zwykle jednak nie śledzimy z taką uwagą, jakimi torami przebiegają nasze skojarzenia, emocje i reakcje.

W przypadku obrazów trudno dzisiaj już oczywiście mówić o „autentyczności” czy prawdzie, nawet w teorii. Obraz fotograficzny chwytą rzeczywistość w jednym ułamku sekundy; w następnym momencie mogłaby się ta rzeczywistość jawić zupełnie inaczej. To samo można powiedzieć o ujęciu, punkcie widzenia, obróbce itd. Mimo że obrazy sprawiają wrażenie obiektywności (co jest źródłem ich retorycznej siły), funkcjonują w najlepszym wypadku jako soczewki do interpretacji danej rzeczywistości (zob. Edwards 2004), dzięki takim operacjom jak obramowanie, przycięcie, kompozycja, czy kontekstualizacja (Kress i van Leeuwen 1996).

Obrazy konkretyzują abstrakcyjne pojęcia takie jak „imigranci” czy „prześladowanie” i opatrują je określonymi interpretacjami; tzw. *signified* obrazu to nigdy nie jest coś materialnego, ale raczej myśl, idea, sposób widzenia, nastawienie, czyli świadomość.

Dzięki tej konkretyzacji i interpretacji, obrazy stają się elementem walki politycznej. Tutaj dobrym przykładem jest obraz samotnego mężczyzny w białej

koszuli zatrzymującego kolumnę czołgów, który interpretował dla czytelników amerykańskich wydarzenia na placu Tian'anmen w Pekinie w 1989 roku. Obraz ten (w kulturze Zachodu biały to kolor niewinności i czystości) kondensował i służył jako wizualna interpretacyjna „kotwica” do określonej interpretacji (i narracji) wydarzeń na placu Tian'anmen: narracji o sile i ważności indywidualnego człowieka, centralnej dla demokratycznej ideologii Zachodu. Chińskie władze mocno protestowały przeciw rozpowszechnianiu tego obrazu, twierdząc, że sugeruje on fałszywą narrację wydarzeń w Pekinie i traktowały ten obraz jako wrogą propagandę (argumentując, nie bez pewnej racji, że zdjęcie pokazuje, że kolumna czołgów się jednak zatrzymała, więc jak tu mówić o gwałcie czy łamaniu praw człowieka?). W Polsce w owym czasie obraz ten miał jeszcze dodatkowe (być może dominujące) znaczenie, bo „pokazywał”, co mogłoby się stać, gdyby nie doszło do rozmów Okrągłego Stołu, które właśnie się toczyły (lub gdyby rozmowy zostały zerwane). Widzimy tu zależność interpretacji od kontekstu kulturowego i politycznego, co potwierdza to, co powiedzieliśmy na początku: obraz nie tyle „pokazuje” coś, ale jest odczytywany i interpretowany tak czy inaczej w kontekście danej kultury, momentu historycznego i potrzeb tych, którzy są nim w różny sposób „zainteresowani”.

Obrazy dają ideom, które przedstawiają (choć może lepiej: ideom czy interpretacjom, które nam przychodzą do głowy, kiedy patrzymy na dany obraz) to, co po angielsku nazywa się *salience* (ważność): podkreślają je, wydobywają dane wydarzenie czy obiekt z tła. Obrazy też zapadają w pamięć, zostają w świadomości długo po tym jak zapominamy słowa (Sturken i Cartwright 2009). Te najlepiej pamiętane, „ikoniczne” obrazy, stają się składnikiem zbiorowej wyobraźni i przekątnikiem, czy też nośnikiem tego, co nazywamy historią, czyli narracją (interpretacją) wydarzeń na potrzeby (zwykle bieżące) kształtowania zbiorowej świadomości.

Tzw. kondensacja emocjonalna (ang. *emotional condensation*) obrazów pozwala na przełożenie odczuć, emocji (ang. *emotional transport*) z jednego obiektu, osoby czy wydarzenia na inny obiekt, osobę czy wydarzenie. Na przykład obraz (oczywiście celowo zainscenizowany) pokazujący nowojorskich strażaków zatykających flagę na ruinach World Trade Center po atakach 11 września 2001 roku naśladował słynny ikoniczny obraz amerykańskiego zwycięstwa nad Japończykami na wyspie Iwo Jima pod koniec II wojny światowej, przedstawiający US Marines zatykających flagę na górze Suribachi. Podobieństwo pomiędzy tymi obrazami posłużyło do przełożenia społecznej świadomości amerykańskiej wytrwałości, bohaterstwa i w końcu zwycięstwa w II wojnie światowej na wydarzenia 11 września 2001 roku. Obraz ze strażakami stał się z kolei znaczkiem pocztowym. To wizualne przeniesienie i, przy jego pomocy, mobilizacja emocji

i skojarzeń wspierały werbalną analogię, sugerowaną w przemówieniu prezydenta George'a W. Busha zaraz po atakach, pomiędzy zwycięstwem w II wojnie światowej a niechybnym zwycięstwem w nadchodzącej „wojnie z terroryzmem” (zob. Ornatowski 2012).

