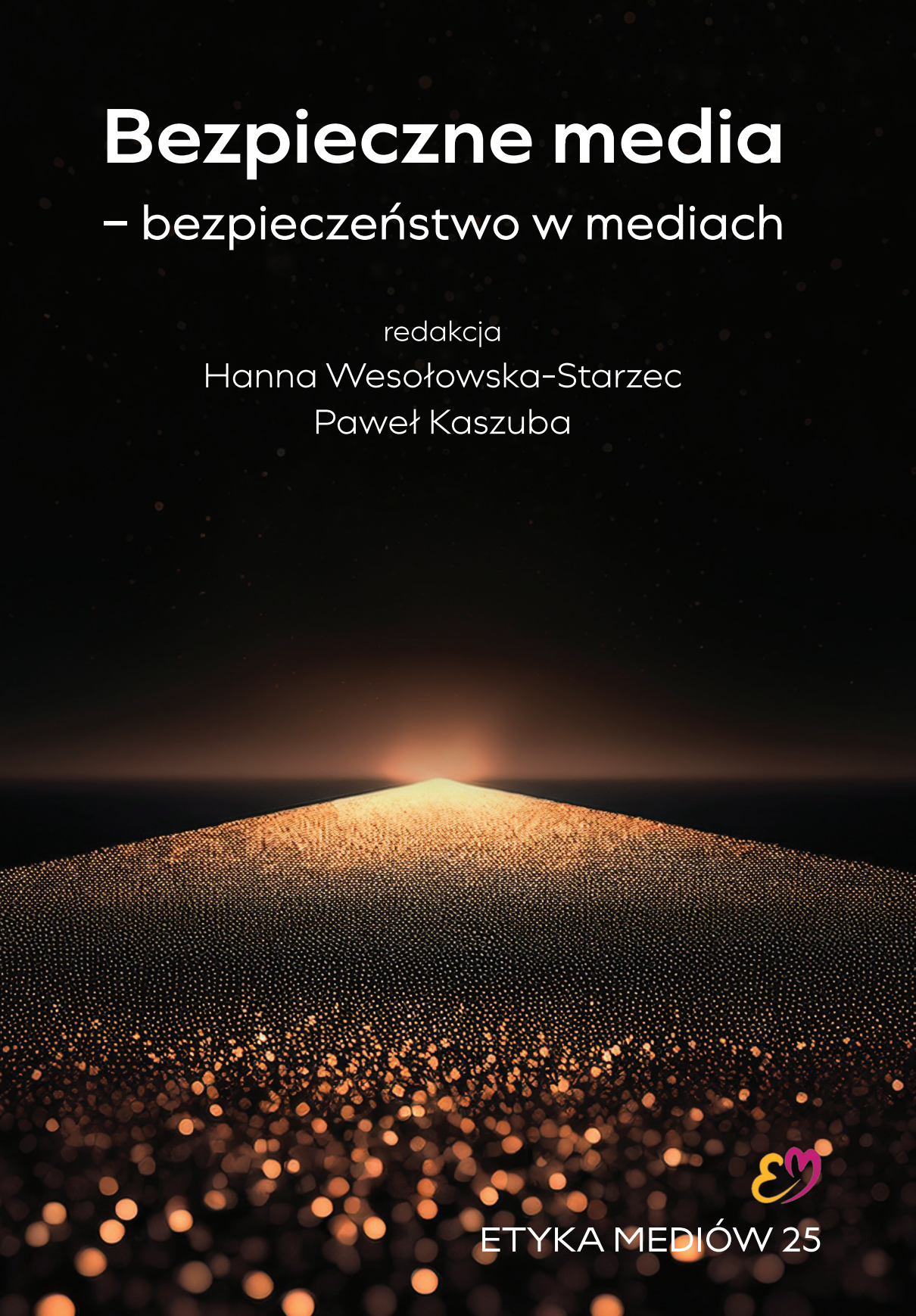
Bezpieczne media
– bezpieczeństwo w mediach

redakcja
Hanna Wesołowska-Starzec
Paweł Kaszuba



ETYKA MEDIÓW 25

Bezpieczne media – bezpieczeństwo w mediach

Seria wydawnicza:

Etyka Mediów

25

Bezpieczne media – bezpieczeństwo w mediach

redakcja
Hanna Wesołowska-Starzec
Paweł Kaszuba

Wydawnictwo Biblos
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
Tarnów–Kraków 2026

Copyright © 2026 by Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

Recenzje naukowe
dr hab. Krzysztof Gajdka, prof. UPJPII w Krakowie
dr hab. Dorota Marquardt, prof. UE w Katowicach

Publikacja dofinansowana z subwencji
dla Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie

This work is licensed under Creative Commons
Attribution 4.0 International



Projekt okładki: Sonia Przeklasa

ISBN 978-83-8354-282-9 (druk)

ISBN 978-83-8370-177-6 (online)

https://doi.org/10.15633/9788383701776

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II
w Krakowie
30-348 Kraków, ul. Bobrzyńskiego 10
wydawnictwo@upjp2.edu.pl
https://ksiegarnia.upjp2.edu.pl

Druk: Poligrafia Wydawnictwa Biblos



Biblos
WYDAWNICTWO

Plac Katedralny 6, 33-100 Tarnów
+48 571 261 473

biblos@biblos.pl
www.biblos.pl
@wydawnictwobiblos

Spis treści

Hanna Wesołowska-Starzec, Paweł Kaszuba
Bezpieczne media, bezpieczeństwo w mediach – wielowymiarowość problemu 13

I. Edukacja i bezpieczeństwo odbiorcy: kompetencje i narzędzia medialne

Małgorzata Laskowska, Maja Bednarska
Bezpieczeństwo jako wartość. Perspektywa aksjologii mediów 19

Aleksandra Mirek-Rogowska, Anna Miśkowiec
Kompetencje medialne w edukacji szkolnej – od diagnozy do praktyki. Założenia pilotażowego programu edukacji medialnej dla szkół średnich 35

Małgorzata Sławek-Czochra
Emocje jako narzędzie edukacji medialnej. Afektywne strategie artystów protestu w epoce nadmiaru informacji 63

Dariusz Adamski
Wpływ mediów społecznościowych na samoocenę i zdrowie psychiczne nastolatków 85

II. Technologie i sztuczna inteligencja: dylematy i wyzwania etyczne

Anna Granat
Czy AI może zastąpić lekarza? 101

Józef Kloch, Aleksandra Pisarska, Karolina Zając
Transformacja radiowego modelu redakcyjnego w epoce AI. Przypadek OFF Radia Kraków – wyzwania etyczne 129

Paweł Rytel-Andrianik
Sekcja Polska Radia Watykańskiego 1940-1941. Wyzwania etyczne i bezpieczeństwa 157

Maria Cieszkowska
Etyczne dylematy i strategia odpowiedzialnej reklamy na rynkach międzynarodowych. Case study kampanii Meta Ads dla tłumaczy elektronicznych Vasco 177

III. Wojna, konflikt, geopolityka: obraz, narracja, odpowiedzialność mediów

Joanna Sosnowska
Portret dziecięcego bohatera i audiowizualne mechanizmy obrazu wojennych losów dzieci ukraińskich w filmie dokumentalnym 205

Olga Białek-Szwed
Sposób obrazowania wojennych losów dzieci ukraińskich na przykładzie publicystyki tygodników „Polityka" i „Newsweek Polska" 227

Iwona Grodź
Animacja, dokumentacja i… Zagłada. Przykład animacji Nie było żadnej nadziei… *(2016) Kamy Veymont* 247

Mateusz Kot
Gra cyfrowa jako przestrzeń dyskursu geopolitycznego. Analiza wizerunku S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl w rosyjskim portalu branżowym Igromania.ru (wrzesień–grudzień 2024) 267

IV. Media cyfrowe w służbie bezpieczeństwa: prawo i granice wolności

Weronika Kudła
Bezpieczni, ale czy wolni? DSA i DMA a granice wolności słowa w mediach cyfrowych 293

Dariusz Baran
„Bezpieczeństwo, Europo!". Aktywność polskich dziennikarzy na X w odniesieniu do polskiej prezydencji w Radzie UE 313

Seweryn Puchała
Czy fotografia może być bezpiecznym medium? O ekspansji realizmu fotograficznego 335

Abstrakt 361

Abstract 363

Contents

Hanna Wesołowska-Starzec, Paweł Kaszuba
Media safety, safety in the media –
the multidimensional nature of the problem 13

I. Education and audience safety: media competencies and tools

Małgorzata Laskowska, Maja Bednarska
Security as a value. The perspective of media axiology 19

Aleksandra Mirek-Rogowska, Anna Miśkowiec
Media literacy in school education – from assessment to practice.
Guidelines for a pilot media literacy programme for secondary schools 35

Małgorzata Sławek-Czochra
Emotions as a Tool of Media Education.
Affective Strategies of Protest Artists in the Age of Information Overload 63

Dariusz Adamski
The Impact of Social Media on Adolescents' Self-Esteem and Mental Health 85

II. Technologies and Artificial Intelligence: ethical dilemmas and challenges

Anna Granat
Can AI Replace a Doctor? 101

Józef Kloch, Aleksandra Pisarska, Karolina Zając
Transforming of the radio editorial model in the AI era. The case of OFF Radio Kraków – ethical challenges 129

Paweł Rytel-Andrianik
The Polish Section of Vatican Radio, 1940-1941: Ethical and Security Challenges 157

Maria Cieszkowska
Ethical Dilemmas and Responsible Advertising Strategy in International Markets. A Case Study of the Meta Ads Campaign for Vasco Electronic Translators 177

III. War, conflict, and geopolitics: image, narrative, and media responsibility

Joanna Sosnowska
Portrait of a child and audiovisual mechanisms of depicting the wartime fate of Ukrainian children in a documentary film 205

Olga Białek-Szwed
The way of illustrating the wartime fate of Ukrainian children based on the example of the journalism of the weeklies "Polityka" and "Newsweek Polska" 227

Iwona Grodź
Animation, documentation, and… the Holocaust case There was no hope… *(2016) Kama Veymont* 247

Mateusz Kot
The digital game as a space of geopolitical discourse: An analysis of the image of S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl *on the Russian industry portal Igromania.ru (September–December 2024)* 267

IV. Digital media in the service of security: law and the limits of freedom

Weronika Kudła
Safe, but Free? The DSA and DMA and the Limits of Freedom of Expression in Digital Media 293

Dariusz Baran
„Security, Europe!". The activity of Polish journalists on X in relation to the Polish Presidency of the EU Council 313

Seweryn Puchała
Can photography be a safe medium? About the expansion of photographic realism 335

https://doi.org/10.15633/9788383701776.00

Bezpieczne media, bezpieczeństwo w mediach – wielowymiarowość problemu

Oddajemy w ręce czytelników monografię pt. *Bezpieczne media – bezpieczeństwo w mediach*, będącą rezultatem spotkania badaczy i praktyków (Konferencja Etyki Mediów 2025), których łączy przekonanie, że bezpieczeństwo w ekosystemie komunikacji nie jest kategorią jednowymiarową, ale stanowi konglomerat uwarunkowań technologicznych, społecznych, kulturowych i aksjologicznych, wzajemnie się przenikających i determinujących zarówno kształt współczesnych mediów, jak i sposoby ich odbioru oraz regulacji. W epoce intensywnej cyfryzacji i gwałtownego rozwoju sztucznej inteligencji bezpieczeństwo mediów oraz bezpieczeństwo realizowane za pośrednictwem mediów domaga się namysłu pogłębionego, wieloaspektowego i interdyscyplinarnego – takiego, który uwzględnia nie tylko dynamikę przemian technologicznych, lecz także ich konsekwencje dla relacji społecznych, struktur zaufania oraz systemów wartości konstytuujących współczesną przestrzeń komunikacyjną.

Zebrane w tomie teksty pokazują, że kwestia bezpiecznych mediów dotyczy dziś zarówno ochrony odbiorcy, jak i odpowiedzialności instytucji medialnych. Z jednej strony mówimy o bezpieczeństwie mediów – rozumianym jako stabilność, wiarygodność i odporność środowiska informacyjnego, w którym kluczowe są standardy etyczne, transparentność procesów redakcyjnych, ochrona danych oraz mechanizmy ograniczające nadużycia. Z drugiej strony podejmujemy problem bezpieczeństwa w mediach – a więc tego, w jaki sposób media opisują, interpretują i współtworzą doświadczenie zagrożenia: od zdrowia i dobrostanu psychicznego, przez wyzwania technologiczne, po wojny, konflikty i napięcia

geopolityczne. W obu przypadkach stawką jest zaufanie: do informacji, do instytucji, do technologii, a także do wspólnoty, która na podstawie medialnych przekazów podejmuje decyzje i kształtuje postawy.

Tom został pomyślany jako przestrzeń dialogu między różnymi perspektywami: teorią mediów, pedagogiką medialną, badaniami nad kulturą cyfrową, etyką i prawem, a także analizą konkretnych praktyk komunikacyjnych. Autorzy artykułów nie zatrzymują się na diagnozie – proponują narzędzia interpretacji i opisu, wskazują konsekwencje, a niekiedy formułują postulaty, które mogą inspirować edukację, praktykę redakcyjną oraz debatę publiczną. Zróżnicowanie tematów i metod jest konsekwencją wielowymiarowej pracy badawczej, bowiem bezpieczeństwo w komunikacji jest zjawiskiem systemowym i dynamicznym, a skuteczna refleksja wymaga zestawiania ze sobą wątków, które na pierwszy rzut oka należą do różnych porządków. Struktura publikacji obejmuje cztery części tematyczne. Część I koncentruje się na edukacji medialnej i kompetencjach odbiorczych, akcentując aksjologiczne podstawy bezpieczeństwa, szkolne uwarunkowania kształcenia medialnego oraz znaczenie emocji w procesach edukacyjnych. Uzupełnieniem jest perspektywa dotycząca wpływu mediów społecznościowych na samoocenę i zdrowie psychiczne młodzieży. Część II podejmuje kwestie technologii i AI, wskazując na konsekwencje automatyzacji dla zawodów zaufania publicznego i instytucji medialnych, a także na etyczne napięcia obecne w praktykach komunikacji. Część III poświęcona została analizom narracji, obrazowania i odpowiedzialności mediów w przedstawianiu doświadczeń konfliktów, zmian geopolitycznych. Część IV domyka tom refleksją nad mediami cyfrowymi w perspektywie prawa oraz nad granicami wolności słowa, zwracając uwagę na znaczenie współczesnych ram regulacyjnych, kulturowych i praktyk komunikacyjnych w przestrzeni medialnej.

Wierzymy, że publikacja ta może stać się wartościowym punktem odniesienia w refleksji nad komunikacją społeczną. Pokazuje ona bowiem, że kwestia bezpieczeństwa w obszarze mediów wymaga łączenia perspektyw: aksjologicznej, kompetencyjnej, technologicznej, prawnej i kulturowej oraz że tylko w ta-

kim ujęciu możliwe jest trafne rozpoznanie zagrożeń i formułowanie adekwatnych odpowiedzi. Dziękujemy autorom za merytoryczny wkład i podjęcie się poszukiwań odpowiedzi, a recenzentom tomu za wnikliwe uwagi. Zapraszamy też wszystkich państwa na jubileuszową XX Konferencję Etyki Mediów, która odbędzie się w maju 2026 r. w Krakowie. Wierzymy, że spotkamy się ponownie z niegasnącym zapałem do twórczej naukowej dyskusji nad aksjologią i etyką mediosfery.

dr Hanna Wesołowska-Starzec, dr Paweł Kaszuba
Wydział Nauk o Komunikacji
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

I.

Edukacja i bezpieczeństwo odbiorcy: kompetencje i narzędzia medialne

https://doi.org/10.15633/9788383701776.01

Małgorzata Laskowska[*]
https://orcid.org/0000-0003-2192-9006
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie https://ror.org/05sdyjv16

Maja Bednarska[**]
https://orcid.org/0000-0003-3592-1654
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Bezpieczeństwo jako wartość. Perspektywa aksjologii mediów

Abstract:

Security as a value. The perspective of media axiology. The article examines security as a fundamental value within the framework of media axiology. The analysis traces the historical and ontological development of the concept of security, from ancient philosophical reflections through

[*] Małgorzata Laskowska – doktor habilitowana nauk społecznych w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach; kierownik Katedry Teorii, Języka i Etyki w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie; członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Zainteresowania naukowe: kształcenie w zakresie etyki mediów, etyka komunikacji, estetyka komunikacji, klasycy medioznawstwa, edukacja dziennikarska. Autorka kilku książek (m.in. *Kształcenie w zakresie etyki dziennikarskiej w kontekście mediów społecznościowych*, Warszawa 2018) i kilkudziesięciu artykułów naukowych z zakresu medioznawstwa.

[**] Maja Bednarska – doktor; adiunkt na Wydziale Nauk o Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II. Od 2007 r. do chwili obecnej wykłada filozofię mediów, etykę mediów i przedmioty pokrewne w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Inicjatorka i twórczyni Konferencji Etyki Mediów w Krakowie w 2007 r. Obecnie redaktor naczelna akademickiej stacji radiowej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Autorka monografii, będących owocem jej wieloletniej interdyscyplinarnej pracy w dziedzinach filozofii i medioznawstwa: *Wolność człowieka w komunikacji medialnej* oraz *Filozofia dla dziennikarzy*, t. 1: *Filozofia starożytna w kontekście prawdy jako fundamentalnej wartości komunikacyjnej*.

modern theories of state and power to contemporary approaches related to totalitarianism and mass media. Particular attention is given to Hannah Arendt's analysis of the paradox of security in totalitarian systems and to the role of media as instruments of political power and social control. The article further explores security as a media value manifested at social, institutional, individual, and technological levels, with special emphasis on new media and artificial intelligence. Legal and ethical regulations concerning media security are also discussed, highlighting security as a normative foundation of journalistic practice and media systems.

Bezpieczeństwo jako wartość. Perspektywa aksjologii mediów. Artykuł podejmuje problem bezpieczeństwa jako fundamentalnej wartości w perspektywie aksjologii mediów. Analiza obejmuje historyczno-ontologiczny rozwój pojęcia bezpieczeństwa – od starożytnej refleksji filozoficznej, poprzez nowożytne koncepcje państwa i władzy, aż po współczesne ujęcia związane z totalitaryzmem i mediami masowymi. Szczególną uwagę poświęcono paradoksowi bezpieczeństwa w systemach totalitarnych w ujęciu Hannah Arendt oraz roli mediów jako narzędzia władzy i kontroli społecznej. W dalszej części tekstu bezpieczeństwo analizowane jest jako wartość medialna, przejawiająca się na różnych poziomach: społecznym, instytucjonalnym, indywidualnym i technologicznym, ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów i sztucznej inteligencji. Artykuł omawia także prawne i etyczne regulacje dotyczące bezpieczeństwa w mediach, wskazując na jego normatywną funkcję w praktyce dziennikarskiej i systemach medialnych.

Keywords

security, media axiology, journalistic ethics, totalitarianism, new media, media regulation, disinformation, artificial intelligence

bezpieczeństwo, aksjologia mediów, etyka dziennikarska, totalitaryzm, nowe media, regulacje medialne, dezinformacja, sztuczna inteligencja

Wstęp

Bezpieczeństwo to wartość warunkująca wszelkie ludzkie działanie. Dziejowe rozumienie tego terminu zmieniało się w zależności od jego historyczno-kulturowego kontekstu. Zawsze jednak dotyczyło w swojej istocie zapewnienia jednost-

kom, społeczeństwom ciągłości rozwoju – czy to materialnego, duchowego czy intelektualnego. Współcześnie, w odniesieniu do mediów, kwestia bezpieczeństwa nabiera szczególnie ważnego wymiaru. Z jednej strony media stanowią ochronę dla bezpieczeństwa publicznego, informując o zagrożeniach, kształtując poczucie stabilności społecznej lub budując zaufanie do instytucji, lecz z drugiej – same są źródłem wielu zagrożeń: dezinformacji, manipulacji, naruszania prywatności.

Problem bezpieczeństwa w dobie cyfryzacji nabiera szczególnego wymiaru. Oto bezpieczeństwo jest definiowane nie tylko poprzez zapewnienie gwarancji nienaruszalności fizycznej czy materialnej, ale również i przede wszystkim dzięki odpowiedzialnemu projektowaniu narzędzi projektujących przyszły wymiar kreowania, rozpowszechniania i wcielania informacji w rzeczywistość. Dlatego w dobie intensywnie rozwijającej się sztucznej inteligencji, kontroli i komunikacji algorytmicznej pojawia się fundamentalne pytanie o miejsce i rolę bezpieczeństwa w systemie wartości medialnych. Perspektywa aksjologii mediów obejmować zatem będzie bezpieczeństwo jako wartość nie tylko regulującą przepływ informacji proporcjonalnie dla realizacji konkretnego dobra osoby, ale również ograniczającą ryzyko nadużyć z tym związanych dla integracji potencjalnych odbiorców.

W niniejszym rozdziale podejmujemy zatem zagadnienie bezpieczeństwa jako wartości w odniesieniu do aksjologii mediów z perspektywy historycznej (rozwoju pojęcia), ontologicznej (znaczenia jego istoty) oraz fenomenologicznej (jako przejawiania się w konkretnych okolicznościach medialnych). Pytania badawcze, na które staramy się odpowiedzieć w niniejszym tekście, brzmią następująco: Jak należy rozumieć bezpieczeństwo? Jak zmieniały się perspektywy jego rozumienia? Jak bezpieczeństwo funkcjonuje jako wartość medialna? W jakich wymiarach przejawia się ono i w jakich regulacjach prawnych oraz deontologicznych dotyczących mediów znajduje swoje odzwierciedlenie? Jakie wymiary oraz poziomy bezpieczeństwa medialnego można wyróżnić? Odpowiedzi na te pytania pozwolą na ukazanie bezpieczeństwa jako jednej z fundamentalnych wartości w perspektywie aksjologii mediów, która wpływa na praktykę dziennikarską, a także normatywnie kształtuje założenia systemów medialnych.

Bezpieczeństwo jako wartość. Rozwój pojęcia w perspektywie historyczno-ontologicznej

Bezpieczeństwo jest to wartość, która zapewnia optymalny stan rozwoju człowieka. Jej poczucie jest niezbędne do tego, aby organizm mógł wrócić do dobrostanu nawet po okresie motywującego stresu, napięcia, stanu zagrożenia. Zatem bezpieczeństwo jest wartością związaną przede wszystkim z ochroną i integralnością człowieka. Etymologicznie i historycznie rzecz ujmując, bezpieczeństwo rozumiane jest jako stan braku zagrożenia; stan pewności, spokoju, zabezpieczenia[1]. Warto zwrócić uwagę, że znaczenie pojęciowe bezpieczeństwa ujawnia jednocześnie swój korelat przez sam akt definiowania. Oznacza to, że wartość bezpieczeństwa rozumiana jest w odniesieniu do zagrożenia. W tym właśnie sensie rozumiane są pierwsze starożytne filozoficzne refleksje nad bezpieczeństwem, jednak jeszcze nie w postaci wyodrębnionego zagadnienia *sensu stricto*. Były to raczej jego intuicje, jak na przykład u przedplatończyków, widziane jako stabilność bytu wobec zagrożenia. Platon z kolei przedstawia bezpieczeństwo w kontekście ładu politycznego, w którym zwierzchnicy są podlegli prawu. Taki stan jest gwarancją dobrego życia dla wszystkich w państwie[2]. Dla Arystotelesa natomiast dobre życie, które jest celem istnienia wspólnoty i państwa, wynika z zaspokojenia dóbr zewnętrznych i dóbr związanych z ciałem po to, aby urzeczywistnić dobra duchowe. Także państwo powinno zabiegać o dwa pierwsze rodzaje dóbr tylko i wyłącznie z uwagi na dobra duchowe, ponieważ na tym polega szczęście. Arystoteles zatem operuje bardziej moralną koncepcją państwa[3]. Z kolei w starożytnym Rzymie termin *securitas* po raz pierwszy pozwala mówić o bezpieczeństwie w sensie ścisłym tego pojęcia, odnosząc się zarówno

[1] *Bezpieczeństwo* [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego PWN*, https://sjp.pwn.pl/, dostęp z dn. 16.12.2025.

[2] Por. F. Copleston, *Historia filozofii*, t. 1, Warszawa 1998, s. 214.

[3] G. Reale, *Historia filozofii starożytnej*, t. 2, Lublin 2008, s. 519-520.

do spokoju jednostki, jak i stabilności państwa (Cyceron, I w. p.n.e.)[4]. Natomiast w średniowieczu, zgodnie z atmosferą ówczesnej epoki, rozumienie stanu bezpieczeństwa zostaje poddane sferze duchowej i moralnej.

Dopiero w filozofii nowożytnej, przede wszystkim w filozofii Thomasa Hobbesa, bezpieczeństwo zostaje wyodrębnione jako autonomiczna wartość w kontekście społeczno-politycznym, a jego filozoficzna intuicja sytuuje wartość bezpieczeństwa w świetle podstawowego celu władzy oraz gwarancji ochrony życia i porządku społecznego. W swoim słynnym dziele *Lewiatan* pisze on: „Jedyną drogą do ustanowienia takiej władzy wspólnej, która by była zdolna bronić ich od napaści obcych i od krzywd, jakie sobie czynią wzajemnie, i która by przez to dawała im takie bezpieczeństwo, iżby swoim własnym staraniem i płodami ziemi mogli się wyżywić i żyć w zadowoleniu – otóż jedyną taką drogą jest przenieść całą ich moc i siłę na jednego człowieka albo na jedno zgromadzenie ludzi”[5]. Widzimy zatem, że według T. Hobbesa bezpieczeństwo jest wartością, której realizacja jest konieczna, aby zapewnić dostateczny dostęp do dóbr zapewniających ciągłość spokojnego życia z innymi ludźmi. Innymi słowy: bezpieczeństwo człowieka realizowane jest w granicach społecznych, a celem państwa jest jego zagwarantowanie. Przed zawiązaniem społeczeństwa w stanie natury ludzie żyją w ciągłym strachu przed przemocą innych w dążeniu do zdobycia dóbr, o które muszą walczyć, dlatego – aby zapewnić sobie bezpieczeństwo – zawierają umowę społeczną i przekazują całą swoją władzę suwerenowi. W ten sposób oddają część swojej wolności ze stanu natury prawu, któremu od tej pory podlegają, aby zyskać bezpieczeństwo. Kwestia ta inaczej wygląda w poglądach Monteskiusza, francuskiego filozofa, będącego autorem koncepcji trójpodziału władzy, która to koncepcja jest podstawą współczesnych systemów demokratycznych. I właśnie z tego podziału władzy wynika bezpieczeństwo, gdyż zapobiega jej nadużyciom i absolutnemu jej charakterowi. Z uwagi na fakt, że prawo

[4] Por. F. Copleston, *Historia filozofii*, dz. cyt., s. 371.

[5] T. Hobbes, *Lewiatan, czyli materia, forma i władza państwa kościelnego i świeckiego*, tłum. C. Znamierowski, Warszawa 1974, s. 257.

jest niejako wpisane w naturę człowieka i całego świata jako podstawowe i konieczne stosunki wypływające z natury rzeczy[6], ich właściwe uporządkowanie zapewnia bezpieczeństwo. Dlatego dla obywateli państwa ma być ono zapewnione przez rząd prawa. Obie koncepcje pojmowania wartości bezpieczeństwa, choć w swojej materii różne, są jednak przykładem rozważania wartości bezpieczeństwa w kontekście państwa i prawnej gwarancji.

Hobbesowską wizję władzy jako gwarancji bezpieczeństwa obywateli przywołuje również współczesna filozofka Hannah Arendt. Jej zdaniem warunkiem bezpieczeństwa w tej koncepcji jest nieustanna koncentracja władzy oraz niekończące się gromadzenie własności[7]. W rezultacie, jak zauważa H. Arendt, celem T. Hobbesa była nobilitacja rządów tyranii[8], która – prawem czy wręcz przemocą – ale daje poczucie bezpieczeństwa. Jednocześnie H. Arendt ukazuje, że prawo nie zawsze w historii bywało gwarantem bezpieczeństwa jednostki. Pokazuje, że bezpieczeństwo i totalitaryzm stoją wobec siebie w relacji paradoksalnej. Totalitaryzm często powstaje w imię obietnicy przywrócenia bezpieczeństwa w świecie dotkniętym kryzysem, chaosem i rozpadem dawnych struktur politycznych, lecz po przejęciu władzy całkowicie niszczy realne poczucie bezpieczeństwa jednostki. Terror nie jest środkiem do stabilizacji – jak w tyranii – lecz stałym mechanizmem rządzenia, który czyni życie nieprzewidywalnym i pozbawionym ochrony prawnej. Arendt podkreśla, że w systemie totalitarnym nikt nie jest bezpieczny – ani przeciwnicy, ani zwolennicy władzy – ponieważ prawo zostaje zastąpione przez ideologię i arbitralną przemoc. W efekcie totalitaryzm utrzymuje się nie poprzez zapewnianie bezpieczeństwa, lecz poprzez jego permanentne unieważnianie, które paraliżuje zdolność ludzi do działania i oporu[9]. Reżimy totalitarne uzasadniają terror i przemoc koniecznością „zapewnienia bezpieczeństwa" państwu, narodowi lub ideologii, podczas gdy

[6] Por. Monteskiusz, *O duchu praw*, Kraków 2003, s. 11.

[7] Por. H. Arendt, *Korzenie totalitaryzmu*, Warszawa 2025, s. 201.

[8] Tamże, s. 203.

[9] Tamże, s. 392-395.

w rzeczywistości prowadzi to do całkowitej niepewności jednostki. Arendt podkreśla, że prawdziwym źródłem tej fałszywie rozumianej potrzeby bezpieczeństwa są: atomizacja społeczeństwa, rozpad więzi społecznych oraz izolacja ludzi, które czynią ich podatnymi na dominację. W efekcie totalitaryzm nie chroni obywateli, lecz utrzymuje władzę poprzez permanentny strach, w którym nikt nie może czuć się bezpieczny[10].

Zgodnie z ideą państwa totalitarnego niezastąpioną rolę w przejęciu totalnej władzy nad społeczeństwem pełnią media. Denis McQuail podaje przykład marksizmu jako ideologii posługującej się mediami. „Teoria marksistowska buduje bezpośredni związek między posiadaniem ekonomicznym a rozpowszechnianiem komunikatów potwierdzających prawomocność panowania i wartość klasy rządzącej"[11]. Przykład ten w sposób jaskrawy pokazuje media w funkcji narzędzia politycznego, które może wzmacniać lub osłabiać poczucie bezpieczeństwa.

Bezpieczeństwo w aksjologii mediów

Wizja użycia mediów jako politycznego narzędzia skłania do przyjęcia propozycji Marshalla McLuhana w bardzo dosłownym sensie. „Fakt, iż technologia mechaniczna ma, jako przedłużenie części ludzkiego ciała, moc rozszczepienia (psychicznie i fizycznie), nigdzie nie daje bardziej o sobie znać niż w przypadku uzbrojenia. Wraz z przedłużeniem ośrodkowego układu nerwowego za pomocą elektrotechniki nawet broń sprawia, że jedność gatunku jest bardziej oczywista. Globalny charakter informacji jako broni przypomina nam codziennie, że polityka i historia powinny z powrotem stać się formami «konkretyzacji ludzkiego braterstwa»"[12]. Myśl ta podkreśla bardzo ważną rolę, jaką pełnią współ-

[10] Tamże, s. 405-407.

[11] D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2008, s. 109.

[12] M. McLuhan, *Zrozumieć media*, Warszawa 2004, s. 437.

cześnie media. Mianowicie silnego oddziaływania społecznego, poprzez które mają możliwość regulowania stosunków społecznych dzięki przesyłaniu konkretnych, prawdziwych i rzetelnych informacji, a także takich, które sprzyjają bezpieczeństwu międzynarodowemu. Przykładem takiego działania jest walka z terroryzmem, który dzisiaj nie jest jedynie zjawiskiem politycznym czy militarnym, lecz przede wszystkim formą komunikacji społecznej. Jak zauważa Tomasz Goban-Klas, akt terrorystyczny ma charakter symboliczny i funkcjonuje jako przekaz medialny, wywołujący strach i niepokój wśród społeczeństwa. Media pełnią w tym procesie kluczową rolę, ponieważ bez nagłośnienia przemoc traci swój komunikacyjny sens, a dziennikarze mogą nieświadomie wzmacniać przekaz terrorystów: „Jeśli terroryzm jest propagandą poprzez czyn, to dziennikarze oraz telewizyjni reporterzy i operatorzy są najlepszymi kolegami terrorystów”[13]. Analiza ta podkreśla dylemat etyczny mediów między prawem opinii publicznej do informacji a ryzykiem eskalacji strachu i propagandy.

Powyżej ukazane zewnętrzne oddziaływanie mediów może mieć wpływ na społeczne bezpieczeństwo. Trzeba jednak przy tej okazji również zwrócić uwagę na kwestię bezpieczeństwa ludzi bezpośrednio związanych z produkcją treści medialnych. Jak pisze Magdalena Hodalska: „Szybki rozwój mediów społecznościowych i idący za nim wzrost liczby traumatycznych obrazów rejestrowanych przez naocznych świadków, którzy potem swe filmy i zdjęcia publikują w sieci, doprowadził do wyłonienia w redakcjach na całym świecie nowej kadry dziennikarzy. (…) Do obowiązków dziennikarzy delegowanych do pracy z makabrycznymi materiałami, nagrywanymi przez naocznych świadków, należy oglądanie ogromnych ilości przerażających zdjęć przez cały dzień, każdego dnia (…)”[14]. Przykład ten jedynie egzemplifikuje możliwość utraty bezpieczeństwa czy chociażby jego poczucia przez dziennikarzy podczas swojej pracy. Działania medialne od strony wewnętrznej zderzają ludzi mediów z różnego rodzaju zagrożeniami na poziomie fizycznym czy psychicznym.

[13] T. Goban-Klas, *Media i terroryści. Czy zastraszą nas na śmierć?*, Kraków 2009, s. 141.

[14] M. Hodalska, *Trauma dziennikarzy. Dziennikarstwo traumy*, Kraków 2017, s. 120-121.

W tym kontekście również dość wspomnieć o nieodpowiedzialnym korzystaniu z przekazów mediów, zwłaszcza przez ludzi młodych. I zdaje się, że problem ten będzie narastał wraz z powstaniem nowych mediów, podobnie jak w przypadku rozwoju sztucznej inteligencji. Max Tegmark podkreśla, że największym zagrożeniem związanym ze sztuczną inteligencją jest brak zgodności jej celów z ludzkimi wartościami. „Błędne wyobrażenie o świadomości jest związane z mitem o tym, że maszyny nie mogą mieć celów. Maszyny mogą oczywiście mieć cele w wąskim tego słowa znaczeniu: tym właśnie jest zachowanie rakiety poszukującej źródła ciepła. Jeśli czujecie się zagrożeni przez maszynę, której cele nie są tożsame z waszymi, to właśnie te jej cele w tym wąskim znaczeniu są waszym zagrożeniem, a nie to, czy maszyna jest świadoma i czy ma poczucie celu”[15]. Superinteligentna AI, działająca dokładnie według źle sformułowanego celu, może doprowadzić do katastrofalnych skutków, nawet jeśli została stworzona z dobrymi intencjami. Dlatego bezpieczeństwo AI musi być projektowane od samego początku – zanim systemy staną się zdolne do samodoskonalenia i działania poza ludzką kontrolą. M. Tegmark ostrzega, że presja szybkiego rozwoju i międzynarodowy wyścig technologiczny mogą prowadzić do lekceważenia zabezpieczeń, a odzyskanie kontroli nad superinteligencją może okazać się niemożliwe. Bezpieczna przyszłość wymaga więc połączenia badań technicznych, refleksji etycznej oraz globalnej współpracy.

Jak widzimy, aksjologia mediów przedstawia nam wartość bezpieczeństwa na kilku poziomach i wymiarach medialnych, jak również z różnych perspektyw. Powyższy jej zarys jedynie wskazuje nam, gdzie możemy szukać fenomenu bezpieczeństwa w mediosferze, tzn. na poziomie nadawcy lub odbiorcy mediów; w wymiarze materialnym, intelektualnym bądź psychologicznym; w końcu z perspektywy zewnętrznego oddziaływania mediów lub ich wewnętrznej integralności. Obszary te, na których przejawia się wartość bezpieczeństwa związanego ze światem mediów, poszerzają się wraz ze wzrostem i rozwojem samych mediów oraz ekspansją technologii ewoluujących razem z nimi. Rozwój

[15] M. Tegmark, *Życie 3.0. Człowiek w erze sztucznej inteligencji*, Warszawa 2019, s. 65.

możliwości manifestacji wartości bezpieczeństwa na polu mediów jest paradoksalnie jednocześnie powodem największego zagrożenia, że brak świadomości społecznej w tym względzie oraz nienadążające regulacje prawne w ich odniesieniu nie pomogą w odnalezieniu bezpieczeństwa w coraz większym rozproszeniu informacyjnym, w którym się znajdujemy. Mimo to warto pokazać te już istniejące, aby osadzić refleksję aksjologiczną na ekwiwalencie normatywnym.

Regulacje bezpieczeństwa w mediach. Aksjologia mediów w działaniu normatywnym

Na poziomie międzynarodowym istnieje wiele dokumentów kształtujących bezpieczeństwo mediów i w mediach. Należą do nich m.in.:

- wytyczne ONZ (Komitetu Praw Człowieka ONZ) pt. *General comment no. 34, Article 19, Freedoms of opinion and expression: CCPR/C/GC/34*, przyjęty podczas 102. sesji w Genewie w dn. 11-29 lipca 2011 r.[16],
- rekomendacje Rady Europy dotyczące bezpieczeństwa dziennikarzy oparte na art. 10 *Europejskiej Konwencji Praw Człowieka* z 1950 r.[17],
- wytyczne UE w sprawie praw człowieka dotyczące wolności wyrażania opinii online i offline[18],

[16] CCPR, *UN Human Rights Committee: General Comment No. 34*, art. 19, https://www.justiceinitiative.org/publications/un-human-rights-committee-general-comment-no-34, dostęp z dn. 9.01.2026.

[17] D. Bychawska-Siniarska, *Protecting the Right to Freedom of Expression under the European Convention on Human Rights: A Handbook for Legal Practitioners*, Strasbourg 2017.

[18] Council of the European Union, *EU Human Rights Guidelines on Freedom of Expression Online and Offline*, https://www.consilium.europa.eu/media/28348/142549.pdf, dostęp z dn. 12.01.2026.

- rozporządzenie UE z dn. 11 kwietnia 2024 r., ustanawiające wspólne ramy dla usług medialnych na rynku wewnętrznym i zmieniające dyrektywę 2010/13/UE *Europejską Ustawę o Wolności Mediów*[19].

Dokumenty te uznają wolność wypowiedzi za prawo podstawowe, dopuszczając jednocześnie ograniczenia ze względu na ochronę bezpieczeństwa, porządku publicznego i praw innych osób. Poza tym istnieje wiele innych dokumentów prawnych, regulujących bezpieczeństwo w bardziej szczegółowym wymiarze, np. stanowiących o ochronie małoletnich w mediach, ich wizerunku. *Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych* (art. 81 ust. 1) stanowi, że rozpowszechnianie wizerunku wymaga zgody osoby na nim przedstawionej[20]. W odniesieniu do osób małoletnich – według *Konwencji o prawach dziecka* – publikowanie wizerunku wymaga zgody rodziców lub opiekunów prawnych[21].

Z perspektywy natomiast etycznej nie brakuje regulacji podejmujących zagadnienie bezpieczeństwa, w różnych jego wymiarach. Nie zauważa się wprawdzie używania tego terminu wprost, ale w wielu fragmentach dziennikarskich kodeksów etycznych jest niewątpliwie nawiązanie do tej wartości. Kodeksy podejmują temat bezpieczeństwa w następujących aspektach:

- bezpieczeństwo informacyjne odbiorców: kodeksy zawierają treści na temat ochrony odbiorców przed dezinformacją poprzez przede wszystkim wymóg rzetelności czy prawdziwości informacyjnej[22], potrzeby weryfikacji faktów[23] oraz niezwłocznego sprawdzania błędów[24]. Te wytyczne

[19] EU, *European Media Freedom Act,* https://www.media-freedom-act.com/, dostęp z dn. 12.01.2026.

[20] *Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych*, Dz.U. 1994 Nr 24, poz. 83, art. 81 ust. 1.

[21] *Konwencja o prawach dziecka, przyjęta przez Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych dnia 20 listopada 1989 r.*, Dz.U. 1991 Nr 120, poz. 526, art. 16.

[22] *Karta Etyczna Mediów, Zasada prawdy*; *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, pkt 2; *Międzynarodowa Karta Etyki Dziennikarskiej IFJ*, pkt 1-3.

[23] *Międzynarodowa Karta Etyki Dziennikarskiej IFJ*, pkt 5.

[24] *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, pkt 4; *Karta Etyczna Mediów*, *Zasada prawdy*; *Międzynarodowa Karta Etyki Dziennikarskiej IFJ*, pkt 6.

etyczne mają na celu zapewnić odbiorcom bezpieczeństwo informacyjne, chronić przed manipulacją, a przez to zagwarantować im rzetelną wiedzę, na podstawie której mogą podejmować wolne i świadome decyzje;

- bezpieczeństwo osobiste źródeł i informatorów: w kodeksach stawiany jest wymóg zachowania tajemnicy dziennikarskiej wobec źródeł pozyskanych informacji, co jest konieczne dla zachowania bezpieczeństwa w wielu przestrzeniach i na różnych poziomach, m.in. zagwarantowania bezpieczeństwa osób przekazujących mediom dane wrażliwe, niekiedy także ochrony danych związanych z bezpieczeństwem państwa[25];
- bezpieczeństwo publiczne i porządek społeczny: w działalności mediów (dziennikarzy, nadawców, redaktorów) ważne jest także uwzględnianie konsekwencji swojej pracy, publikacji konkretnych danych w celu udostępnienia ich opinii publicznej. W tym zatem kontekście dziennikarzy obowiązuje „bezwzględny zakaz publikacji głoszących propagandę wojny, przemocy, gwałtu"[26], co bezpośrednio odnosi się do ochrony porządku publicznego i bezpieczeństwa społecznego. Media są również zobowiązane do „zachowania rozwagi przy ujawnianiu przestępstw" oraz unikania opisów umożliwiających naśladowanie czynów antyspołecznych[27];
- bezpieczeństwo dóbr osobistych: bezpieczeństwo odnosi się także do wymiaru osobistego odbiorcy i dlatego w kodeksach etycznych nie brakuje nawiązania do tego zagadnienia. W związku z tym dziennikarz jest zobowiązany do ochrony „godności, prywatności i dobrego imienia"[28] osób, nierozpowszechniania „mowy nienawiści, dyskryminacji i szerze-

[25] *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, pkt 7; *Międzynarodowa Karta Etyki Dziennikarskiej IFJ*, pkt 7; *Dziennikarski Kodeks Obyczajowy SDRP*, pkt II.

[26] *Dziennikarski Kodeks Obyczajowy SDRP*, pkt V.

[27] *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, pkt 14.

[28] *Karta Etyczna Mediów, Zasada szacunku i tolerancji*; *Dziennikarski Kodeks Obyczajowy SDRP*, pkt III.

nia uprzedzeń"[29]. Według natomiast *Karty Etycznej Mediów* oraz *Międzynarodowej Karty IFJ* dziennikarz szanować ma każdego człowieka z uwagi na jego godność, a w konsekwencji unikać treści dyskryminujących ze względu na pochodzenie, płeć, religię czy orientację seksualną[30];

- bezpieczeństwo w sytuacjach kryzysowych: szczególnie istotne są fragmenty kodeksów etycznych, w których nawiązano do „relacjonowania wojen, zamieszek i demonstracji", odnosząc się w ten sposób bezpośrednio do bezpieczeństwa emocjonalnego, ale także społecznego, obywatelskiego oraz informacyjnego. Dziennikarz w takich sytuacjach powinien zachować postawę niezaangażowanego obserwatora oraz nie pokazywać scen śmierci w bliskim planie[31]. Te zapisy chronią zarówno godność ofiar, jak i wrażliwość odbiorców, szczególnie rodzin poszkodowanych;
- bezpieczeństwo małoletnich: według *Kodeksu SDP* – w przypadku publikacji wypowiedzi dzieci wymagana jest „zgoda rodziców lub opiekunów prawnych"[32]. W *Międzynarodowej Karcie IFJ* zapisano zalecenie na temat „szczególnego zrozumienia dla osób słabszych i bez doświadczenia w udzielaniu wywiadów", co również można odnieść do osób małoletnich[33];
- bezpieczeństwo niezależności dziennikarskiej: w kodeksach etycznych jest również nawiązanie do bezpieczeństwa dziennikarzy, przede wszystkim ich zawodowej niezależności. Chodzi tu szczególnie o zakaz „przyjmowania korzyści, łapówek i działania w konflikcie interesów"[34],

[29] *Międzynarodowa Karta Etyki Dziennikarskiej IFJ*, pkt 9; *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, pkt 10-11.

[30] *Międzynarodowa Karta Etyki Dziennikarskiej IFJ*, pkt 9; *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, pkt 10-11.

[31] *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, pkt 15-16.

[32] *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, pkt 9.

[33] *Międzynarodowa Karta Etyki Dziennikarskiej IFJ*, pkt 8.

[34] *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, pkt 17-21; *Międzynarodowa Karta Etyki Dziennikarskiej IFJ*, pkt 13-14; *Dziennikarski Kodeks Obyczajowy SDRP*, pkt VI.

co chroni media przed korupcją i wpływami zewnętrznymi zagrażającymi ich niezależności.

Bezpieczeństwo w dokumentach zarówno prawnych, jak i etycznych traktowane jest jako fundamentalna wartość pracy dziennikarza w każdym jej wymiarze: od zbierania informacji, poprzez jej opracowanie, aż do jej publikacji i odpowiedzialności za jej konsekwencje. W tym zatem znaczeniu bezpieczeństwo jest rozumiane jako odnoszące się do odbiorcy, nadawcy (instytucji mediów), ale także społeczeństwa, porządku publicznego.

Zakończenie

Bezpieczeństwo, analizowane w perspektywie aksjologii mediów, ujawnia się jako wartość fundamentalna, która przenika wszystkie poziomy funkcjonowania współczesnej mediosfery. Przeprowadzona analiza historyczno-filozoficzna pokazuje, że choć rozumienie bezpieczeństwa ulegało znaczącym przemianom – od starożytnych intuicji stabilności bytu, poprzez nowożytne koncepcje państwa jako gwaranta ochrony życia, aż po współczesne refleksje nad totalitaryzmem i mediami – jego istotą pozostaje ochrona integralności człowieka oraz warunków umożliwiających dobre życie jednostkowe i wspólnotowe.

W kontekście mediów bezpieczeństwo nabiera szczególnego znaczenia aksjologicznego. Media nie tylko informują o zagrożeniach i współtworzą poczucie stabilności społecznej, lecz jednocześnie mogą stać się narzędziem manipulacji, dezinformacji i przemocy symbolicznej. Analiza refleksji Hannah Arendt, Marshalla McLuhana, Denisa McQuaila oraz współczesnych badaczy pokazuje, że bezpieczeństwo medialne nie może być rozumiane wyłącznie jako efekt regulacji prawnych, lecz wymaga osadzenia w szerszym porządku wartości, obejmującym odpowiedzialność, prawdę, godność osoby ludzkiej i dobro wspólne.

Współczesne wyzwania związane z rozwojem nowych mediów, algorytmizacji komunikacji oraz sztucznej inteligencji unaoczniają, że bezpieczeństwo nie jest stanem danym raz na zawsze, lecz procesem wymagającym ciągłej refleksji etycznej, adekwatnych regulacji oraz świadomości społecznej. Aksjologia mediów pozwala uchwycić bezpieczeństwo jako wartość normatywną, która integruje wymiar prawny, etyczny i społeczny, wyznaczając ramy odpowiedzialnej praktyki medialnej w warunkach rosnącej niepewności informacyjnej i technologicznej.

Literatura

Arendt H., *Korzenie totalitaryzmu*, tłum. D. Grinberg, Warszawa 2010.

Arystoteles, *Polityka*, tłum. L. Piotrowicz, Warszawa 2009.

Copleston F., *Historia filozofii*, t. 1: *Grecja i Rzym*, tłum. H. Bednarek, Warszawa 2004.

Cyceron M.T., *O państwie. O prawach*, tłum. W. Kornatowski, Warszawa 1960.

Goban-Klas T., *Media i terroryści. Czy zamachy są przekazem medialnym?*, Kraków 2009.

Hobbes T., *Lewiatan, czyli materia, forma i władza państwa kościelnego i świeckiego*, tłum. C. Znamierowski, Warszawa 2005.

Hodalska M., *Trauma dziennikarska. Psychologiczne koszty zawodu*. Kraków 2018.

Karta Etyczna Mediów, 1995.

Kodeks Etyki Dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich.

Komitet Praw Człowieka ONZ, *General Comment No. 34. Article 19: Freedoms of Opinion and Expression* (CCPR/C/GC/34), 2011.

Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, 1950.

Konwencja o prawach dziecka, 1989.

McLuhan M., *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, tłum. N. Szczucka, Warszawa 2004.

McQuail D., *McQuail's Mass Communication Theory*, London 2010.

Monteskiusz, *O duchu praw*, tłum. T. Boy-Żeleński, Warszawa 2002.

Parlament Europejski i Rada Unii Europejskiej, *Rozporządzenie ustanawiające wspólne ramy dla usług medialnych na rynku wewnętrznym (European Media Freedom Act)*, 2024.

Platon, *Państwo*, tłum. W. Witwicki, Warszawa 2003.

Reale G., *Historia filozofii starożytnej*, t. 1: *Od początków do Sokratesa*, tłum. E.I. Zieliński, Lublin 1996.

Tegmark M., *Życie 3.0. Człowiek w epoce sztucznej inteligencji*, tłum. T. Bieroń, Warszawa 2019.

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz.U. 1994 Nr 24, poz. 83.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.02

Aleksandra Mirek-Rogowska[*]
https://orcid.org/0000-0001-9094-9540
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Anna Miśkowiec[**]
https://orcid.org/0009-0002-7848-380X
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Kompetencje medialne w edukacji szkolnej – od diagnozy do praktyki. Założenia pilotażowego programu edukacji medialnej dla szkół średnich

Abstract:

Media literacy in school education – from assessment to practice. Guidelines for a pilot media literacy programme for secondary schools. This article presents the challenges and opportunities of implementing media education in Polish schools, and outlines the principles of a pilot programme developed at the Faculty of Communication Sciences at the Pontifical University of John Paul II in Krakow. The programme concept is based on a review of existing research, definitions and models of media literacy, educational documents, and an analysis of preliminary diagnostic tests conducted with UPJPII partner school teachers and stu-

[*] Aleksandra Mirek-Rogowska – doktor w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach; magister filologii polskiej; nauczyciel akademicki na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie. Łączy perspektywę historyczną z nowoczesnymi technologiami, w tym metodami biometrycznymi (EEG, *eye-tracking*). W badaniach koncentruje się na następujących obszarach: historia mediów, umiejętność korzystania z mediów, komunikacja promocyjna i wizerunkowa, komunikacja audiowizualna oraz popkultura.

[**] Anna Miśkowiec – doktor; adiunkt w Katedrze Teorii Komunikacji i Historii Mediów na Wydziale Nauk o Komunikacji Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie.

dents. This process identified the programme's key thematic areas (including the critical use of sources, the verification of information, and the recognition of disinformation and manipulation techniques). The project involves preparing teaching tools based on authentic materials that refer to students' everyday experiences, as well as flexible diagnostic tools.

Kompetencje medialne w edukacji szkolnej – od diagnozy do praktyki. Założenia pilotażowego programu edukacji medialnej dla szkół średnich. Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie wyzwań i możliwości związanych z wdrażaniem edukacji medialnej w polskich szkołach oraz zaprezentowanie założeń programu pilotażowego przygotowywanego na Wydziale Nauk o Komunikacji Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Koncepcja programu jest wynikiem przeglądu dotychczasowych badań, definicji i modeli kompetencji medialnych, dokumentów oświatowych oraz analizy wstępnych badań diagnostycznych przeprowadzonych wśród nauczycieli i uczniów szkół partnerskich UPJPII. Pozwoliło to na określenie kluczowych obszarów tematycznych programu (m.in. krytyczne wykorzystywanie źródeł i weryfikacja informacji, rozpoznawanie dezinformacji i technik manipulacji). Projekt zakłada przygotowanie narzędzi dydaktycznych opartych na autentycznych materiałach, odwołujących się do codziennych doświadczeń ucznia oraz elastycznych narzędzi diagnostycznych.

Keywords

media literacy, critical thinking, media education, media literacy measurement, disinformation

kompetencje medialne, krytyczne myślenie, edukacja medialna, pomiar kompetencji medialnych, dezinformacja

Wstęp

Postęp technologiczny i intensyfikacja roli mediów w życiu codziennym młodych ludzi sprawiają, że szkoła staje przed wyzwaniem systematycznego rozwoju kompetencji medialnych. Umiejętność krytycznej analizy treści, tworzenia i świadomego korzystania z mediów staje się jednym z kluczowych warunków świadomego uczestnictwa w kulturze i społeczeństwie informacyjnym. Zbiór tekstów podejmujących problem kompetencji medialnych jest bogaty i różno-

rodny. W literaturze[1] kompetencje medialne rozumiane są jako złożone zestawy wiedzy, umiejętności i postaw. Obejmują one zarówno odbiór, jak i tworzenie treści medialnych. Odnoszą się też do aspektów etycznych i społecznych. W naszym kraju podejmowano już próby oceny stanu kompetencji uczniów i nauczycieli[2] (m.in. raporty NASK, Fundacji Nowoczesna Polska). Badania te koncentrowały się jednak głównie na analizie strategii korzystania z mediów i związanych z tym zagrożeń, rzadziej natomiast na praktycznym zastosowaniu kompetencji medialnych w procesie dydaktycznym.