Obrazy także kondensują, aktywizują, wspierają, czy potwierdzają zbiorowe narracje (często ideologiczne). Obraz „ukrzyżowanego” muzułmańskiego więźnia z Abu Ghraib kondensuje i aktywizuje w widzach muzułmańskich (i innych wrogich Ameryce) świadomość amerykańskiego okrucieństwa i rzekomej wrogości wobec islamu. W Polsce podobną rolę pełniły swojego czasu obrazy katastrofy smoleńskiej, które kondensowały, aktywizowały i potwierdzały pewną interpretację i narrację nie tylko wydarzeń w Smoleńsku, ale także wydarzeń na polskiej scenie politycznej.

Jeden obraz w sieci może dziś stworzyć lub zniszczyć biznes, karierę, ruch społeczny, kampanię polityczną, nawet kraj, kosztować przegraną w wojnie albo wywołać wojnę. Z perspektywy retorycznej, zasadniczą kwestią jest, co warto powtórzyć, że obrazy w istocie nie tyle „pokazują” (takie rozumienie prowadzi do uproszczonej interpretacji obrazu jako „ekranu”), co *ewokują*: idee, emocje, skojarzenia, nastawienia. Zresztą nawet to, co niby „widzimy” na danym obrazie, jest kwestią interpretacji: trochę inny punkt widzenia (ustawienie kamery), trochę inna ogniskowa, trochę inny moment, trochę inne ustawienie ostrości czy kontrastu i już „widzimy” (czyli rozumiemy, czujemy) coś innego. Znanym przykładem była swojego czasu fotografia przedstawiająca pożar w Bejrucie podczas wojny w Libanie w 2006 roku, podretuszowana przez libańskiego fotografa Adnana Hajj. Pokazywana w mediach światowych, okazała się zmanipulowana przy użyciu Photoshopu, aby spotęgować wrażenie zniszczeń po atakach izraelskich (poprzez przyciemnienie i zwielokrotnienie kłębow dymu nad miastem). Fotografowi chodziło o podgrzanie antyizraelskich emocji. Dzisiaj tego rodzaju operacje na obrazach, a także na video, włącznie z kompletnymi falsyfikatami pokazującymi nigdy nieistniejących ludzi czy sytuacje, są na porządku dziennym.

Tutaj dochodzimy do pojęcia walki obrazów, czy też walki przy pomocy obrazów (ang. *image struggle*); w gremiach wojskowych mówi się nawet o *image warfare*, czyli wojnie na/przez obrazy.

Matti Friedman (2016), izraelski fotograf, opisał charakterystyczny moment transformacji gwałtu i walki w obraz. W 1994 roku, posterunek izraelski o nazwie Outpost Pumpkin (Posterunek Dynia) w południowym Libanie został zaatakowany przez bojowników z organizacji Hezbollah. Podczas gdy paru z nich ostrzeliwało posterunek izraelski, czterech z flagą Hezbollahu i fotografem wdarło się na pobliski pagórek i zatknęło na nim flagę, wyraźnie pozując do kamery nagrywającej całą scenę. Opublikowane zdjęcie przypominało słynną ikoniczną fotografię

US Marines zatykających flagę na wyspie Iwo Jima. „Kamera nie była tam po to, aby nagłośnić [militarny] sukces”, sugeruje Friedman, ale po to by „zastąpić ten sukces”. Celem ataku było otrzymanie obrazu, który mobilizowałby poparcie dla „świętej wojny” z Izraelem, wnioskuje Friedman. „Posterunek nie był obiektem ataku, ale sceną [dekoracją]”, a „kamera była tu najważniejszą bronią”. Było to, Friedman konstatuje, w sumie „selfie”.

W czasie kryzysu w Syrii w kwietniu 2014 roku media amerykańskie podały, że prezydent USA został skłoniony przez presję opinii publicznej do interwencji po stronie anty-Assadowskich rebeliantów przez dramatyczne obrazy zwłok (owiniętych w białe płótna) „zagazowanych dzieci” w Doumie pokazywane w mediach. Nie mam podstaw twierdzić, że obrazy te nie były „prawdziwe”, ale też nic łatwiejszego niż taki obraz zainscenizować. Fakt, że społeczeństwo wielkiego mocarstwa może być pobudzone do działania i to w kierunku zachęty do interwencji zbrojnej poprzez obrazy (na których, mówiąc szczerze, mało widać poza kształtami owiniętymi w białe płachty i smutnymi ludźmi stojącymi dookoła), daje do myślenia.

Dzisiaj walka na obrazy odbywa się m.in. przy pomocy takich taktyk jak inscenizacja (ang. *image staging*), rekontekstualizacja (ang. *image recontextualization*), odwracanie czy niszczenie obrazów (ang. *image reversal*), inscenizacja wydarzeń w celu otrzymania pożądanego obrazu (ang. *image events*) i wspomniane już powyżej memy (zob. Macdonald 2007).

Image staging to inscenizacja dla uzyskania obrazu, który może być potem wykorzystany w celu kształtowania świadomości czy wpływania na emocje określonych grup czy społeczności. Obraz obalenia pomnika Saddama Husseina w Bagdadzie to przykład takiej inscenizacji (w palestyńskiej Gazie istnieje cały przemysł inscenizujący obrazy wideo rzekomych okrucieństw izraelskich wobec Palestyńczyków, z których wiele znajduje drogę do zachodnich biuletynów z „wiadomościami”; zob. hasło „Pallywood controversy” w Google).