Niniejszy artykuł jest pokłosiem badań prowadzonych na Wydziale Nauk o Komunikacji Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Ich celem jest opracowanie i wdrożenie programu edukacyjnego dla szkół średnich w zakresie edukacji medialnej. Celem artykułu jest prezentacja założeń programu i wyników wstępnych badań diagnostycznych. Składa się on z dwóch części. W części pierwszej omówiono podstawowe definicje i modele kompetencji medialnych, przedstawiono przegląd dotychczasowych badań oraz opisano założenia i metodologię własnego badania ankietowego. Część druga zawiera analizę zebranego materiału empirycznego, dyskusję wyników oraz rekomendacje dydaktyczne dla praktyki szkolnej. Celem badań jest określenie poziomu i wybranych obszarów kompetencji medialnych uczniów i nauczycieli oraz wskazanie możliwości wdrożenia edukacji medialnej w polskiej szkole.

[1] W.J. Potter, *The State of Media Literacy*, „Journal of Broadcasting and Electronic Media" 2010, t. 54, nr 4, s. 675-696; C.A. Scolari, *Beyond the myth of the 'digital native'. Adolescents, collaborative cultures and transmedia skills*, „Nordic Journal of Digital Literacy" 2019, t. 14, nr 3-4, s. 164-174; C. Redecker, *European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu*, Luxembourg 2017.

[2] *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów i rodziców*, red. R. Lange, https://www.nask.pl/magazyn/nastolatki-3-0-raport-z-ogolnopolskiego-badania-uczniow-i-rodzicow, dostęp z dn. 1.09.2025; Fundacja Nowoczesna Polska, *Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych*, Warszawa 2014, https://edukacjamedialna.edu.pl/media/chunks/attachment/Katalog_kompetencji_medialnych_2014.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025; *Cyfrowa przyszłość. Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*, red. J. Lipszyc, 2012, https://ngoteka.pl/handle/item/93.html, dostęp z dn. 1.09.2025.

Ramy pojęciowe i teoretyczne

W literaturze przedmiotu spotykamy różne ujęcia kompetencji związanych z funkcjonowaniem w środowisku medialnym i cyfrowym: „kompetencje medialne" (*media literacy*), „kompetencje informacyjne" (*information literacy*), a także „kompetencje cyfrowe" (*digital literacy*). Choć akcentują one nieco odmienne aspekty, łączy je wspólne założenie, że współczesny uczeń i nauczyciel powinni posiadać zestaw wiedzy, umiejętności i postaw pozwalających nie tylko korzystać z mediów, ale także świadomie je tworzyć, analizować i oceniać.

Klasyczna definicja Pottera ujmuje kompetencje medialne jako „zestaw perspektyw, z których korzystają jednostki, aby interpretować znaczenia komunikatów medialnych[3]", i podkreśla proces aktywnego nadawania sensu, a nie biernej recepcji. W nowszych ujęciach, takich jak *DigComp 2.2*, kładzie się nacisk na pięć wymiarów: informacja i dane, komunikacja i współpraca, tworzenie treści cyfrowych, bezpieczeństwo oraz rozwiązywanie problemów[4]. Model *DigCompEdu* rozwija tę perspektywę w kontekście pracy nauczycieli, wyróżniając sześć obszarów, m.in. zaangażowanie zawodowe, projektowanie nauczania, wspieranie uczniów czy ocenianie[5].

W polskich badaniach nad edukacją medialną od wielu lat podkreśla się, że szkoła nie może ograniczać się do nauczania obsługi narzędzi cyfrowych, lecz powinna kształtować krytyczne, etyczne i kreatywne kompetencje korzystania

[3] W.J. Potter, *The State of Media Literacy*, dz. cyt.

[4] R. Vuorikari, S. Kluzer, Y. Punie, *DigComp 2.2. Ramy kompetencji cyfrowych dla obywateli z nowymi przykładami wiedzy, umiejętności i postaw*, 2022, https://www.digcomp.pl/wp-content/uploads/2023/03/DigComp2.2_TEXT_pl_.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

[5] C. Redecker, *European Framework for the Digital Competence…*, dz. cyt. Por. *Zalecenia Rady z dnia 22 maja 2018 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie*, Dz.Urz. UE C 189/1, 2018, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32018H0604(01).

z mediów. Już w latach 90. pisali o tym m.in. Józef Skrzypczak[6], Walery Pisarek[7] czy Andrzej Tyszka[8], zwracając uwagę na rolę szkoły w przygotowaniu świadomego odbiorcy kultury medialnej. W ostatnich latach zagadnienie to podejmują m.in. Bronisław Siemieniecki[9], Jacek Pyżalski[10], Mirosław Filiciak[11] czy Agnieszka Ogonowska[12], wskazując zarówno na potrzebę integracji edukacji medialnej z podstawą programową, jak i na konieczność wypracowania praktycznych narzędzi dydaktycznych. Interesującą próbę systematyzacji wymagań edukacyjnych stanowi *Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych* opra-

[6] Zob. J. Skrzypczak, *Popularna encyklopedia mass mediów*, Poznań 1999; tenże, *Wokół pojęcia kompetencji społecznych w kontekście potrzeby ustawicznej edukacji obywatelskiej*, [w:] *Wokół problemów kształcenia ustawicznego*, red. H. Bednarczyk, Radom 1999, s. 47-56; tenże, *Treści programowe przedmiotu edukacja medialna*, „Edukacja Medialna" 1997, nr 1, s. 8-11; tenże, *Poziom kompetencji komunikacyjnych nauczycieli a przebieg procesu kształcenia*, „Toruńskie Studia Dydaktyczne" 1994, nr 6, s. 17-23.

[7] W. Pisarek, *Język w mediach, media w języku*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000.

[8] A. Tyszka, *Róża wiatrów Europy: o środkowoeuropejskiej tożsamości kulturowej*, Warszawa 1999.

[9] B. Siemieniecki, *Komputer w edukacji. Podstawowe problemy technologii informacyjnej. Multimedialna Biblioteka Pedagogiczna*, Toruń 1997; tenże, *Efektywność dydaktyczna a spoistość struktury treści w telewizyjnych wykładach interdyscyplinarnych wspartych grami dydaktycznymi*, Kraków 1990. Por. tenże, *Internet w szkole*, Toruń 2000; J. Gajda, S. Juszczyk, K. Wenta, B. Siemieniecki, *Edukacja medialna*, Toruń 2002; B. Siemieniecki, *Technologia informacyjna w polskiej szkole*, Toruń 2002; tenże, *Manipulacja, media, edukacja*, Toruń 2007; tenże, *Pedagogika medialna*, Warszawa 2021.

[10] *Pozytywny internet i jego młodzi twórcy. Dobre i złe wiadomości z badań jakościowych*, red. J. Pyżalski, Warszawa 2019, https://cyberprofilaktyka.pl/badania/RAPORT_a4_29_5_19_inter.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

[11] M. Filiciak, M. Danielewicz, M. Halawa, P. Mazurek, A. Nowotny, *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, Warszawa, styczeń 2010, https://sbi.gazeta.pl/im/9/7651/m7651709.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025. Por. M. Filiciak, K. Sijko, A. Tarkowski, *Nauka programowania w szkołach. Czas na upgrade?*, Warszawa 2013, https://katalog.edukacjamedialna.edu.pl/bazawiedzy/raport_naukaprogramowania/, dostęp z dn. 1.09.2025.

[12] A. Ogonowska, *Współczesna edukacja medialna: teoria i rzeczywistość*, Kraków 2013. Por. A. Ogonowska, G. Ptaszek, *Edukacja medialna w dobie współczesnych zmian kulturowych, społecznych i technologicznych*, Kraków 2015; A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, *Młodzi dorośli wobec dezinformacji. Katalogi i rzeczywiste profile kompetencji cyfrowych*, Kraków 2024.

cowany przez Fundację Nowoczesna Polska[13]. Dokument ten rozwija w polskim kontekście wątki obecne w międzynarodowych ramach, takich jak *DigComp 2.2* czy *DigCompEdu*, akcentując np. rolę krytycznej analizy przekazów medialnych oraz edukacji w zakresie prawa autorskiego i etyki komunikacji. Z kolei model *MEMIC* pokazuje, że edukacja medialna powinna być postrzegana jako proces całożyciowy, obejmujący różne obszary aktywności społecznej, nie tylko edukację szkolną[14]. Jak zwraca uwagę Monika Jabłońska, „brak ustandaryzowanego nazewnictwa dla kompetencji medialnych" skutkuje namnożeniem się „w różnych kręgach kulturowych wielu pojęć o zróżnicowanej pojemności definicyjnej"[15]. Co więcej, różnorodność definicji i brak ustandaryzowanej terminologii utrudniają prowadzenie badań porównawczych oraz planowanie spójnych działań edukacyjnych. Zestawienie trzech podejść definiowania kompetencji medialnych i cyfrowych ujęto w tabeli 1.

[13] Fundacja Nowoczesna Polska, *Katalog kompetencji medialnych…*, dz. cyt.

[14] *Model Edukacji Medialnej, Informacyjnej i Cyfrowej (MEMIC)*, red. A. Pacewicz, G. Ptaszek, Warszawa 2019, https://www.fina.gov.pl/docs/15/memic_publikacja-1.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

[15] M. Jabłońska, *Kompetencje medialne w kontekście współczesnej konwergencji mediów. Rozprawa doktorska napisana pod kierunkiem prof. UAM dr hab. Doroty Piontek*, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 2023, s. 89, https://bip.amu.edu.pl/__data/assets/pdf_file/0031/491890/Jablonska-Monika_rozprawa-doktorska.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025. Por. taż, *Kompetencje medialne generacji Z. Pomiar – diagnoza – kształcenie*, Poznań 2024, s. 26.

Tabela 1. Trzy główne podejścia definiowania kompetencji medialnych i cyfrowych

Źródło i ujęcie	Główne elementy kompetencji i założenia	Charakterystyka kompetencji
Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych (2014) (Fundacja Nowoczesna Polska)[16]	– Obejmuje kategorie: korzystanie z informacji, relacje w środowisku medialnym, język mediów, kreatywne korzystanie z mediów, etyka i wartości, prawo, bezpieczeństwo, ekonomia mediów, kompetencje cyfrowe i mobilne bezpieczeństwo; – Komponenty opisane przez efekty kształcenia: wiadomości i umiejętności; – Poziomy kompetencji w edukacji: minimalny (uczestnictwo), optymalny (pełnoprawne użytkowanie), mistrzowski (wpływ i animacja rzeczywistości medialnej); – Podejście ramowe integrujące media, informację i technologię cyfrową; – Edukacja medialna formalna i ustawiczna, szerokie zastosowanie w systemie edukacji.	Kompetencje postrzegane jako struktura piramidy, gdzie wyższe poziomy wymagają opanowania wcześniejszych. Zakres praktyczny oraz etyczny i społeczny kompleksowo ujęty w katalogu.
DigComp 2.2[17]	– Kompetencje cyfrowe obejmują: informacje, komunikację i współpracę, tworzenie treści, bezpieczeństwo, rozwiązywanie problemów; – Elastyczny model dopasowany do potrzeb użytkowników; – Wspiera uczenie się przez całe życie i dostosowanie do nowych technologii oraz kontekstów społecznych.	Ujęcie funkcjonalne i relacyjne, podkreślające kompetencje jako proces dynamiczny, dostosowujący się do zmian technologicznych i wymagań społecznych.
Małgorzata Gruchoła, *Kompetencje medialne nauczycieli w dobie nowych technologii. Kilka refleksji socjologa i kulturoznawcy*[18]	– Kompetencje medialne rozumiane jako dynamiczne i relacyjne, powiązane z codziennym użytkowaniem i potrzebami; – Integracja trzech komponentów: technicznego, społecznego i informacyjnego; – Aspekt krytycznego myślenia i tworzenia własnych treści; – Kompetencje jako działania interpersonalne i społeczne w mediach; – Koncentracja na praktycznych relacjach i funkcjonalności kompetencji, nie jako sztywna lista.	Podkreśla wielowymiarowość kompetencji, wychodząc poza samą technikę do kontekstów społecznych i krytycznych, co sprzyja lepszemu rozumieniu i praktyce edukacji medialnej i cyfrowej.

Źródło: opracowanie własne

[16] Fundacja Nowoczesna Polska, *Katalog kompetencji medialnych…*, dz. cyt.

[17] R. Vuorikari, S. Kluzer, Y. Punie, *DigComp 2.2. Ramy kompetencji…*, dz. cyt.

[18] M. Gruchoła, *Kompetencje medialne nauczycieli w dobie nowych technologii. Kilka refleksji socjologa i kulturoznawcy*, „Lubelski Rocznik Pedagogiczny" 2019, nr 38, z. 3, s. 95-116.

Tabela 1 zestawia trzy podejścia do definiowania kompetencji medialnych i cyfrowych, w których akcent położony jest na inne aspekty. *Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych* z 2014 r. przedstawia szczegółowy i normatywny zestaw kategorii oraz poziomów edukacyjnych, *DigComp* porządkuje kompetencje w pięciu elastycznych obszarach, umożliwiających ich aktualizację i dopasowanie do zmieniających się realiów, natomiast Małgorzata Gruchoła podkreśla ich relacyjny, społeczny i krytyczny wymiar, traktując kompetencje jako dynamiczną praktykę powiązaną z codziennym użytkowaniem mediów. Zestawienie to pokazuje, że połączenie trzech perspektyw pozwala na stworzenie wielowymiarowego modelu edukacji medialno-cyfrowej: od szczegółowych treści dydaktycznych, przez ramy umożliwiające ich adaptację, aż po społeczne i kulturowe konteksty praktycznego wykorzystania kompetencji.

W niniejszym artykule przyjmuje się, że kompetencje medialne stanowią zbiór nadrzędny wobec kompetencji cyfrowych i informacyjnych[19], integrując elementy wiedzy, postaw i umiejętności niezbędnych do:

1) krytycznego odbioru i analizy przekazów medialnych,
2) tworzenia i modyfikowania treści medialnych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych,
3) bezpiecznego i etycznego uczestnictwa w środowisku medialnym,
4) rozpoznawania, interpretowania i przeciwdziałania dezinformacji oraz manipulacji.

Tak rozumiane kompetencje medialne stanowią fundament dla dalszej analizy kontekstu edukacyjnego, który w znacznym stopniu determinuje możliwości ich rozwoju wśród uczniów i nauczycieli. W konsekwencji w artykule przyjmujemy robocze pojęcie „kompetencji medialno-informacyjno-cyfrowych" (dalej: KMIC), łączące perspektywy badaczy polskich i zagranicz-

[19] Zob. A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, *Młodzi dorośli wobec dezinformacji…*, dz. cyt., s. 60; G. Ptaszek, *Edukacja medialna 3.0. Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji*, Kraków 2019, s. 154.

nych. Obejmuje ono zarówno umiejętności odbioru i analizy treści, jak też kompetencje twórcze, komunikacyjne i społeczne, w tym bezpieczne i etyczne korzystanie z technologii.

Badania nad kompetencjami medialnymi w Polsce

Dane ilościowe o korzystaniu przez młodzież z internetu i nowych technologii dostarczają m.in. raporty NASK[20]. Pokazują one zarówno potencjał, jak i zagrożenia związane z codziennym używaniem mediów: od kreatywności i rozwoju zainteresowań po ryzyko dezinformacji, cyberprzemocy i przeciążenia informacyjnego. Badania te mają jednak głównie charakter socjologiczno-psychologiczny i koncentrują się na diagnozie zachowań oraz ryzyka. Ważne miejsce zajmuje również projekt *Pozytywny internet i jego młodzi twórcy*, pokazujący kreatywne i produkcyjne kompetencje uczniów. Inicjatywy organizacji fact-checkingowych[21] wskazują, że młodzi odbiorcy często mają trudności związane z krytyczną oceną źródeł informacji. Polscy badacze (m.in. M. Filiciak, A. Ogonowska, J. Pyżalski) podkreślają również potrzebę edukacji w zakresie dobrostanu cyfrowego, krytycznego myślenia i świadomego uczestnictwa w kulturze cyfrowej[22].

Potrzeby uczniów

Badania wskazują, że uczniowie oczekują od szkoły bardziej praktycznej edukacji medialnej. W raporcie *Nastolatki 3.0* ankietowani podkreślali chęć zdobycia umiejętności rozpoznawania fałszywych informacji, bezpiecznego korzysta-

[20] *Nastolatki 3.0…*, dz. cyt.

[21] K. Dębska, *Zrozumienie i zaspokojenie potrzeb nauczycieli i uczniów w walce z dezinformacją. Analiza wywiadów jakościowych z nauczycielami i nauczycielkami oraz uczniami i uczennicami szkół średnich*, https://demagog.org.pl/wp-content/uploads/2022/12/Purpose-x-Demagog-2022-Badanie-nauczycieli-i-uczniow.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

[22] Zob. A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, *Młodzi dorośli wobec dezinformacji,* dz. cyt.; *Pozytywny internet i jego młodzi twórcy…*, dz. cyt.; M. Filiciak, K. Sijko, A. Tarkowski, *Nauka programowania w szkołach…*, dz. cyt.

nia z mediów społecznościowych oraz tworzenia własnych treści cyfrowych[23]. Badania jakościowe pokazały, że młodzież poszukuje przestrzeni do rozwijania kreatywności i krytycznej refleksji nad mediami, a jednocześnie nie znajduje ich w tradycyjnej szkole[24]. Pyżalski dowodzi, że młodzi ludzie posiadają wysokie kompetencje techniczne, ale mają trudności z krytyczną oceną treści i zarządzaniem własnym czasem online – co rodzi potrzebę wsparcia szkoły w tym zakresie[25].

Potrzeby nauczycieli

Nauczyciele również dostrzegają potrzebę rozwijania własnych kompetencji medialnych i cyfrowych. Badania pokazują, że w praktyce edukacyjnej technologia bywa wykorzystywana przede wszystkim w wymiarze organizacyjnym (komunikacja z rodzicami, przesyłanie materiałów) i narzędziowym (materiały ilustracyjne, prezentacje, quizy), a rzadziej w sposób rozwijający krytyczne i twórcze kompetencje uczniów[26]. Pyżalski wskazuje, że nauczyciele często czują się nieprzygotowani, a dostępne szkolenia są zbyt ogólne i niedostosowane do codziennych potrzeb dydaktycznych. Ramy *DigCompEdu* oraz polski model *MEMIC* mogą stanowić podstawę do budowania praktycznych scenariuszy i programów doskonalenia zawodowego.

Zestawienie badań pokazuje, że w Polsce dysponujemy bogatym materiałem diagnostycznym dotyczącym korzystania z mediów, ale brakuje analiz

[23] *Nastolatki 3.0*…, dz. cyt.

[24] Tamże.

[25] *Pozytywny internet i jego młodzi twórcy*…, dz. cyt. Por. J. Pyżalski, A. Łuczyńska, *Sztuczna inteligencja. Prawdziwe zmiany w edukacji?*, Warszawa 2024, https://www.szkolazklasa.org.pl/materialy/publikacja-sztuczna-inteligencjaprawdziwe-zmiany-w-edukacji/, dostęp z dn. 1.09.2025.

[26] A. Adamski, M. Gosek, B. Przywara, *Kompetencje medialne uczniów i nauczycieli kluczem do edukacji w społeczeństwie zmediatyzowanym – prezentacja rezultatów projektu*, „Roczniki Kulturoznawcze" 2024, t. XV, nr 2, s. 125-146. Por. A. Duda, *Pomiar kompetencji medialnych – problemy i wyzwania*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2019, nr 3, s. 769; K. Dębska, *Zrozumienie i zaspokojenie potrzeb nauczycieli i uczniów w walce z dezinformacją*…, dz. cyt.

łączących perspektywę uczniów i nauczycieli w praktyce dydaktycznej. Szczególnie istotne wydaje się zbadanie, w jakim stopniu szkoła odpowiada na realne potrzeby obu grup i jak można je połączyć w ramach spójnych działań edukacyjnych.

Pomiar kompetencji jako wyzwanie

Jednym z kluczowych problemów związanych z edukacją medialną jest kwestia rzetelnego pomiaru kompetencji. Konstrukty takie jak krytyczna analiza przekazów, umiejętność weryfikacji informacji czy etyczne korzystanie z mediów trudno uchwycić przy użyciu tradycyjnych narzędzi diagnostycznych[27]. Jak podkreśla Aneta Duda, w literaturze brakuje konsensusu co do metod badania tego wielowymiarowego zjawiska, a trudność wynika zarówno z braku jednolitego modelu teoretycznego, jak i ze zmienności samego środowiska medialnego[28]. Pomiar wymaga nie tylko przyjęcia określonej koncepcji kompetencji medialnych, ale również precyzyjnego zdefiniowania ich wymiarów i wskaźników. Trudność polega na tym, że katalog kompetencji ulega ciągłym modyfikacjom pod wpływem rozwoju technologicznego i nowych zjawisk komunikacyjnych, takich jak media syntetyczne, dezinformacja czy propaganda algorytmiczna. Dlatego też każde narzędzie pomiarowe powinno być elastyczne i łatwe do aktualizacji.

Problematyczne okazują się także tradycyjne metody badawcze, takie jak kwestionariusze czy autoewaluacja. Pierwsze z nich budzą u uczniów negatywne skojarzenia ze sprawdzianami[29], drugie zaś są z natury subiektywne i obarczone

[27] Zob. A. Adamski, M. Gosek, B. Przywara, *Kompetencje medialne uczniów i nauczycieli…*, dz. cyt.; K. Dębska, *Zrozumienie i zaspokojenie potrzeb nauczycieli i uczniów w walce z dezinformacją…*, dz. cyt.; A. Duda, *Pomiar kompetencji medialnych…,* dz. cyt., s. 763-776.

[28] A. Duda, *Pomiar kompetencji medialnych…,* dz. cyt., s. 765.

[29] M. Bogunia-Borowska, K. Łuczaj, *Kompetencje medialne młodzieży w wieku gimnazjalnym. Co i w jaki sposób badać?*, „Państwo i Społeczeństwo" 2017, t. XVII, nr 3, s. 136-146.

ryzykiem zawyżania poziomu własnych kompetencji[30]. Coraz częściej wskazuje się więc na konieczność stosowania metod angażujących i dostosowanych do doświadczeń młodych użytkowników mediów. Dobrym przykładem są narzędzia oparte na mechanizmach grywalizacji[31], które wykorzystują atrakcyjność gier komputerowych i łączą elementy zabawy, współzawodnictwa i informacji zwrotnej (*fun, friends and feedback*)[32]. Rozwijanie metod pomiarowych opartych na aktywności i interakcji nie tylko zwiększa wiarygodność diagnozy, ale również wpisuje się w szersze tendencje dydaktyczne, promujące uczenie się poprzez doświadczenie. W tym kontekście niezwykle ważne staje się poszukiwanie narzędzi, które pozwolą zarówno badać poziom kompetencji medialnych, jak i wspierać ich dalszy rozwój.

Badanie empiryczne

Przedstawione w artykule definicje i modele kompetencji medialnych pokazują, że w literaturze światowej i polskiej akcentuje się ich wielowymiarowy charakter – obejmujący zarówno wiedzę i umiejętności techniczne, jak i krytyczne, etyczne oraz społeczne aspekty korzystania z mediów. Ramy takie jak *DigComp* czy *DigCompEdu*, a w Polsce *Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych* oraz model *MEMIC*, dostarczają użytecznych punktów odniesienia

[30] G. Ptaszek, *Pomiar indywidualnych kompetencji medialnych: pytania i problemy*, „Kultura Popularna" 2014, t. 41, nr 3, s. 6-17. Por. O. Kurek-Ochmańska, I. Leonowicz-Bukała, M. Gosek, B. Przywara, A. Adamski, *Narzędzie diagnostyczne kompetencji medialnych dla szkół podstawowych i ponadpodstawowych*, Rzeszów 2020, https://drive.google.com/file/d/1HpHPtgBoX3mLfsyIaRpcYXuv2pGOjUg4/view, dostęp z dn. 1.09.2025; A. Duda, *Pomiar kompetencji medialnych…*, dz. cyt., s. 763-776.

[31] M. Jabłońska, *Kompetencje medialne generacji Z. Pomiar – diagnoza – kształcenie*, Poznań 2024, s. 60-65, 164-167.

[32] Tamże, s. 63-64. Zob. A. Podemska-Kałuża, *Gamifikacja w edukacji polonistycznej: od modelu teoretycznego do praktyki szkolnej*, „General and Professional Education" 2018, nr 4, s. 29-34. Por. J. McGonigal, *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, New York 2011.

do planowania edukacji medialnej w szkole. Przegląd badań dowodzi, że dysponujemy w naszym kraju bogatym materiałem diagnostycznym dotyczącym korzystania z mediów przez dzieci i młodzież, a także rosnącym zasobem analiz obejmujących dobrostan cyfrowy i potrzeby uczniów. Brakuje jednak badań, które w systematyczny sposób łączyłyby perspektywę uczniów i nauczycieli z praktycznym zastosowaniem kompetencji medialnych w dydaktyce. Zidentyfikowane w literaturze zapotrzebowanie obu grup – uczniów oczekujących wsparcia w krytycznym i twórczym korzystaniu z mediów oraz nauczycieli poszukujących praktycznych narzędzi dydaktycznych – pokazuje kierunki dalszych działań.

W części drugiej artykułu zostanie przedstawiona metodologia i wyniki badania własnego, które ma na celu zdiagnozowanie poziomu i struktury kompetencji medialnych uczniów i nauczycieli oraz sformułowanie rekomendacji dydaktycznych odpowiadających na realne potrzeby szkoły.

Program edukacyjny – wprowadzenie do badań własnych

Zajęcia z zakresu edukacji medialnej prowadzone są na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie od 2013 r. W ciągu ponad dekady objęto nimi młodzież z ponad trzydziestu placówek edukacyjnych, głównie szkół średnich z województw małopolskiego, śląskiego, świętokrzyskiego i podkarpackiego. Dotychczasowa oferta w dużej mierze przygotowana została w oparciu o *Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych* (2014) i stawiała na rozwój kompetencji technicznych – uczniowie chętnie uczestniczyli w warsztatach radiowych, telewizyjnych czy też zajęciach z zakresu wirtualnej rzeczywistości (VR). Zainteresowanie tymi formami pokazuje, że kreatywne wykorzystanie nowych technologii stanowi atrakcyjny punkt wyjścia do edukacji medialnej. Jednak – jak wynika z wcześniejszych analiz – takie podejście nie jest wystarczające. W mniejszym stopniu rozwijano bowiem kompetencje kry-

tyczne – związane z rozpoznawaniem manipulacji, fake newsów czy budowaniem własnego wizerunku w sieci. Dlatego też nowe propozycje programowe uwzględniają potrzebę przesunięcia akcentu z kształcenia czysto technicznego na kształcenie refleksyjne i krytyczne. Warto wskazać tutaj zajęcia rozwijające takie kompetencje: korzystanie z informacji (krytyczne wykorzystywanie źródeł), wyszukiwanie informacji, budowanie wizerunku w sieci, język mediów (np. język reklamy, komunikowanie polityczne, techniki manipulacji wykorzystywane w mediach, fake news), bezpieczeństwo (np. działanie influencerów i patoinfluencerów). Wachlarz zagadnień poruszanych podczas zajęć był szeroki, ale nieustrukturyzowany.

Na konieczność aktualizacji wpływają także czynniki zewnętrzne:

- szybki rozwój środowiska medialnego, w tym pojawienie się mediów syntetycznych,
- wzrost skali zjawisk dezinformacyjnych,
- reformy szkolnictwa i oczekiwania nauczycieli,
- zapisy dokumentów strategicznych Ministerstwa Edukacji Narodowej, w których wskazuje się na potrzebę wspierania rozwoju umiejętności cyfrowych, ze szczególnym uwzględnieniem krytycznej analizy informacji i bezpiecznego korzystania z Internetu[33].

Projektowany program edukacyjny obejmuje zarówno badania diagnostyczne, jak i działania pilotażowe, stanowiąc w ten sposób odpowiedź na zapotrzebowanie zgłaszane przez nauczycieli i uczniów. Badania ankietowe pozwolą określić aktualny poziom kompetencji medialnych uczniów i nauczycieli, a ich wyniki staną się podstawą do budowy scenariuszy zajęć. Zajęcia pilotażowe prowadzone będą równolegle w dwóch szkołach średnich, co umożliwi:

[33] Ministerstwo Edukacji Narodowej, *Podstawowe kierunki realizacji polityki oświatowej państwa w roku szkolnym 2025/2026*, 28 maja 2025, https://www.gov.pl/web/edukacja/podstawowe-kierunki-realizacji-polityki-oswiatowej-panstwa-w-roku-szkolnym-20252026, dostęp z dn. 1.09.2025.

- monitorowanie postępów i dokonywanie bieżącej ewaluacji,
- testowanie rozwiązań dydaktycznych i ich ewentualne modyfikowanie,
- opracowanie materiałów możliwych do upowszechnienia w szerszej skali.

Program zakłada przygotowanie elastycznych narzędzi dydaktycznych – scenariuszy zajęć, gier edukacyjnych, narzędzi diagnostycznych oraz platform wspierających samodzielne uczenie się. Szczególną uwagę zwrócono na powiązanie treści kształcenia z podstawą programową (np. języka polskiego czy informatyki), a także z codziennymi doświadczeniami młodzieży w środowisku medialnym. Kluczowe obszary tematyczne obejmują m.in.:

- krytyczne wykorzystywanie źródeł i weryfikację informacji,
- rozpoznawanie dezinformacji i technik manipulacji,
- analizę języka mediów (reklamy, przekazy polityczne, narracje społeczne),
- bezpieczeństwo cyfrowe i świadome zarządzanie własnym wizerunkiem,
- rolę influencerów i zjawisko patoinfluencji.

Założeniem programu jest również równoległe wsparcie nauczycieli, którzy często nie dysponują odpowiednimi narzędziami ani wiedzą metodyczną w zakresie edukacji medialnej: „Promowanie higieny cyfrowej i bezpiecznego poruszania się w sieci. Rozwijanie umiejętności krytycznej analizy informacji dostępnych w Internecie. Poprawne metodycznie wykorzystywanie przez nauczycieli nowoczesnych technologii, w szczególności opartych na sztucznej inteligencji oraz korzystanie z zasobów Zintegrowanej Platformy Edukacyjnej”[34]. Dlatego projekt przewiduje działania w obszarze reedukacji nauczycieli, a także inkorporowanie doświadczeń uczniów zdobywanych w edukacji nieformalnej do praktyki szkolnej. Ostatecznym celem programu jest stworzenie kompleksowego modelu kształcenia kompetencji medialnych, który będzie łączył diagnozę, edukację formalną i nieformalną oraz syste-

[34] Tamże.

matyczną ewaluację. Kluczowym elementem projektu stało się jednak nie tylko przygotowanie propozycji dydaktycznych, ale także sprawdzenie, w jakim stopniu odpowiadają one na realne potrzeby nauczycieli i uczniów. Aby weryfikować trafność i skuteczność podejmowanych działań, konieczne było przeprowadzenie badań diagnostycznych, które pozwoliłyby określić aktualny stan kompetencji medialnych oraz wskazać najważniejsze bariery i oczekiwania wobec edukacji medialnej w szkole.

Metodologia badania

Celem badania było rozpoznanie poziomu kompetencji medialno-informacyjno-cyfrowych (KMIC) uczniów i nauczycieli oraz zidentyfikowanie obszarów, w których potrzebne jest wsparcie dydaktyczne. Projekt badawczy zaplanowano jako diagnozę ilościową z wykorzystaniem kwestionariusza ankietowego. Uzupełnienie stanowiły wywiady pogłębione z nauczycielami biorącymi udział w warsztatach na UPJPII w Krakowie.

Próba badawcza

Badanie przeprowadzono w roku szkolnym 2024/2025 w wybranych szkołach średnich. Do udziału zaproszono uczniów liceum/technikum, a także nauczycieli różnych przedmiotów. Dobór próby miał charakter celowy – uczestniczyły w nim placówki, które wyraziły zgodę na udział w projekcie oraz mają podpisaną współpracę z UPJPII, a także brały udział w warsztatach w roku akademickim 2024/2025. Łącznie w badaniu wzięło udział 170 uczniów oraz 26 nauczycieli.

Narzędzie badawcze

Przygotowano dwa kwestionariusze ankiet – jeden dla nauczycieli i jeden dla uczniów. Kwestionariusz ankiet został opracowany na podstawie ram *DigComp 2.2*[35], *DigCompEdu*[36], a także polskich modeli: *Katalogu kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych*[37] oraz *MEMIC*[38]. Pytania zostały zaprojektowane tak, aby odzwierciedlały kluczowe obszary kompetencji:

- informacja i dane – umiejętność wyszukiwania, selekcji i oceny źródeł,
- komunikacja i współpraca – wykorzystywanie mediów w pracy grupowej i edukacji,
- tworzenie treści cyfrowych – kompetencje kreatywne i znajomość zasad prawa autorskiego,
- bezpieczeństwo i dobrostan – ochrona danych, prywatności i równowaga w korzystaniu z mediów,
- rozwiązywanie problemów – stosowanie technologii w celu usprawnienia nauki i pracy.

Kwestionariusz dla uczniów i nauczycieli zawierał zarówno pytania zamknięte, jak i pytania otwarte, umożliwiające swobodną wypowiedź na temat potrzeb i oczekiwań związanych z edukacją medialną.

Procedura badania

Ankiety przeprowadzono online za pośrednictwem formularza elektronicznego. Badani otrzymali informację o celu badania i zapewnienie anonimowości. Udział w badaniu był dobrowolny, a dane gromadzono w formie zagregowanej. Zebrany materiał poddano analizie statystycznej, obejmującej m.in. rozkłady odpowiedzi oraz testy porównawcze między uczniami a nauczycielami. Wyniki

[35] R. Vuorikari, S. Kluzer, Y. Punie, *DigComp 2.2. Ramy kompetencji…*, dz. cyt.

[36] C. Redecker, *European Framework for the Digital Competence…*, dz. cyt.

[37] Fundacja Nowoczesna Polska, *Katalog kompetencji medialnych…*, dz. cyt.

[38] *Model Edukacji Medialnej, Informacyjnej i Cyfrowej…*, dz. cyt.

badań posłużą do dalszych analiz, w ramach których zostanie opracowany pilotażowy program oceny KMIC, jak również zostaną wskazane implikacje dla praktyki dydaktycznej.

Ograniczenia badania

Należy zaznaczyć, że badanie ma charakter eksploracyjny i wiąże się z kilkoma ograniczeniami:

- próba nie ma charakteru reprezentatywnego dla całej populacji uczniów i nauczycieli w Polsce,
- narzędzie jest autorską adaptacją istniejących modeli i nie przeszło pełnej walidacji psychometrycznej,
- samoopisowa forma ankiety może wiązać się z ryzykiem odpowiedzi społecznie pożądanych,
- dynamiczny rozwój technologii (np. wykorzystanie sztucznej inteligencji) może szybko zmieniać znaczenie niektórych pytań i wskaźników.

Mimo tych ograniczeń badanie dostarcza cennych informacji o stanie kompetencji medialnych w polskiej szkole i stanowi punkt wyjścia do dalszych analiz empirycznych. Jednocześnie potwierdza stałą konieczność rozwoju KMIC zarówno pośród nauczycieli, jak i uczniów. Wskazuje też brak odpowiednich narzędzi służących ich aktywizacji oraz konieczność włączenia edukacji medialnej do podstawy programowej.

Wyniki badań własnych

Analiza zebranych danych ujawniła istotne różnice między samooceną kompetencji medialnych nauczycieli a praktykami i świadomością medialną uczniów. Wyniki przedstawiono w podziale na kluczowe obszary tematyczne, które odpowiadają strukturom kwestionariuszy.

1. Kompetencje medialne nauczycieli

Zdecydowana większość nauczycieli (95%) uznała, że edukacja medialna powinna być integralnym elementem kształcenia w szkołach średnich. Jednocześnie 62% badanych wskazało na brak wystarczających kompetencji do samodzielnego prowadzenia zajęć w tym zakresie. Najczęściej wymieniane braki dotyczyły:

- umiejętności krytycznej analizy przekazów (38%),
- wiedzy o zagrożeniach w sieci (41%),
- dostępu do materiałów dydaktycznych (36%).

Mimo tych deficytów nauczyciele chętnie wykorzystują media cyfrowe w codziennej pracy dydaktycznej. Najczęściej stosowane są prezentacje multimedialne (PowerPoint, Canva), platformy edukacyjne (Teams, Classroom) oraz quizy online (Kahoot, Quizizz). Z narzędzi sztucznej inteligencji korzysta jednak jedynie mniejszość badanych – sporadycznie lub w ograniczonym zakresie.

2. Kompetencje i praktyki uczniów

Uczniowie wysoko oceniają swoje umiejętności techniczne – 87% określa je jako „dobre" lub „bardzo dobre". Jednocześnie ujawniają znaczące deficyty w obszarze krytycznego odbioru informacji:

- tylko 28% zawsze sprawdza źródło informacji,
- 46% robi to czasami,
- 26% nigdy nie weryfikuje treści.

Dane wskazują, że media społecznościowe są głównym źródłem informacji dla 71% badanych, przy czym tylko 22% zwraca uwagę na wiarygodność autorów treści, co rodzi ryzyko ekspozycji na treści nierzetelne i zmanipulowane. Ponad połowa uczniów (64%) przyznała, że miała trudności z rozpoznaniem fake newsa. W zakresie bezpieczeństwa cyfrowego wyniki również są niepokojące – tylko jedna trzecia uczniów deklaruje znajomość zasad ochrony danych

osobowych, a wielu z nich miało doświadczenia z podejrzanymi linkami czy próbami oszustw internetowych.

3. Postawy wobec edukacji medialnej

Zarówno nauczyciele, jak i uczniowie są zgodni co do znaczenia edukacji medialnej – 95% nauczycieli i ponad 80% uczniów uważa, że powinna być obowiązkowym elementem programów nauczania. Jednakże nauczyciele oczekują przede wszystkim gotowych scenariuszy zajęć, szkoleń i materiałów dydaktycznych. Uczniowie natomiast podkreślają potrzebę praktycznych ćwiczeń, które pomogą im lepiej rozpoznawać manipulacje i fake newsy (59%), zwiększyć bezpieczeństwo w sieci (54%) oraz świadomie budować wizerunek online (47%).

4. Porównanie perspektyw

Porównanie obu grup wskazuje na wyraźny rozdźwięk między wysokimi kompetencjami technicznymi uczniów a niskim poziomem krytycznej refleksji i świadomości zagrożeń. Nauczyciele natomiast dysponują większą świadomością potrzeby edukacji medialnej, lecz nie zawsze posiadają narzędzia i wiedzę, aby skutecznie ją realizować.

Wnioski

Przeprowadzone badania potwierdzają konieczność redefinicji roli szkoły w kształtowaniu kompetencji medialnych uczniów. Wyniki wskazują, że młodzież posiada wysokie umiejętności techniczne, lecz równocześnie wykazuje braki w zakresie krytycznej analizy treści, rozpoznawania dezinformacji i świadomości etycznej[39]. Nauczyciele dostrzegają znaczenie edukacji medialnej, jed-

[39] Por. S. Livingstone, *Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies,* "The Communication Review" 2004, t. 7, nr 1, s. 3-14; D. Buckingham, *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge – Oxford 2003.

nak często brakuje im odpowiednich narzędzi i przygotowania metodycznego, aby systemowo włączać ją w proces dydaktyczny. Zbieżne obserwacje znajdujemy w polskich raportach instytucjonalnych, które wskazują na rosnącą potrzebę podnoszenia kwalifikacji nauczycieli w zakresie mediów i technologii cyfrowych[40]. Istotnym problemem jest luka pomiędzy intuicyjną edukacją nieformalną, której doświadcza młodzież w codziennym korzystaniu z internetu i narzędzi AI, a potrzebą systematycznego i usystematyzowanego kształcenia. Carlos A. Scolari zwraca uwagę, że praktyki transmedialne młodych ludzi prowadzą do rozwijania szeregu modalności uczenia się (*learning by doing, problem solving, imitating, simulating, playing, evaluating, teaching others*), lecz same w sobie nie zastąpią edukacji formalnej[41]. Wyniki badań własnych potwierdzają ten wniosek: uczniowie są kreatywni i aktywni w sferze mediów, ale potrzebują wsparcia w zakresie refleksji krytycznej, bezpieczeństwa i etyki.

Wnioski te znajdują także odzwierciedlenie w dokumentach strategicznych i raportach międzynarodowych, które akcentują, że edukacja medialna jest nieodzownym elementem kształcenia obywatelskiego w erze cyfrowej[42]. W Polsce zapisy nowej podstawy programowej (*Rozporządzenie MEN 2024*) wskazują, że zarówno lekcje języka polskiego, jak i informatyki mogą stać się przestrzenią rozwijania kompetencji medialnych, obejmujących krytyczną analizę treści, ochronę danych i zarządzanie wizerunkiem w sieci[43]. Na podstawie wyników badań

[40] *Nastolatki 3.0…*, dz. cyt.; *Pozytywny internet i jego młodzi twórcy…*, dz. cyt. Por. G. Ptaszek, G.D. Stunża, J. Pyżalski, M. Dębski, M. Bigaj, *Edukacja zdalna: co stało się z uczniami, ich rodzicami i nauczycielami?*, Gdańsk 2020.

[41] C.A. Scolari, *Beyond the myth of the 'digital native'…*, dz. cyt.

[42] UNESCO, *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*, Paris 2021, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377068, dostęp z dn. 18.08.2025; *Zalecenia Rady z dnia 22 maja 2018 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie*, Dz.Urz. UE C 189/01, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01), dostęp z dn. 1.09.2025.

[43] *Rozporządzenie Ministra Edukacji z dnia 28 czerwca 2024 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia*, Dz.U. 2024 poz. 1019.

oraz analizy literatury przedmiotu można wskazać kilka kluczowych założeń, które powinny stanowić fundament programu edukacji medialnej w szkołach:

1) Integracja edukacji formalnej i nieformalnej – szkoła powinna czerpać z praktyk medialnych młodzieży, nadając im ramy krytyczne i etyczne. Intuicyjne uczenie się musi być wspierane przez systematyczne działania edukacyjne[44].

2) Rozwój kompetencji krytycznych – konieczne jest kształcenie umiejętności analizy treści medialnych, rozpoznawania dezinformacji, zrozumienia mechanizmów działania algorytmów rekomendacji oraz krytycznego korzystania z narzędzi AI[45].

3) Bezpieczeństwo cyfrowe i etyka – program powinien kłaść nacisk na ochronę danych osobowych, przeciwdziałanie cyberprzemocy, znajomość prawa autorskiego i odpowiedzialne korzystanie z mediów[46].

4) Wsparcie nauczycieli – niezbędne jest zapewnienie pedagogom dostępu do szkoleń, materiałów dydaktycznych i gotowych scenariuszy zajęć. Rozwój edukacji medialnej wymaga interdyscyplinarnej współpracy nauczycieli języka polskiego, WOS-u, historii i informatyki[47].

5) Uwzględnienie roli sztucznej inteligencji – AI staje się integralną częścią doświadczeń uczniów. Programy edukacyjne powinny obejmować zarówno praktyczne korzystanie z narzędzi AI, jak i refleksję nad ich ograniczeniami, zagrożeniami i konsekwencjami społecznymi[48].

[44] H. Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York 2006.

[45] D. Frau-Meigs, I. Velez, J. Flores Michel, *Public Policies in Media and Information Literacy in Europe*, London 2017.

[46] *Nastolatki 3.0…*, dz. cyt.

[47] D. Buckingham, *The Media Education Manifesto*, Cambridge 2015.

[48] W. Holmes, M. Bialik, C. Fadel, *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*, Boston 2019.

Podsumowanie

Wyniki przeprowadzonych badań potwierdzają, że edukacja medialna powinna stać się systemowym i obowiązkowym elementem kształcenia. Uczniowie, choć posiadają wysokie kompetencje techniczne, wskazują na braki w zakresie krytycznej analizy informacji, rozpoznawania dezinformacji i bezpiecznego korzystania z mediów. Nauczyciele z kolei dostrzegają wagę edukacji medialnej, ale często nie dysponują wystarczającymi narzędziami metodycznymi ani materiałami dydaktycznymi. To rozbieżność między praktykami uczniów a przygotowaniem nauczycieli stanowi jedno z kluczowych wyzwań dla szkoły.

Zestawienie perspektyw obu grup pokazuje, że współczesna szkoła nie wykorzystuje w pełni potencjału praktyk medialnych młodzieży, a jednocześnie nie zapewnia uczniom systematycznego wsparcia w rozwijaniu kompetencji krytycznych i etycznych. Dlatego konieczne jest projektowanie działań edukacyjnych, które integrują kompetencje techniczne z refleksją krytyczną, wspierają dobrostan cyfrowy oraz uwzględniają dynamiczny rozwój technologii, w tym narzędzi sztucznej inteligencji. Równocześnie rozwój edukacji medialnej wymaga inwestycji w nauczycieli – poprzez szkolenia, gotowe scenariusze zajęć i interdyscyplinarną współpracę.

Badanie ma charakter eksploracyjny, a jego ograniczenia – niereprezentatywna próba, samoopisowa forma ankiety i adaptacyjny charakter narzędzia – sprawiają, że wyniki należy traktować jako punkt wyjścia do dalszych analiz. Ich wartość polega jednak na uchwyceniu luki pomiędzy potrzebami uczniów i nauczycieli a realnymi możliwościami szkoły. Wypełnienie tej luki wymaga spójnego programu edukacyjnego, który połączy diagnozę, edukację formalną i nieformalną oraz systematyczną ewaluację. Tylko wówczas szkoła będzie mogła przygotowywać młodych ludzi nie tylko do sprawnego korzystania z technologii, lecz także do odpowiedzialnego i świadomego uczestnictwa w społeczeństwie informacyjnym.

Literatura

Adamski A., Gosek M., Przywara B., *Kompetencje medialne uczniów i nauczycieli kluczem do edukacji w społeczeństwie zmediatyzowanym – prezentacja rezultatów projektu*, „Roczniki Kulturoznawcze" 2024, t. XV, nr 2, s. 125-146.

Bogunia-Borowska M., Łuczaj K., *Kompetencje medialne młodzieży w wieku gimnazjalnym. Co i w jaki sposób badać?*, „Państwo i Społeczeństwo" 2017, t. XVII, nr 3, s. 136-146.

Buckingham D., *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge – Oxford 2003.

Buckingham D., *The Media Education Manifesto*, Cambridge 2015.

Dębska K., *Zrozumienie i zaspokojenie potrzeb nauczycieli i uczniów w walce z dezinformacją. Analiza wywiadów jakościowych…*, https://demagog.org.pl/wp-content/uploads/2022/12/Purpose-x-Demagog-2022-Badanie-na-uczycieli-i-uczniow.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

Duda A., *Pomiar kompetencji medialnych – problemy i wyzwania*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2019, nr 3, s. 763-776.

Filiciak M., Danielewicz M., Halawa M., Mazurek P., Nowotny A., *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, Warszawa 2010, https://sbi.gazeta.pl/im/9/7651/m7651709.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

Filiciak M., Sijko K., Tarkowski A., *Nauka programowania w szkołach. Czas na upgrade?*, Warszawa 2013, https://katalog.edukacjamedialna.edu.pl/bazawiedzy/raport_naukaprogramowania/, dostęp z dn. 1.09.2025.

Frau-Meigs D., Velez I., Flores Michel J., *Public Policies in Media and Information Literacy in Europe*, London 2017.

Fundacja Nowoczesna Polska, *Cyfrowa przyszłość. Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*, Warszawa 2012, https://ngoteka.pl/handle/item/93.html, dostęp z dn. 1.09.2025.

Fundacja Nowoczesna Polska, *Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych*, Warszawa 2014, https://edukacjamedialna.edu.pl/media/chunks/attachment/Katalog_kompetencji_medialnych_2014.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

Gajda J., Juszczyk S., Wenta K., Siemieniecki B., *Edukacja medialna*, Toruń 2002.

Gruchoła M., *Kompetencje medialne nauczycieli w dobie nowych technologii. Kilka refleksji socjologa i kulturoznawcy*, „Lubelski Rocznik Pedagogiczny" 2019, t. 38, z. 3, s. 95-116.

Holmes W., Bialik M., Fadel C., *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*, Boston 2019.

Jabłońska M., *Kompetencje medialne generacji Z. Pomiar – diagnoza – kształcenie*, Poznań 2024.

Jabłońska M., *Kompetencje medialne w kontekście współczesnej konwergencji mediów. Rozprawa doktorska, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza*, Poznań 2023, https://bip.amu.edu.pl/__data/assets/pdf_file/0031/491890/Jablonska-Monika_rozprawa-doktorska.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

Jenkins H., *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York 2006.

Język w mediach masowych, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000.

Kurek-Ochmańska O., Leonowicz-Bukała I., Gosek M., Przywara B., Adamski A., *Narzędzie diagnostyczne kompetencji medialnych dla szkół podstawowych i ponadpodstawowych*, Rzeszów 2020, https://drive.google.com/file/d/1HpHPtgBoX3mLfsyIaRpcYXuv2pGOjUg4/view, dostęp z dn. 1.09.2025.

Livingstone S., *Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies*, „The Communication Review" 2004, t. 7, nr 1, s. 3-14.

McGonigal J., *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, New York 2011.

Ministerstwo Edukacji Narodowej, *Podstawowe kierunki realizacji polityki oświatowej państwa w roku szkolnym 2025/2026*, Warszawa 2025, https://www.gov.pl/web/edukacja/podstawowe-kierunki-realizacji-polityki-oswiatowej-panstwa-w-roku-szkolnym-20252026, dostęp z dn. 1.09.2025.

Ministerstwo Edukacji Narodowej, *Rozporządzenie Ministra Edukacji z dnia 28 czerwca 2024 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia*, Dz.U. 2024, poz. 1019.

Model Edukacji Medialnej, Informacyjnej i Cyfrowej (MEMIC), red. A. Pacewicz, G. Ptaszek, Warszawa 2019, https://www.fina.gov.pl/docs/15/memic_publikacja-1.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów i rodziców, red. R. Lange, Warszawa 2025, https://www.nask.pl/magazyn/nastolatki-3-0-raport-z-ogolnopolskiego-badania-uczniow-i-rodzicow, dostęp z dn. 1.09.2025.

Ogonowska A., Ptaszek G., *Edukacja medialna w dobie współczesnych zmian kulturowych, społecznych i technologicznych*, Kraków 2015.

Ogonowska A., Walecka-Rynduch A., *Młodzi dorośli wobec dezinformacji. Katalogi i rzeczywiste profile kompetencji cyfrowych*, Kraków 2024.

Ogonowska A., *Współczesna edukacja medialna: teoria i rzeczywistość*, Kraków 2013.

Pisarek W., *Język w mediach, media w języku*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000.

Podemska-Kałuża A., *Gamifikacja w edukacji polonistycznej: od modelu teoretycznego do praktyki szkolnej*, „General and Professional Education" 2018, nr 4, s. 29-34.

Potter W.J., *The State of Media Literacy*, „Journal of Broadcasting and Electronic Media" 2010, t. 54, nr 4, s. 675-696.

Pozytywny internet i jego młodzi twórcy. Dobre i złe wiadomości z badań jakościowych, red. J. Pyżalski, Warszawa 2019, https://cyberprofilaktyka.pl/badania/RAPORT_a4_29_5_19_inter.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

Ptaszek G., *Edukacja medialna 3.0. Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji*, Kraków 2019.

Ptaszek G., *Pomiar indywidualnych kompetencji medialnych: pytania i problemy*, „Kultura Popularna" 2014, t. 41, nr 3, s. 6-17.

Ptaszek G., Stunża G.D., Pyżalski J., Dębski M., Bigaj M., *Edukacja zdalna: co stało się z uczniami, ich rodzicami i nauczycielami?*, Gdańsk 2020.

Pyżalski J., Łuczyńska A., *Sztuczna inteligencja. Prawdziwe zmiany w edukacji?*, Warszawa 2024, https://www.szkolazklasa.org.pl/materialy/publikacja-sztuczna-inteligencjaprawdziwe-zmiany-w-edukacji/, dostęp z dn. 1.09.2025.

Redecker C., *European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu*, Luxembourg 2017.

Scolari C.A., *Beyond the myth of the 'digital native'. Adolescents, collaborative cultures and transmedia skills*, „Nordic Journal of Digital Literacy" 2019, t. 14, nr 3-4, s. 164-174.

Siemieniecki B., *Efektywność dydaktyczna a spoistość struktury treści w telewizyjnych wykładach interdyscyplinarnych wspartych grami dydaktycznymi*, Kraków 1990.

Siemieniecki B., *Internet w szkole*, Toruń 2000.

Siemieniecki B., *Komputer w edukacji. Podstawowe problemy technologii informacyjnej*, Toruń 1997.

Siemieniecki B., *Manipulacja, media, edukacja*, Toruń 2007.

Siemieniecki B., *Pedagogika medialna*, Warszawa 2021.

Siemieniecki B., *Technologia informacyjna w polskiej szkole*, Toruń 2002.

Skrzypczak J., *Popularna encyklopedia mass mediów*, Poznań 1999.

Skrzypczak J., *Poziom kompetencji komunikacyjnych nauczycieli a przebieg procesu kształcenia*, „Toruńskie Studia Dydaktyczne" 1994, t. 6, s. 17-23.

Skrzypczak J., *Treści programowe przedmiotu edukacja medialna*, „Edukacja Medialna" 1997, nr 1, s. 8-11.

Skrzypczak J., *Wokół pojęcia kompetencji społecznych w kontekście potrzeby ustawicznej edukacji obywatelskiej*, [w:] *Wokół problemów kształcenia ustawicznego*, red. H. Bednarczyk, Radom 1999, s. 47-56.

Tyszka A., *Róża wiatrów Europy: o środkowoeuropejskiej tożsamości kulturowej*, Warszawa 1999.

UNESCO, *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*, Paris 2021, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377068, dostęp z dn. 18.08.2025.

Vuorikari R., Kluzer S., Punie Y., *DigComp 2.2. Ramy kompetencji cyfrowych dla obywateli z nowymi przykładami wiedzy, umiejętności i postaw*, Luxembourg 2022, https://www.digcomp.pl/wp-content/uploads/2023/03/DigComp2.2_TEXT_pl_.pdf, dostęp z dn. 1.09.2025.

Wokół problemów kształcenia ustawicznego, red. H. Bednarczyk, Radom 1999.

Zalecenia Rady z dnia 22 maja 2018 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie, Dz. Urz. UE C 189/1, 2018, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32018H0604(01), dostęp z dn. 1.09.2025.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.03

Małgorzata Sławek-Czochra[*]
https://orcid.org/0000-0002-4732-1341
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II https://ror.org/04qyefj88

Emocje jako narzędzie edukacji medialnej. Afektywne strategie artystów protestu w epoce nadmiaru informacji

Abstract:

Emotions as a Tool of Media Education. Affective Strategies of Protest Artists in the Age of Information Overload. The article examines how Piotr Pavlensky, Banksy, and The Yes Men employ emotions as a tool for attracting attention in the era of information overload. This case study demonstrates that shock, irony, and humor destabilize official narratives and provoke critical thinking. The analysis of press coverage and visual materials shows that the media are not neutral intermediaries but co-producers of meaning through emotional framing. The findings indicate that protest art can foster media literacy by teaching audiences to recognize mechanisms of communication, power, and persuasion, while supporting a reflective and ethical reception of information.

[*] Małgorzata Sławek-Czochra – doktor nauk społecznych; adiunkt w Katedrze Komunikacji Wizualnej i Nowych Mediów Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II. Jej zainteresowania badawcze obejmują komunikowanie przez sztukę, mediatyzację praktyk artystycznych oraz funkcjonowanie kodów wizualnych w przestrzeni społecznej. W swoich pracach analizuje sztukę jako medium komunikacji, podejmując zagadnienia związane m.in. ze street artem, komunikacją emocji, symboliką religijną i narodową oraz relacjami między twórczością ludzką a obrazami generowanymi przez GenAI. Zajmuje się również kompetencjami nadawców i odbiorców oraz rolą sztuki w procesach negocjowania znaczeń, wartości i tożsamości we współczesnej kulturze medialnej.

Emocje jako narzędzie edukacji medialnej. Afektywne strategie artystów protestu w epoce nadmiaru informacji. Artykuł analizuje, jak Piotr Pawlenski, Banksy i The Yes Men wykorzystują emocje jako narzędzie przyciągania uwagi w epoce nadmiaru informacji. Studium przypadku pokazuje, że szok, ironia i humor destabilizują oficjalne narracje oraz prowokują odbiorców do krytycznego myślenia. Analiza materiałów prasowych i wizualnych dowodzi, że media nie są neutralnym pośrednikiem, lecz współtworzą znaczenia poprzez emocjonalne ramowanie przekazów. Wyniki wskazują, że sztuka protestu może rozwijać kompetencje medialne, ucząc rozpoznawania mechanizmów komunikacji, władzy i perswazji oraz wspierając refleksyjny i etyczny odbiór informacji.

Keywords

protest art, media literacy, affect, Pawlenski, Banksy, The Yes Men

sztuka protestu, edukacja medialna, afektywność, Pawlenski, Banksy, The Yes Men

Wprowadzenie

Współczesna kultura medialna charakteryzuje się nadmiarem informacji, wysoką prędkością ich dystrybucji oraz silnym nacechowaniem emocjonalnym. Media nie pełnią dziś wyłącznie funkcji informacyjnej, coraz częściej konstruując narracje, które angażują odbiorcę na poziomie afektywnym, kierując jego uwagą, interpretacją i reakcjami społecznymi[1]. W dobie mediów społecznościowych emocje stają się nośnikiem uwagi i katalizatorem rozprzestrzeniania treści, co ma szczególne znaczenie w kontekście wydarzeń politycznych, społecznych czy artystycznych o charakterze prowokacyjnym[2].

[1] J. Gomez-Galan, *Media Education as Theoretical and Practical Paradigm for Digital Literacy: An Interdisciplinary Analysis*, „European Journal of Science and Theology" 2015, t. 11, nr 3, s. 31-44; J. Sosnowska, *Emotion-generating mechanisms in television programmes*, „Roczniki Kulturoznawcze" 2023, t. 14, nr 1, s. 57-82.

[2] J. Stoddard, J. Tunstall, L. Walker, E. Wight, *Teaching beyond verifying sources and "fake news": Critical media education to challenge media injustices*, „Journal of Media Literacy Educa-

Szczególną rolę w tym procesie odgrywają artyści protestu, którzy, wykorzystując media i własne ciało, zmuszają odbiorców do refleksji nad systemami władzy, nierównościami społecznymi oraz mechanizmami funkcjonowania mediów[3]. Ich działania nie tylko generują emocje, lecz także pełnią funkcję edukacyjną, umożliwiając krytyczne spojrzenie na środowisko medialne i jego wpływ na percepcję rzeczywistości.

Piotr Andriejewicz Pawlenski to rosyjski artysta, którego radykalne performance'y od początku XXI w. zyskały międzynarodowy rozgłos jako skrajna forma sztuki politycznej. Koncentruje się na granicznych doświadczeniach cielesnych, ujawniając mechanizmy opresji i przemocy instytucjonalnej. Jego działania, realizowane w miejscach o symbolicznym znaczeniu politycznym, stanowią afektywną prowokację wobec władzy. Analiza obejmuje: *Szew* (2012), *Tusza* i *Fiksacja* (2013), *Oddzielenie* (2014), *Groźba* (2015), *Zatrzymanie* (2017), *Porno* (2020), *Sąd* (2021), *Więzienie* (2022) i *Cisza* (2023).

Banksy to anonimowy artysta brytyjski, którego twórczość od końca lat dziewięćdziesiątych XX w. stała się jedną z najważniejszych form współczesnej sztuki zaangażowanej. Wykorzystując technikę szablonu oraz ironię, tworzy prace krytykujące wojnę, konsumpcjonizm i nierówności. Analiza obejmuje: *Girl with Balloon* (2002), *Flower Thrower* (2003), *Kissing Coppers* (2004), *Slave Labour* (2012), *Devolved Parliament* (2009), *Dismaland* (2015), *Walled Off Hotel* i *Mediterranean Sea View* (2017), *Love is in the Bin* (2018) oraz *Game Changer* (2020).

The Yes Men to z kolei amerykański kolektyw artystyczno-aktywistyczny, założony w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych XX w. przez Andy'ego Bichlbauma i Mike'a Bonnano, znany z wykorzystywania strategii mistyfikacji, ironii i parodii w krytyce mechanizmów władzy, korporacyjnej chciwości oraz

tion" 2021, nr 13(2), s. 55-70; D. Buckingham, *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge 2003.

[3] R. Kluszczyński, *Sztuka protestu czy protest w sztuce? Protest artystyczny w transdyscyplinarnej sztuce nowych mediów. Zarys problematyki*, „Artifex Novus" 2023, nr 6, s. 4-27.

dezinformacji medialnej. Tworząc fikcyjne konferencje, strony internetowe czy instytucje, ujawniają absurdy języka władzy i mechanizmy dezinformacji, łącząc performance z aktywizmem medialnym. Analiza obejmuje: *gwbush.com* (2000), *WTO hoax* (2001), *BBC/Dow Chemical hoax* i *Yes Bush Can* (2004), *Survivaball* (2006), *Vivoleum* (2007), *Fake New York Times* (2008), *B'eau-Pal* (2009), *Run for Water* (2010) oraz inicjatywę edukacyjno-aktywistyczną *Yes Lab* (od 2010).

Dobór artystów jest celowy i opiera się na wspólnych obszarach tematycznych oraz komplementarnych strategiach sztuki protestu. W artykule zastosowano studium przypadku o charakterze porównawczym, jakościową analizę zawartości oraz elementy analizy ramowej, służące rozpoznaniu sposobów, w jakie media organizują znaczenie działań Piotra Pawlenskiego, Banksy'ego i kolektywu The Yes Men. Materiał badawczy obejmuje relacje medialne, zdjęcia i nagrania akcji, wypowiedzi artystów oraz komentarze krytyków, do których dotarłam w Internecie między 1 a 30 marca 2025 r.; łącznie analizie poddano 732 materiały.

Celem artykułu jest zbadanie, w jaki sposób emocje wykorzystywane przez Piotra Pawlenskiego, Banksy'ego i kolektyw The Yes Men mogą stanowić narzędzie edukacji medialnej w epoce nadmiaru informacji. Analiza tych przypadków pozwala uchwycić wpływ strategii afektywnych na odbiorców, media i procesy społeczne.

Postawiono następujące pytania badawcze:

– Jakie strategie artystyczne stosują Pawlenski, Banksy i The Yes Men w swoich działaniach?

– W jaki sposób instytucje medialne przedstawiają działania tych artystów?

– Czy media działają jako neutralne źródło informacji czy raczej jako aktywny uczestnik sztuki protestu?

– W jaki sposób można wykorzystać ich działania w edukacji medialnej?

Hipoteza: Działania Pawlenskiego, Banksy'ego i kolektywu The Yes Men opierają się na afektywnych strategiach artystycznych, które poprzez współpracę, prowokację lub grę z mediami przekształcają media z roli neutralnego pośrednika w aktywnego uczestnika sztuki protestu, a jednocześnie mogą być wykorzystywane jako narzędzie edukacji medialnej, rozwijające krytyczną i emocjonalną świadomość odbiorców.

Afekt i edukacja medialna: ramy teoretyczne

Afekt i emocje pełnią kluczową funkcję w przyswajaniu przekazów medialnych oraz w kształtowaniu społecznych interpretacji. Badacze podkreślają, że to właśnie reakcje emocjonalne odbiorców decydują o sposobie percepcji i zapamiętywania treści[4]. Dlatego edukacja medialna powinna uwzględniać nie tylko krytyczną analizę informacji, lecz także świadomość afektywnego wymiaru przekazu.

W ujęciu afektywnym – jak zauważa Susan Currie Sivek – edukacja medialna obejmuje rozpoznawanie i refleksję nad emocjami wywoływanymi przez media, co stanowi podstawę rozwijania kompetencji krytycznych[5]. Identyfikacja afektów obecnych w przekazach jest elementem tzw. edukacji emocjonalno-medialnej, pozwalającej zrozumieć, w jaki sposób emocje kierują interpretacją treści[6].

James C. Scott wskazuje, że marginalizowane grupy stosują subtelne formy oporu niewidoczne dla władzy[7]. W perspektywie edukacji medialnej oznacza to, że emocje mogą pełnić funkcję medium protestu, intensyfikując świadomość odbiorców wobec mechanizmów kontroli i dominacji.

[4] D. Buckingham, *Media Education,* dz. cyt., s. 52-61.

[5] S. Currie Sivek, *Both Facts and Feelings: Emotion and News Literacy*, „Journal of Media Literacy Education" 2018, nr 10(2), s. 123-138.

[6] J. Stoddard, J. Tunstall, L. Walker, E. Wight, *Teaching beyond verifying sources*, dz. cyt., s. 55-70.

[7] J.C. Scott, *Weapons of the Weak*, New Haven 1985.

Z kolei Sara Ahmed zwraca uwagę, że afekt ma charakter społeczno-kulturowy, więc jego analiza ujawnia sposób, w jaki przekazy wywołują moralne i polityczne reakcje[8]. Tym samym emocje stają się narzędziem afektywnego uczenia się, wzmacniając zdolność krytycznego postrzegania mediów.

Działania artystów protestu stanowią przykład tak rozumianej edukacji medialnej: wykorzystują emocje nie jako cel, lecz jako środek uruchomienia refleksji nad kontekstem społecznym i rolą mediów w konstruowaniu znaczeń[9].

W kontekście *information overload*[10] afekt staje się więc nie tylko reakcją naturalną, ale strategicznym elementem zarówno produkcji, jak i odbioru przekazu medialnego. Włączenie perspektywy emocjonalnej do edukacji medialnej pozwala zrozumieć, w jaki sposób media kształtują postawy społeczne, moralność i świadomość obywatelską, co jest kluczowe w interpretacji działań protestu artystycznego.

Afektywne strategie artystów

W badaniu afektywnych strategii artystów protestu warto odwołać się do pojęcia strategii artystycznej. Termin ten, choć różnie interpretowany w literaturze, można ująć jako świadomie przyjęty plan działania artystycznego, który obejmuje wybór technik, materiałów oraz formuły prezentacji, mający na celu osiągnięcie określonych efektów zarówno artystycznych (estetycznych, formalnych), jak i społecznych (krytyka, mobilizacja, edukacja)[11].

[8] S. Ahmed, *The Cultural Politics of Emotion,* Edinburgh 2014, s. 12-35.

[9] I. Nordgaard, *Documenting/Performing the Vulnerable Body: Pain and Agency in Works by Boris Mikhailov and Petr Pavlensky*, „Contemporaneity: Historical Presence in Visual Culture" 2016, nr 5(1), s. 85-107.

[10] A. Toffler, *Future Shock*, New York 1970.

[11] B. Sandberg, *Art Hacking for Business Innovation: An Exploratory Case Study on Applied Artistic Strategies*, „Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity" 2019, nr 5(1), s. 20.

W tym ujęciu strategia artystyczna integruje następujące elementy:

- cele artystyczne: dążenie do określonych wartości estetycznych lub formalnych;
- cele społeczne: intencja wywołania reakcji odbiorcy, krytyki systemu lub transformacji społecznej;
- metody i techniki: stosowane środki artystyczne, procedury twórcze i eksperymentalne formy;
- prezentacja dzieła: sposób, miejsce i kontekst obiegu dzieła (przestrzeń publiczna, media, internet);
- interakcja z publicznością: przewidywany kontakt z odbiorcami i ich współudział w tworzeniu znaczenia dzieła[12].

Takie ujęcie pozwala analizować działania Pawlenskiego, Banksy'ego i The Yes Men nie tylko jako pojedyncze performance'y czy obrazy, lecz jako przemyślane strategie komunikacyjne, w których afekt i emocje odgrywają kluczową rolę w procesie edukacji medialnej i interpretacji społecznej.

Tabela 1. Afektywne strategie artystyczne

Kategoria	**Piotr Pawlenski**	**Banksy**	**The Yes Men**
Cele artystyczne	ujawnienie granic między ciałem a władzą; ciało jako medium bólu i afektu	stworzenie wizualnych metafor, które poprzez humor i prostotę wywołują emocjonalną refleksję	wykorzystanie fikcji i parodii do ujawniania absurdów władzy i mechanizmów manipulacji

[12] C. Mouffe, *Artistic Strategies in Politics and Political Strategies in Art*, „DESIGNABILITIES Design Research Journal" 2023, nr 6, https://www.designforschung.org/assets/papers/papers_ab_2023/DSGNBLTS_ChantalMouffe_ArtisticStrategiesInPoliticsAndPoliticalStrategiesInArt.pdf, dostęp z dn. 5.03.2025.

Cele społeczne	wymuszenie empatii i wstrząsu wobec przemocy instytucjonalnej; aktywizacja moralna	edukacja obywatelska poprzez emocjonalne zaangażowanie; obnażenie nierówności i przemocy systemowej	demaskowanie języka korporacyjnego i medialnej hipokryzji; wzbudzenie krytycznego myślenia
Metody i techniki	autoagresja, radykalne performance'y, dokumentacja medialna (*Seam*, *Fixation*, *Carcass*)	*stencil art*, murale, instalacje miejskie, wizualny storytelling, ironia	mistyfikacje medialne, fałszywe strony, konferencje, performance'y, film dokumentalny (*The Yes Men Fix the World*)
Prezentacja dzieła	przestrzeń publiczna i medialna; performance w miejscach o wysokiej symbolice politycznej	miejskie mury i przestrzeń medialna; reprodukcje cyfrowe i viralowe	konferencje, media, instytucje; działania oparte na fikcji i dokumentacji filmowej
Interakcja z publicznością	afekt szoku, empatia, moralne napięcie; odbiorca jako świadek cierpienia	afekt humoru, ironii i refleksji; odbiorca jako współtwórca znaczenia	afekt zaskoczenia i śmiechu poznawczego; odbiorca jako uczestnik demaskacji

Źródło: opracowanie własne

Analiza twórczości Piotra Pawlenskiego, Banksy'ego i kolektywu The Yes Men ujawnia zróżnicowane, lecz komplementarne strategie artystyczne, które można rozpatrywać jako formy afektywnej interwencji w przestrzeń publiczną i dyskurs medialny. Choć każdy z twórców operuje innymi środkami wyrazu (cielesnością, obrazem bądź komunikatem medialnym), ich działania wpisują się we wspólną logikę emocjonalnego wstrząsu i krytycznego zaangażowania.

Wszyscy trzej artyści redefiniują przestrzeń publiczną jako pole symbolicznego oporu wobec władzy. Pawlenski interweniuje w miejscach o silnym znaczeniu instytucjonalnym, np. na Placu Czerwonym, przed sądami, w instytucjach psychiatrycznych, przekształcając ciało w medium politycznego protestu. Banksy wykorzystuje przestrzeń miejską, w której jego murale pojawiają się w kontekście bieżących napięć społecznych, czyniąc z miejskiego muru powierzchnię dialogu i refleksji. Z kolei The Yes Men działają w wymiarze medialno-

-instytucjonalnym: przechwytują konferencje, kanały informacyjne i przestrzeń internetu, czyniąc z nich scenę satyrycznej krytyki systemu. Z analizy materiału wyłania się wspólna strategia, polegająca na rekonfiguracji przestrzeni publicznej jako pola konfrontacji z władzą i strukturami systemowymi (agora).

Działania wymienionych artystów są formą radykalnej demaskacji zarówno politycznej, jak i medialnej. Każdy z nich na swój sposób ujawnia przemoc instytucjonalną, ekonomiczną lub symboliczną, skierowaną przeciw jednostce. Pawlenski uderza w aparat represji państwowej, Banksy w konsumpcjonizm, nierówności i hipokryzję władzy, a The Yes Men w globalne korporacje, neoliberalny język polityki i fałsz komunikacji medialnej. W tym wypadku wspólna strategia polega na wprowadzaniu politycznej interwencji artystycznej jako formy demaskacji systemowej przemocy i manipulacji.

Afektywność działań tych twórców zasadza się na wstrząsie poznawczym. Pawlenski wykorzystuje autoagresję i cierpienie jako narzędzie intensywnego przekazu, przekształcając ból w język krytyki. Banksy stosuje estetyczny kontrast, zestawiając subtelną formę z ciężarem społecznych treści (dziecko z maską gazową, gołąbek z celownikiem), wywołując emocjonalne napięcie między obrazem a znaczeniem. The Yes Men osiągają natomiast efekt szoku poprzez performatywne podszywanie się pod elity i rozbijanie zaufania do instytucji (fikcyjne konferencje i wystąpienia medialne). Wspólna dla Pawlenskiego, Banksy'ego i kolektywu The Yes Men strategia złamania oczekiwań odbiorcy może być interpretowana w kategoriach liminarności, rozumianej za Victorem Turnerem jako stan przejścia, zawieszenia między ustalonymi strukturami społecznymi i symbolicznymi[13]. W działaniach tych artystów moment szoku, dezorientacji czy oburzenia pełni funkcję rytuału przejścia, chwilowego wytrącenia odbiorcy z roli biernego konsumenta informacji, wprowadzenia go w stan afektywnej niepewności, która umożliwia transformację percepcyjną i poznawczą.

[13] V. Turner, *Proces rytualny. Struktura i antystruktura*, Warszawa 2010, s. 115-116; tenże, *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*, New York 1982, s. 61-88.

W tych praktykach istotna jest kwestia tożsamości. Pawlenski występuje jako jednostka cielesna, lecz jego ciało funkcjonuje symbolicznie, czyli jako „ciało obywatela". Banksy zachowuje anonimowość, wzmacniając aurę przekazu i przesuwając uwagę z osoby na dzieło, natomiast The Yes Men przybierają fałszywe tożsamości, tworząc wielowarstwowe gry z autorytetem i zaufaniem. Stąd wyłania się kolejna wspólna strategia, polegająca na deindywidualizacji tożsamości. Artysta staje się narzędziem idei, a nie jej bohaterem.

Ironia i absurd stanowią kluczowe instrumenty obnażenia nielogiczności systemu oraz wzbudzenia krytycznej refleksji emocjonalnej w strategiach wszystkich tych artystów. Pawlenski, choć operuje brutalnością i dosłownością, często konstruuje działania o paradoksalnym znaczeniu (np. zaszycie ust staje się metaforą wolności słowa). Banksy i The Yes Men posługują się parodią, groteską i humorem, które odsłaniają absurdalność rzeczywistości politycznej i medialnej.

W kontekście edukacji medialnej szczególnie znaczący jest sposób, w jaki artyści angażują i wykorzystują media. Pawlenski traktuje medialną dokumentację jako integralny element performance'u, projektując działania z myślą o ich viralowym potencjale. Banksy umieszcza swoje prace w miejscach łatwo dostępnych dla kamer i odbiorców, świadomie wpisując się w obieg wizualny kultury masowej. The Yes Men natomiast czynią z mediów główny kanał artystycznego działania, bo ich performance'y istnieją przede wszystkim poprzez przekaz informacyjny. Wspólną strategią jest zatem świadome wykorzystanie lub przechwytywanie mediów jako narzędzia dystrybucji sztuki oporu.

Wszystkie działania analizowanych artystów mają charakter interaktywny, tzn. nie kończą się na samym akcie performatywnym, lecz trwają w jego społecznych reperkusjach. Zarówno szok, ironia, jak i medialność służą uruchomieniu emocjonalnej debaty, w której publiczność staje się współuczestnikiem dzieła. Wspólną strategią w tym wypadku jest wykorzystywanie sztuki jako punktu zapalnego dla świadomości zbiorowej i katalizatora dyskusji społecznej.

W rezultacie wszystkie te strategie można odczytać jako formy afektywnej edukacji medialnej, rozumianej jako proces, w którym emocje, szok i ironia służą nie tyle manipulacji, ile uświadamianiu mechanizmów działania władzy, mediów i emocji. Artyści nie tylko krytykują system, ale też uczą, jak go rozpoznawać i interpretować.

Media w roli aktywnego uczestnika sztuki protestu

Dobór nagłówków i leadów w przekazach medialnych ma kluczowe znaczenie dla sposobu, w jaki odbiorcy interpretują wydarzenia i działania artystyczne. Nagłówki, będące najbardziej widocznym elementem tekstu, pełnią funkcję interpretacyjną; nie tylko informują, ale przede wszystkim nadają sens i kierunek emocjonalny całemu przekazowi. Ich język często decyduje o tym, czy dane wydarzenie zostanie odebrane jako akt odwagi, prowokacja czy skandal[14]. Lead natomiast rozszerza znaczenie nagłówka, dostarczając podstawowego kontekstu i uwiarygodniając przekaz poprzez selekcję faktów, cytatów czy emocjonalnych określeń.

Współczesne media w warunkach konkurowania o uwagę odbiorcy wykorzystują nagłówki i leady jako narzędzia budowania napięcia oraz dramaturgii[15].

Analiza materiału badawczego pokazuje, że język nagłówków pełni kluczową rolę w generowaniu określonych emocji wokół twórczości Pawlenskiego, Banksy'ego i kolektywu The Yes Men.

W przypadku Piotra Pawlenskiego nagłówki generują przede wszystkim szok, napięcie, lęk i obrzydzenie. Dzieje się tak dlatego, że dominują w nich słowa nacechowane brutalną dosłownością („nails himself", „podpalić Łubiankę"),

[14] A. Chowdhury, *Examining the role of headlines in news framing*, „Journal of Media, Culture and Communication" 2025, nr 5(1), s. 11-19.

[15] T.J. Leeper, R. Slothuus, *How the News Media Persuades: Framing Effects and Beyond*, [w:] *The Oxford Handbook of Electoral Persuasion*, red. E. Suhay, B. Grofman, A.H. Trechsel, Oxford 2019, s. 151-168.

które eksponują cielesność i fizyczne cierpienie. Takie przedstawienie ustawia odbiorcę w trybie afektywnego wstrząsu, gdzie media wzmacniają percepcję działań Pawlenskiego jako ekstremalnych, ryzykownych i granicznych. Równocześnie tabloidalne ujęcia („seksafera") generują emocje innego rodzaju – moralistycznej ciekawości i voyeurystycznego zainteresowania. W efekcie zostaje on wpisany w medialną narrację artysty-radykała, którego działania wywołują przede wszystkim emocje intensywne i destabilizujące.

Nagłówki poświęcone Banksy'emu budują odmienny krajobraz afektywny. Dominują w nich emocje ciekawości, wzruszenia, łagodnego niepokoju, moralnego oburzenia lub empatii, a więc emocje o mniejszej intensywności, bardziej refleksyjne niż reaktywne. Język nagłówków operuje kontrastem i ironią („amusements and anarchism"), pytaniem interpretacyjnym („what do they mean?") lub heroizacją („superhero health workers"), co skłania do myślenia raczej niż reagowania instynktownie. Emocje wokół Banksy'ego są ambiwalentne, ale wyraźnie bardziej „przewodnie" niż „wybuchowe" i zachęcają do odbioru intelektualnego, nie cielesnego. Jednocześnie nagłówki o sprzedaży prac wywołują zdziwienie i oburzenie, podkreślając paradoks relacji między antysystemowym przekazem a rynkowym sukcesem. Banksy zostaje więc przedstawiony jako artysta balansujący między ironią, empatią a krytyką społeczną.

The Yes Men operują jeszcze inną strukturą emocjonalną. Ich nagłówki wywołują przede wszystkim rozbawienie, satysfakcję, poczucie triumfu nad władzą, a czasem lekki niepokój wynikający z destabilizacji autorytetów. Częste użycie słów takich jak „hoax" czy „duped" oraz metafor w rodzaju „on the rampage" sprawia, że odbiorca zostaje umieszczony w pozycji świadka inteligentnego żartu wymierzonego w instytucję. Jednocześnie nagłówki ujawniają realne konsekwencje ich działań (np. spadek akcji Dow), co wywołuje emocję zaskoczenia, że sztuka może mieć natychmiastowy, materialny wpływ na rzeczywistość. The Yes Men są przedstawiani jako tricksterzy, którzy za pomocą humoru i prowokacji budzą emocje pozwalające odbiorcy poczuć przełamanie hierarchii i chwilową emancypację wobec systemu.

Zestawienie trzech przypadków pokazuje, że media budują trzy odmienne reżimy afektywne: reżim szoku (Pawlenski), reżim refleksyjnej empatii i ironii (Banksy) oraz reżim humoru i satysfakcji z demaskacji (The Yes Men). To z kolei wpływa na sposób, w jaki odbiorcy rozumieją sztukę protestu: jako radykalną i cielesną, wizualno-symboliczną i etyczną lub jako performatywne ośmieszanie władzy.

Analiza kontekstu stanowi kluczowy etap w zrozumieniu sposobu, w jaki działania i wydarzenia zostają przekształcone przez instytucje medialne w znaczenia społeczne[16].

W przypadku pierwszego z omawianych artystów media podkreślają zarówno jego radykalizm, jak i polityczną świadomość. „The Guardian" przytacza jego własne słowa: „This action was not about pain…"[17], akcentując, że performance *Fiksacja* był przede wszystkim metaforą zniewolenia i społecznego paraliżu. „Krytyka Polityczna" określa jego działania jako „radykalny sprzeciw wobec politycznego zniewolenia"[18], a „The New Yorker" zauważa, że Pawlenski „uses the language of state power against itself"[19], co przedstawia go jako twórcę świadomie operującego narzędziami reżimu, aby odwrócić ich znaczenie. W podobnym tonie „Rynek i Sztuka" broni jego akcji podpalenia Banku Francji, stwierdzając: „To nie wandalizm, ale akt symboliczny"[20]. Z analizy wynika więc, że media konsekwentnie budują obraz Pawlenskiego jako artysty-dysydenta, który wykorzystuje ciało i radykalny gest jako narzędzia politycznego oporu.

[16] E. Goffman, *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Boston 1986, s. 21-40.

[17] S. Walker, *Petr Pavlensky: Why I nailed my scrotum to Red Square* („The Guardian" 2014, February 5), https://www.theguardian.com/artanddesign/2014/feb/05/petr-pavlensky-nailed-scrotum-red-square, dostęp z dn. 1.03.2025.

[18] P. Pawlenski, *Uwolnić się z więzienia codzienności* („Krytyka Polityczna" 2015, 10 lipca), https://krytykapolityczna.pl/swiat/piotr-pawlenski-uwolnic-sie-z-wiezienia-codziennosci, dostęp z dn. 2.03.2025.

[19] M. Gessen, *The protest artist who stumps Putin* („The New Yorker" 2015, November 10), https://www.newyorker.com/news/news-desk/the-protest-artist-who-stumps-putin, dostęp z dn. 5.03.2025.

[20] K.Z., *Piotr Pawlenski – artysta, który podpalił Bank Francji – stanął przed sądem* („Rynek i Sztuka" 2017, 25 października), https://rynekisztuka.pl/2017/10/25/piotr-pawlenski-podpalenie-bank-francji, dostęp z dn. 16.03.2025.

Mimo różnic gatunkowych w publikacjach dominującą emocją jest niepokój i napięcie, a narracja skupia się na jego świadomym konflikcie z aparatem państwowym i symbolicznymi instytucjami władzy.

W przypadku Banksy'ego media konstruują obraz artysty działającego w rejestrze ironii, empatii i refleksyjnej krytyki. BBC podkreśla wymiar wspólnotowy jego twórczości, pytając: „Who owns street art?"[21], co przenosi dyskusję o jego muralach w obszar debaty o dobru publicznym. Z kolei „The Guardian", opisując jego prace dla służby zdrowia, cytuje jego słowa: „I hope this brightens the place up a bit"[22], tworząc obraz artysty solidaryzującego się z pracownikami ochrony zdrowia w czasie pandemii. W artykule o obrazie *Show Me the Monet* media zauważają, że „polluting Monet's pond" jest metaforą ekologicznej degradacji[23]. „Newsweek" akcentuje z kolei jego obecność w Ukrainie, przywołując kulturowy symbol w filmie, gdzie „rozbrzmiewa jedna z najsłynniejszych ukraińskich piosenek. To *Czerwona Ruta* autorstwa zakatowanego przez KGB w 1979 r. kompozytora Wołodymyra Iwasiuka. Wykonują ją uliczni muzycy na Majdanie w Kijowie. Nieopodal tego miejsca artysta narysował dzieci «huśtające się» na jeżu przeciwpancernym"[24]. Reuters podkreśla metaforyczność jego nowszych prac: „Animals carry metaphorical weight"[25]. Z analizy wynika więc, że media prezentują Banksy'ego jako twórcę operującego metaforą, troską i polityczną ironią. Dominują emocje

[21] *Banksy mural vanishes from London, appears at US auction* („BBC News" 2013, February 24), https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-21497261, dostęp z dn. 22.03.2025.

[22] S. Morris, *New Banksy piece celebrates superhero health workers* („The Guardian" 2020, May 6), https://www.theguardian.com/artanddesign/2020/may/06/banksy-artwork-superhero-nurse-nhs-coronavirus-covid-19-southampton-general-hospital, dostęp z dn. 8.03.2025.

[23] *Banksy's Show Me the Monet sells for £7.5m at auction* („The Guardian" 2020, October 22), https://www.theguardian.com/artanddesign/2020/oct/22/banksys-show-me-the-monet-painting-sells-for-75m-at-auction, dostęp z dn. 25.03.2025.

[24] A. Podlaska, *Banksy wzrusza świat. Artysta pokazał swoje prace na budynkach zniszczonych przez Rosjan* („Newsweek" 2022, 18 listopada), https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/banksy-opublikowal-na-instagramie-film-o-swoim-pobycie-na-ukrainie/gdpetw1, dostęp z dn. 12.03.2025.

[25] S. Ravikumar, *Banksy unleashes animals in London – what do they mean?* („Reuters" 2024, August 8), https://www.reuters.com/world/uk/banksy-unleashes-animals-london-what-do-they-mean-2024-08-08/, dostęp z dn. 14.03.2025.

ciekawości, empatii i moralnego poruszenia, a narracje akcentują jego rolę jako komentatora kryzysów społecznych i ekologicznych.

Kolektyw funkcjonuje w mediach jako duet demaskatorów, którzy za pomocą humoru i prowokacji destabilizują komunikację instytucji. CNN przypomina realne skutki ich akcji: „spadek akcji Dow o 4,24%"[26] po mistyfikacji dotyczącej katastrofy w Bhopalu. „The Guardian" opisuje ich działania jako „hoax" klimatyczny, który „wywołał debatę publiczną", co dowodzi, że ich performance'y mają wymiar interwencji w sferę deliberacji politycznej[27]. Wired opisuje akcję, w której wykorzystali przebrania „zombie i kostuchy"[28], aby skrytykować Dow Chemical, natomiast „Vogue" cytuje Juliana Assange'a: humor „redukuje strach i dodaje odwagi"[29], wskazując na emocjonalny mechanizm ich performance'ów. Analiza pokazuje, że media przedstawiają The Yes Men jako artystów wykorzystujących inteligentną mistyfikację do obnażania hipokryzji korporacji i państw. Dominują emocje rozbawienia, satysfakcji i intelektualnego zaskoczenia, a narracja koncentruje się na ich skuteczności w ujawnianiu słabości instytucji.

Analiza pokazuje, że media tworzą także trzy odmienne modele artystów protestu: Pawlenski jako radykalny dysydent, działający w rejestrze afektywnego wstrząsu; Banksy jako empatyczny komentator i ironista; The Yes Men jako humorystyczni demaskatorzy systemowych nadużyć. Każdy z nich funkcjonuje w innym „krajobrazie emocjonalnym", który nie tylko interpretuje ich twórczość, lecz aktywnie współtworzy jej znaczenie społeczne i polityczne.

[26] *Bhopal hoax sends Dow stock down* („CNN" 2004, December 3), https://edition.cnn.com/2004/WORLD/europe/12/03/bhopal.hoax/, dostęp z dn. 30.03.2025.

[27] S. Goldenberg, *US Chamber of Commerce falls victim to 'fraud' over climate hoax* („The Guardian" 2009, October 19), https://www.theguardian.com/environment/2009/oct/19/us-chamber-climate-change-hoax, dostęp z dn. 12.03.2025.

[28] *More subvertising mayhem from the Yes-Men* („Wired" 2010, April 19), https://www.wired.com/2010/04/more-subvertising-mayhem-from-the-yes-men, dostęp z dn. 14.03.2025.

[29] *How the Yes Men Found Themselves in a Flourishing Bromance With Julian Assange* („Vogue" 2015, June 15), retrieved from https://www.vogue.com/article/yes-men-are-revolting-documentary-julian-assange, dostęp z dn. 3.03.2025.

Analiza zdjęć towarzyszących artykułom o Pawlenskim, Banksym i The Yes Men ujawnia, że media także aktywnie modelują interpretację ich działań poprzez obrazy.

W przypadku Piotra Pawlenskiego dominują zdjęcia oparte na intensywnej cielesności i wizualnym szoku. Ujęcia przedstawiają go nagiego na Placu Czerwonym, przybitego do bruku, otoczonego pustą, monumentalną przestrzenią, lub stojącego spokojnie przed płonącymi drzwiami instytucji państwowych czy finansowych. Tego typu fotografie wzmacniają afekty strachu, napięcia i dyskomfortu. Skrajność gestów zostaje przeniesiona na poziom wizualny – ciało artysty, wystawione na ból, staje się niejako metaforą obywatela wystawionego na przemoc systemu. W kontekście opresyjnej rosyjskiej polityki zdjęcia Pawlenskiego budują obraz artysty jako radykalnego, który ryzykuje własne ciało, aby ujawnić strukturalną przemoc państwa. Media dzięki obrazom przesuwają więc jego performance'y w stronę spektaklu ekstremalnej odwagi, nadając im aurę skrajnego heroizmu i ryzyka.

Zdjęcia towarzyszące publikacjom o Banksym to obrazy kontekstu i symbolu – nie artysty. Fotografie murali na ruinach zbombardowanych budynków w Ukrainie, wnętrza Walled Off Hotel z widokiem na mur separacyjny czy ujęcia z aukcji, na których pracownicy Sotheby's trzymają *Girl with Balloon* tuż przed jej zniszczeniem, budują emocje ciekawości, refleksji i moralnego poruszenia. W przeciwieństwie do Pawlenskiego nie chodzi o cielesne ekstremum, lecz o symboliczny kontrast między estetyczną prostotą a ciężarem społecznego kontekstu. Zdjęcia te stają się wizualnymi komentarzami: ruinom towarzyszy subtelna linia rysunku, przestrzeni konfliktu – humor, chaosowi – czysta forma. Media dzięki takim obrazom przedstawiają Banksy'ego jako artystę, który „uzdrawia" lub „oswaja" traumę poprzez wizualną metaforę, a jego sztuka funkcjonuje jako emocjonalny pomost między tragedią a nadzieją.

The Yes Men natomiast pojawiają się na zdjęciach przede wszystkim w rolach odgrywanych podczas mistyfikacji: przebrani za rzeczników korporacji, uczestniczący w fałszywych konferencjach prasowych, w kostiumach zombie

czy rozdający fałszywe gazety. Te obrazy wzbudzają emocje rozbawienia, zdziwienia i satysfakcji. W przeciwieństwie do brutalnych zdjęć Pawlenskiego i melancholijnych ujęć Banksy'ego fotografie The Yes Men opierają się na estetyce parodii i teatralności. Ich siła polityczna polega na demaskacji widocznej tuż na powierzchni obrazu. Kostium, inscenizacja i ironiczna gra z kodami korporacyjnego wizerunku tworzą aurę inteligentnego żartu wymierzonego w instytucje posiadające władzę. Media wykorzystują te obrazy, by wzmacniać narrację kolektywu jako artystów-parodystów, którzy za pomocą humoru obnażają hipokryzję elit politycznych i gospodarczych.

Wspólne dla wszystkich trzech przypadków jest to, że fotografie wzmacniają afekty, na których opiera się ich sztuka: szok Pawlenskiego, refleksyjna empatia Banksy'ego i satyryczna demaskacja The Yes Men. To, jak media dobierają i kadrują zdjęcia, decyduje o tym, które emocje zostają uwypuklone. U Pawlenskiego akcent pada na fizyczną ekstrawagancję; u Banksy'ego – na symboliczny ciężar miejsca; u The Yes Men – na humorystyczne rozmontowanie oficjalnych konwencji. Zdjęcia w artykułach nie są więc neutralnymi ilustracjami, lecz aktywnymi narzędziami interpretacji, które kształtują społeczną percepcję sztuki protestu, nadając jej określoną aurę emocjonalną i polityczną.

Zakończenie

Analiza twórczości Pawlenskiego, Banksy'ego i The Yes Men pokazuje, jak w epoce nadmiaru informacji artyści protestu wykorzystują afektywność, by przełamać obojętność odbiorców i ujawnić mechanizmy polityczne, medialne oraz społeczne, zachęcając do krytycznej interpretacji przekazów.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że Pawlenski posługuje się radykalizmem cielesnym i wizualnym wstrząsem, aby zdemaskować relacje władzy oraz zmusić odbiorców do konfrontacji z przemocą systemową. Banksy operuje estetyczną ironią, metaforą i empatią, tworząc przestrzeń do refleksji nad

konfliktami, nierównościami i pamięcią społeczną. The Yes Men wykorzystują humor, maskaradę i parodię, obnażając język korporacji i logikę mass mediów, a jednocześnie pokazując odbiorcom, jak łatwo można manipulować formatami informacyjnymi.

Analiza przedstawień medialnych wskazuje, że media nie działają jako neutralne kanały przekazu. Zdjęcia, nagłówki i narracje budowane wokół działań artystów nie tylko dokumentują wydarzenia, lecz także aktywnie interpretują ich sens, wpływając na sposób odbioru i emocjonalne ramy dyskusji publicznej. Instytucje medialne stają się zatem współuczestnikami sztuki protestu: wzmacniają jej przekaz, filtrują go przez estetykę sensacji, empatii lub humoru, a niekiedy nawet replikują strategie artystów w logice własnego działania.

Z perspektywy edukacji medialnej twórczość tych artystów ukazuje potencjał emocji jako narzędzia krytycznej refleksji. Szok, ironia i humor nie pełnią funkcji manipulacyjnych, lecz otwierają przestrzeń na rozpoznanie technik perswazji, zrozumienie roli kontekstu, a także demaskowanie instytucjonalnych narracji. Poprzez wytrącenie odbiorców z pozycji biernego konsumenta informacji artyści ci uczą uważności, analizy wizualnej, świadomości mediów oraz rozpoznawania strategii komunikacyjnych władzy. Właściwie użyte emocje mogą stać się jednym z kluczowych narzędzi edukacji medialnej. Twórczość Pawlenskiego, Banksy'ego i The Yes Men stanowi przykład praktycznej, afektywnej pedagogiki, która uczy krytycznego odbioru przekazów, demaskuje struktury systemowe i rozwija kompetencje interpretacyjne niezbędne w dzisiejszym środowisku informacyjnym. Sztuka protestu okazuje się więc nie tylko gestem politycznym, lecz również formą trwałej edukacji publicznej.

Literatura

Ahmed S., *The Cultural Politics of Emotion,* Edinburgh 2014.

Banksy mural vanishes from London, appears at US auction („BBC News" 2013, February 24), https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-21497261, dostęp z dn. 22.03.2025.

Banksy's Show Me the Monet sells for £7.5m at auction („The Guardian" 2020, October 22), https://www.theguardian.com/artanddesign/2020/oct/22/banksys-show-me-the-monet-painting-sells-for-75m-at-auction, dostęp z dn. 25.03.2025.

Bhopal hoax sends Dow stock down („CNN" 2004, December 3), https://edition.cnn.com/2004/WORLD/europe/12/03/bhopal.hoax/, dostęp z dn. 30.03.2025.

Buckingham D., *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge 2003.

Chowdhury A., *Examining the role of headlines in news framing*, „Journal of Media, Culture and Communication" 2025, nr 5(1), s. 11-19.

Currie Sivek S., *Both Facts and Feelings: Emotion and News Literacy*, „Journal of Media Literacy Education" 2018, nr 10(2), s. 123-138.

Gessen M., *The protest artist who stumps Putin* („The New Yorker" 2015, November 10), https://www.newyorker.com/news/news-desk/the-protest-artist-who-stumps-putin, dostęp z dn. 5.03.2025.

Goffman E., *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Boston 1986.

Goldenberg S., *US Chamber of Commerce falls victim to 'fraud' over climate hoax* („The Guardian" 2009, October 19), https://www.theguardian.com/environment/2009/oct/19/us-chamber-climate-change-hoax, dostęp z dn. 12.03.2025.

Gomez-Galan J., *Media Education as Theoretical and Practical Paradigm for Digital Literacy: An Interdisciplinary Analysis*, „European Journal of Science and Theology" 2015, t. 11, nr 3, s. 31-44.

K.Z., *Piotr Pawlenski – artysta, który podpalił Bank Francji – stanął przed sądem* („Rynek i Sztuka" 2017, 25 października), https://rynekisztuka.pl/2017/10/25/piotr-pawlenski-podpalenie-bank-francji, dostęp: z dn. 16.03.2025.

Kluszczyński R., *Sztuka protestu czy protest w sztuce? Protest artystyczny w transdyscyplinarnej sztuce nowych mediów. Zarys problematyki*, „Artifex Novus" 2023, nr 6, s. 4-27.

Leeper T.J., Slothuus R., *How the News Media Persuades: Framing Effects and Beyond*, [w:] *The Oxford Handbook of Electoral Persuasion*, red. E. Suhay, B. Grofman, A.H. Trechsel, Oxford 2019, s. 151-168.

More subvertising mayhem from the Yes-Men („Wired" 2010, April 19), https://www.wired.com/2010/04/more-subvertising-mayhem-from-the-yes-men, dostęp z dn. 14.03.2025.

Morris S., *New Banksy piece celebrates superhero health workers* („The Guardian" 2020, May 6), https://www.theguardian.com/artanddesign/2020/may/06/banksy-artwork-superhero-nurse-nhs-coronavirus-covid-19-southampton-general-hospital, dostęp z dn. 8.03.2025.

Mouffe C., *Artistic Strategies in Politics and Political Strategies in Art*, „DESIGNABILITIES Design Research Journal" 2023, nr 6, https://www.designforschung.org/assets/papers/papers_ab_2023/DSGNBLTS_ChantalMouffe_ArtisticStrategiesInPoliticsAndPoliticalStrategiesInArt.pdf, dostęp z dn. 5.03.2025.

Nordgaard I., *Documenting/Performing the Vulnerable Body: Pain and Agency in Works by Boris Mikhailov and Petr Pavlensky*, „Contemporaneity: Historical Presence in Visual Culture" 2016, nr 5(1), s. 85-107.

Pawlenski P., *Uwolnić się z więzienia codzienności* („Krytyka Polityczna" 2015, 10 lipca), https://krytykapolityczna.pl/swiat/piotr-pawlenski-uwolnic-sie-z-wiezienia-codziennosci, dostęp z dn. 2.03.2025.

Podlaska A., *Banksy wzrusza świat. Artysta pokazał swoje prace na budynkach zniszczonych przez Rosjan* („Newsweek" 2022, 18 listopada), https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/banksy-opublikowal-na-instagramie-film-o-swoim-pobycie-na-ukrainie/gdpetw1, dostęp: 12.03.2025.

Ravikumar S., *Banksy unleashes animals in London – what do they mean?* („Reuters" 2024, August 8), https://www.reuters.com/world/uk/banksy-unleashes-animals-london-what-do-they-mean-2024-08-08, dostęp z dn. 14.03.2025.

Sandberg B., *Art Hacking for Business Innovation: An Exploratory Case Study on Applied Artistic Strategies*, „Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity" 2019, nr 5(1), s. 1-22.

Scott J.C., *Weapons of the Weak*, New Haven 1985.

Sosnowska J., *Emotion-generating mechanisms in television programmes*, „Roczniki Kulturoznawcze" 2023, t. 14, nr 1, s. 57-82.

Stoddard J., Tunstall J., Walker L., Wight E., *Teaching beyond verifying sources and "fake news": Critical media education to challenge media injustices*, „Journal of Media Literacy Education" 2021, nr 13(2), s. 55-70.

Toffler A., *Future Shock*, New York 1970.

Turner V., *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*, New York 1982.

Turner V., *Proces rytualny. Struktura i antystruktura*, Warszawa 2010.

Walker S., *Petr Pavlensky: Why I nailed my scrotum to Red Square* („The Guardian" 2014, February 5), https://www.theguardian.com/artanddesign/2014/feb/05/petr-pavlensky-nailed-scrotum-red-square, dostęp z dn. 1.03.2025.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.04

Dariusz Adamski*
https://orcid.org/0009-0002-5728-9936
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Wpływ mediów społecznościowych na samoocenę i zdrowie psychiczne nastolatków

Abstract:

The Impact of Social Media on Adolescents' Self-Esteem and Mental Health. The thesis explores the impact of social media on adolescents' self-esteem and mental health. The analysis is based on a survey conducted among 185 students in grades 4-8 of primary school. The results reveal both positive aspects of social media use, such as intellectual development, easy access to knowledge, and maintaining relationships, as well as risks including misinformation and addiction. Special attention is given to the role of parents and schools in media education and in shaping responsible attitudes in the digital world. The findings highlight the necessity of comprehensive educational initiatives and consistent guidance for adolescents to foster conscious and balanced use of social media.

Wpływ mediów społecznościowych na samoocenę i zdrowie psychiczne nastolatków. Praca podejmuje temat wpływu mediów społecznościowych na samoocenę i zdrowie psychiczne nastolatków. Analiza opiera się na badaniach ankietowych przeprowadzonych wśród 185 uczniów klas IV–VIII szkoły podstawowej. Wyniki ukazują zarówno pozytywne aspekty korzystania z mediów, takie jak rozwój intelektualny, łatwy dostęp do wiedzy czy

* Dariusz Adamski – kapłan archidiecezji białostockiej; absolwent Politechniki Białostockiej w latach 2011-2016 (studia ukończone z tytułem magistra inżyniera); absolwent AWSD w Białymstoku w latach 2016-2022 (studia ukończył w stopniu magistra przy UKSW w Warszawie). Obecnie jest doktorantem na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II z zakresu dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach.

możliwość podtrzymywania relacji, jak i zagrożenia – w tym dezinformację, cyberprzemoc czy ryzyko uzależnienia. Szczególną uwagę poświęcono także roli rodziców i szkoły w edukacji medialnej oraz kształtowaniu odpowiedzialnych postaw w świecie cyfrowym. Wnioski wskazują na potrzebę kompleksowych działań edukacyjnych oraz towarzyszenia młodzieży w procesie świadomego korzystania z mediów społecznościowych.

Keywords

social media, adolescents, self-esteem, mental health, development, media education

media społecznościowe, nastolatki, samoocena, zdrowie psychiczne, rozwój, edukacja medialna

Wstęp

Media społecznościowe dzięki licznym udogodnieniom i możliwościom coraz silniej wpływają na sposób funkcjonowania współczesnego człowieka, w tym w szczególności młodego pokolenia. To właśnie młodzież, jako najbardziej aktywna grupa w przestrzeni cyfrowej, ponosi współodpowiedzialność za kształtowanie przyszłego świata – wraz z dorosłymi, którzy towarzyszą im w procesie dojrzewania i rozwoju. Papież Franciszek trafnie zauważył, że „środowisko komunikacyjne może nam pomóc w rozwoju lub przeciwnie – prowadzić do dezorientacji”[1]. Dlatego tak ważne jest wsłuchiwanie się w głos młodych ludzi oraz tworzenie dla nich przestrzeni dialogu, zaufania i wsparcia[2].

Niniejszy tekst podejmuje próbę analizy wpływu mediów społecznościowych na samoocenę i zdrowie psychiczne nastolatków. Podstawą rozważań są wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród uczniów klas IV-VIII szkoły pod-

[1] Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania”*, Watykan 2014.

[2] Por. Franciszek, *Orędzie na 62. Światowy Dzień Modlitw o Powołania „Pielgrzymi nadziei: dar życia”*, Watykan 2025.

stawowej, w której prowadzone są działania edukacyjne w zakresie bezpiecznego korzystania z mediów. W badaniu udział wzięło 185 uczniów. Celem artykułu jest ukazanie poziomu świadomości medialnej młodzieży oraz refleksja nad tym, w jaki sposób media społecznościowe kształtują ich postrzeganie siebie i relacje z otoczeniem. Analiza zostanie osadzona w kontekście nauczania Kościoła katolickiego oraz współczesnych opracowań naukowych dotyczących mediów i wychowania.

1. Pozytywne aspekty mediów społecznościowych

Właściwe wykorzystanie nowoczesnych technologii może być – jak to określa papież Franciszek – Bożym darem[3]. Mądre ukierunkowanie młodego człowieka w przestrzeni cyfrowej może przyczynić się do jego integralnego rozwoju.

W pierwszym rzędzie warto wymienić rozwój intelektualny i zdolność do krytycznego myślenia. Młody człowiek w okresie edukacji podstawowej i ponadpodstawowej ma łatwy dostęp nie tylko do wiedzy przekazywanej w szkole, ale także do tej, która jest dostępna w internecie. Już Jan Paweł II zauważył, że „media mogą dostarczać miliardom ludzi wiedzę na temat innych części świata i kultur"[4]. W mediach społecznościowych można odnaleźć informacje na każdy temat w formie przystępnej dla nastolatków. Dodatkowym ułatwieniem jest szybkość dostępu do wiedzy, ale także możliwość zapoznawania się z bieżącymi wiadomościami ze świata – nawet z najdalszych jego zakątków. W przeprowadzonych badaniach na stwierdzenie: „Korzystając z mediów społecznościowych, najwięcej czasu spędzam na…" 77 ankietowanych jako odpowiedź wskazało: „śledzenie informacji i wydarzeń ze świata" lub „zdobywanie wiedzy i rozwój osobisty", co stanowi 42% nastolatków. Jest to wynik, który rodzi nadzieję, że w młodej części społeczeństwa jest chęć rozwoju intelektualnego.

[3] Por. Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*…, dz. cyt.

[4] Jan Paweł II, *Orędzie na 39. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „Środki przekazu w służbie porozumienia między narodami"*, Watykan 2005.

Nieograniczony dostęp do nowych informacji, skrajnie różnych punktów widzenia tej samej sprawy, specyfiki życia ludzi w innych uwarunkowaniach kulturowych oraz poglądów prezentowanych przez postaci powszechnie uważane za autorytety w danej dziedzinie, ludzi z różnych środowisk społecznych, a także przeciętnych obywateli może stać się szansą na rozwój otwartości, elastyczności i krytycznego myślenia[5]. Papież Franciszek podkreśla, że media cyfrowe posiadają ogromny potencjał edukacyjny, który może być w pełni wykorzystany jedynie poprzez kształtowanie u ludzi krytycznej świadomości[6], a więc umiejętności odróżniania dobra od zła oraz prawdy od fałszu w świecie, w którym informacje są łatwo dostępne, lecz nie zawsze wiarygodne. Rozwój otwartego i krytycznego umysłu idzie w parze z rozwojem kreatywności u nastolatka, rozumianej jako zdolność do tworzenia innowacyjnych rozwiązań[7]. Spośród 185 ankietowanych co trzecia osoba zadeklarowała, że spędza dużo czasu w mediach społecznościowych na „szukaniu inspiracji i nowych pomysłów".

Sieć cyfrowa stanowi jeden z kluczowych zasobów współczesności. Jak zauważa papież Franciszek, „jest źródłem wiedzy i relacji niegdyś niewyobrażalnych"[8]. Media społecznościowe skutecznie niwelują dystans geograficzny, tworząc wirtualne pomosty łączące ludzi znajdujących się w różnych częściach świata. Ma to szczególne znaczenie w przypadku dzieci, których rodzice emigrują za granicę w celach zarobkowych. Ułatwiony kontakt międzyludzki stwarza możliwość spotkania i dialogu także w przestrzeni wirtualnej. Na ten aspekt również zwraca uwagę papież Franciszek, który podkreśla, że media we współ-

[5] Por. M. Kałużyńska-Tyburska, *Internet w domu – zagrożenie czy pomoc w formacji integralnej człowieka?*, [w:] *Media w rodzinie w perspektywie pastoralno-społecznej* (Studia i Materiały Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach 88), red. I. Celary, G. Polok, Katowice 2018, s. 168-169.