Rekontekstualizacja to zabiegi mające na celu manipulację naszą interpretacją danego obrazu, takie jak fałszywa identyfikacja (podpis) czy umieszczenie obrazu w kontekście, który zmienia jego interpretację. Jako przykład fałszywej identyfikacji może posłużyć fotografia rozpowszechniona 30 września 2000 roku przez *The New York Times* i inne amerykańskie dzienniki, przedstawiająca izraelskiego policjanta z pałką nad rannym „Palestyńczykiem” rzekomo przez niego pobitym na Temple Mount w Jerozolimie. Po pewnym czasie okazało się, że rzekomy „Palestyńczyk” to 20-letni amerykański student z Chicago, Tuvia Grossman, studiujący w Izraelu, a izraelski policjant w rzeczywistości wybronił go właśnie od tłumu Palestyńczyków, którzy go pobili; kiedy się spojrzy uważnie, widać zresztą, że policjant patrzy i krzyczy na kogoś ponad głową Grossmana, a nie na niego,

choć być może pod wpływem emocji po przeczytaniu fałszywej identyfikacji można takiego szczegółu nie zauważyć lub nie chcieć zauważyć (w sytuacjach konfliktowych, emocje często biorą górę nad uważnym patrzeniem i analizą, co powinno nas przestrzec przed pochopną emocjonalną interpretacją obrazów i zachęcić do zdrowego sceptycyzmu wobec w zasadzie każdego obrazu).

„Odwracanie” obrazów to niszczenie, przeinaczanie, zamazywanie, dopisywanie i tym podobne operacje. Przykładem takiego „odwracania” może być spalenie symbolicznej tęczy na Placu Zbawiciela w Warszawie w listopadzie 2013 roku.

Obalanie czy likwidacja pomników, malowanie, niszczenie lub zamazywanie obrazów i haseł na ścianach, płotach i billboardach to przykłady *image reversal*. Takie taktyki były popularne na przykład w czasach protestów „Solidarności”, kiedy to aktywiści komunistycznej opozycji w nocy malowali hasła na murach czy wagonach kolejowych, a policja zamalowywała je na drugi dzień; jak i po transformacji 1989 roku, kiedy obrazy i pomniki przypominające poprzedni reżim były usuwane, niszczone lub przeinaczane.

Image events to wydarzenia specjalnie zainicjowane czy inscenizowane w celu uzyskania obrazu o dużej sile oddziaływania na świadomość. Terrorystyczne ataki 11 września 2001 roku w Nowym Yorku to najbardziej drastyczny współczesny przykład *image event* (choć niełatwo nam o tym w ten sposób myśleć). Obrazy ludzi wyskakujących z okien z wysokości kilkudziesięciu pięter, walących się wież, uciekających tłumów i miasta spowitego kłębamii dymu wryły się w pamięć każdego, kto je widział.

Ataki terrorystyczne to z zasady *image events*. Liczą się efekty osiągnięte przy pomocy otrzymanych obrazów, które można powielać w różnych mediach i wielokrotnie pokazywać w przeróżnych celach i kontekstach. Dzięki temu można uzyskać konsekwencje w sferze świadomości niewspółmiernie większe do materialnych, kinetycznych skutków samego ataku.

Weźmy na przykład atak talibów na budynki rządowe w Kabulu 16 kwietnia 2021 roku, kiedy 16 talibów wtargnęło do budynku ministerstwa spraw wewnętrznych i podpaliło go. Atakujący zostali szybko pokonani przez afgańskie siły bezpieczeństwa. Mimo to, obrazy tego wydarzenia, pokazujące płomienie i chaos w sercu rządowej dzielnicy w stolicy Afganistanu spowodowały, że atak okazał się propagandowym zwycięstwem talibów, podczas gdy w rzeczywistości (ale jak rzeczywistość ma się do dramatycznego obrazu) pokazał, że afgańskie siły bezpieczeństwa są w stanie świetnie sobie z czymś takim poradzić. Obrazy ataku, pokazywane w mediach, dały wrażenie, że talibowie są wszędzie, nawet w samym sercu stolicy. W Ameryce obrazy te z kolei przywołały skojarzenia z ostatnim okresem wojny w Wietnamie i przyczyniły się do nastawienia opinii publicznej przeciw kontynuowaniu (bardzo kosztownej) pomocy dla rządu Karzaia (o co

właśnie talibom chodziło). Ameryka w końcu wycofała się z Afganistanu (podobnie jak wycofała się z Wietnamu). Ze strategicznego (i retorycznego) punktu widzenia, atak w Kabulu stanowił doskonały przykład „operacji wpływowej” (*influence operation*), łącząc w jeden łańcuch działanie, obraz, odpowiednie skojarzenia i narrację oraz efekt psychologiczny. W operacjach terrorystycznych, jak zresztą we współczesnej wojnie, operacje zbrojne i informacyjne są właściwie już nie do rozróżnienia.