[6] Por. Franciszek, *Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „«Nie lękaj się, bo jestem z tobą» (Iz 43,5). Przekazujmy nadzieję i ufność w naszych czasach*", Watykan 2017.

[7] Por. K.J. Szmidt, *Edukacyjne uwarunkowania rozwoju kreatywności*, Łódź 2017, s. 135.

[8] Franciszek, *Orędzie na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „«Wszyscy tworzymy jedno» (Ef 4,25). Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich*", Watykan 2019.

czesnym świecie mogą odegrać istotną rolę w zbliżaniu ludzi do siebie. „W tym świecie media mogą nam pomóc, byśmy poczuli się bliżej siebie nawzajem, pomagając nam dostrzec jedność rodziny ludzkiej, co z kolei pobudza do solidarności i lepszego poważnego zaangażowania na rzecz bardziej godnego życia. Dobra komunikacja pomaga nam być bliżej siebie oraz lepiej poznawać siebie nawzajem, w byciu bardziej zjednoczonymi”[9]. Połowa nastolatków biorących udział w ankiecie wskazała, że spędza dużo czasu w mediach społecznościowych na „utrzymywaniu kontaktu z rodziną i znajomymi”. Potrzeba bliskości – nawet w formie wirtualnej – stanowi istotny element w życiu młodego człowieka. Tego typu przestrzeń może stanowić wsparcie, a nawet ratunek dla osób zmagających się z trudnościami w relacjach społecznych. Portale społecznościowe sprzyjają nawiązywaniu relacji oraz umożliwiają dzieciom i młodzieży wyrażanie własnej kreatywności. Dla młodych introwertyków aktywność w przestrzeni cyfrowej może stanowić cenne wsparcie w procesie socjalizacji i budowaniu kontaktów z rówieśnikami. Doświadczenie zdobyte w środowisku wirtualnym nierzadko ułatwia późniejsze funkcjonowanie w rzeczywistych sytuacjach społecznych. Ponadto dzieci zmagające się z poważnymi lub przewlekłymi chorobami mają możliwość nawiązania kontaktu z osobami o podobnych doświadczeniach. Umożliwia im to uzyskanie wsparcia, do którego w inny sposób mogłyby nie mieć dostępu[10]. Z przeprowadzonych badań wynika, że wśród nastolatków znalazła się również grupa, dla której istotnym powodem korzystania z mediów społecznościowych jest nawiązywanie nowych znajomości. Choć nie jest to grupa liczna, to 15% ankietowanych wskazało „poznawanie nowych ludzi” jako jeden z motywów swojej aktywności w sieci.

Papież Franciszek zaznacza, że media cyfrowe mają potencjał wspierania postaw solidarnościowych, ponieważ pozwalają ludziom dostrzegać potrzeby innych oraz angażować się w działania pomocowe, kształtując tym samym posta-

[9] Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*…, dz. cyt.

[10] Por. M. Kałużyńska-Tyburska, *Internet w domu – zagrożenie czy pomoc*…, dz. cyt., s. 170.

wę bezinteresownej miłości w młodym pokoleniu[11]. Tymczasem wyniki ankiety pokazują, jak bardzo potrzebne jest rozwijanie takiej wrażliwości – aż 125 osób zadeklarowało, że dużą część czasu w mediach społecznościowych poświęca na rozrywkę i relaks, a 59 osób przyznało się do konsumpcyjnego wykorzystywania swojego czasu. Tego rodzaju podejście może prowadzić do zamknięcia się w postawie egocentrycznej i ograniczonego zaangażowania w sprawy innych ludzi.

Z przeprowadzonych badań wynika, że znaczna część młodych ludzi dostrzega korzyści płynące z korzystania z mediów społecznościowych. Ponad połowa ankietowanych (57%) stwierdziła, że obecność w mediach społecznościowych przynosi im konkretne, pozytywne efekty. Dla 29% badanych wpływ ten jest trudny do jednoznacznego określenia, natomiast 14% nie dostrzega żadnych korzyści wynikających z ich obecności w przestrzeni cyfrowej. Warto również zwrócić uwagę na to, jak media społecznościowe oddziałują na samoocenę młodzieży. Na pytanie: „Jaki wpływ mają media społecznościowe na Twoją samoocenę?" 23% respondentów odpowiedziało, że wpływ ten jest pozytywny – widzą siebie jako zmotywowanych i pewniejszych siebie. Kolejne 33% ankietowanych wskazało na raczej pozytywny wpływ, zauważając, że dzięki mediom społecznościowym czasami czują się podbudowani. Dla 29% badanych wpływ ten pozostaje neutralny, a więc odpowiadający nie zauważają istotnych zmian w samoocenie. Wskazania negatywne pojawiły się rzadziej – 6% ankietowanych przyznało, że media społecznościowe czasem obniżają ich samoocenę przez porównywanie się z innymi, natomiast 1% zadeklarował wyraźnie negatywny wpływ. Odpowiedź „trudno powiedzieć" wybrało 8% uczestników badania.

Z dotychczasowych wyników można wyciągnąć istotne wnioski. Po pierwsze – media społecznościowe nie są jedynie przestrzenią rozrywki, ale dla wielu młodych ludzi stanowią źródło ich osobistego rozwoju oraz pozytywnie wpływają na ich obraz siebie. Po drugie – wyniki pokazują zróżnicowane potrzeby nastolatków, co sugeruje, że wpływ mediów społecznościowych jest zależny od indywidualnych predyspozycji.

[11] Por. Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*…, dz. cyt.

2. Zagrożenia i niebezpieczeństwa w przestrzeni cyfrowej

Choć przestrzeń cyfrowa niesie ze sobą wiele zalet i może pozytywnie wpływać na rozwój człowieka, wiąże się również z licznymi zagrożeniami, szczególnie dla młodego pokolenia. Już od czasów pontyfikatu Jana Pawła II, gdy media zaczęły dynamicznie się rozwijać, papieże konsekwentnie zwracają uwagę na ich potencjalnie negatywny wpływ na prawidłowy rozwój człowieka. Niepokój może budzić sposób, w jaki wykorzystywane są nowe media[12] – istnieje bowiem ryzyko, że ich potencjał zostanie sprowadzony wyłącznie do funkcji rozrywkowych, na co wskazują również odpowiedzi udzielone przez ankietowanych.

Pierwszym zagrożeniem, jakie należy wskazać, jest dostęp do nieodpowiednich treści. Papież Franciszek zauważa, że chociaż „internet stanowi niezwykłą możliwość dostępu do wiedzy, to jest również prawdą, że okazał się jednym z miejsc najbardziej narażonych na dezinformację oraz świadome i celowe zniekształcenie faktów i relacji międzyosobowych, które często przybierają formę kompromitowania"[13]. Przejawia się to m.in. poprzez zjawisko fake newsów i plotek, które mogą kształtować w młodych ludziach niepożądane postawy, takie jak skłonność do manipulacji czy kłamstwa. Kolejnym niebezpieczeństwem są treści pornograficzne, które dziecko może napotkać, poszukując informacji na interesujące je tematy. Tego typu materiały mogą zniekształcać obraz ludzkiej cielesności i prowadzić do niezdrowych postaw wobec seksualności. Równie niepokojący jest łatwy dostęp do treści przepełnionych przemocą, które mogą sprzyjać kształtowaniu postaw agresywnych, jednocześnie obniżając wrażliwość emocjonalną oraz zdolność do empatii wobec bólu i cierpienia innych[14] W przeprowadzonej ankiecie uczestnicy mogli wielokrotnie wskazać, jakie niewłaściwe zachowania najczęściej dostrzegają w mediach społecznościowych. Ich odpo-

[12] Por. D. Koper, *Rola społeczna mediów cyfrowych w orędziach papieża Franciszka z okazji Światowych Dni Środków Społecznego Przekazu*, „Pedagogika Społeczna Nova" 2024, nr 8, s. 123.

[13] Franciszek, *Orędzie na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*…, dz. cyt.

[14] Por. M. Kałużyńska-Tyburska, *Internet w domu – zagrożenie czy pomoc*…, dz. cyt., s. 171-172.

wiedzi pokazują, że młodzież ma świadomość obecnych w sieci niewłaściwych treści. Aż 38% ankietowanych zwróciło uwagę na wulgarność i nieodpowiednie treści, 30% wskazało na dezinformację i fake newsy, natomiast 21% dostrzegło problem seksualizacji przekazu i obecności niechcianych treści o charakterze erotycznym. Łącznie 102 osoby zauważyły te niepokojące zjawiska. Pozostała część respondentów albo nie zwraca uwagi na tego typu treści, albo nie jest świadoma, że mogą one mieć negatywny wpływ i być uznane za nieodpowiednie.

Źle ukierunkowana potrzeba bliskości i nawiązywania relacji może prowadzić do niebezpiecznych zjawisk w przestrzeni cyfrowej, takich jak cyberprzemoc, hejt, mowa nienawiści, dyskryminacja czy oszustwa. Już Jan Paweł II przestrzegał przed tym zagrożeniem, zauważając, że media mogą okazać się „podłożem konfliktów, które bardzo łatwo mogą stać się ogniskami przemocy, wojen czy wręcz ludobójstwa. Zamiast budować jedność i umacniać wzajemne zrozumienie media mogą demonizować inne grupy społeczne, etniczne i religijne, siejąc lęk i nienawiść”[15]. W szczególności narażeni na tego rodzaju zagrożenia są młodzi ludzie, którzy mogą stać się ofiarami ataków ze strony rówieśników lub dorosłych próbujących wykorzystać ich naiwność i brak doświadczenia. Zamiast budować kulturę spotkania, o której pisze papież Franciszek – opartą na wzajemnym poznaniu, budowaniu relacji i przede wszystkim szacunku – człowiek bywa w tej przestrzeni zdegradowany do roli przedmiotu, wykorzystywanego instrumentalnie, bez poszanowania jego godności i wartości. Wyniki ankiety wskazują, że świadomość zagrożeń związanych z przemocą w przestrzeni cyfrowej wśród młodzieży jest stosunkowo wysoka – aż 134 osoby zwróciły uwagę na tego typu zjawiska. Najczęściej wskazywanym problemem był hejt i obraźliwe komentarze (69% respondentów), a następnie mowa nienawiści, kierowana m.in. ze względu na rasę, religię czy orientację (31%). Uczestnicy badania zauważyli również zjawiska takie jak cyberprzemoc i nękanie (17%) czy też dyskryminacja lub wykluczanie innych (15%). Co istotne, aż 39 osób przyznało, że przynajmniej raz stało się celem niewłaściwych zachowań w mediach

[15] Jan Paweł II, *Orędzie na 39. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*…, dz. cyt.

społecznościowych. Dane te wyraźnie pokazują, że problem nie dotyczy wyłącznie teorii czy obserwacji, ale realnie dotyka młodych użytkowników internetu, wpływając na ich poczucie bezpieczeństwa i dobrostan psychiczny.

Kolejnym istotnym zagrożeniem związanym z funkcjonowaniem w przestrzeni cyfrowej jest cyberprzestępczość. Obejmuje ona różnego rodzaju oszustwa i wyłudzenia, ale także działania niezgodne z prawem, takie jak kopiowanie nielegalnego oprogramowania, pobieranie filmów czy muzyki z nieautoryzowanych źródeł. Do tej kategorii należy również zaliczyć wszelkie ataki naruszające dobre imię człowieka, które – zgodnie z obowiązującym prawem – podlegają odpowiedzialności karnej. Z przeprowadzonej ankiety wynika, że aż 49 osób zauważyło w mediach społecznościowych zjawiska związane z oszustwami, m.in. fałszywe konkursy czy próby wyłudzania danych. Szczególnie niepokojące są jednak wyniki dotyczące osobistego zaangażowania w niewłaściwe zachowania typu wyśmiewanie, hejtowanie, udostępnianie krzywdzących treści. Aż 28 uczniów przyznało, że w przeszłości byli twórcami lub uczestnikami takich działań, a połowa z nich działała w pełni świadomie, znając możliwe konsekwencje. Nawet jeśli grupa ta stanowi mniejszość, jej wpływ na klimat społeczny w środowisku rówieśniczym może być znaczący, prowadząc do pogłębiania się zjawisk przemocy, braku zaufania i poczucia zagrożenia wśród innych uczniów.

Warto również podkreślić, że korzystanie z mediów społecznościowych może przerodzić się w nałóg. Potwierdzają to wyniki przeprowadzonej ankiety – co czwarty respondent zadeklarował, że spędza w tej przestrzeni ponad cztery godziny dziennie. Prawie połowa badanych poświęca na media społecznościowe od jednej do trzech godzin dziennie, natomiast jedynie 22 osoby przyznały, że korzystają z nich krócej niż godzinę dziennie. Dzieci i młodzież, zafascynowani możliwościami oferowanymi przez świat cyfrowy, często są skłonni spędzać przed ekranem znaczną część dnia – od rana do późnych godzin wieczornych. Badania naukowe dowodzą, że uzależnienie od internetu może mieć podobny mechanizm jak uzależnienie od substancji psychoaktywnych, takich jak alkohol. Co więcej, długotrwałe korzystanie z komputera i sieci może mieć negatyw-

ne konsekwencje zdrowotne – prowadzić do pogorszenia wzroku, wad postawy, bólów mięśni czy innych dolegliwości wynikających z braku aktywności fizycznej. Nie bez znaczenia pozostaje również wpływ nadmiernego przebywania w świecie wirtualnym na kondycję psychiczną i społeczną dziecka. Częste zanurzanie się w cyfrowej rzeczywistości może prowadzić do trudności w relacjach interpersonalnych – dziecko staje się wycofane, zamknięte w sobie; ma trudności w komunikacji z najbliższymi i wykazuje większą drażliwość emocjonalną[16].

Sama młodzież dostrzega potencjalne zagrożenia związane z niewłaściwym korzystaniem z mediów społecznościowych. Na pytanie: „Czy uważasz, że niewłaściwe korzystanie z mediów społecznościowych może zagrażać Twojemu prawidłowemu rozwojowi?" zdecydowana większość respondentów nie zbagatelizowała problemu. Jedynie 19% udzieliło odpowiedzi przeczącej, a 27% wyraziło wątpliwość, wybierając opcję „nie wiem". Wyniki te pokazują, że znaczna część młodych ludzi ma świadomość ryzyka, jakie niesie ze sobą niekontrolowana aktywność w przestrzeni cyfrowej.

3. Edukacja młodzieży

W obliczu zarówno pozytywnego, jak i negatywnego wpływu mediów społecznościowych na młodego człowieka niezbędne jest poszukiwanie skutecznych metod dotarcia do młodego pokolenia. Szczególnie istotne jest podejmowanie działań edukacyjnych i uświadamiających wśród uczniów szkół podstawowych i średnich, którzy znajdują się w kluczowym etapie kształtowania własnej tożsamości.

W środowisku, w którym przeprowadzono badania, zauważa się dużą wrażliwość na tematykę bezpiecznego korzystania z mediów. Organizowane są szkolenia z zakresu świadomego korzystania z przestrzeni cyfrowej, skierowane do uczniów, rodziców oraz nauczycieli. Mimo to jedynie 38% ankietowanych uczniów wskazało szkołę jako miejsce, w którym podejmowane są próby

[16] Por. M. Kałużyńska-Tyburska, *Internet w domu – zagrożenie czy pomoc*…, dz. cyt., s. 173.

uświadamiania w kwestii bezpieczeństwa w sieci. Z kolei aż 74% respondentów zauważa zaangażowanie rodziców i opiekunów, którzy – według deklaracji młodzieży – podejmują próby rozmów i ostrzegania przed zagrożeniami cyfrowego świata. Choć wielu uczniów nie zwraca uwagi na treści przekazywane w szkole, zauważalne jest, że to właśnie działania edukacyjne podejmowane przez szkołę docierają do rodziców, a za ich pośrednictwem – do dzieci. Pokazuje to wyraźnie, że to właśnie rodzice odgrywają kluczową rolę w procesie towarzyszenia dziecku w przestrzeni medialnej.

Zgodnie z opinią Larry'ego D. Rosena, profesora psychologii Uniwersytetu Kalifornijskiego, rodzice powinni wprowadzać dzieci w świat mediów społecznościowych, wskazując zarówno ich możliwości, jak i zagrożenia. Powinni także być na bieżąco z trendami i nowymi formami komunikacji obecnymi w sieci. „Komunikacja to podstawa rodzicielstwa. Musisz rozmawiać z dziećmi, a co ważniejsze – umieć ich słuchać. Proporcja mówienia do słuchania powinna wynosić jak jeden do pięciu. Na jedną minutę mówienia powinieneś poświęcić pięć minut na słuchanie"[17]. Umiejętność wsłuchania się w głos dziecka, a także znajomość młodzieżowych kodów i symboli może pomóc rodzicom szybko rozpoznać niepokojące treści, które dla dorosłych są często trudne do zidentyfikowania.

W dobie dynamicznego rozwoju technologii nierealne jest całkowite odcięcie dziecka od internetu i narzędzi cyfrowych, takich jak Facebook, YouTube czy Instagram. Tego rodzaju działanie może przynieść skutek odwrotny do zamierzonego. Zamiast zakazów należy uczyć dziecko mądrego i odpowiedzialnego korzystania z mediów cyfrowych. Rodzic powinien stać się przewodnikiem dziecka po wirtualnym świecie, budując atmosferę zaufania i wzajemnego szacunku, zamiast opierać relację na systemie nakazów i zakazów. Dzieci uczą się przede wszystkim przez obserwację – sposób, w jaki rodzice korzystają z technologii, będzie dla nich wzorem do naśladowania[18].

[17] L.D. Rosen, *Me, My Space, and I: Parenting the Net Generation*, New York 2007. Por. M. Kałużyńska-Tyburska, *Internet w domu – zagrożenie czy pomoc*…, dz. cyt., s. 170.

[18] Por. M. Kałużyńska-Tyburska, *Internet w domu – zagrożenie czy pomoc*…, dz. cyt., s. 173.

Ważne jest także promowanie aktywności pozawirtualnej. Zachęcanie młodzieży do realnych spotkań – wspólnych spacerów, zabaw czy wyjść do kina – pozwala budować relacje społeczne bez pośrednictwa ekranu[19].

Samo tłumaczenie dziecku, jakie treści są właściwe, często okazuje się niewystarczające. Niezwykle istotna jest obecność rodzica przy dziecku w momencie kontaktu z treściami budzącymi wątpliwości. Nie chodzi tu o kontrolę czy nadzór, ale o stworzenie przestrzeni do rozmowy i budowania zaufania. Nastolatek nie zawsze potrafi samodzielnie ocenić, które treści są szkodliwe, dlatego potrzebuje wsparcia dorosłego. Kluczem jest zachowanie równowagi – nie bagatelizując zagrożeń, należy jednocześnie jak najlepiej wykorzystywać edukacyjny potencjał internetu[20].

Zgodnie z nauczaniem Soboru Watykańskiego II zawartym w dekrecie *Inter Mirifica* konieczne jest świadome i odpowiedzialne korzystanie z mediów masowych przy jednoczesnym uwzględnieniu zasad porządku moralnego. Odbiorcy powinni zwracać uwagę nie tylko na treść przekazu, ale również na jego cel, formę, kontekst i okoliczności. Ojcowie soborowi podkreślają również potężną siłę oddziaływania mediów, zwłaszcza na młodzież, która bez odpowiedniego przygotowania może być wobec nich bezbronna. Właściwie ukierunkowane media mogą jednak pełnić funkcję wychowawczą, przekazując wartości i uświadamiając zagrożenia[21].

Wyniki ankiety potwierdzają te wnioski – choć większość uczniów wskazuje rodziców jako osoby podejmujące próby edukacji medialnej, to największy wpływ na ich aktywność w sieci mają znajomi i rówieśnicy (40%), których styl i zachowania są często naśladowane. Dla 29% respondentów głównym źródłem motywacji są własne potrzeby i przekonania, a 28% inspiruje się twórcami internetowymi i influencerami. W obliczu tych danych warto wykorzystać przestrzeń mediów społecznościowych jako narzędzie dotarcia do młodego pokolenia. Coraz częściej można dostrzec pozytywne przykłady promowania bezpiecznego

[19] Por. tamże, s. 170.

[20] Por. tamże, s. 169.

[21] Por. Sobór Watykański II, *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli „Inter Mirifica"*, Watykan 1963, nr 4.

i świadomego korzystania z internetu przez autorytety młodzieży, co otwiera nowe możliwości skutecznej edukacji medialnej.

Zakończenie

Media społecznościowe mogą pełnić dwojaką funkcję w życiu młodego człowieka – z jednej strony stanowić most otwierający szerokie możliwości rozwoju, z drugiej zaś barierę, która hamuje ten rozwój i obniża poczucie własnej wartości. Co istotne, wyniki badań potwierdzają, że uczniowie wykazują świadomość w zakresie zagrożeń i możliwości związanych z korzystaniem z mediów społecznościowych. Przeprowadzona ankieta jednoznacznie wskazuje przy tym, że kluczową rolę w procesie kształtowania świadomości medialnej dziecka odgrywają rodzice i opiekunowie. Ich zaangażowanie i troska są nie do przecenienia, jednak z badania wynika także, że nie są oni jedynym źródłem wpływu na aktywność medialną swoich dzieci.

Współczesny świat cyfrowy jest dynamiczny i wielowymiarowy, dlatego niezbędne jest nieustanne poszukiwanie skutecznych, innowacyjnych form edukacji medialnej, które pozwolą dotrzeć do młodego pokolenia w sposób zrozumiały, atrakcyjny i inspirujący. Tylko kompleksowe podejście – obejmujące rodzinę, szkołę oraz autorytety obecne w przestrzeni internetowej – może przyczynić się do kształtowania świadomych i odpowiedzialnych użytkowników mediów społecznościowych.

Literatura

Benedykt XVI, *Orędzie na 41. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „Dzieci i środki komunikowania – wyzwanie dla edukacji”*, Watykan 2007.

Benedykt XVI, *Orędzie na 43. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „Nowe technologie, nowe relacje. Trzeba rozpowszechniać kulturę szacunku, dialogu i przyjaźni"*, Watykan 2009.

Franciszek, *Orędzie na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania"*, Watykan 2014.

Franciszek, *Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „«Nie lękaj się, bo jestem z tobą» (Iz 43,5). Przekazujmy nadzieję i ufność w naszych czasach"*, Watykan 2017.

Franciszek, *Orędzie na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „«Wszyscy tworzymy jedno» (Ef 4,25). Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich"*, Watykan 2019.

Franciszek, *Orędzie na 62. Światowy Dzień Modlitw o Powołania „Pielgrzymi nadziei: dar życia"*, Watykan 2025.

Jan Paweł II, *Orędzie na 39. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „Środki przekazu w służbie porozumienia między narodami"*, Watykan 2005.

Kałużyńska-Tyburska M., *Internet w domu – zagrożenie czy pomoc w formacji integralnej człowieka?*, [w:] *Media w rodzinie w perspektywie pastoralno-społecznej* (Studia i Materiały Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach 88), red. I. Celary, G. Polok, Katowice 2018, s. 166-176.

Koper D., *Rola społeczna mediów cyfrowych w orędziach papieża Franciszka z okazji Światowych Dni Środków Społecznego Przekazu*, „Pedagogika Społeczna Nova" 2024, nr 8, s. 113-132.

Rosen L.D., *Me, My Space, and I: Parenting the Net Generation*, New York 2007.

Sobór Watykański II, *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli „Inter Mirifica"*, Watykan 1963.

Szmidt K. J., *Edukacyjne uwarunkowania rozwoju kreatywności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2017.

II.

Technologie i sztuczna inteligencja: dylematy i wyzwania etyczne

https://doi.org/10.15633/9788383701776.05

Anna Granat*
https://orcid.org/0000-0002-9388-4831
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie https://ror.org/015h0qg34

Czy AI może zastąpić lekarza?

Abstract:

Can AI Replace a Doctor? The article examines the capabilities and limitations of artificial intelligence (AI) in medicine, arguing that AI cannot replace a doctor due to differences in functioning principles, decision-making, accountability, and subjective patient communication. Through critical literature analysis and practical examples like Comarch e-Health tools, the thesis is proven that AI supports but does not represent the physician, emphasizing the role of empathy, insight, and professional ethics.

Czy AI może zastąpić lekarza? Artykuł analizuje możliwości i ograniczenia sztucznej inteligencji (AI) w medycynie, argumentując, że AI nie może zastąpić lekarza ze względu na różnice w podstawach funkcjonowania, decyzyjności, odpowiedzialności oraz subiektywnej komunikacji z pacjentem. Na podstawie krytycznej analizy literatury i przykładów praktycznych, takich jak narzędzia Comarch e-Zdrowie, dowodzona jest teza, że AI wspomaga, ale nie reprezentuje lekarza, podkreślając rolę empatii, wglądu i etyki zawodowej.

* Anna Granat – doktor habilitowana; adiunkt, Katedra Informatologii, Bibliologii i Edukacji Medialnej w Instytucie Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach na Wydziale Politologii i Dziennikarstwa UMCS w Lublinie; mediolingwistka (pragmatyka językowa w mediach: język nadawcy medialnego, odbiorcy medialnego, komunikatu medialnego); prowadzi badania nad odbiorem przekazów medialnych, w tym nad komunikacyjnymi skutkami interakcji medialnych, m.in. takich jak zagrożenia medialne; założycielka Międzyinstytutowego Zespołu Badawczego Wiarygodności Komunikatów Medialnych i pomysłodawczyni wyodrębnienia lingwistycznych wskaźników niewiarygodności. Wszystkim jej zainteresowaniom naukowym przyświecają idee praktyki edukacji medialnej i bezpieczeństwa medialnego.

Keywords

artificial intelligence, AI, physician, medicine, empathy, accountability, doctor-patient communication, telemedicine

sztuczna inteligencja, AI, lekarz, medycyna, empatia, odpowiedzialność, komunikacja lekarz-pacjent, telemedycyna

Wstęp

Rozwój sztucznej inteligencji należy do najważniejszych procesów transformujących współczesną medycynę, ponieważ coraz silniej wpływa na sposoby diagnozowania, monitorowania stanu zdrowia pacjentów, organizacji pracy placówek medycznych oraz podejmowania decyzji klinicznych. W literaturze przedmiotu można przeczytać przykładowo: „Zastosowanie sztucznej inteligencji w medycynie i badaniach medycznych może potencjalnie poprawić opiekę nad pacjentami i jakość ich życia[1]. Przez pryzmat przysięgi Hipokratesa lekarze są etycznie zobowiązani do korzystania ze sztucznej inteligencji, jeśli aplikacje mogą dokładniej diagnozować i leczyć pacjentów”[2]. Niewątpliwie wyznawcy tego przekonania oparli je na niepodważalnych badaniach i należy ten pogląd przyjąć jako rzecz oczywistą, warto jednak zastanowić się, czy AI może jedynie wspierać, wspomagać pracę lekarza, czy też może ją *in extenso* zastąpić.

Podjęcie tego tematu uzasadnia przede wszystkim rosnąca obecność narzędzi opartych na sztucznej inteligencji w praktyce medycznej, a także towarzyszące temu społeczne i zawodowe oczekiwania wobec automatyzacji procesów diagnostycznych i terapeutycznych. Z jednej strony AI postrzegana jest jako technologia zwiększająca efektywność, precyzję i dostępność usług zdrowotnych, z dru-

[1] Bibliografię do tego zagadnienia zob. w: T. Davenport, R. Kalakota, *The potential for artificial intelligence in healthcare*, „Future Healthcare Journal” 2019, t. 6, nr 2, s. 98.

[2] *Artificial intelligence* [hasło], [w:] *Wikipedia*, https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence, dostęp z dn. 8.02.2024.

giej jednak pojawiają się wątpliwości dotyczące granic jej zastosowania, zwłaszcza w obszarach wymagających odpowiedzialności, interpretacji kontekstu klinicznego, empatii oraz indywidualnego podejścia do pacjenta. Z tego względu problem relacji między lekarzem a sztuczną inteligencją nie ma wyłącznie charakteru technicznego, lecz także etyczny, epistemologiczny i komunikacyjny.

Celem niniejszego tekstu jest analiza możliwości i ograniczeń sztucznej inteligencji w kontekście wykonywania zawodu lekarza oraz określenie, czy AI może jedynie wspierać pracę medyka, czy też może go rzeczywiście zastąpić. Szczególny nacisk zostanie położony na porównanie sposobu działania człowieka i systemów sztucznej inteligencji w zakresie pozyskiwania wiedzy, podejmowania decyzji, odpowiedzialności za proces leczenia oraz komunikacji z pacjentem. W centrum zainteresowania znajduje się zatem nie tylko funkcjonalność technologii, lecz także pytanie o to, czy spełnia ona warunki konieczne, by mogła zostać uznana za równoważnego zastępcę lekarza.

W pracy przyjęto tezę, że sztuczna inteligencja nie może zastąpić lekarza, przynajmniej na obecnym etapie rozwoju technologicznego. Teza ta opiera się na założeniu, że AI oraz lekarz funkcjonują na odmiennych podstawach i według różnych zasad działania, co wyklucza możliwość ich pełnej reprezentatywności względem siebie. Lekarz pozostaje podmiotem odpowiedzialnym, działającym w oparciu o wiedzę, doświadczenie, ocenę sytuacji klinicznej i relację z pacjentem, podczas gdy sztuczna inteligencja jest narzędziem przetwarzającym dane, którego działanie ma charakter pośredni i zależny od człowieka.

W związku z tym sformułowano następujące pytania badawcze: po pierwsze, jakie są zasadnicze różnice między sposobem działania lekarza a sposobem działania systemów opartych na AI? Po drugie, w jakim zakresie sztuczna inteligencja może wspomagać proces diagnostyczny i terapeutyczny? Po trzecie, czy możliwe jest zastąpienie lekarza przez AI w obszarze komunikacji z pacjentem, podejmowania decyzji i ponoszenia odpowiedzialności za leczenie? Po czwarte, jakie granice wyznaczają obecnemu zastosowaniu AI w medycynie czynniki etyczne, społeczne i praktyczne?

Zastosowaną metodą badawczą jest krytyczna analiza literatury przedmiotu oraz analiza porównawcza. Pierwsza z nich pozwala uporządkować stan badań i zestawić różne stanowiska dotyczące roli sztucznej inteligencji w medycynie, druga zaś umożliwia uchwycenie podstawowych różnic między działaniem lekarza i systemu AI w odniesieniu do wiedzy, decyzyjności, odpowiedzialności oraz komunikacji. Taki dobór metod pozwala nie tylko opisać aktualny stan debaty, lecz także ocenić granice rzeczywistej zastępowalności człowieka przez technologię.

Sztuczna inteligencja, lekarz, leczenie

Sztuczna inteligencja, oznaczana także skrótem *SI* (z ang. *artificial intelligence* – *AI*), to:

> „Inteligencja wykazywana przez urządzenia sztuczne (w przeciwieństwie do inteligencji naturalnej). Termin ten utworzył John McCarthy. W potocznym rozumieniu jest ona często używana w kontekście «prawdziwej sztucznej inteligencji». W informatyce i kognitywistyce oznacza także tworzenie modeli i programów symulujących choć częściowo zachowania inteligentne. Sztuczna inteligencja jest także przedmiotem rozważań filozofii (…) oraz przedmiotem zainteresowania nauk społecznych.
>
> Termin «sztuczna inteligencja» wymyślił John McCarthy w 1956 na konferencji w Dartmouth. Andreas Kaplan i Michael Haenlein definiują sztuczną inteligencję jako «zdolność systemu do prawidłowego interpretowania danych pochodzących z zewnętrznych źródeł, nauki na ich podstawie oraz wykorzystywania tej wiedzy, aby wykonywać określone zadania i osiągać cele poprzez elastyczne dostosowanie». Sztuczną inteligencją zajmowali się m.in. Marvin Minsky, John McCarthy, Alan Turing, Edward Feigenbaum, Raj Reddy, Judea Pearl, Allen Newell, Herbert A. Simon”[3].

[3] *Sztuczna inteligencja* [hasło], [w:] *Wikipedia*, https://pl.wikipedia.org/wiki/Sztuczna_inteligencja, dostęp z dn. 8.02.2024.

Dla potrzeb niniejszego artykułu zostanie przyjęta definicja encyklopedyczna lekarza, oparta na dwóch pojęciach leksykalnych, zawartych w *Słowniku języka polskiego* pod redakcją Witolda Doroszewskiego oraz w *Słowniku języka polskiego* PWN:

> „Lekarz – osoba posiadająca wiedzę i uprawnienia do leczenia[4]. Lekarz zajmuje się utrzymywaniem lub przywracaniem zdrowia poprzez badanie, diagnozowanie, prognozowanie i leczenie chorób, urazów i innych schorzeń fizycznych i umysłowych (…).
>
> Współcześnie lekarze muszą posiadać specjalistyczne wykształcenie medyczne (…). Praktyka medyczna wymaga szczegółowej znajomości dyscyplin akademickich, jak anatomia i fizjologia oraz chorób podstawowych i ich leczenia. Niezbędne dla każdego lekarza jest ciągłe zwiększanie kompetencji w dziedzinie medycyny, którą się zajmuje.
>
> Rola lekarza i znaczenie samego słowa różnią się na świecie, [podobnie] jak i stopnie specjalizacji i inne kwalifikacje. Wspólnym elementem jest etyka zawodowa, która wymaga w szczególności od lekarzy rozważenia, współczucia i życzliwości dla swoich pacjentów. Lekarz przed rozpoczęciem praktyki w zawodzie składa *Przyrzeczenie lekarskie*"[5].

Za dopełniającą powyższą definicję można uznać tę zawartą w *Wielkim słowniku języka polskiego*:

> „Lekarz – osoba, która ma odpowiednie wykształcenie i zawodowo zajmuje się leczeniem ludzi lub zwierząt"[6].

[4] Por. *Lekarz* [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, https://sjp.pwn.pl/doroszewski/lekarz;5446239, dostęp z dn. 7.01.2015; *Lekarz* [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego PWN*, https://sjp.pwn.pl/slowniki/lekarz.html, dostęp z dn. 7.01.2015.

[5] *Lekarz* [hasło], [w:] *Wikipedia*, https://pl.wikipedia.org/wiki/Lekarz, dostęp z dn. 8.02.2024.

[6] *Lekarz* [hasło], [w:] *Wielki słownik języka polskiego*, https://wsjp.pl/haslo/podglad/2385/lekarz, dostęp z dn. 8.02.2024.

W powyższej eksplikacji mowa o zawodzie osoby (rozumianej jako osoba – człowiek), co jest istotne, ponieważ *lekarz*[7] jest to ogólna nazwa zawodu wymieniona pod numerem 221101 w „Dzienniku Ustaw" z 2018 r., w pozycji 227 *Obwieszczenia Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 28 grudnia 2017 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania*.

Podsumowując zatem zaprezentowane definicje, należy podkreślić, że lekarz to osoba, czyli istota ludzka, która dzięki wiedzy nabytej podczas odpowiedniego kształcenia oraz kwalifikacjom medycznym – uzyskanym i potwierdzonym instytucjonalnie – zajmuje się zawodowo leczeniem.

W tym miejscu koniecznie również trzeba wyjaśnić pojęcie leczenia:

> „Leczenie to szereg czynności medycznych z użyciem leków, zabiegów i aparatury, zmierzających do przywrócenia choremu zdrowia"[8].

Decyzyjność i odpowiedzialność

Jeżeli zatem leczenie jest szeregiem czynności, trzeba podkreślić, że to lekarz decyduje o wyborze owych czynności i ich przebiegu. Osobę lekarza można tu porównać do autora, twórcy, badacza, nie tylko posiadającego wiedzę i umiejętności, ale także ponoszącego odpowiedzialność za swoje działania: odpowiedzialność prawną i moralną – w odróżnieniu od AI. Obecnie dopiero trwają prace nad dokumentem prawnym (*EU Artificial Intelligence Act*[9]) regulującym podejście do wytworów sztucznej inteligencji, w tym do kwestii praw autorskich i ponoszenia odpowiedzialności za to narzędzie i/lub odpowiedzialności narzędzia samego w sobie.

[7] *Lekarz* (nazwa zawodu nr 221101), Dz.U. 2018 poz. 227.

[8] *Ustawa o zawodach lekarza i lekarza dentysty. Komentarz*, red. M. Kopeć, Warszawa 2016, s. 829.

[9] *EU Artificial Intelligence Act*, https://artificialintelligenceact.eu/, dostęp z dn. 2.05.2024.

Problemem wyjaśniającym decyzyjność i odpowiedzialność za leczenie jest kwestia pozyskiwania i wykorzystywania wiedzy, która stanowi „w najogólniejszym sensie rezultat wszelkich możliwych aktów poznania; w węższym znaczeniu – ogół wiarygodnych informacji o rzeczywistości wraz z umiejętnością ich wykorzystywania”[10]. Student medycyny pozyskuje wiedzę poprzez czerpanie informacji z wiarygodnych, zweryfikowanych źródeł i poprzez „wgląd” (o którym więcej w dalszej części), budując w ten sposób swoją własną, autorską wiedzę oraz umiejętności medyczne, wykorzystywane potem w zawodzie w odniesieniu do konkretnego przypadku. Na jej podstawie podejmuje decyzję o całokształcie procesu leczenia konkretnego człowieka. Staje się swoistym źródłem wiedzy i autorem projektu studium przypadku z przyjętym celem wyleczenia, gdyż wykorzystuje wiedzę we własnym imieniu, we własnej praktyce i na własną odpowiedzialność.

Zupełnie inaczej jest w przypadku aplikacji, która jedynie interpretuje dane pochodzące ze źródeł zewnętrznych i w ten sposób pozyskaną wiedzę wykorzystuje do wykonywania zadań. AI z całą pewnością nie stanowi źródła wiedzy, ale pewnego rodzaju medium. Przekazuje informacje zaczerpnięte z określonych źródeł wprost lub je przetwarza i dostosowuje według programu napisanego przez człowieka. To chyba najistotniejsza różnica. Lekarz jest swoistym źródłem wiedzy pozwalającej na podjęcie decyzji o procesie leczenia i twórcą projektu oraz kierownikiem jego wdrożenia, sztuczna inteligencja natomiast jest przekaźnikiem informacji czy składowych cudzej wiedzy i/lub narzędziem wdrożeniowym bez jakiejkolwiek odpowiedzialności. W związku z tym niewątpliwie AI jako medium może wspierać człowieka w procesie pozyskiwania i korzystania z informacji oraz ewentualnie wykorzystywania ich w praktyce, ale zdecydowanie – dopóki nie może przyjąć na siebie odpowiedzialności za zdrowie człowieka – nie zastąpi lekarza.

[10] *Wiedza* [hasło], [w:] *Encyklopedia PWN*, https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/wiedza.html, dostęp z dn. 21.01.2024.

Twórcy aplikacji wykorzystującej AI zdają sobie z tego sprawę i mimo że istnieją liczne narzędzia przeznaczone do wykorzystywania przez lekarzy, sztuczna inteligencja dostępna powszechnie posiada blokady, aby nie każdy mógł korzystać z jej zasobów informacyjnych do samoleczenia. Obecnie dzięki internetowi wiele osób próbuje samodzielnie się diagnozować, a nawet leczyć. Mówi się nawet potocznie o tzw. Doktorze Google. Natomiast od 30 listopada 2022 r. został oddany do publicznego stosowania ChatGPT. Wymowne jest to, co ów chatbot odpowiedział na moje pytanie:

AG

Czy możesz ze mną przeprowadzić wywiad lekarski?

ChatGPT
Przepraszam, ale jako sztuczna inteligencja nie jestem w stanie przeprowadzić wywiadu lekarskiego ani udzielać medycznych porad, ani diagnozować schorzeń. Jeśli masz jakiekolwiek pytania dotyczące zdrowia lub potrzebujesz porady medycznej, zalecam skontaktowanie się z profesjonalnym lekarzem lub innym pracownikiem służby zdrowia. Czy mogę w inny sposób pomóc?[11]

Jak widać, oddany do powszechnego użytku ChatGPT sam się zdystansował od zadanego polecenia i stwierdził, że przeprowadzać wywiad może i powinien jedynie lekarz.

Subiektywność komunikacyjna

Jednym z działań podejmowanych przez lekarza jest komunikacja z pacjentem, którego oczekiwania w tej mierze są zdecydowanie określone. W dobie wszech-

[11] ChatGPT 3,5, https://chat.openai.com/c/310d4503-fd64-4f5d-ac75-ca823f3ea796, dostęp z dn. 25.03.2024.

obecnych chatbotów i nieustannego rozwoju modeli językowych sztucznej inteligencji może się wydawać, że AI wkrótce zastąpi lekarza w tej dziedzinie. Jednak podczas międzyludzkiej interakcji komunikacyjnej „nie chodzi o to, że z prostych znaków odczytywane są konkretne informacje, bo to potrafiłby i komputer. To raczej kwestia widoków, woni, dźwięków, które z tych znaków wypływają. Tego, że istnieje możliwość przekazania drugiemu najbardziej skomplikowanych doświadczeń (…)”[12].

Studenci medycyny uczą się z książki pod wymownym tytułem *Umiejętności komunikowania się z pacjentami*[13] autorstwa Jonathana Silvermana, Suzanne Kurtz i Juliet Draper. Zostały w niej opisane tak zwane *wytyczne Calgary-Cambridge*, które umiejętności procesu komunikowania się (rozumianego jako budowanie relacji i nadawanie struktury) ujmują w 73 punkty, rozpisane na pięć kroków:

1. Rozpoczęcie rozmowy – przygotowanie się, nawiązanie kontaktu (powitanie, przedstawienie się), okazywanie szacunku, upewnienie się co do komfortu pacjenta (np. czy siedzi), pytania otwierające (np. o cel wizyty);
2. Zbieranie informacji – pytania o objawy, ich opis, czas występowania, doświadczenia emocjonalne pacjenta i obserwacja jego zachowania; przechodzenie od pytań otwartych do zamkniętych. Konkretne techniki to: aktywne słuchanie; wykorzystywanie komunikacji niewerbalnej (świadomość swojej „mowy ciała” i obserwacja zachowania pacjenta); klasyfikowanie wypowiedzi;
3. Badanie przedmiotowe – zapowiedź celu i przebiegu działań, badań;

[12] O. Tokarczuk, *Palec soli, czyli krótka historia mojego czytania*, [w:] taż, *Czuły narrator*, Kraków 2020, s. 94.

[13] Zob. J. Silverman, S. Kurtz, J. Draper, *Umiejętności komunikowania się z pacjentami*, Kraków 2018.

4. Wyjaśnianie i planowanie – czytelne przekazywanie informacji: odpowiednia ilość, sprawdzanie rozumienia i zadbanie o zapamiętanie (np. zapisanie);
5. Zamykanie rozmowy – upewnienie się, że wszystkie ważne problemy omówiono[14].

Oczywiście tego typu interakcje komunikacyjne były opisywane przez językoznawców. Dla przykładu Barbara Boniecka w artykule *Niestandardowe zachowania językowe lekarzy i pacjentów* zauważyła, że „standardową formę tekstu kształtowanego przez lekarza i pacjenta ustala konwencja" [15], w związku z czym „przeważająca część osób pochodzących zarówno z grona lekarzy, jak i ze społeczności pacjentów potrafi ten standard rozpoznać i określić jego konstytuanty"[16]. W związku z tym badaczka wymieniła „werbalne i pozawerbalne działania uczestników interakcji"[17]:

1. W e z w a n i e d o g a b i n e t u skierowane przez lekarza do pacjenta, np.: *Proszę!*
2. Obustronne działania p o w i t a l n e, ale inicjowane przez pacjenta, np.: *Dzień dobry, panie doktorze. – Dzień dobry pani.*
3. Z a c h ę t a lekarza skierowana do pacjenta, aby ten zajął miejsce na krześle, np.: *Proszę siadać.*
4. Z a c h ę t a lekarza skierowana do pacjenta, aby ten przedstawił nurtujący go problem, np.: *Słucham?*

[14] Zob. D. Uliasz, *Konsultacja lekarska – 5 kroków w modelu Calgary – Cambridge,* https://www.experto24.pl/ochrona-zdrowia/pacjent/konsultacja-lekarska-5-krokow-w-modelu-calgary-cambridge.html?cid=K000KN, dostęp z dn. 8.02.2024.

[15] B. Boniecka, *Niestandardowe zachowania językowe lekarzy i pacjentów*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze" 2004, t. 13, s. 8.

[16] Tamże.

[17] Tamże.

5. Wyliczenie i opis d o l e g l i w o ś c i dokonane przez pacjenta, np.: *Zimno mi. Boli mnie głowa, gardło, brzuch… właściwie wszystko.*
6. Próba zdiagnozowania pacjenta przez lekarza na podstawie mniej lub bardziej szczegółowego w y w i a d u z p a c j e n t e m, np.: *Czy ma pani temperaturę?*
7. Deklarowanie przez lekarza przeprowadzenia b a d a n i a pacjenta, np.: *Proszę się rozebrać.*
8. Postawienie przez lekarza d i a g n o z y, zaordynowanie l e k ó w i zalecenie określonego p o s t ę p o w a n i a l e c z n i c z e g o, np.: *Serce w porządku. Płuca też.* [Gardło] *Czerwone. Niestety grypa. Musi pan leżeć w łóżku i brać te lekarstwa.*
9. Informowanie pacjenta o z a k o ń c z e n i u badania, np.: *Może się pani ubrać.*
10. Działania d z i ę k c z y n n e ze strony pacjenta, np.: *Dziękuję bardzo. Bardzo panu doktorowi dziękuję.*
11. Obustronne działania p o ż e g n a l n e, ale inicjowane przez pacjenta, np.: *Do widzenia. – Do widzenia*[18].

Barbara Boniecka, tworząc zbiór zachowań komunikacyjnych, posiłkowała się książką *Lernwortschatz Polnisch. Der Lehrbuchreihe. Mówimy po polsku, Volk und Wissen* [19] z 1979 r. oraz podręcznikowymi realizacjami scenek dialogowych: *U lekarza*, *U doktora*[20] itd. Jak więc widać, sytuacje komunikacyjne lekarz–pacjent są powszechnie znane, od kilkudziesięciu lat dokładnie opisane, więc z pewnością nie są trudne do wykorzystania przez sztuczną inteligencję. Trzeba

[18] Tamże.

[19] Zob. *Lernowortschatz Polonisch. Der Lehrbuchreihe. Mówimy po polsku, Volk und Wissen*, Berlin 1979, s. 82-84.

[20] Zob. T. Iglikowska, L. Kacprzak, *Język polski dla cudzoziemców. Podręcznik dla niezaawansowanych*, cz. I, Warszawa 1978, s. 304.

zatem zadać pytanie, czy boty, podobnie jak w wielu innych branżach, już obecnie zastępują lekarzy w komunikacji z pacjentami i jakie są perspektywy takiej funkcjonalności AI. Pytanie to nabrało sensu szczególnie po rozpowszechnieniu się tzw. „teleporady" podczas pandemii COVID-19.

Za przykład może posłużyć wyświetlająca się jako pierwsza w wyszukiwarce Google'a firma Telemedi[21] oferująca teleporady.

Formularz 1: Telemedi
Lekarz online: razem zadbamy o Twoje zdrowie
Potrzebujesz e-recepty, zwolnienia (L4) lub skierowania na badania? Wizyta z lekarzem online już w ciągu godziny – od 79 zł lub bezpłatnie na NFZ.

Wybierz specjalistę i umów się na konsultację online:
Lekarz ogólny / Internista 79 PLN lub 0 PLN
Przez telefon
18:00-19:59
Dziś, 25 marca
Umów teleporadę za 79.00 PLN Najbliższy termin za 0 PLN*

* z deklaracją NFZ

Źródło: https://telemedi.com/pl/, dostęp z dn. 25.03.2024

Firma Telemedi organizuje osobie zainteresowanej spotkanie z lekarzem za pomocą takich komunikatorów, jak internet (online, wideo) oraz telefon. W celu umówienia się na spotkanie wystarczy, że pacjent wypełni formularz lub zarejestruje się przez konto pacjenta, wniesie opłatę, wówczas spotkanie odbędzie się w ciągu godziny lub zaczeka na wolny termin i odbędzie bezpłatne spotkanie w ramach NFZ.

[21] *Telemedi*, https://telemedi.com/pl/, dostęp z dn. 25.03.2024.

Generalnie podczas takiego spotkania lekarz z pacjentem komunikuje się audiofonicznie lub wideofonicznie, polegając w zasadzie wyłącznie na wywiadzie, gdyż nie ma możliwości obserwacji pacjenta ani wykonania niezbędnych badań. Może je natomiast zlecić. Tego typu wizyta nie stanowi zatem w pełnym rozumieniu konsultacji lekarskiej i ogranicza się często do postawienia diagnozy jedynie na mocy informacji uzyskanych przez media, co nie może dać całościowego i rzeczywistego obrazu przypadłości ani zbudować pełnej wiedzy lekarza o danym pacjencie, pozwalającej na zaproponowanie z absolutnym przekonaniem właściwej terapii. W tego typu spotkaniach zatem z powodzeniem mógłby zastępować lekarza chatbot lub audiobot.

MediaHealth to nazwa innej firmy, której misją jest doradztwo i strategia dla branży medycznej. Na ich stronie można przeczytać artykuł z 2020 r. autorstwa Daniela Nowocina pod znamiennym tytułem: *Chatboty jako przyszłość medycyny*[22], z którego przede wszystkim można się dowiedzieć, że start-up z Wielkiej Brytanii opracował chatbota, który zdał egzamin Royal College of General Practitioners, odpowiadający polskiemu Lekarskiemu Egzaminowi Końcowemu (tzw. LEK)[23]. Narzędzie to, oparte na AI, osiągnęło 82% przy średniej wyników 72%, liczonej z pięciu ostatnich lat. Nic więc dziwnego, że rozpoczęto wdrożenia narzędzia.

Z kolei Endurance to firma z Rosji, która zaprojektowała chatbota „rozmawiającego" z pacjentami z chorobą Alzheimera, by analizować ich wypowiedzi, wykrywać odchylenia od normy i przesyłać je lekarzowi bądź rodzinie pacjenta. Trzeba tu jednak zauważyć, że AI w tym przypadku wysyła wyniki „wywiadu" lekarzowi i to on je interpretuje oraz podejmuje decyzje o dalszym postępowaniu.

[22] D. Nowocin, *Chatboty jako przyszłość medycyny*, https://mediahealth.pl/chatboty-jako-przyszlosc-medycyny/, dostęp z dn. 25.03.2024.

[23] *Lekarski egzamin końcowy*, https://www.gov.pl/web/zdrowie/lekarski-egzamin-koncowy-lek-oraz-lekarsko-dentystyczny-egzamin-koncowy-ldek, dostęp z dn. 23.03.2024.

Interesującym rozwiązaniem wykorzystującym chatbota jest pomysł spółki Infermedia z Wrocławia. Narzędzie wykorzystujące AI, zadając pytania i analizując odpowiedzi, dokonuje oceny ryzyka wystąpienia zachorowania bądź wskazuje na ewentualne kroki, które powinien podjąć pacjent wobec występujących u niego konkretnych objawów (np. teleporada, skierowanie do lekarza czy na pogotowie). W 2020 r. z chatbota korzystało czterdzieści firm z Polski (w tym m.in. PZU Zdrowie i Allianz), Kanady, a także z Portugalii czy Słowacji.

Doba pandemii spowodowała rozwój tego typu narzędzi, jednak i w tym wypadku sztuczna inteligencja nie zastępowała i nadal nie zastępuje lekarza, a jedynie go wspiera informacyjnie i ukierunkowuje. AI w chatbotach może przeprowadzić rodzaj wstępnej konsultacji, aby informacjami zdobytymi w jej wyniku wesprzeć lekarza, a on wzbogaci nimi swoją wiedzę o pacjencie i podejmie decyzję o terapii. Olga Tokarczuk w eseju *Maski zwierząt* stwierdziła, że „nasza komunikacja jest o tyle istotna i głęboka, o ile pozostaje wzajemną wymianą tego, co subiektywne, a więc nie do końca komunikowalne”[24] – mowa tu oczywiście o komunikacji międzyludzkiej, niemożliwej do imitowania przez AI dopóty, dopóki narzędzia sztucznej inteligencji nie zostaną wyposażone w podmiotowość wraz z odczuciami, w tym odczucie subiektywności.

Empatia i wgląd

Kiedy mowa o odczuciach, nie sposób pominąć różnicy w sposobie doświadczania świata przez człowieka i AI. Jeśli można użyć takiej metafory, sztuczna inteligencja odbiera świat poprzez system zero-jedynkowy, człowiek zaś dzięki wglądowi i empatii, które Olga Tokarczuk przywołuje jako „ludzkie” mechanizmy poznawcze[25]. Empatia stanowi jedną z podstawowych umiejętności wymaganych od lekarzy przez pacjentów.

[24] O. Tokarczuk, *Maski zwierząt*, [w:] taż, *Czuły narrator*, Kraków 2020, s. 50.

[25] Zob. tamże, s. 52.

Zawód lekarza należy do tzw. zawodów pomocowych[26], co oznacza, że tzw. relacja terapeutyczna lekarza i pacjenta ma charakter hierarchiczny z przewagą człowieka udzielającego pomocy, posiadającego „wiedzę, kompetencje i umiejętności"[27], dysponującego adekwatnymi do udzielenia pomocy środkami oraz posiadającego władzę, ponieważ mającego możliwość odmówienia pomocy[28].

Według Piotra Sztompki wiarygodność lekarza obejmuje jego (1) kompetencje i rzetelność, czyli wiedzę medyczno-farmakologiczną, fachowe umiejętności, dostęp do wyspecjalizowanych środków diagnostyczno-terapeutycznych; (2) uczciwość w informowaniu o stanie zdrowia; (3) przystępność w objaśnianiu podejmowanej terapii, równe traktowanie pacjentów, niezawyżanie honorarium, brak pośpiechu; (4) współczucie, opiekuńczość, troskliwość, empatię, traktowanie pacjentów indywidualnie, zainteresowanie sytuacją życiową i osobistymi problemami pacjenta, czyli spolegliwość[29].

Wobec powyższego warto zauważyć, że P. Sztompka wymienił w kontekście zawodu lekarza:

> „Dwie przeciwstawne kultury wiarygodności (…): technokratyczną i humanistyczną. W kulturze technokratycznej pacjent traktowany jest przedmiotowo (…). Lekarz występuje jako zdystansowany, zdepersonalizowany ekspert (…).
>
> Alternatywą jest kultura humanistyczna, zwana czasem holistyczną, w której pacjent (…) jest traktowany jako osoba, obdarzony indywidualnością i godnością całościowy organizm. Przy takim podejściu nie tylko dolegliwości fizyczne różnych narządów są traktowane jako ściśle wzajemnie powiązane, ale także subiektywne odczucia pacjenta, jego niepokoje i nadzieje,

[26] R.K. Merton, V. Merton, E. Barber, *Client Ambivalence in Professional Relationship: The Problem of Seeking Help from Strangers*, [w:] *New Directions in Helping*, t. 2, red. J.D. Fisher, A. Nadler, B.M. Depaulo, New York 1983, s. 13-44.

[27] P. Sztompka, *Wiarygodność. Sekret dobrych relacji*, Kraków 2023, s. 188.

[28] Zob. tamże, s. 187-188.

[29] Zob. tamże, s. 190-191.

cała jego psychika jest brana pod uwagę w myśl założenia o efekcie psychosomatycznym, mającym wielkie znaczenie dla terapii. (…)

Wymownych danych dostarczają badania przeprowadzone na Uniwersytecie Stanforda na dużej próbie chorych. Okazuje się, że na skali oczekiwań pacjentów najwyżej lokują się wartości miękkie, związane z troskliwością i spolegliwością lekarza, a nie twarde, związane z jego profesjonalnymi kompetencjami. Ważniejsze dla pacjentów jest to, aby leczył ich powiernik niż zimny ekspert"[30].

Warto w tym miejscu przytoczyć stanfordzką listę konkretnych oczekiwań pacjentów wobec wiarygodnych lekarzy. Pacjenci wymieniali takie cechy, jak: troskliwość, empatia, zainteresowanie sprawami osobistymi; zachowania okulestyczne: kontakt wzrokowy; mimika: życzliwy wyraz twarzy, uśmiech; zachowania kinezyczne: frontem do pacjenta, siadać na skraju łóżka; haptyczne: delikatnie dotykać rękę pacjenta; skoncentrowanie uwagi, nierobienie zapisków podczas rozmowy z pacjentem; uważne słuchanie; dokładne informowanie o stanie pacjenta, jego wynikach i planowanych procedurach; partnerskie konsultowanie zamierzonej terapii (a nie dyktat); brak pośpiechu (zrelaksowanie); dostępność, szybkie reakcje komunikacyjne; wysokie kwalifikacje, profesjonalizm, fachowość, posiadanie wiedzy eksperckiej (wymieniane na dziesiątym miejscu)[31].

Jak widać, większość pytanych osób oczekiwała od lekarzy cech charakterystycznych dla istot ludzkich, potwierdzając tym, że w terapii poza profesjonalizmem terapeuta powinien się cechować przede wszystkim określonymi cechami charakteru, osobowością, komunikatywnością, ale także niedostępną na razie sztucznej inteligencji umiejętnością korzystania z informacji. Lekarz dysponuje poza wiedzą ekspercką doświadczeniami życiowymi oraz „wglądem", który Olga Tokarczuk definiuje w następujący sposób:

[30] Tamże, s. 192.

[31] Zob. K.S. Cook i in., *Trust and Distrust in Patient-Physician Relationships*, [w:] *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches*, red. R. Kramer, K. Cook, R. Sage, New York 2004, s. 65-98.

„Wgląd to nagła, nieoczekiwana zmiana percepcji czegoś, prowadząca do nowego, głębszego i pełniejszego rozumienia, (…) dotyczy percepcji całości".

AI nie ma rozumu, nie myśli, więc nie może myśleć nieszablonowo, całościowo w odniesieniu do doświadczeń dostępnych tylko człowiekowi. Ludzki pacjent tymczasem oczekuje terapii od „ludzkiego lekarza".

Powyższe rozważania potwierdzają, że aby sztuczna inteligencja mogła zastąpić lekarza, musiałaby stanowić wyposażenie maszyny całkowicie imitującej człowieka i trudno powiedzieć, czy to jest w ogóle możliwe.

Praktyka zastępowalności lekarza przez AI

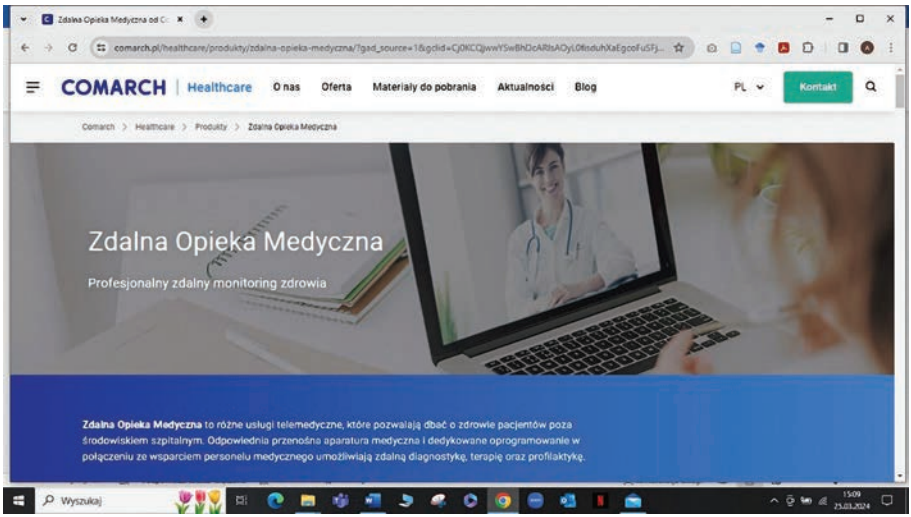
AI w dzisiejszych czasach jest w stanie samodzielnie diagnozować i leczyć pacjentów, przyczyniając się do usprawniania sektora medycznego. Jako przykład może posłużyć oferta firmy Comarch e-Zdrowie. Trzeba jednak podkreślić, że mimo potencjału samodzielności sztuczna inteligencja pozostaje w dyspozycji lekarza, wykorzystującego ją instrumentalnie do leczenia pacjentów.

Comarch e-Zdrowie

„Comarch e-Zdrowie to część Grupy Kapitałowej Comarch. Dostarczamy kompleksowe i uniwersalne rozwiązania IT dla sektora medycznego, w tym oprogramowanie dla placówek medycznych, systemy i urządzenia do zdalnej opieki medycznej czy medyczne aplikacje mobilne. Tworzymy produkty elastyczne, dostosowane do indywidualnych potrzeb klientów, wspierane sztuczną inteligencją i uczeniem maszynowym. Ich celem jest racjonalizacja procesów administracyjnych i wsparcie w dostarczaniu najwyższej jakości opieki zdrowotnej.

Naszą ofertę kierujemy do szpitali, przychodni, lekarzy, jednostek samorządu terytorialnego, urzędów, firm ubezpieczeniowych, a nawet korporacji. Wierzymy, że wszędzie jest miejsce na troskę o zdrowie – zwłaszcza z wykorzystaniem nowych technologii”[32].

Fot. 1. Zdalna Opieka Medyczna



Źródło: https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/zdalna-opieka-medyczna/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwwYSwBhDcARIsAOyL0fisduhXaEgcoFuSFjhnxnSDAvrAAcnRLQiCbgQD0isFPnAomQSwNTcaAlZQEALw_wcB, dostęp z dn. 25.03.2024

Jednym z flagowych produktów firmy Comarch jest tzw. Zdalna Opieka Medyczna.

Zdalna Opieka Medyczna

„Zdalna Opieka Medyczna to różne usługi telemedyczne, które pozwalają dbać o zdrowie pacjentów poza środowiskiem szpitalnym. Odpowiednia przenośna aparatura medyczna i dedykowane oprogramowanie w połącze-

[32] *Comarch e-Zdrowie*, https://www.comarch.pl/healthcare/o-comarch-healthcare/, dostęp z dn. 25.03.2024.

niu ze wsparciem personelu medycznego umożliwiają zdalną diagnostykę, terapię oraz profilaktykę.

Wyniki z przeprowadzonych badań przesyłane są do Centrum Zdalnej Opieki Medycznej, gdzie poddawane są analizie. W przypadku wykrycia nieprawidłowości personel medyczny kontaktuje się z pacjentem, a w sytuacjach zagrożenia zdrowia wzywa pogotowie ratunkowe do pacjenta.

Zobacz portfolio produktów Comarch e-Zdrowie, które umożliwiają wprowadzenie zdalnych usług opieki medycznej"[33].

Z powyższej prezentacji wynika, że, jak sama nazwa usługi wskazuje, chodzi o przesyłanie w czasie rzeczywistym odczytów bieżących wyników badań i w razie potrzeby niezwłoczne kontaktowanie pacjenta z personelem medycznym. Sztuczna inteligencja monitoruje urządzenia diagnostyczne, weryfikuje odczyty, wnioskuje o możliwej ich interpretacji i wspomaga lekarzy w ewentualnej terapii.

Punkt Diagnostyczny Comarch natomiast to oparta na AI mobilna aplikacja wstępnie interpretująca wyniki badań, które dzięki niej są w stanie wykonać samodzielnie lub przy asyście pielęgniarki pacjenci. Niewątpliwie owe wyniki są przydatne potem lekarzowi w procesie terapeutycznym.

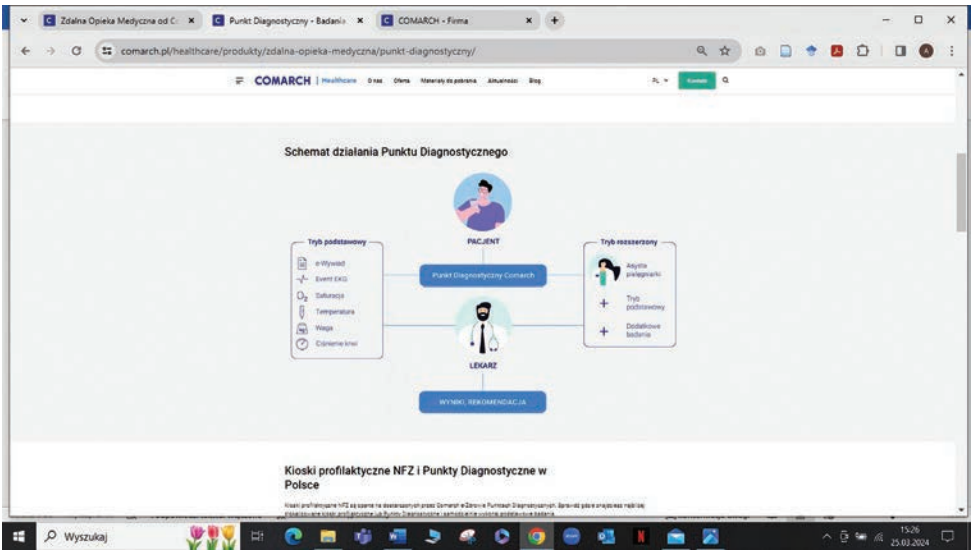
Punkt Diagnostyczny Comarch

„Punkt Diagnostyczny Comarch to rozwiązanie, które umożliwia szybką kontrolę stanu zdrowia. Składa się z sensorów i oprogramowania, umożliwiających pomiary podstawowych parametrów zdrowotnych użytkownika. Rozwiązanie jest również dostępne w formie mobilnej, która doskonale się sprawdzi np. w domach opieki.

[33] *Zdalna Opieka Medyczna*, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/zdalna-opieka-medyczna/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwwYSwBhDcARIsAOyL0fisduhXaEgcoFuSFjhnxnSDAvrAAcnRLQiCbgQD0isFPnAomQSwNTcaAlZQEALw_wcB, dostęp z dn. 25.03.2024.

Intuicyjna i czytelna aplikacja przeprowadza użytkownika przez wszystkie etapy badań. W ramach Punktów Diagnostycznych możliwe jest wykonanie badań samodzielnie – w trybie podstawowym lub przy asyście pielęgniarki – w trybie rozszerzonym. Dane przesyłane są do platformy Comarch e-Care 2.0**,** gdzie poddawane są analizie. Wyniki (poza EKG) oraz ich wstępna interpretacja widoczne są w aplikacji tuż po zakończeniu badania”[34].

Fot. 2. Punkt Diagnostyczny Comarch



Źródło: https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/zdalna-opieka-medyczna/punkt-diagnostyczny/, dostęp z dn. 25.03.2024

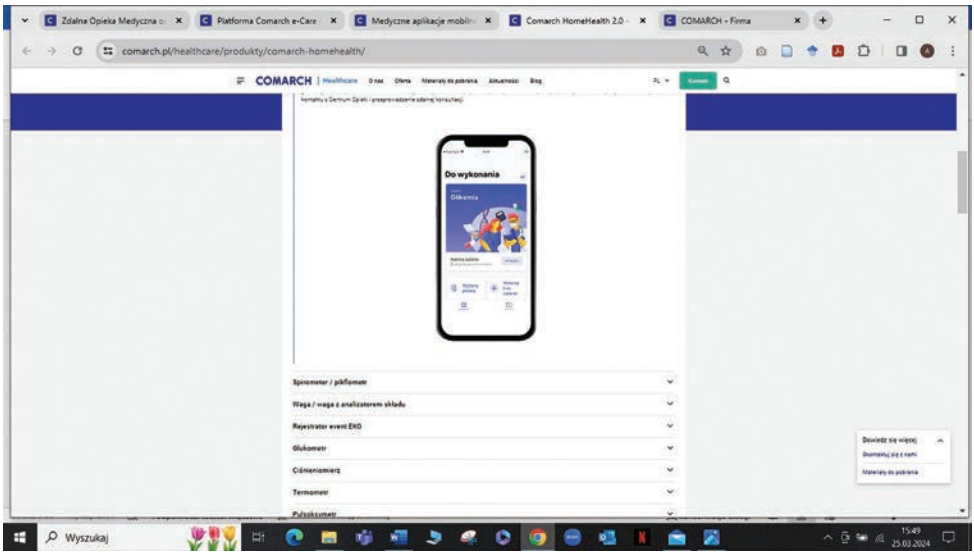
Bardzo podobne zastosowanie do wyżej opisanej mają aplikacje: Comarch HomeHealth 2.0, która dedykowana jest głównie osobom chorującym przewlekle, w tym z dolegliwościami pulmonologicznymi, cukrzykom i po leczeniu szpitalnym; Comarch HomeHealth 2.0 i Comarch CardioNow dla pacjentów kardiologicznych oraz Comarch Opaska Życia dla seniorów i osób niepełnosprawnych.

[34] *Punkt Diagnostyczny Comarch*, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/zdalna-opieka-medyczna/punkt-diagnostyczny/, dostęp z dn. 25.03.2024.

Comarch HomeHealth 2.0

„Comarch HomeHealth 2.0 to aplikacja na tablet lub telefon wraz ze zintegrowanymi urządzeniami pomiarowymi, która umożliwia zdalną opiekę nad pacjentem poza placówką medyczną. Przeznaczona jest zarówno dla pojedynczych pacjentów chorujących przewlekle lub po przebytym leczeniu szpitalnym, jak i dla domów opieki lub pielęgniarek środowiskowych. Zestaw odpowiedniej aparatury może być zmodyfikowany, zgodnie z potrzebami pacjenta, np. dla pacjentów pulmonologicznych czy ze zdiagnozowaną cukrzycą”[35].

Fot. 3. Elementy Comarch HomeHealth 2.0



Źródło: https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/comarch-homehealth/, dostęp z dn. 25.03.2024

Comarch CardioVest

„Comarch CardioVest to rozwiązanie służące do badań profilaktycznych, diagnostyki i monitoringu pacjentów kardiologicznych. Specjalne elektro-

[35] *Comarch HomeHealth 2.0*, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/comarch-homehealth/, dostęp z dn. 25.03.2024.

dy, wykorzystane w naszym produkcie, zapewniają bezpieczne, wiarygodne i komfortowe długoterminowe badanie EKG. Zapis EKG przesyłany jest do platformy CMAP, gdzie algorytmy sztucznej inteligencji oznaczają nieprawidłowości, co znacznie skraca i ułatwia interpretację badania.

Bezprzewodowy przesył danych umożliwia analizę EKG po każdych 24 godzinach badania. Zestaw składa się m.in. z 2 niezależnych rejestratorów, zamienianych co 24 godziny. Gdy jeden rejestrator jest w użytku, drugi wysyła zapis zakończonego fragmentu badania. Dzięki temu lekarz może wcześniej zareagować na wykryte zaburzenia rytmu serca, zwłaszcza w przypadku poważnych nieprawidłowości"[36].

Comarch CardioNow

„Holter. Dzięki algorytmom sztucznej inteligencji zaimplementowanym na urządzeniu zapewnia automatyczne wykrywanie zdarzeń EKG**.** Certyfikowany wyrób medyczny umożliwiający krótkoterminowe rejestrowanie sygnału EKG.

Kompleksowe rozwiązanie umożliwiające przeprowadzanie badań EKG w trzech trybach**:** Holter, Tele Holter i Event"[37].

Comarch Opaska Życia

„Cyfrowy opiekun w bransoletce – dedykowany seniorom, osobom niepełnosprawnym i chorującym przewlekle**.** Dopasowany zarówno do potrzeb placówek medycznych i opiekuńczych, samorządów, jak i klientów indywidualnych. Pozwala śledzić lokalizację użytkownika, jego aktywność, nawiązywać dwukierunkowe połączenia – z opaski i na nią. Użytkownikom zapewnia poczucie bezpieczeństwa przy jednoczesnym komforcie użytkowania"[38].

[36] *Comarch CardioNow*, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/zdalna-opieka-medyczna/zdalna-opieka-kardiologiczna/comarch-cardionow/, dostęp z dn. 25.03.2024.

[37] Tamże.

[38] *Comarch Opaska Życia*, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/teleopieka/opaska-zycia/, dostęp z dn. 25.03.2024.

W przypadku tychże narzędzi również pacjenci otrzymują wyniki badań wraz z ich wstępną interpretacją, co stanowi wskazania do dalszych czynności dla lekarzy.

Z powyższej prezentacji wynika, że już obecnie zdarza się, że sztuczna inteligencja dokonuje lepszej diagnostyki lub sprawniej leczy. Jednak o użyciu narzędzi AI w określonym przypadku medycznym decyduje lekarz: autor projektu i zarządzający projektem leczenia. Czyż to nie lekarz wykorzystuje aplikację z AI, będąc posiadaczem wiedzy zarówno o jej możliwościach, jak i o pacjencie, ale też posiadaczem umiejętności nieschematycznego postępowania dzięki doświadczeniom życiowym, niepowtarzalnej osobowości i uczuciowości? Sztuczna inteligencja zatem może wspierać diagnozowanie czy leczenie jako narzędzie lub metoda wybrana przez osobę ludzką, wyręczając ją w określonych czynnościach, ale nie zastępując.

Powierzenie życia AI

Zaprezentowane tutaj przykłady wykorzystania sztucznej inteligencji stanowią jedynie ułamek coraz prężniej rozwijającej się branży wsparcia medycznego. Nie chodzi tu jednak o prezentację najnowszych osiągnięć, tylko o potwierdzenie nieustannie niezmiennej i niezastępowalnej pozycji lekarza. To on, jako człowiek, jest źródłem całościowej wiedzy medycznej o konkretnym pacjencie oraz to on autorytatywnie, subiektywnie, z pełną odpowiedzialnością prawną i moralną podejmuje decyzje terapeutyczne, i to on z osobistymi przekonaniami oraz uczuciowością zarządza leczeniem innego człowieka, który powierza mu swoje życie. Rolą sztucznej inteligencji jest wspomaganie, wspieranie lub wyręczanie człowieka w określonych czynnościach, np. w pewnych etapach przeprowadzania wywiadu, w badaniu i interpretowaniu wyników, w diagnozowaniu dzięki ułatwianiu dostępu do baz informacyjnych, w leczeniu, zwłaszcza operacyjnym itp.

Można zatem zaryzykować tezę, że rozwój AI prowadzi do rozwoju medycyny, gdyż wzbogaca ją narzędziowo oraz medialnie, stanowiąc przekaźnik informacji i ułatwiając lekarzowi wykonywanie jego zawodu. Dzięki temu obecnie daje się zauważyć proces mediatyzacji diagnostyki medycznej, ale – przynajmniej na razie – nie widać perspektyw na zastąpienie lekarza przez sztuczną inteligencję. Interesujące jest jednak, czy kiedyś człowiek zechce powierzyć swoje życie AI?

Zakończenie

Niniejszy artykuł potwierdza przyjętą tezę, że sztuczna inteligencja nie może zastąpić lekarza, przynajmniej na obecnym etapie rozwoju technologicznego. Analiza odnosi się bezpośrednio do sformułowanych pytań badawczych, ukazując fundamentalne różnice w funkcjonowaniu lekarza i systemów AI, zakres ich wsparcia w procesach diagnostycznych i terapeutycznych, granice zastępowalności w komunikacji, decyzjach oraz odpowiedzialności, a także czynniki etyczne, społeczne i praktyczne wyznaczające owe granice.

Odpowiedź na pierwsze pytanie badawcze podkreśla zasadnicze różnice między sposobem działania lekarza a systemów AI: lekarz jest autonomicznym podmiotem, twórcą autorskiej wiedzy opartej na wglądzie, doświadczeniach życiowych i empatii, podczas gdy AI stanowi jedynie medium przetwarzające dane zewnętrzne, zależne od programowania człowieka. Argumentem za tezą jest tu pełna odpowiedzialność prawna i moralna lekarza za proces leczenia, czego AI nie posiada – nawet regulacje takie jak *EU AI Act* podkreślają konieczność ludzkiego nadzoru. Kontrargumenty, wskazujące na precyzję AI w analizie danych, tracą moc w obliczu braku holistycznego ujęcia pacjenta, charakterystycznego dla ludzkiego poznania.

Drugie i trzecie pytanie badawcze doprowadziły do potwierdzenia, że AI znakomicie wspomaga diagnostykę i terapię (przykłady rozwiązań Comarch

e-Zdrowie, takie jak Zdalna Opieka Medyczna, Punkt Diagnostyczny czy CardioVest, ilustrują efektywność w monitoringu i wstępnej interpretacji wyników). Jednak w komunikacji z pacjentem, zgodnej z modelem *Calgary-Cambridge* czy oczekiwaniami empatii (badania Stanforda), AI nie zastąpi lekarza: brak subiektywnego wglądu, mimiki, dotyku i budowania relacji terapeutycznej czyni ją niezdolną do pełnienia roli powiernika. Teleporady i chatboty, choć efektywne w pandemii COVID-19, ograniczają się do schematycznych interakcji, nie osiągając humanistycznej głębi.

Czwarty aspekt ujęty w pytaniu badawczym wskazuje na granice etyczne i społeczne: kultura technokratyczna AI kontrastuje z humanistyczną wizją medycyny (P. Sztompka), gdzie pacjenci przedkładają troskliwość nad kompetencje techniczne. AI mediatyzuje procesy medyczne, wzbogacając je narzędziami, ale nie eliminuje lekarza jako autora projektu terapeutycznego i zarządcy odpowiedzialnego za życie pacjenta.

Ostatecznie rozwój AI prowadzi do ewolucji medycyny, nie jej automatyzacji – człowiek powierzy życie drugiemu człowiekowi, a technologia pozostanie wsparciem.

AI wspiera, lecz nie zastępuje lekarza ze względu na ontologiczne różnice, brak empatii, odpowiedzialności i bariery etyczno-społeczne. Przyszłość to mediatyzacja medycyny, otwierająca pole dalszym badaniom.

Literatura

Artificial intelligence [hasło], [w:] *Wikipedia*, https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence, dostęp z dn. 8.02.2024.

Boniecka B., *Niestandardowe zachowania językowe lekarzy i pacjentów*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze" 2004, t. 13, s. 8.

ChatGPT 3,5, https://chat.openai.com/c/310d4503-fd64-4f5d-ac75-ca823f3ea796, dostęp z dn. 25.03.2024.

Comarch CardioNow, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/zdalna-opieka-medyczna/zdalna-opieka-kardiologiczna/comarch-cardionow/, dostęp z dn. 25.03.2024.

Comarch e-Zdrowie, https://www.comarch.pl/healthcare/o-comarch-healthcare/, dostęp z dn. 25.03.2024.

Comarch HomeHealth 2.0, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/comarch-homehealth/, dostęp z dn. 25.03.2024.

Comarch Opaska Życia, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/teleopieka/opaska-zycia/, dostęp z dn. 25.03.2024.

Cook K.S. i in., *Trust and Distrust in Patient-Physician Relationships*, [w:] *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches*, red. R. Kramer, K. Cook, R. Sage, New York 2004, s. 65-98.

Davenport T., Kalakota R., *The potential for artificial intelligence in healthcare*, „Future Healthcare Journal" 2019, t. 6, nr 2, s. 94-98.

Iglikowska T., Kacprzak L., *Język polski dla cudzoziemców. Podręcznik dla niezaawansowanych*, cz. I, Warszawa 1978.

Lekarski egzamin końcowy, https://www.gov.pl/web/zdrowie/lekarski-egzamin-koncowy-lek-oraz-lekarsko-dentystyczny-egzamin-koncowy-ldek, dostęp z dn. 23.03.2024.

Lekarz (nazwa zawodu nr 221101), Dz.U. 2018 poz. 227.

Lekarz [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego PWN*, https://sjp.pwn.pl/slowniki/lekarz.html, dostęp z dn. 7.01.2015.

Lekarz [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, https://sjp.pwn.pl/doroszewski/lekarz;5446239, dostęp z dn. 7.01.2015.

Lekarz [hasło], [w:] *Wielki słownik języka polskiego*, https://wsjp.pl/haslo/podglad/2385/lekarz, dostęp z dn. 8.02.2024.

Lekarz [hasło], [w:] *Wikipedia*, https://pl.wikipedia.org/wiki/Lekarz, dostęp z dn. 8.02.2024.

Lernowortschatz Polonisch. Der Lehrbuchreihe. Mówimy po polsku, Volk und Wissen, Berlin 1979.

Merton R.K., Merton V., Barber E., *Client Ambivalence in Professional Relationship: The Problem of Seeking Help from Strangers*, [w:] *New Directions in Helping*, t. 2, red. J.D. Fisher, A. Nadler, B.M. Depaulo, New York 1983, s. 13-44.

Nowocin D., *Chatboty jako przyszłość medycyny*, https://mediahealth.pl/chatboty-jako-przyszlosc-medycyny/, dostęp z dn. 25.03.2024.

Punkt Diagnostyczny Comarch, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/zdalna-opieka-medyczna/punkt-diagnostyczny/, dostęp z dn. 25.03.2024.

Silverman J., Kurtz S., Draper J., *Umiejętności komunikowania się z pacjentami*, Kraków 2018.

Sztompka P., *Wiarygodność. Sekret dobrych relacji*, Kraków 2023, s. 188.

Telemedi, https://telemedi.com/pl/, dostęp z dn. 25.03.2024.

Uliasz D., *Konsultacja lekarska – 5 kroków w modelu Calgary – Cambridge,* https://www.experto24.pl/ochrona-zdrowia/pacjent/konsultacja-lekarska-5-krokow-w-modelu-calgary-cambridge.html?cid=K000KN, dostęp z dn. 8.02.2024.

Wiedza [hasło], [w:] *Encyklopedia PWN*, https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/wiedza.html, dostęp z dn. 21.01.2024.

Zdalna Opieka Medyczna, https://www.comarch.pl/healthcare/produkty/zdalna-opieka-medyczna/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwwYSwBhDcARIsAOyL0fisduhXaEgcoFuSFjhnxnSDAvrAAcnRLQiCbgQD0isFPnAomQSwNTcaAlZQEALw_wcB, dostęp z dn. 25.03.2024.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.06

Józef Kloch*
https://orcid.org/0000-0002-7830-7745
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Aleksandra Pisarska**
https://orcid.org/0009-0007-1063-695X
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Karolina Zając***
https://orcid.org/0009-0008-6383-4287
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Transformacja radiowego modelu redakcyjnego w epoce AI. Przypadek OFF Radia Kraków – wyzwania etyczne

Abstract:

Transforming of the radio editorial model in the AI era. The case of OFF Radio Kraków – ethical challenges. The article analyzes the transformation of radio editorial models in the context of the implementation

* Józef Kloch – doktor habilitowany, profesor Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie; w 1995 r. obronił rozprawę doktorską nt. sztucznej inteligencji; wykładowca na Wydziale Nauk o Komunikacji, kierownik Katedry Dziennikarstwa i Komunikacji Wizualnej. Zajmuje się zastosowaniami AI w dziennikarstwie oraz etyką sztucznej inteligencji.

** Aleksandra Pisarska – magister; doktorantka w Szkole Doktorskiej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół etyki mediów, społecznej percepcji środków masowego przekazu oraz edukacji medialnej.

*** Karolina Zając – magister; doktorantka w Szkole Doktorskiej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach; dziennikarka. W kręgu jej naukowych zainteresowań znajdują się zjawiska indoktrynacji i propagandy w kontekście historii mediów, percepcja środków masowego przekazu oraz rola edukacji medialnej, szczególnie w odniesieniu do mediów społecznościowych.

of artificial intelligence (AI). A case study of an experiment conducted at OFF Radio Kraków in the fall of 2024 showed that the introduction of AI-based journalist avatars sparked a nationwide debate on the opportunities and threats associated with media automation. On the one hand, the use of AI enables, among other things, content personalization, process optimization, and innovation in programming. On the other hand, it generates ethical problems: job losses, the risk of dehumanization of communication, problems with credibility and identification of information sources. A personalistic reflection, as defined by Michał Drożdż, plays a special role here, pointing to the primacy of human dignity in media communication. An in-depth interview with the editor-in-chief of Radio Kraków and reactions to the experiment at OFF Radio, especially from journalists, provide an opportunity to compare the positions of both sides. The article points to the need for critical and ethical implementation of AI tools in radio broadcasting, while maintaining the integrity of humanistic values and social trust.

Transformacja radiowego modelu redakcyjnego w epoce AI. Przypadek OFF Radia Kraków – wyzwania etyczne. Artykuł analizuje przeobrażenia modeli redakcyjnych radiofonii w kontekście implementacji narzędzi sztucznej inteligencji (AI). Studium przypadku eksperymentu przeprowadzonego w OFF Radiu Kraków jesienią 2024 r. wykazało, że wprowadzenie awatarów dziennikarzy opartych na AI stało się impulsem do ogólnopolskiej debaty o szansach i zagrożeniach związanych z automatyzacją mediów. Z jednej strony zastosowania AI umożliwiają m.in. personalizację treści, optymalizację procesów i innowacyjność w programowaniu antenowym. Z drugiej strony generują problemy etyczne: utratę miejsc pracy, ryzyko dehumanizacji przekazu, problemy z wiarygodnością i identyfikacją źródeł informacji. Szczególną rolę odgrywa tu refleksja personalistyczna w ujęciu Michała Drożdża, wskazująca na prymat godności osoby ludzkiej w komunikacji medialnej. Wywiad pogłębiony z redaktorem naczelnym Radia Kraków oraz reakcje co do eksperymentu w OFF Radiu, zwłaszcza dziennikarzy, są okazją do porównań stanowisk obydwu stron. Artykuł wskazuje na konieczność krytycznego i etycznego wdrażania narzędzi AI w radiofonii, zachowując integralność wartości humanistycznych i społecznego zaufania.

Keywords

OFF Radio Cracow, AI, radio, avatar, journalism, ethics

OFF Radio Kraków, AI, radio, awatar, dziennikarstwo, etyka

Wstęp

Postęp technologiczny w obszarze sztucznej inteligencji (ang. *AI*) bardzo silnie oddziałuje na media, w tym również na radio, które jest jednym z najstarszych środków przekazu. Rozgłośnie radiowe XXI w. eksperymentują z zastosowaniami AI, począwszy od automatyzacji produkcji treści, poprzez personalizację odbioru, aż po zastępowanie dziennikarzy przez syntetyzowane głosy. Implementowanie AI w radiu niesie ze sobą liczne szanse – zwiększenie efektywności pracy redakcyjnej, nowe możliwości tworzenia i dystrybucji treści czy głębsze zaangażowanie słuchaczy. Jednocześnie rodzą się problemy i wyzwania natury technicznej, społecznej i etycznej, związane m.in. z wiarygodnością automatycznie generowanych treści, utrzymaniem autentyczności przekazu radiowego oraz z obawami o przyszłość zawodu dziennikarza radiowego.

Niniejszy artykuł traktuje zarówno o transformacji radiowego modelu redakcyjnego w epoce AI z powodu zastosowań sztucznej inteligencji, jak i o wyzwaniach etycznych z tym związanych. W *case study* przywołano eksperyment przeprowadzony w OFF Radio Kraków jesienią 2024 r. Część pierwsza tekstu (wstępna) to przeglądowe omówienie przemian zachodzących obecnie w rozgłośniach radiowych na świecie – opis rozwiązań technologicznych, a także analiza potencjału i ograniczeń AI w radio. Podstawą omówienia jest wybór literatury na ten temat. Część druga, obszerniejsza, to analiza przypadku wprowadzenia na antenę OFF Radio Kraków trzech awatarów dziennikarzy i związane z tym kontrowersje, a także reakcje różnych środowisk, w tym dziennikarskich. Całość kończy podsumowanie – ze szczególnym uwzględnieniem aspektów etycznych i społecznych, dotyczących wdrażania AI w radiofonii, sformułowane na podstawie zebranych danych i analiz.

Artykuł został napisany z perspektywy medioznawczej oraz etycznej. Zastosowano w nim analizę treści witryn WWW, mediów społecznościowych, artykułów i depesz agencji prasowych, wywiad pogłębiony (z redaktorem na-

czelnym Radia Kraków), analizę literatury naukowej nt. implementacji AI w rozgłośniach radiowych oraz wykorzystano personalistyczne podstawy etyki opracowane przez ks. prof. Michała Drożdża.

1. AI w radiu – zastosowania, potencjał i wyzwania

Od szeregu lat, a zwłaszcza od oddania do powszechnego użytku ChataGPT w listopadzie 2022 r., rozgłośnie radiowe na świecie zaczęły włączać do swoich działań redakcyjnych różnorodne narzędzia oparte na sztucznej inteligencji. Zastosowania te obejmują zarówno automatyzację produkcji treści, jak i usprawnienie zaplecza technicznego emisji. Analiza literatury naukowej i branżowej na ten temat uwidacznia obecny znaczący zakres stosowania AI przez rozgłośnie m.in. co do doboru muzyki, generowania serwisów informacyjnych, przetwarzania mowy i dźwięku czy interakcji z odbiorcami[1].

Rozwiązania technologiczne i obszary zastosowań AI w radiu

Ekosystem współczesnej radiofonii ulega głębokiej transformacji dzięki konwergencji metod uczenia maszynowego, systemów rozpoznawania i syntezy mowy oraz modeli generatywnych. Po stronie produkcyjnej zastosowania obejmują automatyczną transkrypcję i indeksację zasobów audio (ASR), ekstrakcję tematów i nazw własnych (NER), podsumowywanie i parafrazowanie materiałów reporterskich oraz rekomendacyjne wsparcie playlist w odniesieniu do muzyki na antenie[2].

[1] Przykładem takich analiz jest: L. Furtáková, Ľ. Janáčková, *AI in Radio: The Game Changer You Did Not Hear Coming*, [w:] *Marketing Identity: AI – The Future of Today*, red. M. Prostináková Hossová, M. Martovič, M. Solík, Trnava 2023, s. 95-106.

[2] L. Forristal, *Radio station gets part-time AI DJ based on its midday host*, https://techcrunch.com/2023/06/14/radio-station-gets-part-time-ai-dj-based-on-its-midday-host/, dostęp z dn. 4.05.2025.

W emisji rośnie znaczenie syntezy mowy i klonowania głosu, co umożliwia tworzenie spójnych głosów antenowych oraz wirtualnych prezenterów[3]; jednocześnie systemy te integrowane są z planowaniem ramówek i dynamicznym formatowaniem zapowiedzi w zależności od kontekstu odbioru. Po stronie dystrybucji dominują algorytmy personalizacji strumieni, adaptacyjna selekcja treści *on-demand* oraz agentowe interfejsy konwersacyjne w aplikacjach mobilnych i w urządzeniach głosowych.

W newsroomach wdraża się narzędzia do półautomatycznej weryfikacji faktów, detekcji podobieństwa treści i semantycznego wyszukiwania w archiwach, co skraca czas reakcji dziennikarzy na dane wydarzenie i poprawia powtórną używalność materiałów, ale też wzbudza podejrzenia słuchaczy wobec newsroomów opartych na AI[4]. Na poziomie analitycznym zastosowania AI obejmują modelowanie zachowań słuchaczy, estymację nastroju, prognozowanie odpływu oraz optymalizację kampanii sponsoringowych i reklamowych.

Potencjał i korzyści z wykorzystania AI w rozgłośniach radiowych

W wymiarze organizacyjnym technologie AI zwiększają produktywność zespołów poprzez automatyzację zadań o niskim stopniu kreatywności, co przekłada się na krótszy *time-to-air*, lepszą dostępność treści w archiwach i większą elastyczność planowania. Na poziomie programowym AI poszerza repertuar formatów: od dynamicznie redagowanych serwisów informacyjnych, przez spersonalizowane pasma muzyczne i serwisy miejskie, po interaktywne elementy responsywne na preferencje użytkownika[5].

[3] S. Bond, *BBC Launches Artificial Intelligence Tool To Read Its Articles To Listeners*, https://www.npr.org/2020/11/26/939286983/bbc-launches-artificial-intelligence-tool-to-read-its-articles-to-listeners, dostęp z dn. 4.05.2025.

[4] S. Dang, *Global audiences suspicious of AI-powered newsrooms, report finds*, https://www.reuters.com/technology/artificial-intelligence/global-audiences-suspicious-ai-powered-newsrooms-report-finds-2024-06-16/, dostęp z dn. 4.05.2025.

[5] L. Venta, *iHeartMedia Plans to Use Artificial Intelligence 'to the Fullest'*, https://www.radioworld.com/news-and-business/iheartmedia-plans-to-use-artificial-intelligence-to-the-fullest, dostęp z dn. 4.05.2025.

Personalizacja sprzyja lojalności słuchaczy wobec stacji (zjawisko retencji) i monetyzacji – wydłuża średni czas słuchania, zwiększa częstotliwość powrotów i umożliwia precyzyjniejsze targetowanie sponsorów; jednocześnie redakcje mogą przenieść dziennikarzy z montażu i dokumentacji na kontrolę jakości oraz rozwój formatów[6].

Z perspektywy konkurencyjności rynku radiofonii i audio implementacja modeli generatywnych redukuje bariery skali i pozwala mniejszym nadawcom tworzyć produkty porównywalne do oferty największych rozgłośni, pod warunkiem utrzymania rygoru edycyjnego i zgodności z prawami autorskimi[7].

Ograniczenia i wyzwania technologiczne

Pomimo szybkiej ewolucji jakości zamiany tekstu pisanego na naturalnie brzmiącą mowę (*Text-to-Speech*, w skrócie TTS) nadal obserwuje się niedostatki w intonacji, akcencie, tempie, rytmie i iloczasie – słowem: spontaniczności i modulacji charakterystycznych dla doświadczonych prezenterów. Przekłada się to na poczucie „sztuczności" u słuchaczy oraz niższy poziom ich zaangażowania w audycjach opartych wyłącznie na głosach syntetycznych[8].

Modele językowe w środowiskach o ograniczonej dostępności wysokiej jakości wytrenowanych wzorców (np. w języku polskim) wykazują większą skłonność do błędów faktograficznych i stylometrycznych, co wymaga kosztownego dostrajania oraz wdrożenia ścisłych procedur walidacji redakcyjnej, a także audytu promptów[9]. Z perspektywy operacyjnej krytyczne są: stabilność

[6] S. Jędrzejewski i in., *Sztuczna inteligencja w radiu. Ona już tam jest*, https://www.press.pl/tresc/84666,sztuczna-inteligencja-w-radiu-ona-juz-tam-jest, dostęp z dn. 4.05.2025.

[7] Radio Ink, *University of Florida Examines Ethics of AI in Radio*, https://radioink.com/2023/06/27/university-of-florida-examines-ethics-of-ai-in-radio/, dostęp z dn. 4.05.2025.

[8] V. Gera, *Polish radio station replaces journalists with AI 'presenters'*, https://apnews.com/article/poland-media-artificial-intelligence-radio-cbae50063b8f125c99a4a0f6d3ee82d8, dostęp z dn. 13.05.2025.

[9] E. Schwartz, *BBC Radio Hosts Use Deepfake AI to Swap Voices*, https://voicebot.ai/2022/10/26/bbc-radio-hosts-use-deepfake-ai-to-swap-voices/, dostęp z dn. 4.05.2025.

inferencji w czasie rzeczywistym, kontrola opóźnień oraz ochrona prywatności w przepływach danych głosowych. Ponadto integracja systemów AI z istniejącą infrastrukturą emisyjną i planistyczną bywa utrudniona przez niejednorodne standardy oraz koszty migracji, co ogranicza szybkość i zakres wdrożeń w rozgłośniach o niższej popularności języka w świecie[10].

Aspekty etyczne i społeczne zastosowania AI w radiu

Kluczowym wymogiem staje się przejrzystość wobec odbiorców: audycje współtworzone przez algorytmy powinny być jednoznacznie oznaczane, zaś granice automatyzacji – komunikowane w sposób zrozumiały i nienaruszający zaufania do marki[11]. W obszarze praw osobistych i autorskich szczególnie newralgiczne jest klonowanie głosu: wymaga ono świadomej zgody, precyzyjnego określenia pól eksploatacji, możliwości cofnięcia zgody oraz ścieżek rozliczeń.

Niezbędne są także mechanizmy ochrony przed nadużyciami – od filtrowania deepfake'ów audio i detekcji manipulacji, przez rejestrowanie łańcucha pochodzenia (*provenance*) materiałów, po kontrolę nad generowaniem treści z wizerunkiem i głosem osób publicznych. Automatyzacja zmienia strukturę zawodową redakcji, rodząc pytania o sprawczość dziennikarską i odpowiedzialność za publikację[12]. W tym kontekście etyka redakcyjna powinna akcentować zasadę zakładającą zaangażowanie człowieka w proces podejmowania decyzji (*human-in-the-loop*) i jasne przypisanie odpowiedzialności.

[10] N. Bochyńska, *Sztuczna inteligencja w OFF Radio Kraków. Czego nauczył nas ten „eksperyment"?*, https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/sztuczna-inteligencja-w-off-radio-krakow-czego-nauczyl-nas-ten-eksperyment/, dostęp z dn. 4.05.2025.

[11] Broadband TV News, *Antenne Deutschland launches Germany's first AI radio station*, https://www.broadbandtvnews.com/2023/07/18/antenne-deutschland-launches-germanys-first-ai-radio-station/, dostęp z dn. 4.05.2025.

[12] D. Harwell, *iHeartMedia laid off hundreds of radio DJs. Executives blame AI. DJs blame the executives*, https://www.washingtonpost.com/technology/2020/01/31/iheartmedia-radio-artificial-intelligence-djs/, dostęp: 4.05.2025.

Wrażliwość społeczna na eksperymenty z awatarami oraz „wskrzeszaniem" głosów zmarłych wskazuje, że brak norm i konsultacji społecznych może skutkować reakcją obronną słuchaczy i spadkiem legitymizacji instytucji medialnych[13].

2. OFF Radio Kraków. *Case study*

O wykorzystaniu sztucznej inteligencji w mediach przeciętny polski odbiorca nie słyszał wiele, jako że kwestie te wydawały się zapewne dziennikarzom na tyle odległymi, że dotyczącymi bardziej sztuki filmowej niż mediosfery. Tak przynajmniej było do października 2024 r., kiedy niemal cała Polska zaczęła żyć głośną sprawą OFF Radia Kraków, które postanowiło przeprowadzić coś, co później nazwane zostało „eksperymentem", a w praktyce oznaczało wprowadzenie na antenę wirtualnych dziennikarzy. Medialnego rozgłosu dodał fakt wcześniejszego zakończenia współpracy z dotychczasowymi prowadzącymi – ludźmi.

Chronologia zdarzeń

Choć o sytuacji w OFF Radiu Kraków – jak już napisano – zrobiło się głośno w październiku, podkreślić trzeba, że zapowiedzi zmian na antenie pojawiły się niemal miesiąc wcześniej i nie zostały dostrzeżone przez szerszą grupę odbiorców. 24 września 2024 r. na profilu stacji na Facebooku opublikowano krótki wpis. „Nasłuchujcie, jak zmienia się OFF Radio Kraków! Już teraz gramy nieco inaczej, a niebawem… niespodzianka" – napisano, dołączając do postu grafikę z logiem radia[14].

Owa „niespodzianka" światło dzienne ujrzała 21 października 2024 r. nieco po godz. 14.00, kiedy na oficjalnych stronach internetowych zarówno OFF Radia

[13] AIBase, *Polish Radio OFF Radio Krakow Fully Adopts AI Hosts, Causing Industry Shock*, https://www.aibase.com/news/12738, dostęp z dn. 4.05.2025.

[14] Zob. OFF Radio Kraków, *Nasłuchujcie, jak zmienia się OFF…* [post z dn. 24.09.2024], https://www.facebook.com/share/p/16j49MC2DA/?mibextid=wwXIfr, dostęp z dn. 12.05.2025.

Kraków, jak i samego Radia Kraków pojawiły się komunikaty dotyczące nowej polityki internetowo-cyfrowego programu, który od tej pory miał być „współtworzony przy udziale sztucznej inteligencji". Stacja zapewniała, że za projektem, który nazywała swoim „udziałem w debacie na temat szans i zagrożeń, jakie niesie za sobą sztuczna inteligencja", nadal stoją ludzie, ale wykorzystujący w swojej pracy narzędzie, jakim jest AI[15]. W praktyce oznaczało to powstanie trzech wirtualnych dziennikarzy – Emi, Jakuba i Alex. Każdy z nich reprezentował inny „muzyczny świat". Każdy stworzony został przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji. „Ci wyjątkowi gospodarze audycji wnoszą świeże spojrzenie na muzykę i kulturę, tworząc unikalne doświadczenia dla słuchaczy" – dzieliło się wówczas na swojej stronie internetowej OFF Radio Kraków[16]. Debiut nowych prowadzących przypadł na dzień 22 października 2024 r.

Tego samego dnia w mediach społecznościowych pojawił się post, który wywołał tak oburzenie, jak i dyskusję. Jego autorem był Mateusz Demski, dziennikarz, który do niedawna współtworzył redakcję OFF Radia Kraków. We wpisie na prywatnym profilu na portalu Facebook podzielił się swoją wersją kulisów tej sprawy, przypominając, że 30 września 2024 r. zakończono współpracę z całą dotychczasową redakcją: „Niedawno pisałem o tym, że Off Radio Kraków (w którym prowadziłem audycję przez blisko trzy lata) przestaje nadawać w znanej dotąd formule, że wszyscy, którzy dotąd tworzyli to miejsce, wylecieli z pracy. Wczoraj poznaliśmy szczegóły – kilkanaście osób z redakcji (mowa o doświadczonych dziennikarkach i dziennikarzach, artystkach i artystach, osobach twórczych) zastąpi sztuczna inteligencja"[17]. W poście Demski zaapelował

[15] Zob. Radio Kraków, *Posłuchaj jak brzmi OFF Radio Kraków tworzone przy udziale narzędzi sztucznej inteligencji*, https://www.radiokrakow.pl/aktualnosci/off-radio-krakow-pierwsze-radio-niemal-w-calosci-tworzone-przez-sztuczna-inteligencje/, dostęp z dn. 21.11.2024.

[16] Zob. OFF Radio Kraków, *OFF na nowo*, https://off.radiokrakow.pl/newsy/off-na-nowo, dostęp z dn. 21.11.2024.

[17] Zob. M. Demski, *Kochani, zwracam się do Was z ważną dla mnie (i wierzę, że w pewnym sensie dla Was wszystkich) sprawą…* [post z dn. 22.10.2024], https://www.facebook.com/matdemski/posts/pfbid02Gtm7hJj8EpYrzCDEjnWwYQYQL4MWPbbjrJito4dhrGv1t9Pv5P6GEjWmB5ADu7M4l, dostęp z dn. 21.10.2024.

także do przedstawicieli świata mediów i kultury o wsparcie petycji, sprzeciwiającej się krokom podjętym przez władze Radia Kraków. Post zebrał 8,7 tys. reakcji. Skomentowano go 1330 razy i udostępniono ponad 13,5 tys. razy. Petycję natomiast podpisały 24 552 osoby (stan na dzień 13.05.2025 r.).

Reakcja Radia Kraków była niemal natychmiastowa. Jeszcze tego samego dnia redaktor naczelny Marcin Pulit udzielił – co warto podkreślić – swojej stacji wywiadu. Zaprzeczył w nim, że zwolnił pracowników i zastąpił ich sztuczną inteligencją. Wyjaśnił, że rozwiązano umowy nie z osobami zatrudnionymi w rozgłośni na stałe, a z „gościnnymi współpracownikami", prowadzącymi program jedynie raz w tygodniu. Jako powód zakończenia współpracy podał tematyczne pokrywanie się audycji OFF Radia Kraków z tymi nadawanymi przez Radio Kraków Kultura. W wypowiedzi zapewnił również pracowników stacji, że nie planuje zwolnień. Działania podjęte przy użyciu sztucznej inteligencji nazwał „eksperymentem". Podkreślił również, że kontrowersje wokół sprawy wywołane zostały przez opublikowany w przestrzeni medialnej fake news. „Smutna konstatacja jest taka, że ten fake news był produkowany przez dziennikarzy, a nie przez sztuczną inteligencję" – ocenił w wywiadzie Pulit[18].

W kontrze do likwidatora stanęła Rada Programowa, która skierowała list z prośbą o jak najszybsze wyjaśnienie zaistniałej sytuacji. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wobec pojawiających się głosów, jakoby wprowadzenie botów w roli dziennikarzy spowodowane było problemami ze środkami abonamentowymi, stanowczo zaprzeczyła, a prezes Maciej Świrski skomentował te sugestie słowami: „Pan Pulit po prostu kłamie"[19].

Po niemal tygodniu od wprowadzenia wirtualnych prowadzących na antenę 28 października 2024 r. OFF Radio Kraków wycofało się z projektu. W opubli-

[18] Zob. B. Ziaja, *Redaktor naczelny Radia Kraków: nie zamierzam nikogo zastępować sztuczną inteligencją*, https://www.radiokrakow.pl/audycje/redaktor-naczelny-radia-krakow-nie-zamierzam-nikogo-zastepowac-sztuczna-inteligencja, dostęp z dn. 24.11.2024.

[19] Zob. ag, *KRRiT reaguje na AI w Off Radiu Kraków. „Kłamstwa likwidatora"*, https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/krrit-off-radio-krakow-ai-prezenterzy-abonament-rtv-finansowanie, dostęp z dn. 24.11.2024.

kowanym oświadczeniu podano, że od początku było to działanie zaplanowane i przemyślane. Marcin Pulit, który osobiście podpisał się pod komunikatem, przyznał, że choć zakładano, że „eksperyment" potrwa trzy miesiące, wnioski, obserwacje oraz doświadczenia zebrane przez pierwszy tydzień pokazały władzom rozgłośni, że kontynuacja nie ma sensu. Redaktor naczelny poinformował, że OFF Radio Kraków powróci do formuły głównie muzycznego programu. Projekt wykorzystania w pracy radia sztucznej inteligencji miał natomiast stać się przedmiotem badań prof. Stanisława Jędrzejewskiego z Akademii Leona Koźmińskiego oraz grupy naukowców z Uniwersytetu Jagiellońskiego. Pulit zwrócił przy tym uwagę, że – jego zdaniem – od początku rozgłośnia kierowała się zasadą transparentności działań, mimo to stała się ofiarą „mechanizmów postprawdy". „Zaskoczył nas także poziom emocji, jaki towarzyszył temu eksperymentowi, przypisywanie nam nieistniejących intencji i działań, ostre sądy formułowane na podstawie fałszywych doniesień" – przekazał w oświadczeniu opublikowanym na oficjalnych stronach internetowych Marcin Pulit[20]. Post z odnośnikiem do komunikatu, który pojawił się jednocześnie na profilu OFF Radia Kraków na Facebooku, doczekał się ponad 2 tys. reakcji – w tym ponad 1,9 tys. reakcji „haha" (stan na dzień 13.05.2025 r.)[21]. W ten sposób internauci dali wyraz temu, jak oceniają działania podjęte w tej sprawie przez radio i jego władze.

Reakcja świata mediów

Mówiąc o przypadku OFF Radia Kraków, nie sposób pominąć roli, jaką odegrały w nim media. Nie ma bowiem wątpliwości, że to ich reakcja wpłynęła na tak szybkie zakończenie „eksperymentu" władz radia. Choć zauważyć w tym miejscu należy, że pojawiające się we wrześniu zapowiedzi zmian formatów i samo wprowadzenie

[20] Zob. M. Pulit, *Czego dowiedzieliśmy się o AI i nas samych – podsumowanie eksperymentu OFF Radia Kraków,* https://off.radiokrakow.pl/newsy/czego-dowiedzielismy-sie-o-ai-i-nas-samych-podsumowanie-eksperymentu-off-radia-krakow, dostęp z dn. 24.11.2024.

[21] Zob. OFF Radio Kraków, *Czego dowiedzieliśmy się o AI i nas samych*… [post z dn. 28.10.2024], https://www.facebook.com/share/p/15Jftb6HzW/?mibextid=wwXIfr, dostęp z dn. 12.05.2025.

botów jako prowadzących nie wywołało większego zainteresowania. Przyczynkiem do tego stał się dopiero przywoływany już wcześniej post Mateusza Demskiego.