Wszechobecność obrazów daje współczesnej polityce wewnętrznej i międzynarodowej, a nawet wojnie, charakter głęboko teatralny. Dziś mówimy o tzw. *imagization of politics*, czyli wizualizacji polityki. Jak twierdzi Lina Khatib, „zarządzanie obrazami stało się zasadniczym elementem życia politycznego w dwudziestym pierwszym wieku” (2013, 36). O ile wojna zawierała zawsze elementy teatru i performansu (rzucające się w oczy stroje, kolory, formacje, trąby i muzyka, pióra husarii, które miały straszyć konie przeciwnika, paszcze rekinów malowane na amerykańskich bombowcach w czasie wojny na Pacyfiku), o tyle dzisiaj każda operacja w przestrzeni konfliktu ma zamierzony wymiar działania na wyobraźnię i świadomość, i to nie tylko przeciwnika, ale przede wszystkim globalnej publiczności, o której poparcie lub przynajmniej powstrzymanie się od aktywnego sprzeciwu, walka się w zasadzie toczy.

Pod tym względem, lekcja wojny w Wietnamie, którą Ameryka przegrała głównie przez opór własnego społeczeństwa, zmęczonego i zniechęconego obrazami krwawych bitew i zabitych pokazywanych na okrągło w telewizji, została dobrze odrobiona. Pierwszą zdecydowanie wizualną i medialną wojną była wojna w Iraku w 2003 roku, gdy zamiast krwi, zniszczeń i ofiar CNN pokazywało sceny przypominające raczej gry komputerowe, z fantastyczną grą światła, abstrakcyjnymi, geometrycznymi kształtami na celowniku i wybuchami koloru fotografowanymi przy użyciu specjalnych filtrów. Celem, jak można łatwo odgadnąć, było zapobieżenie możliwej kontrnarracji politycznych przeciwników interwencji, którzy chcieliby wskazywać na ofiary, zniszczenia obiektów cywilnych itd. Kategorie gry i teatru, od zawsze przystające do polityki, a także do wojny, są dziś bardziej adekwatne niż kiedykolwiek. Jak sugeruje Lina Khatib, „polityka jest teraz intencjonalnie wizualnym aktem [!] granym na globalnej scenie, gdzie polityczni aktorzy wyraźnie zdają sobie sprawę z rezonansu obrazu wynikającego z ich czynów” (Khatib 2013, 165).

Zakończenie

Dzięki coraz bardziej powszechnemu, w skali globalnej, dostępowi do środków masowej komunikacji, opinia publiczna staje się najwyższym arbitrem w polityce.

Jak powiedział Simon Anholt, dzisiaj „istnieje tylko jedna superpotęga na świecie. Jest nią opinia publiczna” (cyt. za Cull 2019, 18).

To właśnie o tę opinię toczy się coraz bardziej intensywna batalia, prowadzona zarówno przez rządy, jak i przez różnych aktorów, od tzw. ferm trolli (np. w Rosji) do ruchów społecznych, partii politycznych, organizacji terrorystycznych i indywidualnych influencerów. Joseph Goebbels, szef propagandy Niemiec nazistowskich, powiedział swojego czasu, że propaganda to nieustająca „muzyka w tle” polityki (*Der Kongress zur Nürnberg*). Dzisiaj należałoby raczej powiedzieć, że propaganda (czy raczej wpływ) każdą dostępną metodą i środkiem jest nie tłem polityki (przynajmniej nie „dużej” polityki), ale raczej jej materiałem i istotą.

W tym, co dziś często nazywa się przestrzenią kognitywną, rywalizacja o naszą świadomość toczy się głównie przy pomocy trzech środków: narracji, działania i obrazu. Te trzy środki splatają się ze sobą: działania nastawione są często na wynikający z nich obraz, tak jak obraz staje się z kolei ikoną czy „kotwicą” pożądanej narracji, która motywuje dalsze działania w potencjalnie nieskończonym łańcuchu symbolicznych skojarzeń i zazębień, nagłośnionych i powielonych przez media obecne w naszych rękach. Polityka, nawet w wymiarze międzynarodowym, czy w ramach tzw. rywalizacji wielkich potęg, rozgrywana jest coraz częściej właśnie na płaszczyźnie działanie-obraz-narracja-.... (w różnych możliwych permutacjach).

Nawet operacje wojskowe planowane są coraz częściej pod kątem wynikających z nich narracji czy obrazów: jakie narracje czy obrazy i z związku z tym, jakie efekty w domenie świadomości, wynikną, jeżeli zrobi się właśnie to, w ten sposób, w tym właśnie miejscu, w tym właśnie momencie. Działania kinetyczne są często tylko jednym z elementów kampanii informacyjnych. Na przykład, celem operacji kinetycznej może być podważenie społecznego poparcia dla danego reżimu czy sił obronnych (jak w przypadku ataków prowadzonych przez talibów w Afganistanie w okresie reżimu Karzaia). Tzw. wojna informacyjna (ang. *information warfare* lub *IW*) traktuje świadomość jako główną „przestrzeń” walki (Farwell 2021). Według znanego badacza z Instytutu RAND w Santa Monica, przegrana w wojnie to głównie kwestia świadomości i zachowania, wobec tego wszystkie operacje w sferze konfliktu są – czy powinny być – motywowane celem wpływu na coś lub na kogoś (Paul 2021).