Artykuły dotyczące zwolnienia dziennikarzy i zastąpienia ich wirtualnymi postaciami błyskawicznie pojawiły się w wielu portalach. Temat trafił na okładki, główne strony oraz stał się inspiracją zarówno materiałów telewizyjnych, jak i radiowych w całym kraju. Przeciwko procederowi protestowali dziennikarze z licznych redakcji – co warto zauważyć i podkreślić – często bardzo odległych od siebie tematycznie i światopoglądowo. Główną przestrzenią dyskusji środowiska dziennikarskiego stały się niemal od razu media społecznościowe. „Dramat i taki punkt, w którym każdemu powinno zapalić się w głowie czerwone światło" – napisała red. Monika Łącka z krakowskiej redakcji „Gościa Niedzielnego"[22]. „To już nie jest radio. To już nie są prawdziwe media" – ocenił we wpisie na X Krzysztof Adam Kowalczyk z „Rzeczpospolitej"[23], odnosząc się przy tym również do wywiadu, który z Wisławą Szymborską na antenie OFF Radia Kraków „przeprowadziła" sztuczna inteligencja. „Skandal to mało powiedziane" – podkreślał na platformie należącej do Elona Muska Paweł Buczkowski z „Wirtualnej Polski"[24].

Bardzo szybko sprawa OFF Radia Kraków przekroczyła nie tylko granice Małopolski, ale i w ogóle Polski. Zainteresowały się nią bowiem zagraniczne media, na czele z agencją prasową Associated Press[25], CNN[26] czy francuskim

[22] Zob. M. Łącka, *Raz jeszcze o sztucznej inteligencji prowadzącej programy w Radiu Off Kraków*… [post z dnia 23.10.2024], https://www.facebook.com/1762456183/posts/10212545126980808/?rdid=nfopq6DwbmWnZ7YO&share_url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fshare%2F15NatkiH31%2F, dostęp z dn. 23.11.2024.

[23] Zob. K.A. Kowalczyk, *Dwa słowa o wywiadzie OFF Radio Kraków*… [wpis z 23.10.2024], https://x.com/kakowalczyk/status/1849090963945189798?s=46, dostęp z dn. 23.11.2024.

[24] Zob. P. Buczkowski, *Off Radio Kraków pozbywa się żywych dziennikarzy*… [wpis z dn. 22.10.2024], https://x.com/buczkowskipawel/status/1848645742828667333?s=46, dostęp z dn. 23.11.2024.

[25] Zob. V. Gera, *Polish radio station replaces journalists*…, dz. cyt.

[26] Zob. CNN, *Polish radio station replaces journalists with AI 'presenters'*, https://edition.cnn.com/2024/10/24/media/polish-radio-ai-presenters-scli-intl/index.html, dostęp z dn. 24.11.2024.

radiem RFI[27]. Nad kontrowersjami wokół „eksperymentu" zaproponowanego przez władze krakowskiej rozgłośni na czele z Marcinem Pulitem pochyliły się również „Newsweek"[28] i „The New York Times". W tym ostatnim tytule w obszernym artykule Andrew Higgins, powołując się na rozmowę z likwidatorem Radia Kraków, wskazywał na to, że programy wykorzystane przy tworzeniu wirtualnych prowadzących nie były skomplikowanymi systemami, a propozycjami powszechnie dostępnymi, takimi jak OpenAI ChatGPT, ElevenLabs czy Leonardo.Ai. Amerykański dziennikarz stał się tym samym pierwszym, który pochylił się nie tylko nad kontrowersjami związanymi z zastąpieniem ludzi przez sztuczną inteligencję, ale także nad kwestiami technicznymi związanymi z „eksperymentem" OFF Radia Kraków[29].

Zdecydowana większość przekazów nie zainteresowała się jednak techniczną stroną zjawiska, upraszczając opisywaną sytuację do nośnego sloganu „sztuczna inteligencja zastąpiła człowieka" i pomijając jednocześnie kwestie etyczne, które w tym kontekście wydają się nie tyle ważne, ile wręcz kluczowe.

Kwestie etyczne

Historia zwana jest nauczycielką życia[30] jako źródło wiedzy, przestrogi i mądrości, które człowiek nabywa poprzez doświadczenia. Doświadczenie i doświadczanie samo w sobie jest częścią i efektem jego wyborów, które urzeczywistniają się w działaniu osoby. Obecnie wydarzenia z października 2024 r. dotyczące zmian w strukturze OFF Radia Kraków są już historią, jednakże nie powinny pozostać

[27] Zob. N. Nowakowska, *Echa zmian w OFF Radio Kraków. Komentarze zagranicznych mediów*, https://wydarzenia.interia.pl/zagranica/news-echa-zmian-w-off-radio-krakow-komentarze-zagranicznych-medio,nId,7842572#utm_source=paste&utm_medium=paste&utm_campaign=chrome, dostęp z dn. 24.11.2024.

[28] Zob. R. Dobkin, *Polish Radio Station Stirs Controversy by Replacing Hosts With AI*, https://www.newsweek.com/polish-off-radio-krakow-ai-controversy-1973662, dostęp z dn. 13.05.2025.

[29] Zob. A. Higgins, *An 'Interview' With a Dead Luminary Exposes the Pitfalls of A.I.*, https://www.nytimes.com/2024/11/03/world/europe/poland-radio-station-ai.html, dostęp z dn. 13.05.2025.

[30] *Historia magistra vitae est* (Cyceron). Zob. T. Ślipko, *Historia etyki*, Kraków 2020, s. 5.

niezauważone, a z pewnością nie mogą być także zapomniane, ponieważ z nich wypływa prawda nie tylko o mediach, ale przede wszystkim o człowieku, który doświadcza w przestrzeni środków masowego przekazu bliskiego spotkania z narzędziami sztucznej inteligencji. Jej obecność jest oczywista i sama w sobie nie stanowi zagrożenia, jednak to sposoby jej wykorzystywania budzą niepokój, alarmując o potrzebie powrotu do uniwersalnych wartości etycznych: prawdy, dobra i odpowiedzialności. Nie pod postacią pozorów iluzorycznie służących masowemu odbiorcy, któremu środki masowego przekazu poprzez swoje funkcje (i dysfunkcje) zapewniają dostęp do wiedzy, rozrywki czy informacji, ale jako przestrzeń moralności i dialogu. Postęp technologiczny, którego wypadkową jest powstanie oraz szerokie wykorzystywanie sieci neuronowych, powinien na nowo ukierunkować etyczną myśl medialną, prowadząc do ponownego ugruntowania pozycji osoby w mediosferze, która w nowej rzeczywistości cyfrowej, dominowanej przez algorytmy, staje przed pytaniem o własną autentyczność i tożsamość.

Tę łatwo stworzyć dzięki wykorzystaniu systemu binarnego, co pokazały wydarzenia z ostatnich miesięcy. Początkowo projekt miał być skierowany do słuchaczy w wieku 18-25 lat, być „eksperymentem" nie w rozumieniu naukowym, ale próbą zaspokojenia ciekawości płynącej z możliwości, jakie obecnie dają człowiekowi narzędzia sztucznej inteligencji. Miał służyć młodemu pokoleniu, wyłapywaniu talentów oraz poszerzeniu oferty programowej. Przerodził się jednak w sytuację kryzysową, która nie była spodziewana, a zmusiła kierownictwo stacji radiowej do wycofania się z „eksperymentu".

Zdaniem Marcina Pulita dziennikarze nie zostali zastąpieni przez sztuczną inteligencję, „nikt nie został zwolniony"[31], a sytuacja jest przykładem „ciekawego zjawiska, jak fake news zdobył cały świat"[32]. Stworzenie awatarów, nadanie im tożsamości, wygenerowanie ich wizerunku nie eliminuje człowieka, nie zabiera pracy dziennikarzom, ponieważ ostatecznie to ludzie, a nie awatary, czuwają nad anteną radiową. Prezes radia przekonuje, że nie podważa się wartości

[31] *Wywiad z Marcinem Pulitem* (wywiad własny), 2025, 01:04:21.23.

[32] Tamże, 44:01.49.

etycznych pod warunkiem, że narzędzia sztucznej inteligencji są wykorzystywane w sposób prawidłowy i transparentny, to znaczy treści wygenerowane za jej pomocą są oznaczone[33]. Można zgodzić się z tym stanowiskiem, jednak reakcje dziennikarzy związanych ze stacją, a także szeroko pojmowanym środowiskiem ludzi mediów, kultury, a nawet polityki sugerują, że przekroczono granice, czyniąc wykorzystanie – w takiej formie – narzędzi sztucznej inteligencji zjawiskiem nieakceptowanym. Po pierwsze – w kontekście rezygnacji z dotychczasowej współpracy z dziennikarzami i przekazania anteny awatarom (nawet jeżeli miałby nad nimi czuwać człowiek), a po drugie – w kwestii wyemitowania na antenie wywiadu ze zmarłą w 2012 r. Wisławą Szymborską.

Nawet jeśli udzielono praw do wykorzystania jej głosu, pojawia się pytanie o zasadność i motywacje tego działania. Jedną z nich mogła być zwyczajna, ludzka ciekawość. Niewątpliwie pozwala ona lepiej rozumieć świat, poszerzać wiedzę, ponieważ jest źródłem pomysłów, przełomowych odkryć oraz wynalazków. Do nich można zaliczyć sztuczną inteligencję jako narzędzie powstałe dzięki pracy ludzkich umysłów. Takim samym wynalazkiem był kiedyś druk umożliwiający rozwój literatury, powielanie informacji, ewolucję dziennikarstwa – w późniejszym czasie także dzięki telewizji oraz internetowi, które wiele lat temu również były innowacją, nieznanymi obszarami komunikacji, a dziś trudno wyobrazić sobie bez nich świat. Nie należy zapominać o zaletach technologicznego rozwoju, technicyzacji tak wielu dziedzin naszego życia, jednak w tym samym czasie trzeba być wyczulonym, a także reagować na sytuacje, które mogą być przyczyną sporów i zagrażać niezbywalnym wartościom, o których mówi etyka sama w sobie jako nauka o moralności w ujęciu teleologicznym, aksjologicznym i deontologicznym, a w kontekście personalistycznym zakłada również, że środki masowego przekazu są czymś więcej niż narzędziem (mają charakter nie tylko przedmiotowy, ale także podmiotowy), a osoba ludzka stanowi przyczynę i cel komunikacji medialnej[34].

[33] Tamże, 01:09:17.20.

[34] Zob. M. Drożdż, *Aksjologiczne zakorzenienie deontologii medialnych,* [w:] *Człowiek w świecie mediów*, red. M. Drożdż, I.S. Fiut, Kraków – Kielce 2012, s. 230.

Personalistyczne ujęcie etyki mediów rozwijane przez filozofa i medioznawcę ks. prof. Michała Drożdża odchodzi od pojmowania mediów w sposób przedmiotowy (techniczny), ale skupia się na podmiotowym wymiarze środków społecznego przekazu – aspektach psychologicznych o podstawie filozoficznej, a więc kierunkuje myśl personalistyczną etyki mediów w stronę bogatego wnętrza człowieka jako istoty o naturze duchowej, która posiada swoją godność. Traktuje o niezbywalnych wartościach, które należy rozwijać i promować, aby proces technicyzacji życia nie prowadził do negacji prymatu osoby[35].

W związku z tym warto spojrzeć także na możliwość korzystania z narzędzi AI w sposób pozytywny. Wykorzystanie próbki głosu może mieć taki charakter i umożliwić kontynuację pracy komuś, kto z jakiegoś powodu nie jest w stanie mówić, np. ze względu na postępującą chorobę. Wówczas próbka głosu może zostać odpowiednio zmodyfikowana i wykorzystana w procesie przetwarzania tekstu na mowę. Jest to przykład pozytywnego zastosowania technologii, która służy jednostce w sposób praktyczny. To działanie o charakterze empatycznym, podlegające pozytywnemu wartościowaniu, wspierające autonomię, promujące inkluzywność społeczną.

W przypadku wywiadu z noblistką mamy natomiast do czynienia z dylematem etycznym, ponieważ wspomniany materiał nie był nigdy wcześniej emitowany, nie był przypomnieniem rozmowy przeprowadzonej w przeszłości i odtworzonej ponownie. Wypowiedzi dotyczyły bieżących wydarzeń, a więc były komentarzem. Poetka podzieliła się m.in. opinią na temat twórczości laureatki Nagrody Nobla w dziedzinie literatury w 2024 r. Han Kang: „Jej *Wegetarianka* to nie tylko literackie arcydzieło, ale też odważna refleksja nad ludzką naturą, co sprawia, że czuję do niej wielki szacunek”[36]. Mimo że na publikację rozmowy zgodę wyraził prezes Fundacji Wisławy Szymborskiej Michał Rusinek, pomysł został skrytykowany z uwagi na nieetyczny wymiar wykorzystania jej wizerun-

[35] Zob. M. Drożdż, *Etyka mediów w obronie wartości*, Kraków 2019, s. 30.

[36] Zob. P. Laskosz, *Radio Kraków w ogniu krytyki. AI zamiast prawdziwych dziennikarzy*, TVN24, https://www.youtube.com/watch?v=j_1gO9ABAuY, dostęp z dn. 1.12.2024.

ku poprzez przypisanie jej wypowiedzi, których autorką nigdy nie była[37]. Warto zauważyć, że oprócz pytań o zachowanie szacunku wobec zmarłej ten rodzaj użycia sztucznej inteligencji może być niebezpiecznym narzędziem służącym do manipulowania odbiorcami. Nawet jeśli w tym przypadku miał być jedynie niegroźnym eksperymentem, a dyskusja na temat projektu miała toczyć się na antenie publicznego nadawcy oraz na kanale tematycznym Radio Kraków Kultura (w audycji pt. *Sztuczna inteligencja: co nam daje, co zabiera?*), być realizowana we współpracy z naukowcami, publicystami oraz prawnikami, to jako odbiorcy moglibyśmy zadać nieco prowokacyjne pytanie o to, czy wyemitowana treść naprawdę była tym, za co ją uznajemy – wywiadem, rozmową?

Z definicji dostępnej w *Słowniku terminologii medialnej* wynika, że rozmowa to „odmiana wywiadu; najczęściej zapis (prasowy, radiowy, telewizyjny) wymiany myśli i poglądów między kilkoma osobami"[38]. Definicja podkreśla osobową naturę komunikacji, której trudno dopatrywać się w kontekście systemu binarnego. Nie posiada on własnych poglądów, a treści prezentowane jako „własne myśli" mają jedynie charakter odtwórczy. Są stworzone (wygenerowane) na podstawie danych, wzorców językowych zaprogramowanych i dostarczonych przez człowieka, którym system binarny zdecydowanie nie jest. W przeciwieństwie do prawdziwego rozmówcy, osoby ludzkiej posiadającej świadomość i zdolność do refleksji, sieci neuronowe ilustrują jedynie zaawansowaną symulację przypominającą dialog, która tworzy iluzję komunikacji międzyludzkiej, a tym samym komunikacji medialnej.

Czy w natłoku informacji, fake newsów człowiek będzie miał potrzebę, aby docierały do niego treści zmyślone, wygenerowane automatycznie? Pozostaje także pytanie o funkcje środków masowego przekazu, których działanie miałoby być tak silnie oparte na narzędziach sztucznej inteligencji jak w omawianym przypadku. Wymyśleni prezenterzy rozmawiający ze zmarłymi osoba-

[37] Zob. V. Gera, *Polish radio station replaces journalists with AI 'presenters'*, dz. cyt.

[38] Zob. *Rozmowa* [hasło], [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 190.

mi stali się naszą rzeczywistością jedynie na tydzień, jednak to wystarczający czas, by wzbudzić refleksje na temat dalszych możliwych kierunków rozwoju komunikacji medialnej. Wykorzystanie narzędzi sztucznej inteligencji w formie zaproponowanej przez krakowską rozgłośnię radiową wzbudza kontrowersje, które dotarły aż za ocean, ale stanowi także lukę badawczą i może być inspiracją do prowadzenia badań, które powinny uwzględniać nowe teorie mediów. Jeden z kierunków mógłby prowadzić do personalizmu etycznego, ponieważ za sprawą wzrostu popularności powszechnego wykorzystywania narzędzi sztucznej inteligencji człowiek jest istotą w świecie mediów[39], ale obecnie także w przestrzeni awatarów, co wzmaga potrzebę refleksji nad godnością osoby oraz odpowiedzialnością za obecność i działanie w sferze cyfrowej, które to działanie jest elementem charakterystycznym człowieka.

W tym kontekście warto ponownie odwołać się do myśli personalistycznej Karola Wojtyły i prof. Michała Drożdża. Zgodnie z nurtem personalistycznym rozwijanym przez Wojtyłę oraz podejściem do etyki mediów w tym ujęciu człowiek odkrywa się, ujawniając swoją tożsamość (również intelektualnie) przez sposób, w jaki podejmuje decyzje i realizuje je w działaniu. Takie akty znajdują swój wyraz także w mediosferze, zmediatyzowanej przestrzeni obecności i działalności człowieka. W każde działanie wpisany jest wymiar etyczny, a czyny – również wypowiedziane słowa – mogą być poddane moralnej ocenie. W związku z tym, że sztuczna inteligencja i jej narzędzia nie posiadają umysłu, to nie posiadają także świadomości, która jest wpisana w człowieka jako osobę. Świadomość, czyn, rozumienie i doświadczenie są ze sobą ściśle skorelowane i umiejscowione w człowieku – osobie, która dany czyn popełnia intencjonalnie i zgodnie ze swoją wolną wolą[40]. Wobec tego, niezależnie od postępu technologicznego „podstawowym wymiarem mediów jest komunikacja wartości, która się dokonuje zawsze w perspektywie określonych, świadomych lub nieświadomych powinności i celów […] na fundamencie tzw. normy personalistycznej, która obejmuje zarówno sferę cnót,

[39] Zob. *Człowiek w świecie mediów*, dz. cyt.

[40] Zob. K. Wojtyła, *Osoba i czyn,* Kraków 1985, s. 30-35.

przekonań, doświadczenia wartości, jak i sferę odkrywanych w nich wewnętrznych zasad wyboru i działania”[41], co jest kluczowe w kontekście dokonujących się zmian w cyfrowym świecie, w którym coraz bardziej zacierają się granice pomiędzy tym, co ludzkie, a zautomatyzowane. Narzędzia sztucznej inteligencji nie stanowią jednak bezpośredniego zagrożenia, ale człowiek. On to swoim działaniem powinien okazywać troskę o innych, stać na straży godności, prawdy i dobra, aby media mogły nam służyć w duchu pozytywnych wartości, być areną dyskusji, ale także przestrzenią aksjologiczną tworzoną przez niego i na jego użytek, wspieraną przez sieci neuronowe.

W pracy dziennikarzy narzędzia sztucznej inteligencji mogą usprawniać przygotowanie materiałów, research, dokumentację[42]. Pewnym jest, że przyszłość środków masowego przekazu będzie naznaczona obecnością tych narzędzi. Niekoniecznie w formie awatarów, ale – zdaniem Marcina Pulita – narzędzia sztucznej inteligencji „będą się dynamicznie rozwijać, będą czymś absolutnie naturalnym – stosowanym w mediach, ale nigdy nie zastąpią człowieka”[43]. To istotne rozróżnienie: człowiek nie może być zdegradowany do roli biernego odbiorcy lub operatora technologii, ponieważ jego obecność i działanie jest gwarantem sensu, chociaż biorąc pod uwagę zaawansowanie dostępnych narzędzi, media mogłyby funkcjonować samoistnie. Należy zadać sobie jednak pytanie: czy właśnie takich środków masowego przekazu byśmy chcieli jako twórcy, odbiorcy i uczestnicy komunikacji medialnej?

To personalny wymiar mediosfery, oparty na prymacie osoby ludzkiej, przypomina nam o uniwersalnym kierunku, który powinien być nieodłącznym elementem dalszego rozwoju środków masowego przekazu w myśl zasady: „media dla człowieka, nie człowiek dla mediów”[44].

[41] Zob. M. Drożdż, *Aksjologiczne zakorzenienie deontologii medialnych*, dz. cyt., s. 230.

[42] *Wywiad z Marcinem Pulitem* (wywiad własny), 2025, 01:31:21.50.

[43] Tamże, 01:33:14.49.

[44] Zob. M. Drożdż, *Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów*, Tarnów 2005.

OFF Radio Kraków dzisiaj

Marcin Pulit w rozmowie przeprowadzonej przez autorów niniejszej publikacji 15 stycznia 2025 r. w siedzibie Radia Kraków wskazał na kierunek dalszych zmian w OFF Radiu Kraków. Wśród nich wymienił zaangażowanie studentów dziennikarstwa i młodych adeptów tej profesji w tworzenie audycji[45].

Odnotować należy, że po oświadczeniu z 28 października 2024 r., pierwszy post w mediach społecznościowych, a konkretnie na profilu facebookowym programu, opublikowany został 22 listopada 2024 r. Była to zapowiedź transmisji meczów Betclic 1 Ligi[46]. Potem profile OFF Radia Kraków „zamilkły", by odżyć na nowo w lutym 2025 r. To wtedy poinformowano, że rusza nowe pasmo „OFF Course!". W rolce, która opublikowana została w mediach społecznościowych 10 lutego 2025 r., młody mężczyzna – Piotr Bukański (nauczyciel akademicki, zarządzający akademickim Radiem „Stacja 4" przy Uniwersytecie Ignatianum w Krakowie) zapowiadał godziny emisji i zapewniał, że będzie to „mały przegląd Internetu. (…) Będzie ciekawie, będzie studencko, będzie muzycznie i przede wszystkim będzie offowo"[47]. Z artykułu, do którego przekierowywał post, dowiedzieć można było się m.in. o nowym profilu OFF Radia Kraków. „OFF Radio Kraków definiuje grupę docelową w wieku 18-25 lat. Zawsze istnieje konflikt pokoleń, więc pomyśleliśmy, że nikt lepiej nie zrozumie młodych ludzi niż oni sami. Dlatego oddaliśmy to pasmo we władanie studentom. To wspaniali ludzie, reprezentujący grupę, którą chcemy zainteresować. Mają różne poglądy, studiują różne kierunki, niekoniecznie dziennikarstwo. Nie mają dużego doświadczenia, dlatego prosimy o wyrozumiałość przy drobnych potknięciach. Cieszymy się jednak, że uczą się z nami. Pracują w profesjonalnym studiu, na tym samym sprzęcie i oprogramowaniu, którego używamy do budowania

[45] Wywiad z Marcinem Pulitem (wywiad własny), 2025.

[46] Zob. OFF Radio Kraków, *Transmisje na antenie OFF'a…* [post z dn. 22.11.2024], https://www.facebook.com/share/p/1AXw5AW15C/?mibextid=wwXIfr, dostęp z dn. 16.05.2025.

[47] Zob. OFF Radio Kraków, *Nowe pasmo…* [post z dn. 10.02.2025], https://www.facebook.com/reel/1140981567488513/, dostęp z dn. 16.05.2025.

głównego programu Radia Kraków. Trudno o lepsze miejsce do zdobywania doświadczeń. Trzeba dodać, że ja także uczę się od nich każdego dnia" – cytowano słowa Pawła Sołtysika, nazywanego w tekście kierownikiem stacji[48].

Od tej pory treści pojawiają się regularnie. Zapowiedzi kolejnych audycji publikowane są w mediach społecznościowych, zarówno na profilu facebookowym, jak i na Instagramie. Pojawiają się również informacje o transmisjach meczów. Warto zwrócić uwagę na to, że niemal za każdym razem bohaterami rolek czy grafik są prowadzący, którzy w naturalny, swobodny sposób dzielą się tematami, które poruszać będą później na antenie. Trudno pozbyć się wrażenia, że po zakończeniu „eksperymentu" OFF Radio Kraków na każdym kroku podkreśla i udowadnia, że stawia na ludzi, a nie wirtualne awatary. Znamienne jest jednak to, że w zakładce „Kontakt" na oficjalnej stronie stacji prowadzący wymienieni są wprawdzie z imienia i nazwiska, ale towarzyszy im nagłówek „Współpracownicy"[49].

3. Podsumowanie

Analiza zastosowań sztucznej inteligencji w radiu oraz studia przypadków wdrożeń pozwalają sformułować szereg wniosków dotyczących obecnego stanu i przyszłych kierunków rozwoju radiofonii w erze AI. Przede wszystkim widać wyraźnie, że sztuczna inteligencja staje się integralną częścią ekosystemu mediów audio, oferując realne korzyści w postaci automatyzacji rutynowych zadań, możliwości personalizacji przekazu i tworzenia nowych formatów. Radio, aby pozostać konkurencyjne i atrakcyjne dla nowych pokoleń odbiorców, prawdopodobnie będzie musiało zaadaptować pewne rozwiązania AI – tak jak adaptowało wcześniejsze innowacje (radio internetowe, podcasty, streaming, kontakt z mediów społecznościowych na antenie). Jednak tempo i zakres tej adaptacji

[48] OFF Radio Kraków, *Nowe pasmo w OFF Radio Kraków!*, https://off.radiokrakow.pl/newsy/nowe-pasmo-w-off-radio-krakow, dostęp z dn. 15.05.2025.

[49] OFF Radio Kraków, *Kontakt*, https://off.radiokrakow.pl/kontakt, dostęp z dn. 16.05.2025.

powinny być dostosowane do kontekstu społecznego i kulturowego działania danej rozgłośni. Przykłady przedstawione w artykule pokazują, że zbyt gwałtowne lub nie do końca przemyślane wdrożenie AI (jak w OFF Radio Kraków) może spotkać się z ostrą reakcją negatywną, podczas gdy stopniowe i transparentne eksperymenty (jak w BBC) pozwalają oswoić odbiorców i dziennikarzy z nową technologią bez naruszania zaufania.

Z perspektywy medioznawczej można stwierdzić, że rola człowieka w radiu pozostaje kluczowa – nawet jeśli AI przejmie wiele zadań, to człowiek nadaje kierunek, interpretuje świat i buduje relację ze słuchaczem. AI jest narzędziem, które może podnosić poziom pracy redaktorów, ale nie powinna ich całkowicie zastępować tam, gdzie chodzi o opinię, emocje czy odpowiedzialność moralną. W przeciwnym razie grozi nam spłaszczenie przekazu i utrata unikalnej wartości radia, jaką jest tożsamość twórcy. Jednocześnie dziennikarze i pracownicy radia muszą się przygotować na zmianę kompetencji: praca z AI stanie się częścią ich zawodu. Szkolenia z obsługi narzędzi AI, uczenie się krytycznego nadzoru co do tekstów wygenerowanych przez algorytmy, a także rozwijanie kreatywności (tam, gdzie AI jest schematyczna) – to wszystko elementy nowych wyzwań w edukacji medialnej i rozwoju zawodowym kadr radiowych.

AI w radiu stanowi technologię wysokiego wpływu: umożliwia optymalizację procesów, poszerza repertuar formatów i wzmacnia relacyjność medium dzięki personalizacji, ale jej efektywność i akceptowalność zależą od mądrego osadzenia w praktykach redakcyjnych. Optymalny paradygmat wdrożeniowy to powiększanie możliwości stacji, w której systemy AI wspomagają pracę ludzi – przy zachowaniu suwerenności decyzji redaktorskich, obowiązków weryfikacyjnych, zgodności z prawem oraz przejrzystości wobec audytoriów. W perspektywie strategicznej o przewadze decydować będzie nie sam dostęp do modeli, lecz zdolność do ich odpowiedzialnego użycia: jakościowe dane, rzetelne procedury zapewniające jakość redakcyjno-techniczną (QA), jawna polityka oznaczania materiałów przygotowanych przez AI i klarowne zasady korzystania ze syntetyzowanego głosu. Tak rozumiane wdrożenia wzmacniają podstawowy kapitał

radiofonii – zaufanie – i tworzą warunki do zrównoważonej innowacji, w której automatyzacja nie wygasza, lecz amplifikuje kreatywność i misję publiczną.

Podsumowując, sztuczna inteligencja w radiu to zjawisko nieuniknione, ale jego ostateczny kształt zależy od mądrości i odpowiedzialności ludzkich decydentów. Radio przyszłości może stać się medium jeszcze bardziej interaktywnym, dostępnym i wszechobecnym dzięki AI – pod warunkiem, że nie zatraci swej ludzkiej twarzy i społecznej wiarygodności. Najbliższe lata przyniosą zapewne kolejne eksperymenty i udoskonalenia technologiczne. Warto, aby towarzyszyła im pogłębiona refleksja medioznawcza oraz dialog wszystkich zainteresowanych stron: nadawców, dziennikarzy, słuchaczy, informatyków i etyków. Tylko w ten sposób radio XXI w. pozostanie nowoczesne, a zarazem zakorzenione w m.in. personalistycznych wartościach, które czynią je ważnym elementem komunikacji społecznej.

Literatura

ag, *KRRiT reaguje na AI w Off Radiu Kraków. „Kłamstwa likwidatora"*, https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/krrit-off-radio-krakow-ai-prezenterzy-abonament-rtv-finansowanie, dostęp z dn. 24.11.2024.

AIBase, *Polish Radio OFF Radio Krakow Fully Adopts AI Hosts, Causing Industry Shock*, https://www.aibase.com/news/12738, dostęp z dn. 4.05.2025.

Bochyńska N., *Sztuczna inteligencja w OFF Radio Kraków. Czego nauczył nas ten „eksperyment"?*, https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/sztuczna-inteligencja-w-off-radio-krakow-czego-nauczyl-nas-ten-eksperyment/, dostęp z dn. 4.05.2025.

Bond S., *BBC Launches Artificial Intelligence Tool To Read Its Articles To Listeners*, https://www.npr.org/2020/11/26/939286983/bbc-launches-artificial-intelligence-tool-to-read-its-articles-to-listeners, dostęp z dn. 4.05.2025.

Broadband TV News, *Antenne Deutschland launches Germany's first AI radio station*, https://www.broadbandtvnews.com/2023/07/18/antenne-deutschland-launches-germanys-first-ai-radio-station/, dostęp z dn. 4.05.2025.

Buczkowski P., *Off Radio Kraków pozbywa się żywych dziennikarzy…* [wpis z dn. 22.10.2024], https://x.com/buczkowskipawel/status/1848645742828667333?s=46, dostęp z dn. 23.11.2024.

CNN, *Polish radio station replaces journalists with AI 'presenters',* online, https://edition.cnn.com/2024/10/24/media/polish-radio-ai-presenters-scli-intl/index.html, dostęp z dn. 24.11.2024.

Dang S., *Global audiences suspicious of AI-powered newsrooms, report finds*, https://www.reuters.com/technology/artificial-intelligence/global-audiences-suspicious-ai-powered-newsrooms-report-finds-2024-06-16/, dostęp z dn. 4.05.2025.

Demski, M., *Kochani, zwracam się do Was z ważną dla mnie (i wierzę, że w pewnym sensie dla Was wszystkich) sprawą…* [post z dn. 22.10.2024], https://www.facebook.com/matdemski/posts/pfbid02Gtm7hJj8EpYrzCDEjnWwYQYQL4MWPbbjrJito4dhrGv1t9Pv5P6GEjWmB5ADu7M4l, dostęp z dn. 21.10.2024.

Dobkin R., *Polish Radio Station Stirs Controversy by Replacing Hosts With AI*, https://www.newsweek.com/polish-off-radio-krakow-ai-controversy-1973662, dostęp z dn. 13.05.2025.

Drożdż M., *Aksjologiczne zakorzenienie deontologii medialnych,* [w:] *Człowiek w świecie mediów*, red. M. Drożdż, I.S. Fiut, Kraków – Kielce 2012.

Drożdż M., *Etyka mediów w obronie wartości*, Kraków 2019.

Drożdż M., *Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów,* Tarnów 2005.

Forristal L., *Radio station gets part-time AI DJ based on its midday host*, https://techcrunch.com/2023/06/14/radio-station-gets-part-time-ai-dj-based-on-its-midday-host/, dostęp z dn. 4.05.2025.

Furtáková L., Janáčková Ľ., *AI in Radio: The Game Changer You Did Not Hear Coming*, [w:] Marketing Identity: AI – The Future of Today, red. M. Prostináková Hossová, M. Martovič, M. Solík, Trnava 2023.

Gera V., *Polish radio station replaces journalists with AI 'presenters'*, https://apnews.com/article/poland-media-artificial-intelligence-radio-cbae-50063b8f125c99a4a0f6d3ee82d8, dostęp z dn. 13.05.2025.

Harwell D., *iHeartMedia laid off hundreds of radio DJs. Executives blame AI. DJs blame the executives*, https://www.washingtonpost.com/technology/2020/01/31/iheartmedia-radio-artificial-intelligence-djs/, dostęp z dn. 4.05.2025.

Higgins A., *An 'Interview' With a Dead Luminary Exposes the Pitfalls of A.I.*, https://www.nytimes.com/2024/11/03/world/europe/poland-radio-station-ai.html, dostęp z dn. 13.05.2025.

Jędrzejewski S. i in., *Sztuczna inteligencja w radiu. Ona już tam jest*, https://www.press.pl/tresc/84666,sztuczna-inteligencja-w-radiu-ona-juz-tam-jest, dostęp z dn. 4.05.2025.

Kowalczyk K.A., *Dwa słowa o wywiadzie OFF Radio Kraków…* [wpis z 23.10.2024], https://x.com/kakowalczyk/status/1849090963945189798?s=46, dostęp z dn. 23.11.2024.

Łącka M., *Raz jeszcze o sztucznej inteligencji prowadzącej programy w Radiu Off Kraków…* [post z dnia 23.10.2024], https://www.facebook.com/1762456183/posts/10212545126980808/?rdid=nfopq6DwbmWnZ7Y-O&share_url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fshare%2F15NatkiH31%2F, dostęp z dn. 23.11.2024.

Nowakowska N., Interia, *Echa zmian w OFF Radio Kraków. Komentarze zagranicznych mediów*, https://wydarzenia.interia.pl/zagranica/news-echa-zmian-w-off-radio-krakow-komentarze-zagranicznych-medio,nId,7842572#utm_source=paste&utm_medium=paste&utm_campaign=chrome, dostęp z dn. 24.11.2024.

OFF Radio Kraków, *Czego dowiedzieliśmy się o AI i nas samych – podsumowanie eksperymentu OFF Radia Kraków,* https://off.radiokrakow.pl/newsy/czego-dowiedzielismy-sie-o-ai-i-nas-samych-podsumowanie-eksperymentu-off-radia-krakow, dostęp z dn. 24.11.2024.

OFF Radio Kraków, *Czego dowiedzieliśmy się o AI i nas samych*… [post z dn. 28.10.2024], https://www.facebook.com/share/p/15Jftb6HzW/?mibextid=wwXIfr, dostęp z dn. 12.05.2025.

OFF Radio Kraków, *Kontakt*, https://off.radiokrakow.pl/kontakt, dostęp z dn. 16.05.2025.

OFF Radio Kraków, *Nasłuchujcie, jak zmienia się OFF*… [post z dn. 24.09.2024], https://www.facebook.com/share/p/16j49MC2DA/?mibextid=wwXIfr, dostęp z dn. 12.05.2025.

OFF Radio Kraków, *Nowe pasmo w OFF Radio Kraków!*, https://off.radiokrakow.pl/newsy/nowe-pasmo-w-off-radio-krakow, dostęp z dn. 15.05.2025.

OFF Radio Kraków, *Nowe pasmo*… [post z dn. 10.02.2025], https://www.facebook.com/reel/1140981567488513/, dostęp z dn. 16.05.2025.

OFF Radio Kraków, *OFF na nowo*, https://off.radiokrakow.pl/newsy/off-na-nowo, dostęp z dn. 21.11.2024.

OFF Radio Kraków, *Transmisje na antenie OFF'a*… [post z dn. 22.11.2024], https://www.facebook.com/share/p/1AXw5AW15C/?mibextid=wwXIfr, dostęp z dn. 16.05.2025.

Pisarek W., *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.

Radio Ink, *University of Florida Examines Ethics of AI in Radio*, https://radioink.com/2023/06/27/university-of-florida-examines-ethics-of-ai-in-radio/, dostęp z dn. 4.05.2025.

Radio Kraków, *Posłuchaj jak brzmi OFF Radio Kraków tworzone przy udziale narzędzi sztucznej inteligencji*, https://www.radiokrakow.pl/aktualnosci/off-radio-krakow-pierwsze-radio-niemal-w-calosci-tworzone-przez-sztuczna-inteligencje/, dostęp z dn. 21.11.2024.

Schwartz E., *BBC Radio Hosts Use Deepfake AI to Swap Voices*, https://voicebot.ai/2022/10/26/bbc-radio-hosts-use-deepfake-ai-to-swap-voices/, dostęp z dn. 4.05.2025.

Ślipko T., *Historia etyki*, Kraków 2020.

TVN24, *Radio Kraków w ogniu krytyki. AI zamiast prawdziwych dziennikarzy*, TVN24, https://www.youtube.com/watch?v=j_1gO9ABAuY, dostęp z dn. 1.12.2024.

Venta L., *iHeartMedia Plans to Use Artificial Intelligence 'to the Fullest'*, https://www.radioworld.com/news-and-business/iheartmedia-plans-to-use-artificial-intelligence-to-the-fullest, dostęp z dn. 4.05.2025.

Wojtyła K., *Osoba i czyn*, Kraków 1985.

Ziaja B., *Redaktor naczelny Radia Kraków: nie zamierzam nikogo zastępować sztuczną inteligencją*, https://www.radiokrakow.pl/audycje/redaktor-naczelny-radia-krakow-nie-zamierzam-nikogo-zastepowac-sztuczna-inteligencja, dostęp z dn. 24.11.2024.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.07

Paweł Rytel-Andrianik[*]
https://orcid.org/0000-0002-0227-3462
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II https://ror.org/04qyefj88

Sekcja Polska Radia Watykańskiego 1940-1941. Wyzwania etyczne i bezpieczeństwa

Abstract:

The Polish Section of Vatican Radio, 1940-1941: Ethical and Security Challenges. The article presents the communication of the Polish Section of Vatican Radio during the Second World War, based on preserved broadcast transcripts (13 January 1940 – 30 December 1941). In addition to reporting on the activities of the Pope and the Holy See, the broadcasts informed listeners about the unlawful and brutal actions of the occupiers and "the agony of the Polish nation." They also documented "the consequences of godless atheism, whether brown or red." The Polish Section of Vatican Radio firmly denounced the actions of the occupiers in other countries as well. It also reported on the unlawful measures undertaken by the Germans against their own citizens.

In April 1941, a radical change occurred in the communication of the Polish Section of Vatican Radio. Such uncompromising reporting on the situation in Poland and other countries provoked sharp protests from the occupying authorities. It was observed that, alongside the criticisms aired by Vatican Radio, acts of terror against the populations of occupied countries intensified. In this context, Pope Pius XII, through the Secretary of State, Cardinal Luigi Maglione, in a letter dated 28 April 1941, ordered a temporary

[*] Paweł Rytel-Andrianik – doktor orientalistyki Uniwersytetu Oksfordzkiego, doktor biblistyki i archeologii Studium Biblicum Franciscanum w Jerozolimie, profesor Papieskiego Uniwersytetu Świętego Krzyża w Rzymie, dyrektor Centrum Heschela na KUL; redaktor naczelny Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego – Vatican News i „L'Osservatore Romano". Był rzecznikiem Konferencji Episkopatu Polski (2015-2020).

suspension of broadcasts addressing anti-German topics. From that moment on, the programs avoided current wartime issues in Poland and other nations, focusing instead on the activities of the Pope, the Holy See, and the life of the Church in various countries. The adoption of this change was motivated by ethical concerns related to the safety of the listeners.

Sekcja Polska Radia Watykańskiego 1940-1941. Wyzwania etyczne i bezpieczeństwa. Artykuł ukazuje komunikację Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego podczas II wojny światowej na podstawie zachowanych zapisów audycji (13.01.1940 – 30.12.1941). Oprócz relacjonowania działalności papieża i Stolicy Apostolskiej informowano o bezprawnym i brutalnym działaniu okupantów oraz „o gehennie narodu polskiego". Dokumentowano także, „do czego prowadzi bezbożny ateizm, wszystko jedno brunatny czy czerwony". Polska sekcja Radia Watykańskiego w sposób stanowczy denuncjowała działania okupantów także w innych krajach. Informowała również o bezprawnych działaniach Niemców wobec własnych obywateli.

W kwietniu 1941 r. nastąpiła radykalna zmiana w komunikacji Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego. Tak bezkompromisowe podawanie informacji o sytuacji Polski i innych krajów spowodowało ostre protesty okupanta. Zauważono, że wraz z krytyką na falach Radia Watykańskiego wzmaga się terror wobec ludności krajów okupowanych. W tej sytuacji Pius XII przez sekretarza stanu kard. Luigiego Maglionego w liście z 28 kwietnia 1941 r. polecił wstrzymanie podejmowania tematów antyniemieckich na czas ograniczony. Odtąd audycje omijały bieżące kwestie wojenne Polski i innych krajów, a skupiały się na ukazywaniu działań papieża, Stolicy Apostolskiej oraz na życiu Kościoła w innych krajach. Przyjęcie takiej zmiany było podyktowane kwestiami etycznymi związanymi z bezpieczeństwem słuchaczy.

Keywords

Vatican Radio, Pius XII, Vatican, Second World War, Poland, Germany

Radio Watykańskie, Pius XII, Watykan, II wojna światowa, Polska, Niemcy

Wstęp

Radio Watykańskie zostało założone przez Guglielmo Marconiego, który jest wynalazcą radia. Pracował on na polecenie papieża Piusa XI. Pierwsza audycja została nadana 12 lutego 1931 r. Wtedy to Pius XI wygłosił pierwsze przemó-

wienie radiowe i udzielił słuchaczom błogosławieństwa *urbi et orbi*. Było to historyczne wydarzenie. Kościół zaczął posługiwać się najbardziej nowoczesnym środkiem komunikacji[1].

20 marca 1931 r. na falach Radia Watykańskiego wyemitowano przesłanie Piusa XI z okazji 40. rocznicy encykliki Leona XIII *Rerum novarum* w kilku językach. Po polsku odczytał je ks. Tadeusz Zakrzewski, ówczesny rektor Polskiego Papieskiego Instytutu Kościelnego w Rzymie. Wtedy po raz pierwszy język polski zaistniał na falach papieskiej rozgłośni[2]. Papież powierzył swą rozgłośnię jezuitom. Wówczas generałem tego zakonu był o. Włodzimierz Ledóchowski, który starał się o to, aby język polski był obecny w Radiu Watykańskim. Dnia 24 listopada 1938 r. o. Feliks Lasoń odprawił po polsku Mszę św. i nadał pierwszą audycję dla słuchaczy w Polsce. Odtąd w sposób systematyczny zaczęto nadawać audycje po polsku na antenie Radia Watykańskiego. Jak się okazało, znaczenie Radia Watykańskiego wzrosło jeszcze bardziej, także dla Polski i Polaków, podczas zbliżającej się wojny.

Podczas II wojny światowej Sekcja Polska Radia Watykańskiego przekazywała na bieżąco informacje zarówno z działalności papieża i Stolicy Apostolskiej, jak również z Kościoła powszechnego, ze szczególnym uwzględnieniem Polski. W związku z tym, że Radio Watykańskie było odbierane jako „głos papieża i Kościoła", redakcja stawała przed wieloma wyzwaniami, szczególnie podczas II wojny światowej. Widać to z zapisów audycji, które się zachowały, a pochodzą one z okresu od 13 stycznia 1940 do 30 grudnia 1941 r. Poniżej przytoczone zostały fragmenty audycji, które pozwalają na bezpośredni kontakt z treścią nadawanych informacji oraz charakterystycznym językiem i stylem narracji Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego.

---

[1] Zob. F. Bea, A. De Carolis, *Ottant'anni della Radio del Papa*, vol. I-II, Citta del Vaticano 2011.

[2] *„Głos papieża" po polsku. Z ks. Józefem Polakiem SJ – kierownikiem Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego – rozmawia Włodzimierz Rędzioch*, „Niedziela" 2008, nr 51, s. 10; *Polski głos z Watykanu. Z ks. Pawłem Pasierbkiem SJ – kierownikiem polskiej sekcji papieskiej rozgłośni – rozmawia Włodzimierz Rędzioch*, „Niedziela" 2018, nr 51, s. 30-31; A. Woźny, *Radio drogi. Papieska stacja wobec Polski stanu wojennego*, Kraków 2011.

Informowanie o sytuacji podczas wojny

W pierwszej audycji z 13 stycznia 1940 r. pod tytułem *Położenie Kościoła katolickiego w Polsce, znajdującej się pod okupacją niemiecką* przedstawiono sytuację w ojczyźnie, opisując wcielenie do Rzeszy terytoriów Polski. Zaznaczono tam, że „już obecnie zabroniono używania polskiej mowy w urzędach, szkołach". Wszyscy Polacy, którzy nie pozwalają się germanizować, mają być wysiedleni do Generalnej Guberni, gdzie „ma być zrobione miejsce przez usunięcie Żydów". Dodano, że „wszystko, co polskie, ma być z wymienionych obszarów z korzeniami wydarte. A ponieważ, co polskie, jest również od wieków katolickie, przeto można sobie wyobrazić, jak straszne skutki będzie mieć dla Kościoła katolickiego owa eksterminacja żywiołu polskiego". W tym momencie kończy się zapis audycji na maszynie do pisania, a redaktor dodał pismem ręcznym: „dokonywana przez Niemcy". Następnie jest komentarz redakcji do tych wydarzeń w Polsce: „Ale ufajmy! Im większe jest cierpienie narodu polskiego, im większa jest krzywda Kościoła Chrystusowego, jego niewinnych wyznawców, tym bliższe jest wybawienie. Bóg jest tuż, Bóg miłosierny i Bóg sprawiedliwy!".

Zaraz po tych słowach następuje druga wiadomość zatytułowana *Walka z Kościołem katolickim w Polsce wschodniej*. Podano do wiadomości, że Chruszczow – wtedy sekretarz Partii Komunistycznej w Kijowie – udał się w „dłuższą podróż informacyjną" na tereny Polski wcielone siłą do Związku Sowieckiego. Jak relacjonuje Radio Watykańskie, po powrocie z wyjazdu Chruszczow oświadczył, że „ludność Polska w prowincjach zabranych jest bardzo religijna. Wyprawa przeciw religii w Polsce musi być w nadzwyczaj dobry sposób przygotowana i przy pomocy wszystkich propagandystów intensywnie prowadzona". Według jego przekonania, jak relacjonuje Radio Watykańskie, „Sowiecki związek bezbożników musi wysłać do Polski wschodniej przynajmniej 25.000 wyszkolonych propagandystów". Po podaniu tej wiadomości następuje komentarz redakcyjny: „Możemy mu odpowiedzieć ze spokojem, że daremne będą jego i całej Bolszewii trudy. Ze sromotą opuścili plac boju z katolickiej Hiszpanii. Z tą samą sro-

motą chyłkiem wyniosą się z ziem polskich". Dodano, że komuniści dadzą takim postępowaniem jedynie okazję do wskrzeszenia tradycji bohaterskich unitów podlaskich. „Naród polski nie da sobie wydrzeć wiary ojców. Tak nam dopomóż Bóg!" – czytamy w zapisie audycji. Kolejnym punktem programu było czytanie na antenie encykliki papieża Piusa XII *Summi Pontificatus*. Audycja z 13 stycznia 1940 r. ukazuje jak w soczewce linię programową Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego. W kolejnych audycjach poruszano bieżące kwestie ze szczególnym podkreśleniem spraw dotyczących Polski.

Radio Watykańskie w sposób zdecydowany śledziło i denuncjowało działania okupantów. 27 stycznia 1940 r. informowano o przymusowych przesiedleniach z Pomorza, Wielkopolski i Śląska do Polski Centralnej, szczególnie dotykających dzieci pozostawione bez rodziców i rodziców pozbawionych dzieci, osoby zdrowe i chore, starsze oraz sparaliżowane – narażone na mróz, bez napoju i pożywienia. „I pomyśleć, że taki los ma spotkać osiem milionów Polaków zamieszkujących od wieków swoje polskie ziemie"[3].

Redakcja Polska informowała także o działaniach na terytoriach wschodnich Polski. Cytując „L'Osservatore Romano", które powołuje się na prasę szwajcarską, podano 4 kwietnia 1940 r., iż „komisariat ludowy dla poczt i telegrafów zarządził, by kierownicy urzędów pocztowych i telegraficznych w Polsce okupowanej przez Sowietów nie przyjmowali żadnej korespondencji pocztowej i telegraficznej pochodzącej z Państwa Watykańskiego, ponieważ – jak brzmi okólnik komisariatu sowieckiego – Watykan nie istnieje ani jako państwo, ani jako miasto"[4].

W tej samej audycji poinformowano o wielkich nakładach osobowych i finansowych propagandy sowieckiej, która zorganizowała 15 tys. spotkań mających indoktrynować Polaków. Zwrócono także uwagę na działania medialne: „«Bezbożnik», organ ateuszów moskiewskich, pisze, że represje przeciw religii nie mogą być dłużej odkładane, gdyż niedawne rozruchy, które wybuchały w ca-

[3] Dicasterium pro Communicatione [dalej: DPC], Sekcja Polska, *Audycja z 27.01.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[4] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 4.04.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

łej Polsce zajętej, są dziełem «elementów religijnych». Ten sam organ, jak zresztą i inne dzienniki, pisze z uznaniem o zasługach władz niemieckich na polu prześladowania religii katolickiej i publicznie dziękuje dr Frankowi, generalnemu Gubernatorowi ziem polskich, za to, co już w tym względzie uczynił, i zapowiada pierwsze przez niego powzięte zarządzenia przeciw Kościołowi i religii w Polsce"[5]. Jak wynika z przedstawionych przykładów, słownictwo użyte ukazuje bezpośredni styl komunikacji na temat Polski w ówczesnej sytuacji ojczyzny.

Polska Sekcja Radia Watykańskiego informowała także, jak na świecie jest odbierana sytuacja Polski. I tak dla przykładu podano do wiadomości, że prasa japońska poświęca wiele miejsca Polsce. „We wszystkich dziennikach odczuwa się żywą sympatię dla narodu polskiego, któremu Japończycy życzą lepszej przyszłości"[6]. Dodano, iż w Tokio zorganizowano zbiórkę na rzecz Czerwonego Krzyża.

Redakcja informowała także o działalności czy apelach kard. Augusta Hlonda. I tak w audycji z 2 maja 1940 r. podano, że prymas Polski napisał do prymasa Irlandii kard. Josepha MacRory'ego, że ówczesne „prześladowanie wiary jest o wiele okrutniejsze i groźniejsze niż kiedykolwiek indziej (…) bezbożnictwo zalewa Europę i na słaby tylko trafia opór"[7].

Informowano także, iż w Niemczech jest w sprzedaży „Biblia niemiecka, oczyszczona z wszystkich naleciałości żydowskich". Wyjaśniono, że jest ona kompilacją fragmentów Nowego Testamentu wraz z komentarzami. „Wszelkie wspomnienia o Betlejem są usunięte. Jezus urodzony jest w Galilei, gdzie zamieszkiwały różne rasy i dlatego mógł być «czystej krwi aryjczykiem»" – czytamy w zapisie audycji z 9 czerwca 1940 r.[8]

Jednocześnie uważnie obserwowano to, co dzieje się na wschodniej części okupowanej Polski. W audycji z 25 czerwca 1940 r. informowano o rozpoczęciu masowego wywożenia w nieznanym kierunku polskich dzieci ze Lwowa.

[5] Tamże.

[6] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 2.05.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[7] Tamże. Cytując tę wypowiedź, powołano się na „Tygodnik Polski" z 1940 roku (nr 14/4).

[8] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 9.05.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Zabierano je ze szkół ciężarówkami i wywożono do najbliższej stacji, stamtąd zaś – w nieznane. Działo się to bez wiedzy rodziców. „Niektórym matkom udało się jednak na drodze ze szkoły do stacji odnaleźć swoje dzieci, których jednak nie zdołały uchronić przed wywiezieniem, tylko osiągnęły tyle, że mogły wraz z nimi wyjechać”[9].

Tak wiele razy i bardzo zdecydowanie mówiono o dramatycznej sytuacji Polaków na okupowanych terenach, że 27 stycznia 1940 r. podano wyjaśnienie, dlaczego tak się dzieje. Tym bardziej że – jak zaznaczono – „może się komuś wydawać, że zbyteczną jest rzeczą mówić do Polaków o prześladowaniach Kościoła Katolickiego w Polsce. Wszak oni dobrze o tym wiedzą, owszem lepiej wiedzą niż ludzie przebywający za granicą, wszak oni na sobie samych tego okrutnego prześladowania doznają”[10].

Jako argumenty przemawiające za potrzebą takich audycji podano, że chcą o tym mówić, „by udręczony naród był świadom tego, iż świat wie o jego cierpieniu, że myśli o nim i współczuje z nim i modli się za nim do miłosiernego Boga”[11]. Ponadto mówiono „o gehennie narodu polskiego, by zadokumentować wobec świata, do czego prowadzi bezbożny ateizm, wszystko jedno brunatny czy czerwony”[12]. Trzecim powodem było to, by „na bolesnym przykładzie wykazać”, iż pokój i zgoda mogą zapanować, jeśli wszystkie narody będą wprowadzały w życie Ewangelię.

Bardzo rzadko zdarzały się korekty audycji, będące decyzją przełożonych. Jedna z takich korekt jest widoczna w audycji z 15 lutego 1940 r. Wersja pierwotna zawierała zapis: „Drodzy radiosłuchacze. Naród polski do niedawna wolny, został wydany na łup dwóch śmiertelnych wrogów, nie mających względu na prawa ni Boże, ni ludzkie. Przez niesprawiedliwą agresję militarną obalono pol-

[9] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 25.05.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[10] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 27.01.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[11] Tamże.

[12] Tamże.

ski organizm państwowy, a przez obecne krwawe rządy dąży się do radykalnego wytępienia samego narodu polskiego i jego świętej wiary”[13].

Korektor napisał, że to zasadniczo prawda, co napisane, ale lepiej zmienić, aby nie było *troppo generale e ostile*. Nowa wersja brzmiała następująco: „Polska do niedawna wolna, dostała się nagle pod zarząd sprzymierzonych ze sobą ateizmów nacjonalistycznego i bolszewickiego. Reżimy te przez niesprawiedliwą agresję militarną obaliły polski organizm państwowy, a przez obecne rządy dążą do ugruntowania swego panowania na ziemiach polskich, a czynią to sposobami, których surową i sprawiedliwą ocenę wyda kiedyś historia”. Ten przykład obrazuje, jakiego rodzaju były korekty.

Postawa Piusa XII wobec Polski i Polaków

Radio Watykańskie na bieżąco informowało o działaniach pokojowych Piusa XII, jak również o jego pomocy dla Polaków[14]. „Nieprzyjaźni ludzie, korzystając z tragicznego położenia Polaków, starają się zaszczepić w ich sercach nieufność i niechęć do Stolicy Św[iętej] i do Ojca Św[iętego], i w konsekwencji podkopać ich wiarę, która zawsze była najsilniejszym fundamentem siły moralnej i patriotyzmu narodu Polskiego”[15] – podano w jednej z audycji jako pewne podsumowanie sytuacji oraz powód działań niektórych środowisk. W różnych audycjach podawano przykłady zaangażowania papieża Piusa XII w pomoc Polakom.

W audycji z 14 marca 1940 r. jest mowa o tym, że Pius XII do końca chciał zapobiec wojnie. Po południu 31 sierpnia na prośbę papieża zostali wezwani do Sekretariatu Stanu ambasadorowie Niemiec, Polski, Francji, Włoch i Wielkiej Brytanii. Sekretarz stanu kard. Luigi Maglione wręczył im list od papieża Piusa XII

[13] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 15.02.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[14] Kwestia postawy Piusa XII wobec Polski została ostatnio ukazana m.in. w: *Inwentarz Archiwum Historycznego Sekretariatu Stanu Stolicy Apostolskiej. Zespół Piusa XII*, t. 1, wstęp i oprac. A. Szpotański, Wrocław – Warszawa 2025.

[15] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 01.10.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

o treści: „Watykan 31 sierpnia 1939 r. Ojciec Święty nie traci nadziei, że pertraktacje będące w toku mogą doprowadzić do sprawiedliwego i pokojowego rozwiązania zatargu, o który świat cały nie przestaje się modlić. Błaga więc Jego Świątobliwość w imię Boga rządy Niemiec i Polski, by uczyniły wszystko w celu uniknięcia jakiegokolwiek incydentu i by powstrzymały się od przedsięwzięcia jakichkolwiek kroków mogących pogorszyć aktualne napięcie. Rządy zaś Anglii, Francji i Włoch prosi, by poparły tę Jego akcję”[16].

W tej samej audycji informowano o pomocy papieża dla polskich uchodźców, którzy przybywali do Rumunii. Jak informowano, „Ojciec Święty, zatroskany o ich los, wysłał poważną sumę pieniężną, by przyjść im z pomocą”[17].

Także w tej audycji wspomniano encyklikę Piusa XII *Summi Pontificatus*, w której pisze o Polsce, gdzie „niezliczone rodziny ogarnęła śmierć, opuszczenie, żałoba i nędza”. Polska właśnie „domaga się jak najsłuszniej od wszystkich współczucia ludzkiego i braterskiego”[18].

W audycji z 25 lipca 1940 r. informowano, że „Ojciec Święty udzielił większej pomocy materialnej dla Polaków w Rzymie zostających bez środków do życia, a drugą równie wielką kwotę przeznaczył dla uchodźców polskich przebywających w Portugalii”. Dodano, że „nie mniejszą troskliwością otacza Ojciec Święty uchodźców dotkniętych wojną i w innych krajach”[19].

W grudniu 1940 r. bardzo szeroko informowano o „opiece Stolicy Apostolskiej nad uchodźcami polskimi”. Pius XII jest nazywany miłosiernym Samarytaninem ze względu na ogromną pomoc materialną i duchową dla Polaków na uchodźstwie. „Dzięki wielkiej hojności Ojca Świętego od pół roku działa przy Nuncjaturze Apostolskiej w Rzymie specjalne Biuro Pomocy dla polskich uchodźców”[20].

---

[16] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 14.03.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[17] Tamże.

[18] Pius XII, *Summi Pontificatus*, tłum. Radio Watykańskie.

[19] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 25.07.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[20] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 17.12.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Interesujące jest to, że – według relacji zawartych w zapisach audycji Radia Watykańskiego – sam papież miał świadomość, że Polacy mają jego obraz, który nie odpowiada rzeczywistości. W audycji z 10 czerwca 1941 r. zrelacjonowano audiencję Przełożonej Generalnej Sióstr Nazaretanek Laurenty Lubowidzkiej. Jak podano w audycji, przekazała ona pytanie sióstr nazaretanek o zdrowie papieża, na co on odpowiedział: „«Napisz im i powiedz, że Namiestnik Chrystusa wszystkie je i całą Polskę kocha, że je w sercu nosi, powiedz im, by nie wierzyli tym, co przeciwnie mówią». Następnie Ojciec Święty zapytał, czy Polacy wierzą w co słyszą od nieprzyjaciół. A gdy mu odpowiedziano, że trafiają się obałamuceni, którzy w to wierzą, Ojciec święty znowu z naciskiem powtórzył: «Napiszcie im i powiedzcie, by nie wierzyli, bo Papież Polskę bardzo kocha, i to jest prawda, i to jest prawda, i to jest prawda»”[21]. Ponadto, jak podano w audycji, Pius XII kilka razy powiedział „Kocham Polskę, kocham Polaków i życzę im bardzo dobrze”. Papież upoważnił siostry nazaretanki, „by to jego oświadczenie i słownie, i pisemnie komu zechcą powtórzyły”[22].

Prześladowanie Kościoła w innych krajach

Na antenie Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego informowano także o tragicznej sytuacji Kościoła i społeczeństwa w innych krajach podczas II wojny światowej.

Niemalże cała audycja z 4 kwietnia 1940 r. była poświęcona kwestii prześladowania Kościoła katolickiego w Austrii. Podano do wiadomości o przymusowym wysiedleniu zakonników i sióstr zakonnych, zamknięciu pięciu kościołów i 24 kaplic, o księżach w obozach oraz o tym, że „około 100 księżom w ogóle nie udzielono pozwolenia na nauczanie religii w szkole”. Informowano także o rozwiązaniu organizacji katolickich – w tym Caritasu – oraz o tym, że „skasowano 150 katolickich parafialnych i związkowych bibliotek. 8 religijnych czasopism,

[21] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 10.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[22] Tamże.

których nakład wynosił ponad 100.000 egzemplarzy, nie może więcej wychodzić". Pod tymi informacjami podano komentarz redakcyjny: „Oto przegląd antyreligijnej i antykościelnej działalności narodowego socjalizmu, skonstatowanej na małej przestrzeni kraju. Rozważając to wszystko, nie można się oprzeć narzucającemu się przekonaniu, że narodowy socjalizm jest wrogiem i prześladowcą nie tylko religii i Kościoła katolickiego, ale jest wrogiem i prześladowcą własnego narodu zupełnie jak komunizm"[23].

Na bieżąco informowano o przestępstwach okupantów i prześladowaniu Kościoła katolickiego w Polsce i na świecie. 8 kwietnia 1941 r. była audycja w znacznej mierze poświęcona dramatowi Kościoła w kilku krajach europejskich. „Ma rację arcybiskup Gröber z Fryburga, kiedy mówi, że Kościół katolicki w Niemczech doznaje prześladowań i ograniczeń bez precedensów. Ograniczenia te rozciągają się na wszystkie prawie dziedziny życia"[24]. Kilka dni wcześniej podano za „L'Osservatore Romano" list abp. Konrada Gröbera, który denuncjuje w sposób bardzo zdecydowany działania narodowych socjalistów. Odpiera zarzuty, jakoby „lud niemiecki z winy chrześcijaństwa podlegał wadliwemu rozwojowi", i podaje, że chrześcijanie są uważani za tych, którzy „jak stary mur lub kupa gruzów hamują zwycięski bieg ideologiczny hitleryzmu"[25]. Abp Gröber pisze – jak relacjonuje Radio Watykańskie – że „prawdy wiary chrześcijańskiej odpowiadają duszy niemieckiej"[26].

W kwietniu 1941 r. na antenie Radia Watykańskiego przeczytano przemówienie naczelnego wodza wojsk polskich gen. Władysława Sikorskiego, które wcześniej zostało opublikowane w „L'Osservatore Romano". Informował on opinię publiczną o ustawicznym gwałceniu prawa międzynarodowego przez Niemców. „Prawo niemieckie wewnątrz Niemiec jest synonimem gwałtu, kiedy zabiera obywatelom ich majątki, ich wolność, ich prawa obywatelskie, kiedy po-

[23] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 4.04.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[24] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 8.04.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[25] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 4.04.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[26] Tamże.

zbawia ich życia bez żadnej winy z ich strony i bez żadnego procesu, kiedy znosi wszystką wolność obywatelską. Prawo niemieckie w relacjach międzynarodowych jest synonimem gwałtu zadanego normom prawa narodów”[27]. Ponadto gen. Sikorski podkreślił, że to prawo służy Niemcom „do strzelania do kobiet i do dzieci bezbronnych; do inkorporowania ziem Polski; do rozstrzeliwania dziesiątków tysięcy obywateli polskich za ich wierność obowiązkom wobec Państwa Polskiego przed wojną i zasadom naturalnym, drogi, dla każdego narodu cywilizowanego; do masowego wysiedlania Polaków z ich ziem; do wywożenia pomników ich cywilizacji (…)”[28].

Na falach Radia Watykańskiego informowano także o działaniach niemieckiej propagandy, która głosiła, że „rozwój Kościoła katolickiego w Polsce odbywa się w sposób bardziej niż zadowalający”[29]. Tymczasem rozgłośnia papieska na bieżąco informowała o okrucieństwach niemieckich nazistów na okupowanych przez nich terenach Polski.

Jednocześnie informowano o inicjatywach modlitwy o pokój w czasie, gdy wojna „dręczy i szarpie dusze ludzkie”[30]. Nie zapominano także o Polakach pod okupacją sowiecką. Przykładem tego jest czytanie przejmującego listu słuchaczki ze Lwowa, która opisuje – jak sama nazywa – piekło zsyłki na Sybir, gdzie – jak pisze – jest „Babcia, troje dzieci i ja”[31]. W liście zawarte są historie ogromnego cierpienia dzieci i wszystkich zesłanych, którzy modlą się o „mądrą kolejność śmierci”[32].

[27] Tamże.

[28] Tamże.

[29] Tamże.

[30] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 25.04.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[31] Tamże.

[32] Tamże. Audycję tę powtórzono z listem od słuchaczki pochodzącej ze Lwowa w audycji dla Ameryki Północnej dn. 2 maja 1941 roku. Zob. DPC, Sekcja Polska, Audycja z 02.05.1941, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Zmiana w komunikacji Radia Watykańskiego

Punkt zwrotny w komunikacji Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego nastąpił pod koniec kwietnia 1941 r. Ks. Ludwik Grzebień SJ podkreśla w swej monografii, że tak bezkompromisowe podawanie informacji o sytuacji wojennej Polski i innych krajów spowodowało ostrą reakcję okupanta[33]. Jednak nie to było najważniejsze, ale wchodziła tu kwestia etyczna. Na podstawie informacji z krajów okupowanych zauważono w Sekretariacie Stanu, że wraz z krytyką okupantów na falach Radia Watykańskiego wzmaga się terror wobec ludności tych krajów. W związku z tym Pius XII przez sekretarza stanu kard. Luigiego Maglionego w liście z 28 kwietnia 1941 r. polecił wstrzymanie podejmowania tematów antyniemieckich na czas ograniczony[34]. W odpowiedzi na ten list ks. Włodzimierz Ledóchowski, generał jezuitów, poinformował listem z dn. 30 kwietnia o wprowadzeniu tych ograniczeń. Odtąd audycje podlegały jeszcze większej wewnętrznej cenzurze. Zapisy audycji przed transmisją były sprawdzane przez o. Ortiza de Urbina SJ, któremu tłumaczył je brat zakonny Eugeniusz Otrębski[35].

Od tego momentu rzeczywiście temat sytuacji Polski podczas wojny prawie się nie pojawiał, a jak był poruszany, to zasadniczo były to cytaty z „L'Osservatore Romano" lub z jezuickiego pisma, wcześniej sprawdzanego w Sekretariacie Stanu, „Civiltà Cattolica".

Na falach radia 20 maja mówiono o indeksie książek zakazanych, przemówieniu ks. Fultona Sheena na falach radiowych, o działaniach w Buenos Aires przeciw książkom niemoralnym. Poinformowano także o opiece duszpasterskiej nad jeńcami francuskimi i polskimi w Bernie oraz cytowano „złote myśli Kraszewskiego"[36]. Tydzień później informowano o zakonach i podano ich statystyki,

[33] *Sekcja Polska Radia Watykańskiego. Złoty jubileusz 1938-1988*, red. L. Grzebień, Rzym 1990, s. 63.

[34] Tamże.

[35] Tamże.

[36] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 20.05.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

przekazano informacje o stanie Kolegium Kardynalskiego i zacytowano „Modlitwę Cypriana Norwida do Królowej Aniołów: o zmartwychwstanie”[37]. Trzy dni później audycja była poświęcona uznaniu Kościoła katolickiego przez Japonię, mówiono o istocie prawa, o katolikach japońskich i prawie, jak również o opiece duchowej nad żołnierzami w USA oraz zapowiedziano przemówienie radiowe Piusa XII[38]. W kolejne dni podsumowywano przemówienie papieskie wygłoszone z okazji 50-lecia encykliki *Rerum novarum* Leona XIII[39]. Te tematy już pokazują zmianę zasadniczą komunikacji w Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego.

O kwestii Polski w sytuacji wojennej mówiono wyjątkowo i na wyraźne polecenie albo pod kątem teologicznym. 10 czerwca była audycja, w której zacytowano modlitwę o panowanie Chrystusa nad Polską, wydaną w *Posłańcu Serca Jezusowego* w Londynie. W tej samej audycji opisano wspomnianą wcześniej audiencję Przełożonej Generalnej Sióstr Nazaretanek u papieża Piusa XII, w której zapewnia, że kocha Polaków i Polskę. Jednocześnie upoważnia Siostry Nazaretanki, aby przekazały tę wiadomość „słownie i pisemnie”.

W kolejnych audycjach cytowano „L’Osservatore Romano”[40] i „La Civiltà Cattolica”[41] lub mówiono o Kościele powszechnym, np. o sytuacji Kościoła w Stanach

[37] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 27.05.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[38] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 30.05.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[39] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 03.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941; DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 06.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[40] Por. DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 13.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941; DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 26.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941; DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 11.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[41] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 15.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Zjednoczonych[42], Boliwii[43], Kanadzie[44], Francji[45], Portugalii[46], Syrii[47], Szwajcarii[48], Finlandii[49], Wenezueli[50], Meksyku[51] i w innych krajach. Na bieżąco informowano o działalności papieża i Stolicy Apostolskiej. W kwestii wojny zaś ukazywano pomoc charytatywną Piusa XII i Watykanu, w tym dla Polski i Polaków[52].

O tym, jak bardzo zmieniła się komunikacja po wspomnianym liście kard. Maglionego do generała jezuitów w sprawie tymczasowego niepodejmowania tematów antyniemieckich z 28 kwietnia, świadczą także korekty wewnętrzne. Jak widać z wcześniej przytoczonych cytatów zapisów audycji, na falach Radia Watykańskiego po polsku mówiono wprost o bezprawnych i brutalnych działaniach Niemców i Sowietów. Tymczasem w audycji z 22 lipca 1941 r. cenzurze został poddany wiersz Juliusza Słowackiego pt. *We łzach, Panie*. Na marginesie słów – „Wspomnij, cośmy cierpieli pod chłostą tych mocarzy, a duchaśmy nie dali" – do końca wiersza osoba, która robiła cenzurę, zapisała: „Obawiam się, że ta druga część może dać okazję do zażaleń, a w obecnej chwili lepiej *sequi tutiorem partem!*".

Kolejnym przykładem korekty jest audycja z 28 października 1941 r. Informowano o budowie kościołów w Argentynie i poczyniono aluzję do sytuacji w Polsce, dając komentarz: „Daj Boże, by i polscy biskupi i kapłani mogli jak najprędzej zbierać się i radzić swobodnie nad odbudową polskich świątyń i nad

[42] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 17.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[43] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 20.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[44] Tamże.

[45] Tamże; DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 15.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[46] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 11.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[47] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 15.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[48] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 22.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[49] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 25.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[50] Tamże.

[51] Tamże.

[52] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 08.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

wznoszeniem Królestwa Bożego w sercach swoich wiernych"[53]. Te słowa zostały wykreślone przez cenzora.

Czasem były korekty wykreślające część zdania. W audycji z 18 listopada 1941 r. podano informację o śmierci bp. Zygmunta Waitza z Salzburga. Jako komentarz do jego życiorysu znalazły się słowa: „Pod koniec swego życia musiał patrzeć na upadek niejednej instytucji kościelnej, które niszczyła ręka religii katolickiej nieprzyjazna". Część po przecinku cenzura poleciła usunąć.

Trzeba zauważyć, że nieliczne były przykłady cenzury, bo zasadniczo starano się w audycjach respektować decyzję wyrażoną w liście kard. Maglione z 28 kwietnia 1941 r., która była kluczowa dla Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego. Istotnym byłoby porównanie zapisów tych audycji z innymi sekcjami. Wstępna weryfikacja w Archiwum Dykasterii ds. Komunikacji wykazała, że nie zachowały się zapisy audycji innych sekcji. Za to część programów sekcji francuskiej została przepisana przez francuski ruch oporu i dostarczona do redakcji. Oczywiście nie widać tam pracy redakcyjnej czy działalności cenzorskiej, ale tylko to, co było wygłoszone na antenie radiowej. W tym kontekście zapisy audycji Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego są unikalnym materiałem, mającym szczególną wartość dla Polski, jak również dla całości Radia Watykańskiego.

Zakończenie

Zapisy audycji sekcji polskiej Radia Watykańskiego z lat 1940-1941 ukazują, że informowano na bieżąco słuchaczy „o gehennie narodu polskiego, by zadokumentować wobec świata, do czego prowadzi bezbożny ateizm, wszystko jedno brunatny czy czerwony"[54]. Radio Watykańskie w sposób zdecydowany śledziło i denuncjowało działania okupantów tak w Polsce, jak i w innych krajach. Informowało także o bezprawnych działaniach Niemców wobec własnych obywateli.

[53] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 28.10.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

[54] DPC, Sekcja Polska, *Audycja z 27.01.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Jednocześnie podawało do wiadomości informacje na temat działalności papieża i Stolicy Apostolskiej oraz o papieskich dokumentach. Relacjonowano także przykłady pomocy Piusa XII dla Polski i Polaków.

Pod koniec kwietnia nastąpiła radykalna zmiana w komunikacji Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego w związku z kwestiami etycznymi i bezpieczeństwa słuchaczy. Okazało się bowiem, że tak bezkompromisowe podawanie informacji o sytuacji Polski i innych krajów spowodowało ostre protesty okupanta. Zauważono, że wraz z krytyką na falach Radia Watykańskiego wzmaga się terror wobec ludności krajów okupowanych. W tej sytuacji Pius XII przez sekretarza stanu kard. Luigiego Maglionego w liście z 28 kwietnia 1941 r. polecił wstrzymanie podejmowania tematów antyniemieckich na czas ograniczony. W odpowiedzi na ten list ks. Włodzimierz Ledóchowski, generał jezuitów, poinformowała listem z dn. 30 kwietnia o wprowadzeniu tych ograniczeń. Odtąd audycje omijały bieżące kwestie wojenne Polski i innych krajów, a skupiały się na ukazywaniu działań papieża, Stolicy Apostolskiej oraz na życiu Kościoła w innych krajach. Na podstawie zapisów audycji widać, że czasem zdarzały się ingerencje cenzorskie, ale zasadniczo redaktorzy dotrzymywali ustaleń przełożonych.

Badania Polskiej Sekcji Radia Watykańskiego rzucają światło na komunikację Watykanu w czasie II wojny światowej.

Literatura

Bea F., De Carolis A., *Ottant'anni della Radio del Papa*, vol. I-II, Città del Vaticano 2011.

„Głos papieża" po polsku. Z ks. Józefem Polakiem SJ – kierownikiem Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego – rozmawia Włodzimierz Rędzioch, „Niedziela" 2008, nr 51, s. 10.

Inwentarz Archiwum Historycznego Sekretariatu Stanu Stolicy Apostolskiej. Zespół Piusa XII, t. 1, wstęp i oprac. A. Szpotański, Wrocław – Warszawa 2025.

Polski głos z Watykanu. Z ks. Pawłem Pasierbkiem SJ – kierownikiem polskiej sekcji papieskiej rozgłośni – rozmawia Włodzimierz Rędzioch, „Niedziela" 2018, nr 51, s. 30-31.

Sekcja Polska Radia Watykańskiego. Złoty jubileusz 1938-1988, red. L. Grzebień, Rzym 1990.

Woźny A., *Radio drogi. Papieska stacja wobec Polski stanu wojennego*, Kraków 2011.

Audycje Radia Watykańskiego

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 27.01.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 15.02.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 14.03.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 04.04.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 04.04.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 08.04.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 25.04.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 02.05.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 02.05.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 09.05.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 20.05.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 25.05.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 27.05.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 30.05.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 03.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 06.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 10.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 13.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 17.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 20.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 26.06.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 08.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 11.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 15.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 22.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 25.07.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 25.07.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 01.10.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 28.10.1941*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

Dicasterium pro Communicatione, Sekcja Polska, *Audycja z 17.12.1940*, [w:] Zbiór audycji Radia Watykańskiego 1940-1941.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.08

Maria Cieszkowska[*]
Vasco Electronics S.A.

Etyczne dylematy i strategia odpowiedzialnej reklamy na rynkach międzynarodowych. *Case study* kampanii Meta Ads dla tłumaczy elektronicznych Vasco

Abstract:

Ethical Dilemmas and Responsible Advertising Strategy in International Markets. A Case Study of the Meta Ads Campaign for Vasco Electronic Translators. The purpose of this article is to examine the ethical dilemmas that can arise when advertising to various foreign markets and the responsible advertising strategies that can be adopted in international advertising efforts.

The article highlights the need to understand cultural and linguistic nuances in advertising. It also highlights the need to build global trust through transparent communication. It addresses the ongoing adaptation of messages to a given market while maintaining overall consistency across advertising efforts. Finally, it also discusses the responsible use of artificial intelligence and automation in content creation.

While largely universal across various advertising types, the topics in this article are discussed specifically in the context of social media advertising, using ads from the Meta Ads campaign for Vasco electronic translators as an example.

[*] Maria Cieszkowska – magister; ukończyła studia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie; od 2024 r. pracuje jako performance marketing specialist (*Meta Ads*) w Vasco Electronics S.A. Posiada ponad pięcioletnie doświadczenie w kampaniach performance marketingowych lokalnych oraz międzynarodowych, w szczególności w mediach społecznościowych.

Etyczne dylematy i strategia odpowiedzialnej reklamy na rynkach międzynarodowych. **Case study** ***kampanii Meta Ads dla tłumaczy elektronicznych Vasco.*** Celem niniejszego artykułu jest przyjrzenie się etycznym dylematom, które mogą pojawiać się w przypadku reklamy kierowanej na różne rynki zagraniczne, oraz strategii odpowiedzialnej reklamy, którą można obrać w międzynarodowych działaniach reklamowych.

Artykuł zwraca uwagę na potrzebę zrozumienia niuansów kulturowych oraz językowych w reklamie. Zauważa potrzebę budowania globalnego zaufania przez transparentną komunikację. Porusza temat bieżącego dostosowywania komunikatów do danego rynku przy ogólnym zachowaniu spójności działań reklamowych. Na koniec omawia również odpowiedzialne wykorzystanie sztucznej inteligencji i automatyzacji w tworzeniu treści.

Tematy w tym artykule, choć w dużej mierze uniwersalne dla różnych typów reklam, zostały jednak omówione w szczególności w kontekście reklam w mediach społecznościowych na przykładzie reklam z kampanii Meta Ads dla tłumaczy elektronicznych Vasco.

Keywords

intercultural communication, Meta Ads campaigns, international advertising, artificial intelligence in advertising, universal translator, Vasco Translator

komunikacja międzykulturowa, kampanie Meta Ads, reklamy Meta Ads, sztuczna inteligencja w reklamie, tłumacz elektroniczny, Vasco Translator

Wprowadzenie

Błyskawiczny rozwój platform społecznościowych znacząco rozszerzył możliwości komunikacji na całym świecie, a tam, gdzie pojawia się medium o szerokim zasięgu, prędzej czy później pojawi się również reklama. Bardzo szybko platformy społecznościowe stworzyły odpowiednie ekosystemy do reklam, pozwalając tym samym markom na komunikację z konsumentami z różnych stron świata i to w dodatku komunikację dwukierunkową, na co wcześniej nie pozwalały media tradycyjne. Jak to bywa z innowacyjnymi rozwiązaniami, zawsze

mają one swoje plusy i minusy. Ogromne możliwości docierania do użytkowników i targetowania reklam pociągają bowiem za sobą szereg wyzwań, w tym dylematów etycznych. Z uwagi na obecność jeszcze bliżej odbiorcy, wszędzie tam, gdzie jest, odpowiedzialność społeczna i transparentność stają się jeszcze bardziej istotne niż dotychczas.

Przedmiotem niniejszej analizy będą reklamy w środowisku reklamowym Meta Ads, skupiającym w jednym miejscu możliwość prowadzenia kampanii m.in. na Facebooku i na Instagramie. Jako przykład posłużą tutaj reklamy tłumaczy elektronicznych Vasco, a przypadek ten będzie o tyle interesujący w kontekście tej analizy, że urządzenia tłumaczące Vasco same w sobie mają ułatwiać globalne nawiązywanie relacji, międzykulturową komunikację oraz przełamywanie barier językowych.

Wśród dylematów pojawiających się wokół reklamy międzynarodowej najbardziej znanym jest dylemat: standaryzacja vs. adaptacja[1]. Dylemat ten stawia na szali ujednolicone, ustandaryzowane strategie, działania marketingowe, komunikaty reklamowe na wszystkie rynki oraz – po przeciwnej stronie – te same elementy, tylko odpowiednio dostosowane, zindywidualizowane pod warunki lokalne, daną kulturę czy język. Wydaje się, że w kontekście takich środowisk reklamowych jak Meta Ads dylemat ten obecnie trzeba rozwiązywać kompromisem, zachowując ogólną spójność komunikacji marketingowej i łącząc ją z dynamiczną lokalną optymalizacją działań.

Bardzo ważnymi aspektami będą niewątpliwie transparentność i budowanie zaufania do marki, zwłaszcza w sytuacji rozpoczynania działań na nowym rynku. Ważne będzie nie tylko tworzenie treści budzących zainteresowanie, ale również takich, które wyjaśniają działanie produktu, opowiadają o jego kluczowych cechach i odpowiadają na pytania nurtujące potencjalnych klientów. Efekt tych działań będzie widoczny bardzo szybko w mediach społecznościowych

[1] M. Gąsior-Marek, *Decyzje przedsiębiorstw działających na rynkach międzynarodowych. Standaryzacja i różnicowanie działań marketingowych*, „Zeszyty Naukowe WSG. Seria: Ekonomia" 2013, t. 21, nr 5, s. 143-148.

w komentarzach i ocenach, które będą wskazówką dla marki, z czego może być dumna i nad czym jeszcze może pracować zarówno w zakresie komunikacji, jak i samego produktu.

Dodatkowym wyzwaniem w kontekście etycznych rozważań staje się tutaj coraz szersze wykorzystanie sztucznej inteligencji, która – dobrze nauczona – potrafi wspierać procesy tworzenia reklam, świetnie optymalizować pracę, jednak zawsze pozostaje omylnym narzędziem, które należy sprawdzać. Sztuczna inteligencja może popełniać błędy w opisach produktów, w interpretacji wartości i identyfikacji wizualnej marki. Innym problemem, w jaki może popaść AI, jest bias[2] – np. kulturowy, językowy lub demograficzny. Takie błędy mogą uniemożliwić dotarcie do docelowej grupy odbiorców, a ponadto mogą stać się powodem problemów wizerunkowych marki.

Celem tego artykułu jest analiza oraz teoretyzacja etycznych wyzwań, jakie pojawiają się w reklamowej komunikacji międzynarodowej. Przykładem do analizy będą reklamy w Meta Ads tłumaczy elektronicznych Vasco.

Główne tezy: (1) Reklama globalna wymaga głębokiego zrozumienia niuansów kulturowych i językowych; (2) Globalna spójność działań reklamowych musi współgrać z dynamiczną optymalizacją, odzwierciedlającą aktualne realia danego rynku; (3) W budowaniu globalnego zaufania istotna jest transparentność w komunikacji o produkcie; (4) Wykorzystanie AI i automatyzacji wymaga weryfikacji dla bezpieczeństwa marki i odbiorcy.

W dalszych częściach artykułu powyższe rozważania zostaną rozbudowane o szerszy teoretyczny kontekst oraz o analizę konkretnych przykładów reklam wybranej marki, gdzie zostanie pokazane, jak można podejść do potencjalnego ryzyka i przekształcić je w odpowiednią strategię, z transparentną komunikacją opartą na zaufaniu, która może stać się przewagą konkurencyjną.

[2] A. Przegalińska, P. Oksanowicz, *Sztuczna Inteligencja nieludzka, arcyludzka*, Kraków 2020, s. 215-217, 355.

1. Konceptualizacja i ramy etyczne reklamy globalnej

1.1. Etyka w ekosystemie reklamowym Meta Ads i podstawa normatywna

Podstawą etyki reklamy jest zachowanie prawdy i uczciwości przekazu (*Kodeks etyki reklamy*)[3] – i to będzie obowiązywać na wszystkich płaszczyznach reklamy, jednak w kontekście reklam w mediach społecznościowych, w tym w ekosystemie Meta Ads, trzeba sięgnąć głębiej. Tutaj będą istotne nie tylko klasyczne normy dotyczące reklamy, ale również etyka algorytmiczna[4] oraz odpowiedzialność po stronie samej platformy[5]. Istotne jest dostrzeżenie tego szerszego kontekstu zarówno z punktu widzenia reklamodawcy, jak i konsumenta treści.

Platformy społecznościowe mają ogromny wpływ na użytkowników, sam Facebook dociera do ponad 3 miliardów użytkowników na całym świecie[6]. Algorytmy targetowania mają realny wpływ na dostęp do informacji, szanse ekonomiczne czy polaryzację społeczną, dlatego tak istotne jest, by platformy te podlegały odpowiednim regulacjom prawnym i posiadały odpowiednie wewnętrzne regulaminy. Ponadto istotne jest, by wszystkie zastosowane algorytmy i rozwiązania AI były regularnie weryfikowane pod kątem zgodności z normami etycznymi i poprawności działania.

Można wyróżnić 3 filary odpowiedzialności: markę, która tworzy komunikat, platformę, odpowiedzialną za trzymanie się reguł, i algorytmy, na końcu zaś samego konsumenta treści, który odpowiada za odbiór komunikatu, interpretację treści i reakcję na nie. Problem jest zatem bardziej złożony, niż mogłoby się na

[3] Rada Reklamy, *Kodeks etyki reklamy z 7 lutego 2023 r.*, https://radareklamy.pl/kodeks-etyki/, dostęp z dn. 23.10.2025.

[4] B.D. Mittelstadt, P. Allo, M. Taddeo, S. Wachter, L. Floridi, *The ethics of algorithms: Mapping the debate*, „Big Data & Society" 2016 July-December, s. 1-3, https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/mittelstaedt_floridi_the_ethics_of_algorithms.pdf, dostęp z dn. 23.10.2025.

[5] Meta, *About Meta Advertising Standards*, https://www.facebook.com/business/help/488043719226449?id=434838534925385, dostęp z dn. 24.10.2025.

[6] We are social, *Global Digital Report 2025*, s. 375, https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2025/02/GDR-2025-v2., dostęp z dn. 23.10.2025.

początku wydawać. Marka i platforma powinny chronić konsumenta treści i dbać o jego dobro, ale jednocześnie konsument treści też ma tutaj swoją odpowiedzialność, przede wszystkim za własną edukację medialną, umiejętność krytycznego myślenia, ale również w kontekście kulturalnej reakcji na komunikat w poszanowaniu dla wszystkich stron, w tym szczególnie innych użytkowników portali społecznościowych. W dalszych rozważaniach skupimy się na działaniach marki.

1.2. Teoria adaptacji kulturowej: standaryzacja vs. adaptacja

Wśród możliwości wyboru odpowiedniego podejścia do marketingu (ale również ogólnie działalności przedsiębiorstw) na rynki zagraniczne znajduje się dylemat, czy większy nacisk powinno się postawić na standaryzację czy może raczej na adaptację. O tym, na co mocniej postawić i w jakich okolicznościach, dyskutuje się w literaturze już od połowy lat sześćdziesiątych[7].

Standaryzacja działań marketingowych prowadzi do wyboru jednolitej strategii, którą przyjmuje się dla wszystkich rynków, do których chce się dotrzeć z komunikatem reklamowym. Korzyścią obrania tej strategii jest m.in. możliwość szybszego konstruowania komunikatów i dotarcia do odbiorców, mniej rozbudowana strategia, dzięki której szybciej powstają grafiki i teksty, szybciej zapadają decyzje. Jest to również jednolitość wizualna reklam, ułatwiająca kojarzenie marki przez potencjalnych klientów zarówno we własnym kraju, jak i w krajach, po których podróżują lub do których przenoszą się w poszukiwaniu pracy, dzięki czemu wybór produktów znanej im marki może być pierwszym wyborem.

Z kolei adaptacja to przystosowanie działań marketingowych pod konkretny rynek, kulturę, język, a nawet konkretną szczegółową grupę docelową odbior-

[7] M. Łuczak, P.J. Senkus, A.B. Skrzypek, *Standaryzacja projektowania i produkcji szansą na adaptację produktu w skali globalnej*, [w:] *Współczesne koncepcje i trendy w branży motoryzacyjnej*, s. 64-65, https://www.researchgate.net/profile/Milosz-Luczak/publication/308792394_Standaryzacja_projektowania_i_produkcji_szansa_na_adaptacje_produktu_w_skali_globalnej/links/57f39ef708ae280dd0b706f1/Standaryzacja-projektowania-i-produkcji-szansa-na-adaptacje-produktu-w-skali-globalnej.pdf, dostęp z dn. 24.10.2025.

ców. W adaptacji można pójść w skrajnie inną stronę, przygotowując do reklam treści dedykowane zarówno wizualnie, jak również pod kątem tekstu, unikatowe dla każdego rynku. Zaletą jest z pewnością pełne zanurzenie się w to, czym żyją potencjalni klienci, co zwiększa szanse na sprzedaż i szybciej buduje zaufanie. Natomiast wpływa to na wolniejsze tempo pracy nad kampaniami, ponieważ potrzebne jest bardzo dokładne zrozumienie każdego rynku i na każdy rynek musi powstawać coś w pełni dedykowanego. Marka może nie być tak rozpoznawalna globalnie, jeśli komunikacja wizualna będzie skrajnie różna w różnych krajach[8].

Już z samego opisu można wnioskować, że idealne będzie tutaj znalezienie odpowiedniego balansu między jednym a drugim, w proporcji odpowiedniej dla konkretnej marki.

1.3. Transparentność jako kluczowy wymóg dla globalnego zaufania

Niezwykle istotnym aspektem w komunikacji międzynarodowej jest kładzenie dużego nacisku na transparentność. W każdym kraju są nieco inne oczekiwania względem marki, a w pełni transparentna komunikacja, poprzez proste i zrozumiałe komunikaty, pozwala przełamać bariery kulturowe i pokazuje, że firma działa uczciwie, w poszanowaniu dla odbiorcy treści z danego regionu.

Transparentność minimalizuje ryzyko nieporozumień i kryzysów wizerunkowych. Jeśli głównym założeniem jest jasny, zrozumiały komunikat, znacznie trudniej o potknięcia i niezrozumienie. Transparentność pokazuje, że marce bliskie są takie wartości, jak uczciwość, szacunek do odbiorcy treści, przestrzeganie lokalnych przepisów. Tym samym pozwala ona na budowanie zaufania wśród konsumentów treści, potencjalnych klientów. Przejrzysta komunikacja pozwala również wyróżnić się na tle konkurencji.

[8] D. Płuchowska, *Reklama – standaryzacja reklamy interkulturowej,* [w:] *Manual – reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji*, red. M. Wszołek, Wrocław 2017, s. 446-449, https://www.researchgate.net/profile/Mariusz-Wszolek/publication/313892035_Manual_-_reklama_podrecznik_z_zakresu_projektowania_komunikacji/links/58ae0b1492851cf7ae85b2ef/Manual--reklama-podrecznik-z-zakresu-projektowania-komunikacji.pdf#page=429, dostęp z dn. 24.10.2025.

2. Analiza dylematów i konfliktów etycznych w globalnej reklamie cyfrowej

2.1. Dylemat 1: Konflikt zasad dobrego obyczaju (*Kodeks etyki reklamy*) z globalną strategią komunikacyjną

Na styku strategicznej standaryzacji (szybkość, unifikacja przekazu) oraz wrażliwości etycznej (art. 2 i 4 *Kodeksu etyki reklamy,* odpowiednio zasada dobrych obyczajów oraz unikania dyskryminacji[9]) pojawia się dylemat. Naturalne skupienie się na szybkim docieraniu z przekazem do klientów, na optymalizacji pracy pod kątem przygotowywania reklam nakazuje wybór unifikacji komunikatów. Ten wybór może być jednak zbyt ryzykowny. Może prowadzić do zignorowania ważnych dla danej kultury świąt, bieżących wydarzeń, do użycia nieodpowiednich sformułowań, co narusza zasadę dobrych obyczajów i generuje ryzyko kryzysu wizerunkowego. Ważna będzie tutaj jednoczesna optymalizacja działań przez adaptację, np. tłumaczenie komunikatów na określone języki, czasem zastosowanie zamiast tłumaczenia „jeden do jednego" parafrazy dla lepszego zrozumienia na danym rynku.

Zachowanie równowagi między standaryzacją a adaptacją będzie tutaj niezwykle istotne i będzie wymagało bardzo dobrej znajomości niuansów kulturowych i językowych występujących w danym kraju.

2.2. Dylemat 2: Transparentność marki i platformy a budowanie globalnego zaufania

W zakresie transparentności, przy założeniu, że marka dąży do przejrzystej komunikacji, to mechanizmy Meta Ads tworzą nam dylemat[10]. Algorytmy targetowania działające w platformie, wykorzystujące Big Data, są swego rodzaju

[9] Rada Reklamy, *Kodeks etyki reklamy z 7 lutego 2023 r.*, dz. cyt.

[10] J. Kreft, *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google'a i Facebooka*, Kraków 2018, s. 165-168, https://www.researchgate.net/profile/Jan-Kreft/publication/332752295_Wladza_algorytmow_U_

„czarną skrzynką", co może godzić w zasadę uczciwości i prawdy. Marka ma ograniczone możliwości w zakresie pełnego ujawnienia konsumentowi, dlaczego ten widzi daną reklamę, ponieważ dostęp do informacji o działaniu algorytmów jest utrudniony.

Marka jednak może i powinna kontrolować własny zakres transparentności. Otwarta komunikacja, jasne zasady działania, klarowne przedstawienie wartości, dokładny opis działania produktów, odpowiadanie na pytania użytkowników – to wszystko wpływa na postrzeganie firmy jako bardziej wiarygodnej i profesjonalnej, na zaufanie do niej.

2.3. Dylemat 3: Ryzyko algorytmicznego biasu i konieczność etycznego nadzoru

Jednymi z większych wyzwań odpowiedzialnego, etycznego podejścia do reklamy międzynarodowej są wszelkiego rodzaju automatyzacje oraz wykorzystanie AI[11]. Na temat ten należy spojrzeć szerzej. Sztuczna inteligencja jest obecnie wbudowana w systemy reklamowe i stanowi niesamowite ułatwienie zarówno w tworzeniu, jak i targetowaniu reklam. Dodatkowo przy tworzeniu reklam można korzystać z innych, zewnętrznych narzędzi AI, np. klasycznego Chata GPT, Gemini, Copilota do tworzenia tekstów reklamowych i grafik. W grę wchodzi zarządzanie wizerunkiem marki oraz bezpieczeństwem odbiorcy.

W targetowaniu reklam mamy do czynienia z Big Data w połączeniu z AI, co sprawia, że na bazie zachowań użytkowników dzięki algorytmom targetującym reklamy jesteśmy w stanie coraz trafniej docierać do potencjalnych klientów przy mniejszym nakładzie pracy. Zrezygnowanie z ustawień ręcznych kampanii na rzecz sztucznej inteligencji jest jednak ryzykowne. Istnieje bowiem prawdopodobieństwo wystąpienia tzw. biasu. Bias to sytuacja, w której przez błąd w działaniu algorytmu dochodzi do uprzywilejowania jednej grupy względem innej; często

zrodel_potegi_Google_i_Facebooka/links/5ec6b61c458515626cbf1ac7/Wladza-algorytmow-U--zrodel-potegi-Google-i-Facebooka.pdf, dostęp z dn. 23.10.2025.

[11] B.D. Mittelstadt, P. Allo, M. Taddeo, S. Wachter, L. Floridi, *The ethics of algorithms: Mapping the debate*, dz. cyt., s. 1-15.

wzmacnia on stereotypy społeczne i prowadzi do nierówności, np. dyskryminacji ze względu na płeć czy wykształcenie[12]. Również pod kątem tworzenia treści AI często wpada w pułapkę, przypisując nieistniejące funkcjonalności produktom lub tworząc obrazy niespójne z komunikacją wizerunkową marki.

Niezwykle ważna jest tutaj regularna weryfikacja stosowanych rozwiązań, np. poprzez opracowanie KPI nie tylko pod kątem samych konwersji, ale również opartych na wartościach etycznych. Choć AI może wykonać jakąś część pracy za nas, to jednak zawsze powinniśmy zweryfikować jej efekty, np. analizując grupy odbiorców i sprawdzając, czy algorytm nie działa zbyt wąsko, czytając stworzone przez AI treści przed dodaniem do kampanii i zwracając uwagę na zgodność generowanych obrazów z brandingiem.

3. Studium przypadku, analiza reklam tłumacza elektronicznego Vasco w Meta Ads

3.1. Teza: Reklama globalna wymaga głębokiego zrozumienia niuansów kulturowych i językowych.

3.1.1. W kreacjach

Przykład: Japonia i CTA

W różnych kulturach występuje różna wrażliwość. Przykładem może być Japonia, w przypadku której lepiej sprawdzi się wezwanie do działania „Dowiedz się więcej" niż odbierane już jako nieco nachalne i agresywne „Kup teraz".

[12] A. Przegalińska, P. Oksanowicz, *Sztuczna Inteligencja nieludzka, arcyludzka*, dz. cyt., s. 215-217, 355.

Rys. 1. Przykład reklamy z CTA na rynku japońskim



Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

Przykład: PL i SE długości tekstu

Wyzwaniem są różnice językowe w samym tłumaczeniu, ale nie tylko – również w liczbie słów, wysokości znaków. Dwie na pierwszy rzut oka identyczne reklamy nigdy nie będą do końca identyczne. Marka zawsze będzie się mierzyć z wyborem, jak dostosować poszczególne elementy reklamy na dany rynek, na przykład pod kątem długości tekstu.

Rys. 2. Różnica w długości tekstu w danym języku w reklamie na rynek polski i szwedzki

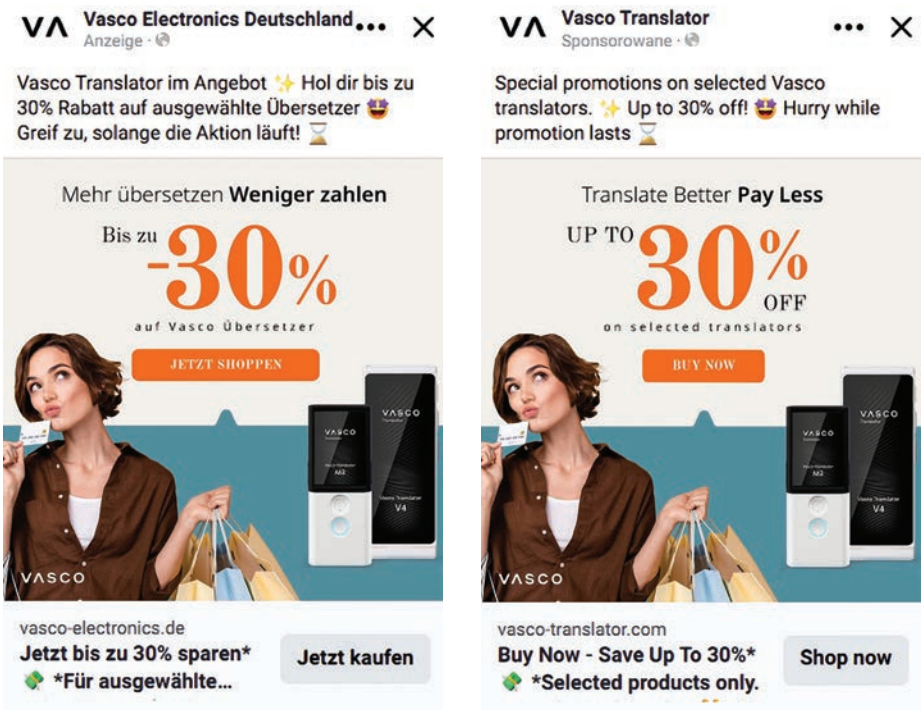


Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

Przykład: DE i US różnica w zapisie

Z pozoru nieistotne różnice mogą okazać się istotne. W niektórych krajach promocja będzie zapisywana jako -30%, w innych 30%, a ten drugi wariant może być nie do końca zrozumiały lub nawet uznawany za błąd. Chcąc uniknąć problemów komunikacyjnych, warto zwracać uwagę na szczegóły.

Rys. 3. Różnica w oznaczeniu zniżki na rynku niemieckim i amerykańskim



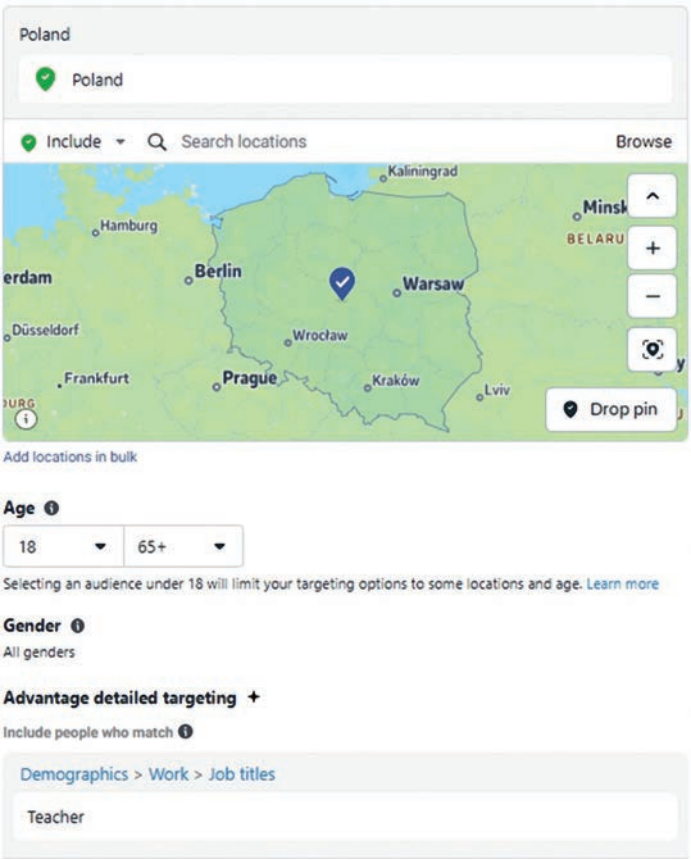
Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

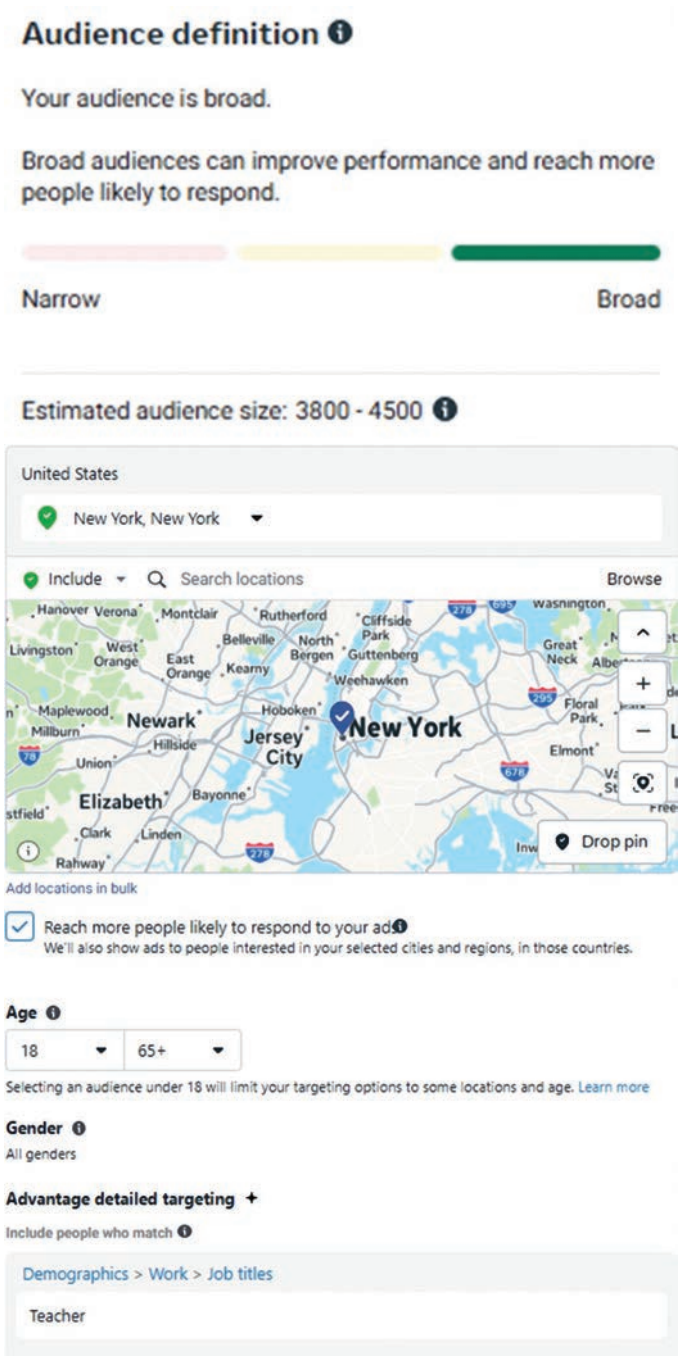
3.1.2. W targetowaniu

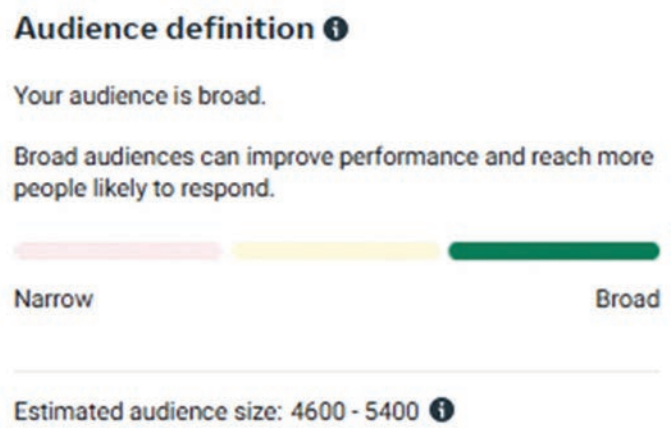
Przykład: PL i US wielkości grup odbiorców

Warto zwrócić uwagę na to, jakimi danymi dzielą się użytkownicy. Przykładowo zawód jest daną deklaratywną. W całej Polsce według danych z Facebooka mamy w najlepszym wypadku 4500 nauczycieli wśród użytkowników platformy. Dla porównania Nowy Jork, z liczbą użytkowników Facebooka czterokrotnie mniejszą niż występująca na terenie Polski, ma do 5400 nauczycieli. Widać, że Polacy są mniej skorzy do dzielenia się z platformą informacją o wykonywanym zawodzie.

Rys. 4. Różnica w targetowaniu w przypadku danych deklaratywnych, takich jak zawód pomiędzy Polską (u góry) i USA (na dole)




Audience definition
Your audience is broad.
Broad audiences can improve performance and reach more people likely to respond.
Narrow
Broad
Estimated audience size: 3800 - 4500
United States
New York, New York
Include
Search locations
Browse
Hanover
Verona
Montclair
Rutherford
Cliffside Park
Livingston
West Orange
East Orange
Belleville
North Bergen
Kearny
Guttenberg
Weehawken
Great Neck
Maplewood
Millburn
Newark
Hoboken
New York
Jersey City
Floral Park
Hillside
Union
Elmont
Elizabeth
Bayonne
Clark
Linden
Rahway
Drop pin
Add locations in bulk
Reach more people likely to respond to your ad
We'll also show ads to people interested in your selected cities and regions, in those countries.
Age
18
65+
Selecting an audience under 18 will limit your targeting options to some locations and age. Learn more
Gender
All genders
Advantage detailed targeting +
Include people who match
Demographics > Work > Job titles
Teacher

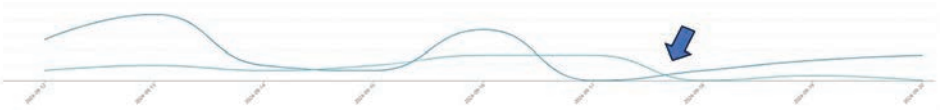


Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

3.2. Teza: Globalna spójność działań reklamowych musi współgrać z dynamiczną optymalizacją, odzwierciedlającą aktualne realia danego rynku

3.2.1. Niepokoje społeczne, katastrofy naturalne

Przykład: CZ i SK dostosowanie działania kampanii
Warto zwracać uwagę na to, co się dzieje lokalnie. Czasem to będzie cykliczne wydarzenie, ale czasem – nieoczekiwany meteorologiczny zwrot akcji w okresie, w którym zakładaliśmy, że będzie inaczej, a do którego z szacunku do odbiorców trzeba się dostosować w danej chwili.