Dość radykalnym doktrynalnym uznaniem takiego stanu rzeczy jest traktat pod tytułem *Nieograniczona wojna*, podpisany przez dwóch oficerów Chińskiej Armii Ludowej. Traktat jest aktualizacją filozofii Sun Tzu, chińskiego filozofa z V wieku p.n.e., autora słynnego traktatu *Sztuka wojny*, często przywoływanego ostatnio w gremiach polityczno-wojskowych, którego główną tezą jest, że najlepiej pokonać przeciwnika bez użycia siły. Według autorów, epoka, kiedy siła była

czynnikiem decydującym, skończyła się w latach 90. XX wieku. Odtąd wojna nie będzie już tym czym była; popularyzacja techniki cyfrowej zmieni jej oblicze na zawsze (Liang i Wang 1999, 6). Autorzy zapytują retorycznie: czy pokazanie w CNN zmasakrowanego ciała żołnierza amerykańskiego na ulicach Mogadishu⁶ wstrząsnęło amerykańską determinacją, by być policjantem świata, zmieniając w ten sposób globalną sytuację strategiczną? Czy ocena działań wojennych, zapytują, koncentrować się ma na środkach czy na efektach? I dalej,

Kiedy nagle zdajemy sobie sprawę z tego że (...) nie-wojenne [czyli inne symboliczne] działania mogą być czynnikami tworzącymi przyszły kształt wojny, musimy znaleźć nazwę na tę nową formę wojny: wojny, która przekracza wszelkie granice i ograniczenia, krótko: wojny nieograniczonej. (...) [T]en rodzaj wojny oznaczać będzie, że wszystkie środki będą w gotowości, że informacja będzie wszechobecna [wyróżnienie: CO], a pole walki będzie wszędzie (...), że granice pomiędzy dwoma światami wojny i nie-wojny, wojskowości i nie-wojskowości, zostaną totalnie zniweczone... (Liang i Wang 1999, 12).

Pomysłem podobnym do (i nowszym od) „wojny nieograniczonej” jest koncepcja „radykałnej wojny” (ang. *radical war*). Radykałna wojna to mieszanka spektaklu medialnego i polityki przemocy (ang. *politics of violence*). Taka forma jest niekontrolowana i niekontrolowalna przez państwa czy rządy. Wojna staje się nie tyle sprawą zmuszenia przeciwnika do poddania się woli zwycięzcy, co „konstruowania i kontrolowania opinii publicznej” przy pomocy globalnej sieci mediów społecznościowych z użyciem emocjonalnych obrazów i dramatycznych narracji. Radykałna wojna jest radykalnie partycypacyjna; każdy może (wręcz musi) w niej brać udział przez informacje, które odbiera, tworzy lub przesyła. Granice pomiędzy widownią a aktorem, żołnierzem a cywilem rozmywają się, stwarzając warunki, w których masowy udział łatwo przeradza się w wojnę wszystkich ze wszystkimi, niszcząc w efekcie tkankę demokratycznego społeczeństwa obywatelskiego (Ford, Hoskins 2021).

Taki właśnie obrót spraw jest w tej chwili aktywnie promowany przez różnych wrogów tego społeczeństwa. Nie są to, niestety, wizje z gatunku *science fiction*, ale koncepcje, które już kształtują nasz świat. Opierają się one na paru zasadniczych założeniach:

- opinia publiczna jest główną siłą sprawczą w polityce wewnętrznej i międzynarodowej
- nasza świadomość jest decydującym „ polem walki”
- wpływ jest głównym środkiem osiągnięcia taktycznych i strategicznych celów
- reputacja i jej korelat, legitymacja, są najbardziej znaczącymi wartościami
- wiarygodność jest główną walutą
- nasza uwaga i zaangażowanie są obiektem zabiegów.

6. Podczas interwencji amerykańskiej w Somalii w latach 1992-3. Incydent ten stał się kanwą filmu *Black Hawk Down*.

Indywidualni influencerzy są teraz w stanie wciągnąć miliony ludzi do działania w dowolnej sprawie, powodując poważne transformacje w strukturach społecznych czy polityce (spójrzmy na takie inicjatywy jak #metoo czy #blacklivesmatter, pod które chętnie podszywają się różne wywiady, służby specjalne, terroryści,trolle i inni aktorzy). „Ingerencja w sprawy wewnętrzne innych państw” znaczy dziś coś innego niż znaczyło 30 lat temu. Ta ingerencja może mieć miejsce zarówno przy pomocy naszego telefonu komórkowego, jak i naszego profilu na Facebooku. Nawet w miejscach, gdzie opinia publiczna nie jest jeszcze decydująca (np. na Białorusi), media społecznościowe ułatwiają organizację i działanie ruchów społecznych i wzmacniają ich siłę i wpływ przez nagłośnienie ich postulatów i działań.

Polityka dziś „zawiera coraz więcej elementów *wojny informacyjnej*”, twierdzą autorzy *Wojny lajków* (Singer i Brooking 2018, 262, podkreślenie CO). Samo pojęcie bezpieczeństwa, narodowego i indywidualnego, odnoszone jest coraz częściej do domeny świadomości, do tzw. bezpieczeństwa kognitywnego (ang. *cognitive security*).

Konflikt, jak i jego korelat, retoryka, są normalnymi elementami życia w demokracji, ale „uzbrojenie” symbolicznych środków prowadzenia konfliktu, jak i w szczególności samego *języka* opisującego te środki (wojna informacyjna, bezpieczeństwo kognitywne) jest zjawiskiem stosunkowo nowym. Jest w tym coś niepokojącego, nie mówiąc o wciągnięciu nas wszystkich w stan stałego (wirtualnego) konfliktu lub wojny „wszystkich ze wszystkimi”, w której chcąc nie chcąc, mamy brać (czy już bierzemy) udział.

Najwyższą wartością i stawką w tej walce jest reputacja (kraju, rządu, partii, ruchu, firmy, indywidualnego aktora) i jej pochodna: legitymacja. W epoce, kiedy opinia publiczna ma coraz potężniejszą moc sprawczą (i staje się obiektem zabiegów i manipulacji w skali dotąd, chociażby ze względów technicznych, niemożliwej) reputacja i legitymacja stają się głównym przedmiotem zabiegów, a nawet zasadniczym elementem bezpieczeństwa narodowego (stąd nowe pojęcie: bezpieczeństwa reputacyjnego, ang. *reputational security*, zob. Cull 2019).

Powtórzmy jeszcze raz, że w odosobnieniu i same w sobie nie są to zjawiska czy konstatacje nowe. Prymat opinii publicznej czy perswazyjna siła reputacji (czyli *etosu*) i legitymacji sięgają ateńskiej agory i samych źródeł retoryki jako refleksji nad mechanizmami życia społecznego i władzy, szczególnie w demokracji. Jednak dzisiaj agora ma wymiar globalny, odbiorcy są radykalnie zróżnicowani pod każdym względem (co komplikuje pojęcia takie jak reputacja czy legitymacja), a dostępność środków i zalew przekazów stawiają ich wobec schizofrenicznej

kakofonii informacyjnej.⁷ Za dziesięć lat, jak twierdzi Matt Chessen, nie będziemy w stanie rozpoznać, czy rozmawiamy w sieci z człowiekiem czy maszyną (nawet jeżeli będziemy „rozmówcę” widzieć), i nikt nie będzie wiedział, co jest prawdą, bo wiedza czy ekspertyza będą poddane tyranii zmanipulowanej opinii publicznej, a „jedyną prawdą będzie to, co da się ludziom wmówić, żeby wierzyli” (2017, 14). Przypomina to trochę obawy wysunięte swojego czasu przez Arystotelesa pod adresem sofistów.

Trudno oprzeć się wrażeniu, że wyłaniają się tu zarysy jakiejś starej-nowej (uwydatnionej, jakby na sterydach) jakości. Być może jest to tylko stare wino w nowych beczkach, ale mimo woli nasuwa się – mimo jego zdewaluowania przez nadużywanie – pojęcie *hiper*. *Hiper* oznacza coś *ponad*, *przekraczanie* (jakichś przyjętych granic), *powyżej* (czegoś), *za-* lub *zbyt-* (*za/zbyt* dużo, *za/zbyt* szybko, *za/zbyt* skomplikowanie, nie *za/zbyt* pewnie), pasuje więc do chaosu informacyjnego i epistemologicznej niepewności, w których się znajdujemy. Trudno powiedzieć, co jest tu hiper: czy komunikacja? Raczej nie, bo jak już zauważyliśmy, brak właśnie zasadniczego momentu dwustronności, wzajemnych obligacji (*munia*); jeżeli komunikacja, to raczej uproszczona (mimo technicznych fajerwerków) i zbastardyzowana. Może retoryka? Tu użyteczne jest rozróżnienie pomiędzy pojęciem *technologii* (aplikacja naukowych zasad do tworzenia nowych rozwiązań, np. urządzeń) i *techniki* (od gr. *techne*), sposobu robienia czegoś (co może dotyczyć też sposobów celowej eksploatacji dostępnych technologii). *Sztuka* retoryki, *qua* sztuka, zawsze stanowiła *techne*. *In toto*, zespół zjawisk który nazwałem tu retoryką uzbrojoną może w końcu stanowić (czy może już stanowi) jakościowe (a nie tylko ilościowe) przekroczenie pewnych pojęciowych granic. Jak rozumieć, na przykład, pojęcie retora (mówcy, nadawcy) w dobie sztucznej inteligencji, botów, awatarów i „ludzi, którzy nie istnieją”?

Wszystko wskazuje na potrzebę wzmocnienia świadomości i edukacji, retorycznej (i obywatelskiej; jedno uzupełnia drugie, przynajmniej w tradycji grecko-rzymskiej, której jesteśmy spadkobiercami) uwzględniającej kompleks zjawisk, który nazwałem tutaj roboczo retoryką uzbrojoną.

Koncepcje takiej edukacji już się pojawiają. „W naszym życiu codziennym”, sugerują autorzy *Wojny lajków*, „wszyscy musimy zdać sobie sprawę, że celem większości treści w sieci jest wpływ i manipulacja” (Singer i Brooking 2018, 271). Jako korektę autorzy proponują myślenie lateralne: śledzenie jak największej liczby politycznie zróżnicowanych źródeł informacji. „Kiedy masz wątpliwości, szukaj drugiej opinii, potem trzeciej, potem czwartej. Jeżeli nie masz wątpliwości,

7. Uwzględnijmy tutaj nie tylko zróżnicowanie i zindywidualizowanie tych środków, ale też nowoczesne techniki falsyfikacji głosu, obrazu, stylu i innych aspektów przekazu, włącznie z tworzeniem nigdy nie istniejących ludzi mówiących kwestie wymyślone przez sztuczną inteligencję. Zob. np. w Google hasło „this person does not exist”, „generative area networks”, czy „VOCO deep fakes”).

to jesteś prawdopodobnie częścią problemu” (Singer i Brooking 2018, 271, zob. także Levitin 2016).

Propozycje takie wyglądają jednak jak powierzchowne panacea, niewystarczające wobec wyzwań wspomnianych powyżej. Kwestie reputacji, wiarygodności (*logosu*), czy legitymacji sięgają samej istoty i historycznych źródeł retoryki: jak odnaleźć się w gąszczu wpływów, którym jesteśmy poddani, jakie podstawowe wartości uważamy za nici przewodnie w tym labiryncie, jak przełożyć te wartości na racjonalne przesłanki do krytycznej postawy wobec przekazów domagających się naszej uwagi i zaangażowania?

Bibliografia

- Abbott, H. Porter.** 2002. *The Cambridge Introduction to Narrative*. Cambridge: UP.
- Allenby, Brandon R.** 2017. “The Age of Weaponized Narrative or Where Have You Gone, Walter Cronkite?” *Issues in Science and Technology*, 66. <http://issues.org/33-4/the-age-of-weaponized-narrative-or-where-have-you-gone-walter-cronkite/> (dostęp 20.11.2021).
- Garreau, Joel.** 2017. “Attacking Who We Are as Humans”. W Allenby, Brandon R. i Joel Garreau, red. *Weaponized Narrative: The New Battlespace*. 10-14. Washington, DC: Center of the Future of War.
- Bialy, Beata.** 2017. “Social Media – From Social Exchange to Battlefield”. *The Cyber Defense Review* 2 (2): 75.
- Braddock, Kurt.** 2020. *Weaponized Words: The Strategic Role of Persuasion in Violent Radicalization and Counter-Radicalization*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Bruner, Jerome.** 1991. “The Narrative Construction of Reality”. *Critical Inquiry* 18 (1): 1-21.
- Burke, Kenneth.** 1970. *Rhetoric of Religion: Studies in Logology*. Berkeley: University of California Press.
- Burke, Kenneth.** 1969. *A Grammar of Motives*. Berkeley: University of California Press.
- Butler, Judith.** 2000-2001. “Letter from the Chair”. *Rhetoric and Film Studies* (newsletter of the Rhetoric Department at UC Berkeley) 1.
- Chessen, Matt.** 2017. “The MADCOM Future: How Artificial Intelligence Will Enhance Computational Propaganda, Reprogram Human Culture, and Threaten Democracy... and What Can Be Done About It”. *Atlantic Council Report*, September.
- Cull, Nicolas J.** 2019. “The Tightrope to Tomorrow: Reputational Security, Collective Vision and the Future of Public Diplomacy”. *The Hague Journal of Diplomacy* 15: 1-15.
- Cull, Nicholas J.** 2019. *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Der Kongress zur Nürnberg* 1934. Munich: Zentralverlag der NSDAP, Frz. Eher Nachf., 1934, 130-141. Angielski tekst dostępny: <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/goeb59.htm> (dostęp 1.12.2021).
- Edwards, Janis L.** 2004. “Echoes of Camelot: How Images Construct Cultural Memory Through Rhetorical Framing”. W Hill, Charles A. i Marguerite Helmers, red. *Defining Visual Rhetorics*. 179-194. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Farwell, James.** 2021. “Information Warfare and the New Threat Environment”, *Strategic Multilayer Assessment and National Defense University panel discussion* (online), December 8.

- Friedman, Matti.** 2016. "The Age of the Terror Selfie". *Tablet*. January 5. Dostępne na <https://www.undef.com/author/53fe6e68d2f310934a5b7835> (dostęp 20.11.2021).
- Ford, Matthew i Andrew Hoskins.** 2021. <http://www.radicalwar.com/>, (dostęp 5.05.2021).
- Forest, James J. F.** 2009. *Influence Warfare: How Terrorists and Governments Fight to Shape Perceptions in a War of Ideas*. Westport, CT: Praeger Security International.
- Gorka, Sebastian i David Kilcullen.** 2009. "Who's Winning the Battle for Narrative?" W Forest, James J. red. *Influence Warfare: How Terrorists and Governments Fight to Shape Perceptions in a War of Ideas*. 229-240. Westport, CT: Praeger.
- Grinberg, Alexander.** 2018. "Controlling the Narrative: How Political Warfare Can Influence Policy". Dostępny: https://thestrategybridge.org/the-bridge/2018/7/31/controlling-the-narrative-how-political-warfare-can-influence-policy?utm_source=The+Bridge&utm_campaign=bdaf4d-132d-RSS_EMAIL_CAMPAIGN&utm_medium=email&utm_term=0_bcf191ca0f-bdaf4d132d-559922653, (dostęp 31.07.2021).
- Harriman Robert i John Louis Lucaites.** 2002. "Performing Civic Identity: The Iconic Photograph of the Flag Raising on Iwo Jima". *Quarterly Journal of Speech* 88 (4): 363-92.
- Harriman Robert i John Louis Lucaites.** 2007. *No Caption Needed: Iconic Photographs, Public Culture, and Liberal Democracy*. The University of Chicago Press.
- Hubbard, Zachary P.** 2007. "Information Operations in the Global War on Terror: Lessons Learned from Operations in Afghanistan and Iraq". W Armistead, Leigh, red. *Information Warfare: Separating Hype from Reality*. 45-72. Washington, D.C.: Potomac Books.
- Kaplan, Robert.** 2014. "Terrorism as Theater." *Global Affairs*, August 27.
- Khatib, Lina.** 2013. *Image Politics in the Middle East: The Role of the Visual in Political Struggle*. London and New York: I.B. Tauris.
- Kress, Gunther i Theo van Leeuwen.** 1996. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Levitin, Daniel J.** 2016. *Weaponized Lies: How to Think Critically in the Post-Truth Era*. New York: Dutton.
- Liang, Qiao and Wang Xiangsui.** 1999. *Unrestricted Warfare*. Beijing: PLA Literature and Arts Publishing House.
- Lorenz, Taylor, Browning, Kellen i Frenkel, Sheera,** 2020, "TikTok Teens and K-Pop Stans Say They Sank Trump Rally", *New York Times*, June 21, dostępny: <https://www.nytimes.com/2020/06/21/style/tiktok-trump-rally-tulsa.html> (dostęp 12.12.2021).
- Macdonald, Scot.** 2007. *Propaganda and Information Warfare in the Twenty-First Century*. London and New York: Routledge.
- Messages to the World: The Statements of Osama bin Laden.* 2005. Red. Bruce Lawrence, tłum. James Howarth. London: Verso.
- Mercieca, Jennifer R.** 2019. "Dangerous Demagogues and Weaponized Communication". *Rhetoric Society Quarterly* 49 (3): 264-279.
- Ornatowski, Cezar M.** 2009. "The Rhetoric of Pope John Paul II's Visits to Poland, 1979-2002". W Joseph R. Blaney and Joseph P. Zompetti, red. *The Rhetoric of Pope John Paul II*. New York: Lexington.
- Ornatowski, Cezar M.** 2012. "Rhetoric Goes to War: The Evolution of the United States of America's Narrative of the 'War on Terror'". *African Yearbook of Rhetoric* 3 (3) (2012): 65-74. (Special issue on "Diplomatic Rhetoric in the South." (http://www.africanrhetoric.org/pdf/10_ayor%203.3_Ornatowski.pdf) (dostęp 1.11.2021).
- Paul, Christopher.** 2020. "Understanding and Pursuing Information Advantage". *The Cyber Defense Review*, 109-123.

- Paul, Christopher.** 2021. "Information Warfare and the New Threat Environment", *Strategic Multilayer Assessment and National Defense University panel discussion* (online), Dec. 8.
- Propp, Vladimir.** 1968. *Morphology of the Folktale*. Tłum. Laurence Scott. Austin: University of Texas Press.
- Roberts-Miller, Patricia.** 2005. "Democracy, Demagoguery, and Critical Rhetoric". *Rhetoric & Public Affairs* 8, 3 (2005): 459-476.
- Ronfeldt, David i John Arquilla.** 2007. "The Promise of Noopolitik". *First Monday* 12: 8-6.
- Singer, P.W. i Emerson T. Brooking.** 2018. *Like War: The Weaponization of Social Media*. Boston: Eamon Dolan.
- Sloan, Stephen.** 2011. "The Challenge of Nonterritorial and Virtual Conflicts: Rethinking Counterinsurgency and Counterterrorism". *JSOU Report 11-2*, McDill Air Force Base, FL: The Joint Special Operations University Press.
- Smith, Bruce Lannes.** 2019. "Propaganda". *Encyclopedia Britannica*, Encyclopedia Britannica, Inc., <https://www.britannica.com/topic/propaganda>, (dostęp 20.11.2021).
- Smith, C. M., Dionisopoulos, G.N.** 2008. "The Abu Ghraib Images: 'Breaks' in a Dichotomous Frame". *Western Journal of Communication* 72 (3): 308-328.
- Strategy for Operations in the Information Environment.* 2016. US Department of Defense.
- Sturken, Maria i Lisa Cartwright.** 2009. "Images, Power, and Politics". W Sturken, Maria and Lisa Cartwright. *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. 9-48. New York: Oxford.
- Taylor, Phillip M.** 2003. *Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era*. Manchester, UK: Manchester University Press.
- Thum, Gladys and Marcella Thum.** 2006. "War Propaganda and the American Revolution: The Pen and the Sword". W Jowett, Garth S., and Victoria O'Donnell, red. *Readings in Propaganda and Persuasion: New and Classic Essays*. 73-82. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Tuman, Joseph S.** 2010. *Communicating Terror: The Rhetorical Dimensions of Terrorism*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.