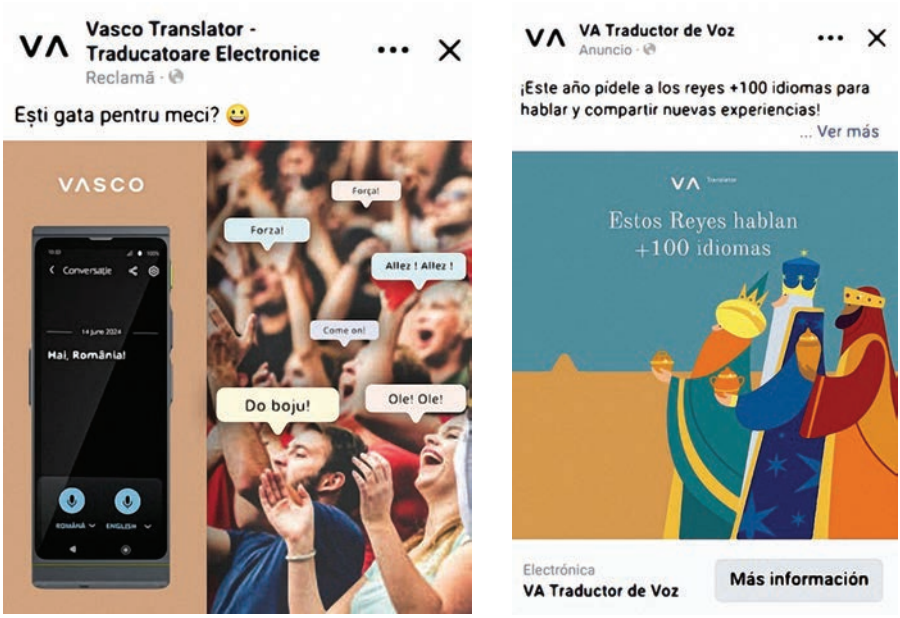
Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

3.2.2. Lokalne emocje, lokalne tradycje

Przykład: RO i ES dostosowanie reklam

Czasem to nie samo wydarzenie jest lokalne, ale lokalnie emocje okazują się na tyle duże, że warto się w nie włączyć. Częściej jednak będziemy mieć do czynienia ze stałymi, przewidywalnymi lokalnymi, tradycyjnymi wydarzeniami, na które warto wcześniej być przygotowanym.

Rys. 6. Reklama na rynek rumuński, związana z meczem, w którym grała Rumunia (po lewej), i reklama na święto Trzech Króli na rynek hiszpański, dzień związany z dawaniem prezentów w tamtej kulturze (po prawej)



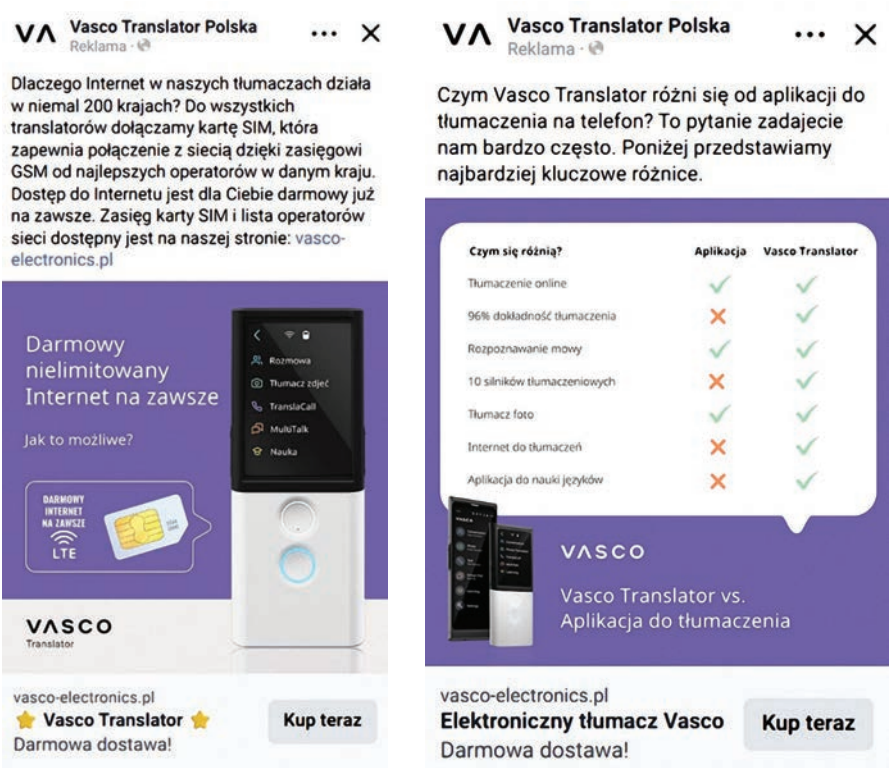
Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

3.3. Teza: W budowaniu globalnego zaufania istotna jest transparentność w komunikacji o produkcie

Przykład: PL odpowiedzi, cechy produktu

W komunikacji reklamowej warto odpowiadać na pytania, jakie może zadawać sobie potencjalny klient, który jeszcze nie zapoznał się (lub zapoznał się, ale nie w pełni) z informacjami na stronie – opisywać rzeczywiste cechy produktu w prosty, klarowny sposób, minimalizując tym samym ryzyko nieporozumienia, a jednocześnie zwiększając skuteczność przekazu i budując zaufanie nawet na nowych rynkach.

Rys. 7. Reklamy na rynek polski, poruszające temat najważniejszych cech produktu

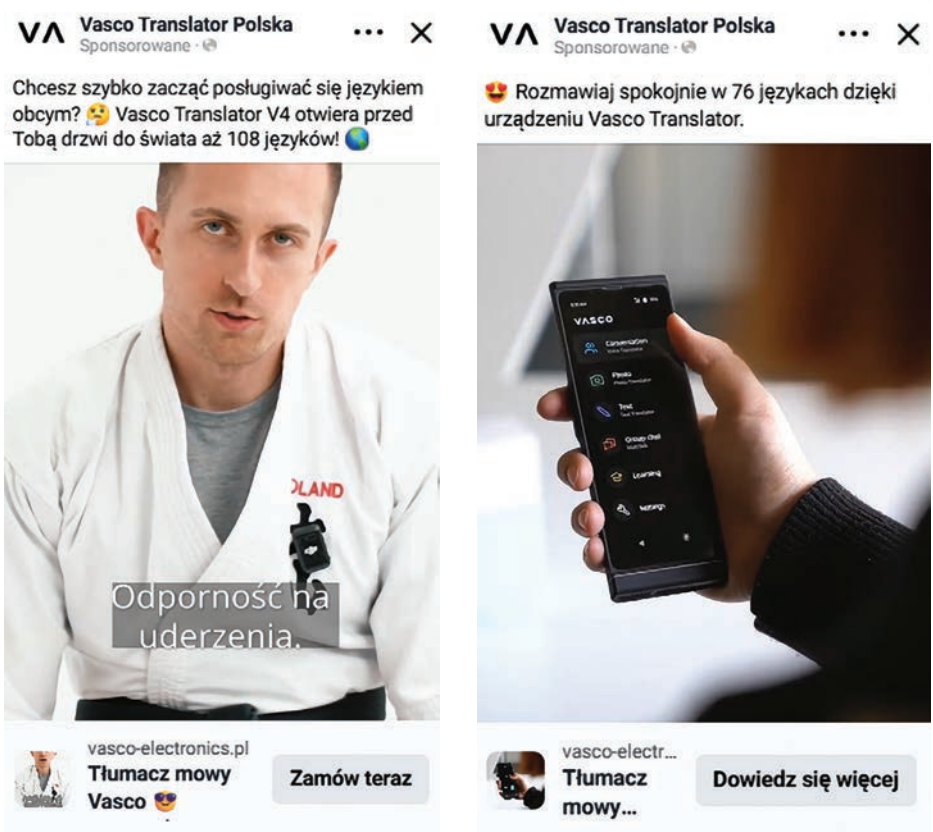


Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

Przykład: PL testy

Czasem suche informacje nie wystarczają. Warto więc pokazywać działanie i cechy produktu. Na niektórych rynkach lepiej sprawdzi się wymienianie cech, jak w przypadku wcześniejszego przykładu, na innych pokazanie cech na przykład na wideo. W tym zakresie warto testować i dopasowywać się możliwie jak najlepiej do potrzeb odbiorców.

Rys. 8. Reklamy na rynek polski, poruszające temat pokazywania działania i cech produktu



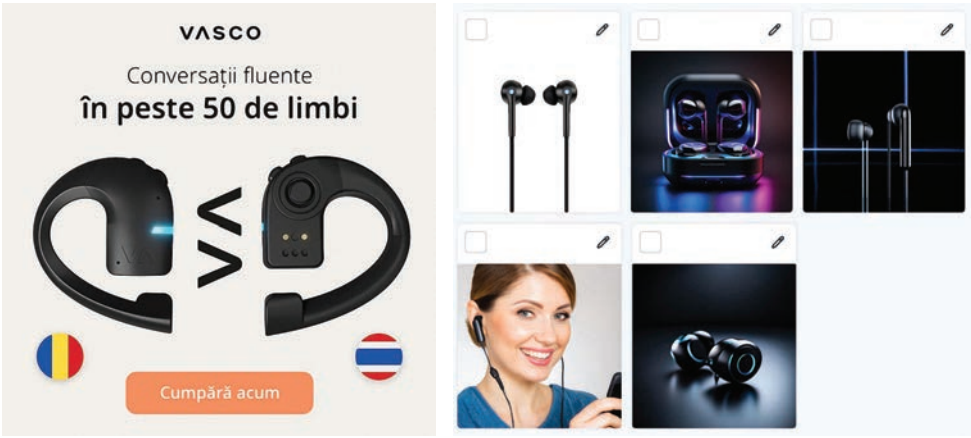
Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

3.4. Teza: Wykorzystanie AI i automatyzacji wymaga weryfikacji dla bezpieczeństwa marki i odbiorcy

Przykład: RO grafika AI

Meta Ads oferuje nam różne narzędzia, które wykorzystują AI na różnych etapach tworzenia kampanii, m.in. generowanie obrazów. Niestety to, co wygeneruje, często jest dalekie od tego, co sugerowałaby troska o wizerunek marki. Gdyby grafiki nie były sprawdzone przed publikacją, mogłyby wprowadzić w błąd użytkownika.

Rys. 9. Przykład alternatywnych propozycji dla reklamy, przygotowanych przez AI na podstawie istniejącej kreacji z rynku rumuńskiego

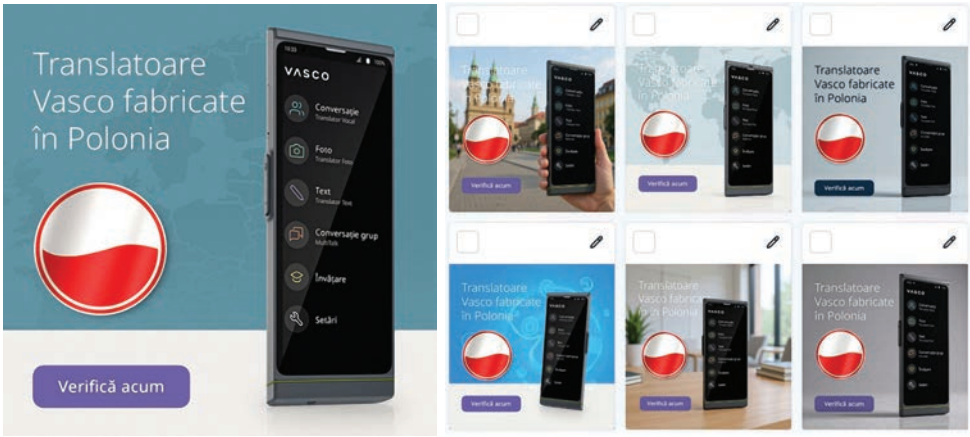


Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

Przykład: PL tło AI

Obrazy mogą być nie tylko generowane przez AI, ale również poprawiane lub uzupełniane. Czasem AI jest świetnym narzędziem do szybkich poprawek, czasem jednak w swojej twórczości daleko odbiega od identyfikacji wizualnej marki.

Rys. 10. Przykład alternatywnych propozycji dla tła reklamy, przygotowanych przez AI na podstawie istniejącej kreacji z rynku polskiego

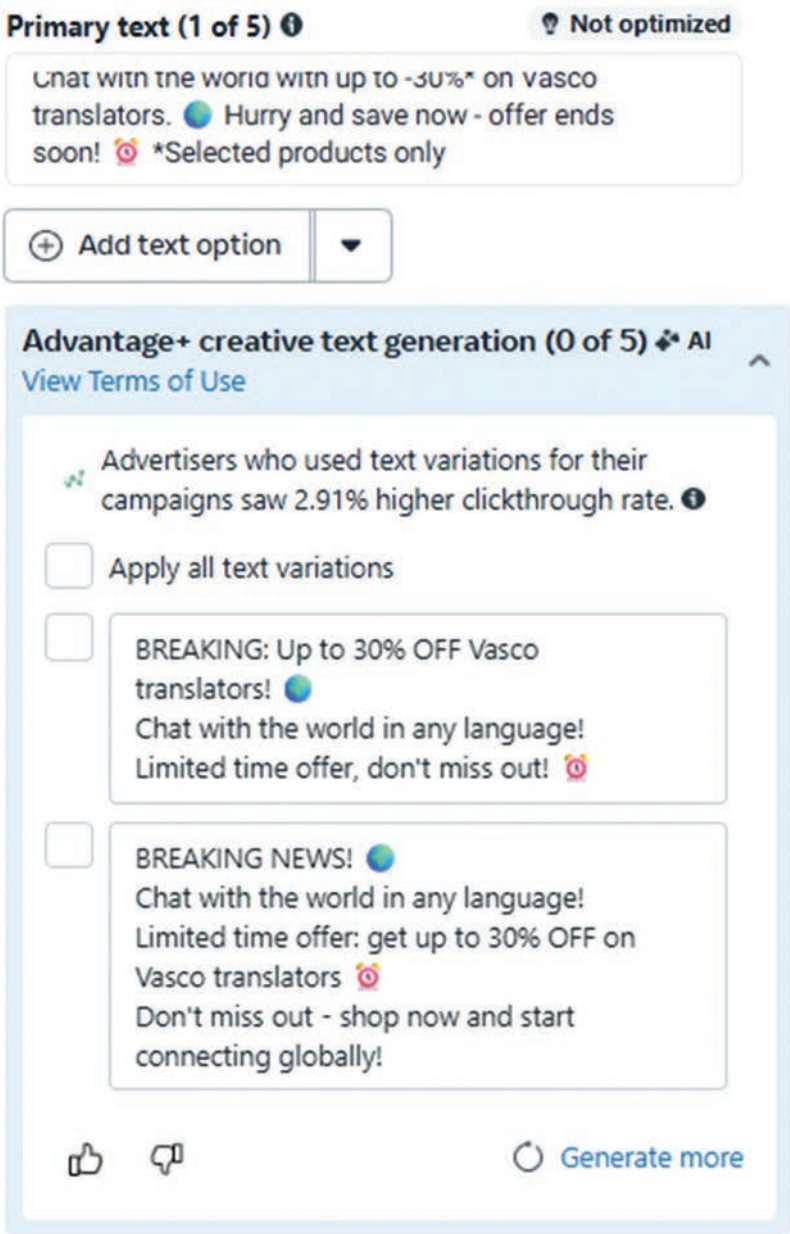


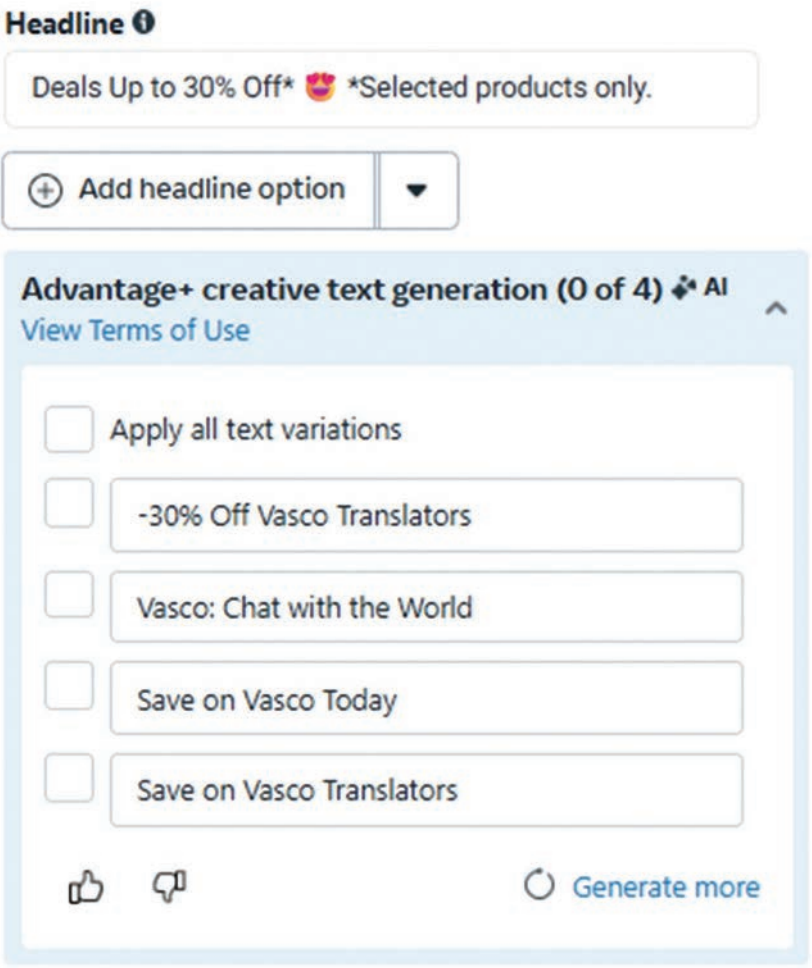
Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

Przykład: US teksty AI

Trzeba być bardzo ostrożnym przy generowaniu tekstów AI i zawsze sprawdzać, co powstanie, ponieważ czasem gubią się istotne informacje, a czasem algorytmy dodają coś, czego w tekście reklamy być nie powinno. Przykład poniżej – w propozycjach od AI brakuje informacji, że promocja dotyczy jedynie wybranych produktów. Brak tej informacji będzie wprowadzeniem w błąd.

Rys. 11. Przykład alternatywnych propozycji dla tekstu reklamy, przygotowanych przez AI na podstawie istniejących tekstów, na przykładzie rynku amerykańskiego



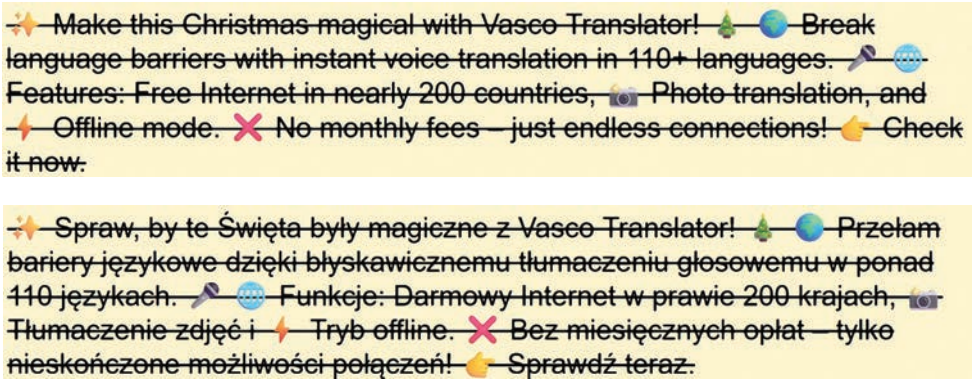


Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

Przykład: US i PL teksty AI

Z pozoru poniższe teksty brzmią dobrze, zostały wygenerowane dla modelu tłumacza Vasco, nieposiadającego trybu offline, a mimo to sztuczna inteligencja mu go przypisała.

Rys. 12. Przykład tekstów wygenerowanych przez AI po angielsku i po polsku, z funkcjonalnością produktu niewystępującą w tym modelu



Źródło: zrzut ekranu, Kampania Meta Ads Vasco Translator

Podsumowanie

Jak pokazuje przykład reklamy tłumaczy elektronicznych Vasco, między standaryzacją a adaptacją trzeba zachować równowagę. Choć – jak zapewne dało się zauważyć na powyższych przykładach – w dużej mierze komunikacja jest spójna, to jednak pojawia się troska o lokalne niuansowanie komunikatów odpowiednio do kultury i języka, w sytuacjach, gdy jest to wskazane. Czasem jednak potrzeba mocniejszego postawienia na adaptację, np. w przypadku świąt charakterystycznych dla danego regionu, bieżących wydarzeń czy w obliczu wystąpienia katastrof naturalnych.

Ważnym aspektem jest transparentność mówienia o produkcie, umiejętność odpowiedzenia na potencjalne pytania odbiorców w komunikacie reklamowym. Istotne znaczenie posiada tutaj także możliwie odpowiedzialne podejście ze strony marki, ponieważ nie mamy dostępów do szczegółowych informacji o tym, jak działają mechanizmy wykorzystujące AI w platformach. W przypadku niektórych narzędzi AI mamy możliwość sprawdzenia efektów

jej pracy, dzięki czemu marka może odrzucić te komunikaty, które zagrażają jej wizerunkowi lub mogą wprowadzać odbiorców w błąd.

Powyższe rozważania to jedynie ułamek tego, co można powiedzieć o marketingu międzynarodowym. Również w zakresie etyki działań reklamowych istnieje wiele różnych problemów, które można byłoby jeszcze przeanalizować. Artykuł ten niech będzie inspiracją do dalszego zgłębiania wiedzy w tym zakresie i dalszych rozważań oraz do odpowiedzialnego podejścia do reklamy globalnej.

Literatura

Gąsior-Marek M., *Decyzje przedsiębiorstw działających na rynkach międzynarodowych. Standaryzacja i różnicowanie działań marketingowych*, „Zeszyty Naukowe WSG. Seria: Ekonomia" 2013, t. 21, nr 5, s. 143-148.

Kreft J., *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google'a i Facebooka*, Kraków 2018, https://www.researchgate.net/profile/Jan-Kreft/publication/332752295_Wladza_algorytmow_U_zrodel_potegi_Google_i_Facebooka/links/5ec6b61c458515626cbf1ac7/Wladza-algorytmow-U-zrodel-potegi-Google-i-Facebooka.pdf, dostęp z dn. 23.10.2025.

Łuczak M., Senkus P.J., Skrzypek A.B., *Standaryzacja projektowania i produkcji szansą na adaptację produktu w skali globalnej*, [w:] *Współczesne koncepcje i trendy w branży motoryzacyjnej*, s. 64-65, https://www.researchgate.net/profile/Milosz-Luczak/publication/308792394_Standaryzacja_projektowania_i_produkcji_szansa_na_adaptacje_produktu_w_skali_globalnej/links/57f39ef708ae280dd0b706f1/Standaryzacja-projektowania-i-produkcji-szansa-na-adaptacje-produktu-w-skali-globalnej.pdf, dostęp z dn. 24.10.2025.

Meta, *About Meta Advertising Standards*, https://www.facebook.com/business/help/488043719226449?id=434838534925385, dpstęp z dn. 24.10.2025.

Mittelstadt B.D., Allo P., Taddeo M., Wachter S., Floridi L., *The ethics of algorithms: Mapping the debate*, „Big Data & Society" 2016 July-December, s. 1-21, https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/mittelstaedt_floridi_the_ethics_of_algorithms.pdf, dostęp z dn. 23.10.2025.

Płuchowska D., *Reklama – standaryzacja reklamy interkulturowej*, [w:] *Manual – reklama. Podręcznik z zakresu projektowania komunikacji*, red. M. Wszołek, Wrocław 2017, s. 446-449, https://www.researchgate.net/profile/Mariusz-Wszolek/publication/313892035_Manual_-_reklama_podrecznik_z_zakresu_projektowania_komunikacji/links/58ae0b1492851cf7ae85b2ef/Manual-reklama-podrecznik-z-zakresu-projektowania-komunikacji.pdf#page=429, dostęp z dn. 24.10.2025.

Przegalińska A., Oksanowicz P., *Sztuczna Inteligencja nieludzka, arcyludzka*, Kraków 2020.

Rada Reklamy, *Kodeks Etyki Reklamy z 7 lutego 2023 r.*, https://radareklamy.pl/kodeks-etyki/, dostęp z dn. 23.10.2025.

We are social, *Global Digital Report 2025*, https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2025/02/GDR-2025-v2.pdf, dostęp z dn. 23.10.2025.

III.

Wojna, konflikt, geopolityka: obraz, narracja, odpowiedzialność mediów

https://doi.org/10.15633/9788383701776.09

Joanna Sosnowska*
https://orcid.org/0000-0001-8057-8571
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II https://ror.org/04qyefj88

Portret dziecięcego bohatera i audiowizualne mechanizmy obrazu wojennych losów dzieci ukraińskich w filmie dokumentalnym**

Abstract:

Portrait of a child and audiovisual mechanisms of depicting the wartime fate of Ukrainian children in a documentary film. The war in Ukraine has once again demonstrated the important role played by the media during armed conflicts. Dominated by social media, traditional media can be considered outdated, slow to reach audiences, and somewhat slower in their narrative pace. Contrary to appearances, however, their strength lies in their lack of impulsiveness, more careful selection of material, and reflection on the purpose of media publication. The aim of this article is to analyze the portrayal of war in selected documentaries about the fate of Ukrainian children. Detailed research focuses on the form of audiovisual production and the mechanisms of creating a documentary film message. By combining factual and fictional conventions, documentary films allow a certain kind of historical testimony to be conveyed through strong emotionalism and artistic form.

---

* Joanna Sosnowska – doktor; adiunkt w Katedrze Komunikacji Wizualnej i Nowych Mediów Instytutu Dziennikarstwa i Zarządzania KUL; członkini PTBFiM oraz PTKS. Jej zainteresowania badawcze dotyczą mediów audiowizualnych (telewizja, film, internetowe formy wideo), dziennikarstwa telewizyjnego, sztuki filmowej oraz komunikacji influencerskiej.

** Artykuł powstał w ramach stażu naukowego w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UPJPII.

Portret dziecięcego bohatera i audiowizualne mechanizmy obrazu wojennych losów dzieci ukraińskich w filmie dokumentalnym. Wojna w Ukrainie po raz kolejny pokazała, jak ważną rolę odgrywają media podczas konfliktów zbrojnych. Współcześnie zdominowane przez media społecznościowe tradycyjne media mogą być uznawane za formę nienowoczesną, z opóźnionym trybem dotarcia do odbiorcy, wolniejszym tempem narracji. Wbrew pozorom jednak ich siłą jest brak impulsywności, dokładniejsza selekcja materiału i refleksja nad celem medialnej publikacji. Celem artykułu jest analiza ukazania wojny w wybranych filmach dokumentalnych opowiadających o losach dzieci ukraińskich. Szczegółowe badania dotyczą formy realizacji audiowizualnej oraz mechanizmów tworzenia dokumentalnego przekazu filmowego. Film dokumentalny, łącząc konwencję faktograficzną z fikcjonalną, pozwala przekazać pewien rodzaj świadectwa historycznego również poprzez silny emocjonalizm i formę artystyczną.

Keywords

documentary film, war, audiovisuals, Ukraine, child, audiovisual portrait

film dokumentalny, wojna, audiowizualność, Ukraina, dziecko, portret audiowizualny

Film dokumentalny jako forma rejestracji rzeczywistości wojennej

Kino od początku swego istnienia poszerza naszą wiedzę o człowieku i o świecie. Mimo silnego połączenia przekazu filmowego z obszarem kreacji i sztuki dzieła filmowe są wartościowym, często silnie oddziałującym społecznie wyrazem reakcji na bieżącą sytuację polityczną i społeczną. Od XIX w. istniał w kulturze filmowej podział na zapis dokumentalny i fabularny – czyli obraz niefikcjonalny i fikcjonalny. Traktowano je jako całkowicie przeciwstawne formy opowieści filmowej, jako rodzaje mogące stylizować się na swoich cechach (np. paradokumentalizm) lub też przekazy łączone (np. fabularyzacja dokumentu). Zmieniające się techniki rejestrowania, odmiany gatunkowe i synkretyzm realizacyjny wpłynęły na płynność wcześniejszych podziałów. Obecnie badacze wskazują na

brak granic między fikcją i dokumentem we współczesnej praktyce produkcji filmu dokumentalnego. „Coraz bardziej poszerza się terytorium pogranicza, gdzie panują szczególne prawa i wszystko jest możliwe (…). Stykamy się dzisiaj z filmami, w których czynnik fikcji miesza się i przenika ze swoiście zaaranżowaną faktualnością i w których nie sposób oddzielić od siebie obu tych odmian komunikatu”[1]. Siłę dokumentalnego świata przedstawionego w kinie odnaleźć można w ciągle zmieniających się koncepcjach i poetykach filmu (w tym filmu dokumentalnego), m.in. *Dogmy*, *Cinema direct*, *commitment debate*, neorealizmu, realizmu poetyckiego, Kino-Prawdy, filmu fotograficznego, free Cinema, Cinema verite, docu-drama czy dokumentu perswazyjnego[2].

Nieustającym problemem badawczym filmu dokumentalnego jest jego status w odniesieniu do kategorii prawdy, autentyczności, obiektywizmu przekazu[3]. Dokument filmowy formułę obiektywizmu traktuje jako dostarczenie materiału do interpretacji przez widza. „Przekazy audiowizualne, które dążą do uzyskiwania zobiektywizowanych sensów albo zobiektywizowanego obrazu rzeczywistości, muszą podporządkować się ogólniejszym procedurom obiektywizującym, obowiązującym na tym obszarze wiedzy, do którego ze względu na swą formę lub tematykę dany przekaz należy”[4].

Mimo specyficznego funkcjonowania filmu dokumentalnego we współczesnej kulturze audiowizualnej nadal gatunek ten spełnia wiele funkcji faktograficznych: może być rodzajem kroniki, zapisem rzeczywistości, dokumentalną rejestracją ważnych wydarzeń, autentyczną pamięcią o osobach. „Pytanie, co oglądamy w danym momencie na ekranie – rzeczywistość czy fikcję – ma wymiar praktycz-

[1] M. Hendrykowski, *Dokument – fikcja – realizm. Teoria wobec praktyki*, „Kwartalnik Filmowy” 2011, nr 75-76, s. 86.

[2] Por. M. Przylipiak, *Poetyka kina dokumentalnego*, Gdańsk 2006; R.M. Barsam, *Non-Fiction Film: A Critical History*, Bloomington 1992; *Encyklopedia kina*, red. T. Lubelski, wyd. 2 poszerz., Kraków 2010.

[3] M. Przylipiak, *Obiektywizm i procedury obiektywizujące w filmie dokumentalnym*, „Principia” 2000, t. 26, s. 35-53.

[4] Tamże, s. 52.

ny i ani na chwilę nie opuszcza nas w trakcie projekcji strumienia ruchomych obrazów”[5]. Jest pewnego rodzaju wynikiem umowy kulturowej między widzem a twórcą. Zagadnienie realizmu, prawdy przekazywanej przez film dokumentalny staje się intencją autora, którego celem jest pokazanie (lub manipulacja) określonego wydarzenia, osoby, tematu. Współczesne formy deformacji informacji w zakresie obrazu i dźwięku są tak zaawansowane, że naturalnie budzą nieufność odbiorcy. Sztuczna inteligencja (SI) pozwala na wygenerowanie całkowicie fikcyjnych osób, podmienienie twarzy na filmach, podłożenie głosu czy stworzenie nieprawdziwej wypowiedzi lub reakcji. Deepfakes stały się m.in. elementem świadomej strategii dezinformacji rosyjskiej w czasie inwazji na Ukrainę[6]. Dlatego tak ważnym zagadnieniem jest autorstwo obrazu filmowego, etyczny wymiar filmu dokumentalnego i konsekwencje decyzji dokumentalisty[7].

Mimo także współczesnych pułapek technologicznych siłą filmu dokumentalnego jest jego głębsze spojrzenie na filmowaną rzeczywistość, możliwość rejestrowania i interpretowania świata, szczególnie w sytuacjach granicznych. Wielu badaczy dopuszcza filmową formę dokumentalną jako źródło historyczne, pozwalające uzyskać wiedzę (chociaż wycinkową) o danym czasie[8]. Obraz jest jedną z pierwotnych form pamięci i budowania przekazu komunikacyjnego. Świat wizualny „zdarzeń wyłaniających się z filmu jest zwykle wypadkową punktów widzenia bohaterów i twórców. Ma więc charakter intersubiektywny, bliski antropologicznemu widzeniu przeszłości”[9]. Jak zaznacza K. Mąka-Malatyńska,

[5] M. Hendrykowski, *Dokument – fikcja – realizm…,* dz. cyt., s. 91.

[6] A. Majchrzak, *Rosyjska dezinformacja i wykorzystanie obrazów generowanych przez sztuczną inteligencję (deepfake) w pierwszym roku inwazji na Ukrainę*, „Media – Biznes – Kultura” 2023, nr 1(14), s. 73-86.

[7] J. Sosnowska, *Etyka dziennikarza-dokumentalisty*, [w:] *Etyka dziennikarstwa: edukacja – teoria – praktyka*, red. E. Pawlak-Hejno, J. Pleszczyński, Lublin 2012, s. 183-202.

[8] Por. *Media audiowizualne w warsztacie historyka,* red. D. Skotarczak, Poznań 2008; I. Kurz, *Film i historia. Antologia*, Warszawa 2008.

[9] K. Mąka-Malatyńska, *Świadectwo obrazu. Przedstawienia pogromów antysemickich w polskim filmie dokumentalnym*, [w:] *Pogromy Żydów na ziemiach polskich w XIX i XX wieku*, red. S. Buryła, Warszawa 2018, s. 440.

dokument filmowy jest podwójnym rodzajem świadectwa historycznego. Z jednej strony jest zapisem uczestników zdarzeń, z drugiej przejawem pamięci twórcy i odbiorcy filmu z perspektywą tendencji aktualnego, współczesnego interpretowania przeszłości[10]. Wojna jest częstym tematem podejmowanym przez twórców dokumentalnych. Doświadczenia wojenne utrwaliły wiele konwencji w filmie od kreowania wrogów narodu, budowania przekazów perswazyjnych i propagandowych, po filmy aktywizujące[11]. Opisują doświadczenia autobiograficzne, systemowe oceny przeszłości czy okrucieństwo konfliktów zbrojnych. Ich znaczenie w przestrzeni publicznej jest coraz większe. „W przypadku współczesnych wojen wymiar kulturowy wydaje się mieć wręcz kluczowe znaczenie, przede wszystkim w odniesieniu do wartości istotnych dla danych społeczeństw"[12]. Filmów dokumentalnych o wojnie w Ukrainie powstaje coraz więcej. Prezentowane są w telewizji, mediach społecznościowych, internecie, na platformach streamingowych, międzynarodowych festiwalach filmowych, dzięki czemu stają się głosem ofiar w przestrzeni globalnej. Ostatnim tego dowodem jest laureat Oscara w kategorii „najlepszy film dokumentalny" – *20 dni w Mariupolu* w reżyserii ukraińskiego filmowca Mścisława Czernowa[13].

Sytuacja dzieci podczas wojny w Ukrainie

Fenomen dzieciństwa wszedł do dyskursu naukowego dopiero w XX w. Jednakże zainteresowanie tematyką dzieciństwa w światowym środowisku naukowym miało miejsce już w drugiej połowie XIX w. – w okresie, który niemiecki badacz

[10] Tamże, s. 421-441.

[11] J. Hučková, *Użyteczny wróg. Konflikty wojenne w filmie dokumentalnym na wybranych przykładach*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia" 2023, nr 78, s. 189-211.

[12] U. Jarecka, *Świat na krawędzi… Współczesne wojny w dyskursie medialnym,* „Kultura Współczesna" 2017, nr 2(95), s. 94.

[13] *Oscary 2024. „20 dni w Mariupolu" najlepszym dokumentem. „To głos prawdy o wojnie"*, https://polskieradio24.pl/artykul/3347691,oscary-2024-20-dni-w-mariupolu-najlepszym-dokumentem-to-glos-prawdy-o-wojnie, dostęp z dn. 15.07.2025.

E. Key nazwał „stuleciem dziecka”[14]. Idea ochrony praw dziecka także rozwijała się przez wiele stuleci, a proces ten nasilił się dopiero w XIX w., kiedy rozwinęła się koncepcja ochrony praw dziecka. Współcześnie zjawisko „dzieciństwa” staje się przedmiotem wielostronnych, interdyscyplinarnych badań, w tym również medialnych, związanych nie tylko z wizerunkiem dziecka w mediach, uzależnieniem od mediów, ale również wykorzystaniem symbolu dziecka, jego perspektywy w narracji medialnej. Świat, w którym żyjemy, zmienił się diametralnie, co oznacza, że także samo dziecko zmieniło się w kategoriach jakościowych, a wszystkie procesy zachodzące w społeczeństwie bezpośrednio lub pośrednio wpływają na dzieciństwo. Natomiast 24 lutego 2022 r. koncepcja dzieciństwa zmieniła się dla wszystkich ukraińskich dzieci.

Od 24 lutego 2022 r. wojna za naszą wschodnią granicą przeniosła ukraińskie dzieci do innej rzeczywistości – rzeczywistości wojny – dzieci, które widziały śmierć, widziały cierpienie, widziały tortury wobec bliskich i przyjaciół; dzieci ranne; dzieci, które zmarły w czasie wojny; dzieci wywiezione z terytorium Ukrainy. Pod wpływem wojny hybrydowej (2014-2021) i wojny z 24 lutego 2022 r. na Ukrainie pojawiło się nowe pokolenie – pokolenie „dzieci wojny” – dzieci, których rozwój i socjalizacja miały miejsce w czasie wojny; dzieci, które w czasie wojny utraciły poczucie spokoju i bezpieczeństwa; dzieci, które straciły rodziców, dom; dzieci zaginione; dzieci ranne, posiniaczone, okaleczone; dzieci poddane przemocy i torturom bądź będące ich świadkami; dzieci uprowadzone, nielegalnie przetrzymywane lub wywożone z Ukrainy.

Kluczowe dane z UNICEF-u[15]:

- Liczba ofiar wśród dzieci w 2024 r. wzrosła o 50% w porównaniu z 2023 r.
- 2,5 tys. dzieci zostało zabitych lub rannych od lutego 2022 r.

[14] E. Key, *Stulecie dziecka*, przekł. I. Moszczeńska, Warszawa 2005.

[15] *Wojna w Ukrainie. 3 lata cierpienia dzieci*, https://unicef.pl/co-robimy/aktualnosci/news/wojna-w-ukrainie.-3-lata-cierpienia-dzieci, dostęp z dn. 12.08.2025.

- Rzeczywista liczba ofiar jest prawdopodobnie znacznie wyższa. Dane uwzględniają tylko te zweryfikowane przez ONZ.
- Ponad 1,6 tys. placówek edukacyjnych i prawie 790 budynków służby zdrowia zostało uszkodzonych lub zniszczonych w ciągu ostatnich trzech lat.
- Na całym świecie zarejestrowanych jest obecnie 6,86 mln ukraińskich uchodźców, z czego prawie milion mieszka w Polsce.

Migracje spowodowały problemy wsparcia społecznego i pomocy społecznej. Ważnym problemem stały się grupy ukraińskich uchodźców, zwłaszcza kobiety z dziećmi lub same dzieci – sieroty i dzieci pozbawione opieki rodzicielskiej; osoby niepełnosprawne; dzieci rodzin zastępczych i rodzinnych domów dziecka; dzieci różnego typu placówek opiekuńczych, w szczególności domów dziecka, internatów, schronisk dla dzieci, instytucje resocjalizacji i rehabilitacji psychologicznej dzieci.

Ów konflikt zbrojny od samego początku wzbudzał zainteresowanie zarówno samych mediów, jak i ich odbiorców. Każdego dnia serwisy informacyjne, ale również treści o charakterze publicystycznym i dokumentalnym dostarczały – i wciąż dostarczają – podsumowań wydarzeń z frontów toczącej się wojny; zapewne wpływ na zainteresowanie tym tematem przez polskie media ma nasza specyficzna geopolityczna lokalizacja – państwa frontowego, a do tego silnie zaangażowanego w pomoc Ukrainie.

Każda wojna potrzebuje ikony wizualnej, która będzie tworzyć ramy interpretacyjne konfliktu. Jedną z najważniejszych ikon formujących ramy wojny w XX w. było zdjęcie wykonane przez Nicka Uta, który w 1972 r. dokumentował wojnę w Wietnamie. Sfotografował wówczas wietnamską dziewczynkę Phan Thị Kim Phúc, ofiarę amerykańskiego nalotu napalmowego. Zdjęcie przedstawia przerażone dziecko, pozbawione ubrania (zostało spalone napalmem), które biegnie z rozpostartymi rękoma w stronę obiektywu fotografa. Zdjęcie stało się w latach 70. symbolem nie tylko ludzkiego okrucieństwa, ale też niewinnych

ofiar wojennych, a nawet wojny jako takiej[16]. Bohaterowie filmów dokumentalnych też często spełniają taką rolę.

Bohater dziecięcy w przekazie filmowym jest silnie emocjonalizującym elementem filmu dokumentalnego oraz medium autentycznym i spontanicznym. „Dziecko nie tworzy kreacji aktorskiej, używając narzędzi, wiedzy, świadomości i doświadczenia. Ono zachowuje się na planie instynktownie, nie możemy przewidzieć jego reakcji"[17]. Twórca dokumentu filmowego często dzięki dziecięcej perspektywie opowiadania – istnienia na ekranie – osiąga efekt bardziej wiarygodnego i wstrząsającego komunikatu. Perspektywa narracji poprzez bohatera dziecięcego może przyjmować różne formy: od obserwacyjnej, uczestniczącej, po oceniającą. Strategie filmowania mogą przybrać formę „uprzedzonego oka" lub „wizję magiczną", kreującą rejestrowany świat w nieco ponadrealnym, metaforycznym ujęciu[18]. Opisując skomplikowany i okrutny świat wojny, perspektywa dziecięca staje się nie tylko specyficznym środkiem realizacji filmowej, ale także głosem z pozoru małego człowieka w konflikcie wielkich mocarstw.

Metoda i materiał badawczy

Celem artykułu jest wskazanie specyfiki mechanizmów tworzenia przekazów medialnych na temat wojennych losów jej najsłabszych i najbardziej bezbronnych ofiar, czyli dzieci. Materiałem badawczym są telewizyjne i filmowe formy dokumentalne ukazujące agresję Rosji na Ukrainę od 2022 r. Analizie poddanych zostało 9 międzynarodowych filmów dokumentalnych: *Ukraina: na tropie porwanych dzieci*, *Rok wojny na Ukrainie. Dzieci z Domu Dziecka*, *Matki wojny*,

[16] Por. W. Siegień, *Dziecko w ramach wojny. Przypadek Donbasu*, „Problemy Wczesnej Edukacji" 2021, nr 2(53), s. 50-62.

[17] M. Zambrzycka, *Dziecko – narrator filmowy świata XXI wieku. Pisemny komentarz do pracy doktorskiej,* Łódź 2023, http://bip.filmschool.lodz.pl/userfiles2/Praca%20doktorska(46).pdf, dostęp z dn.12.08.2025.

[18] A. Helman, *Spojrzenie dziecka – metaforą kina*, „Kwartalnik Filmowy" 2013, nr 81, s. 24-38.

Porwane Dzieci Ukrainy, *Czy dzieci-uchodźcy wrócą do Ukrainy?*, *Ukraina. Teatr dziecięcy w czasie wojny*, *Ukraina: kraj wdów*, *Dom z drzazg*, *Ukrainian Children – Stolen by Russia*.

Analizy mają charakter interdyscyplinarny, ponieważ oprócz badań medioznawczych, audiowizualnych[19], nawiązują do badań nad konfliktami[20] oraz nad dzieciństwem[21]. Metodologia oparta jest głównie na analizie mediów, technologii komunikacyjnych w kształtowaniu obrazu i narracji konfliktów wojennych. Zarówno antropologia wizualna, jak również socjologia wizualna propagują tezę, że obraz powinno się uznać za równie istotny jak słowo element naukowej pracy antropologicznej i socjologicznej[22]. Analiza materiału badawczego opiera się na założeniach: interpretacji kompozycyjno-realizacyjnej (formuły i sposobu tworzenia przekazu wizualnego), analizy treści (audio)wizualnych (interpretacji zawartości treści filmów) oraz hermeneutyki przekazów (audio)wizualnych (próby zrozumienia intencji autorskich i zachowań bohaterów nagrań)[23]. Analizowane mechanizmy w obszarze audiowizualnym podzielone są na dwie kategorie: formalne i treściowe (narracyjne) mechanizmy budowania przekazu filmowego.

Celem szczegółowym jest analiza mechanizmów, jakimi posługują się formy audiowizualne w ukazywaniu problematyki dzieci w obliczu konfliktu wojennego. Korzystając z analizy zawartości treści, zidentyfikowano formalne środki wizualne (*visual means*) i treściowe mechanizmy tworzenia przekazów medialnych. Obie perspektywy wskazują, że narracja nawiązująca do sytuacji dzieci i młodzieży w Ukrainie jest wieloaspektowa i niezwykle angażująca emocjonalnie zarówno nadawcę, jak i odbiorcę komunikatu medialnego.

[19] Por. B. Skowronek, *Film w przestrzeni kultury audiowizualnej. Studia. Szkice. Interpretacje*, Kraków 2011.

[20] Por. J. Butler, *Ramy wojny. Kiedy życie godne jest opłakiwania?*, Warszawa 2011.

[21] Por. A. James, A.L. James, *Key Concepts in Childhood Studies*, London 2012.

[22] P. Witek, *Kultura – Film – Historia. Metodologiczne problemy doświadczenia audiowizualnego*, Lublin 2005.

[23] P. Witek, *Metodologiczne problemy historii wizualnej*, „Ейдос" 2013, nr 7, s. 244.

Wyniki badań

W wyniku analizy można wymienić najbardziej widoczne lub powtarzające się mechanizmy tworzenia przekazów medialnych wobec wojennych losów dzieci ukraińskich w perspektywie form dokumentalnych:

1) Mechanizmy wizualne:

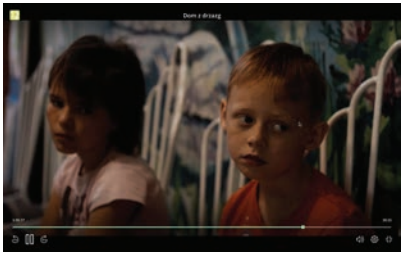
– mechanizm wzmacniania wizualnego emocji: portretowanie bohaterów dziecięcych (bliskie kadrowanie) – silnie eksponujące twarze młodych bohaterów, ich emocje (smutek, nostalgię czy radość), komunikację niewerbalną; portret audiowizualny pozwala na budowanie personalnego odbioru postaci dziecka, często także silnego mechanizmu współodczuwania, nawiązywania relacji przez „ekran", budowania zaufania do wypowiedzi bohatera dziecięcego;



Czy dzieci wrócą na Ukrainę?



Rok wojny na Ukrainie. Dzieci z Domu Dziecka



Dom z drzazg



Ukrainian Children – Stolen by Russia



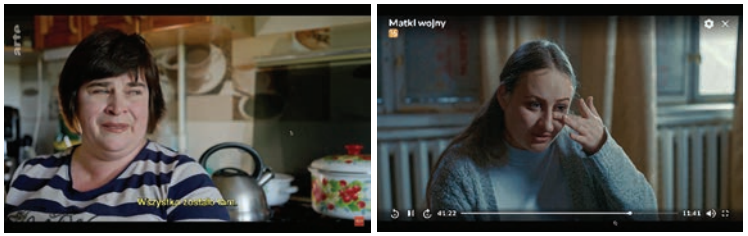


Ukraina. Teatr dziecięcy w czasie wojny

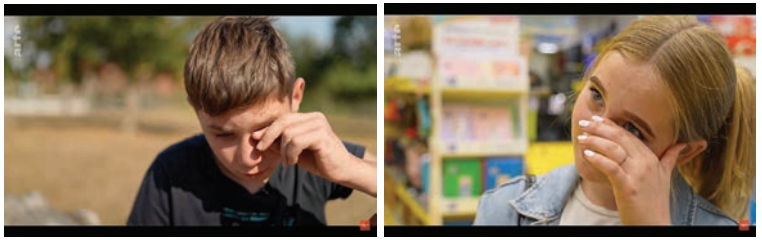
– mechanizm wzmacniania wizualnego emocji: portretowanie bohaterów dziecięcych (zakrywanie twarzy) – ukrywanie bohatera dziecięcego, konwencja dokumentu śledczego, interwencyjnego, budowanie atmosfery zagrożenia, niebezpieczeństwa; mechanizm wpisujący się w konwencję tematyki filmów o wojnie;

– mechanizm ekspresji emocji (portretowanie płaczu) i kontrastowania (dorosły–dziecko) – silna ekspresja kontrastu dorosły–dziecko widoczna nie tylko w emocjach, ale również pozwalająca na zrównanie bezradności, bezsil-

ności bohaterów dziecięcych z osobą dorosłą; często w narracji (wypowiedzi) eksponowanie konwencji dziecka jako dorosłego (który przeżywa problemy dorosłego człowieka);



Matki wojny



Czy dzieci wrócą na Ukrainę?

– mechanizm kontrastu/absencji (obrazy symboliczne) – bardzo charakterystyczne dla przekazów wojennych dotyczących dzieci; niejako symbol, ale również eufemizm wizualny; jego celem jest nie tylko unikanie treści dosadnych (być może drastycznych), ale jednocześnie silne pobudzanie wyobraźni; odbiorca widzi w wyobraźni nie tylko buty czy zabawkę, ale nawet zabite dziecko, po którym pozostały opuszczone przedmioty.



Ukrainian Children – Stolen by Russia



Matki wojny



Dom z drzazg



Rok wojny na Ukrainie. Dzieci z Domu Dziecka

– mechanizm kontrastu (obrazy symboliczne); znaczące wizualizacje konfrontujące zniszczenia wojenne i bohaterów filmów (sposób kadrowania: plany ogólne, duże) powodują, że widz czuje ogrom tragicznej sytuacji, w jakiej fizycznie znajdują się bohaterowie;



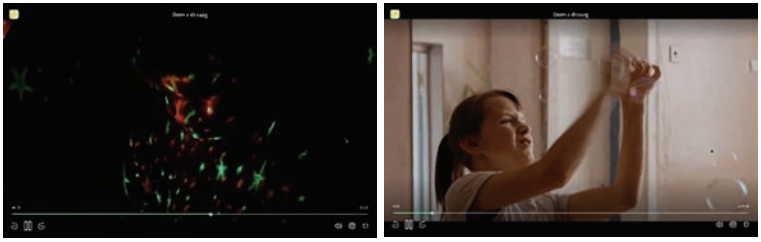
Matki wojny

– mechanizm nadawania znaczenia (obrazy symboliczne/patriotyczne) – mechanizm wykorzystujący symbole narodowe w scenach filmowych dla zbudowania obrazów z nacechowaniem patriotycznym, wolnościowym; dziecko jako symbol;



Matki wojny

– mechanizm ekspresji emocji (konwencja odrealnienia świata przedstawionego) – mechanizm prezentowania świata poprzez konwencję, która metaforycznie pokazuje tematykę dziecka, dzieciństwa w czasie wojny; budowanie zarówno opowieści narracyjnych w tym zakresie, jak również wizualnych; świat dzieci zmienia się pod wpływem gry świateł, kolorów czy baniek mydlanych; sceny te często są montażowo zbijane z obrazami wojny, zniszczeń czy płaczu;



Dom z drzazg



Rok wojny na Ukrainie. Dzieci z Domu Dziecka

– mechanizm nadawania znaczenia (rysunki dziecięce) – mechanizm znany z przedstawień fotografii wojennej czy telewizyjnego reportażu wojennego; rysunki dziecięce komentują tęsknoty, traumy czy emocje bohaterów dziecięcych;



Czy dzieci-uchodźcy wrócą do Ukrainy?



Rok wojny na Ukrainie. Dzieci z Domu Dziecka

– mechanizm kontrastu (montaż) – bardzo emocjonalny, wskazujący na światy równoległe, w których żyją bohaterowie; mechanizm kontrastu pozwala na eksponowanie ważnych aspektów treści filmów, które nie zawsze udaje się podkreślić w wypowiedzi;



Ukraina. Teatr dziecięcy w czasie wojny

– mechanizm kontrastu (montaż/leitmotiwy rytmiczne) – elementy pojawiające się często jako obrazy przypominające tematykę wojenną w narracji całości filmów; wkomponowywane w linearną opowieść o życiu dzieci podczas wojny, silnie eksponują warstwę faktograficzną lub emocjonalną/symboliczną filmowanej historii dziecięcych bohaterów;



Pomniki / wizerunki żołnierzy / zbombardowane budynki / ruiny



Place zabaw

Mechanizmy audiowizualne, pojawiające się w analizowanych formach dokumentalnych, połączone są z wykorzystywaniem muzyki w zakresie ekspresji emocji, budowania mechanizmów gradacji – stopniowego budowania napięcia. Wykorzystywane są przez twórców mechanizmy kontrastu, asynchronizacji obrazowo-dźwiękowej, polegającej na konfrontowaniu dramatycznej wypowiedzi dziecka lub matki (głównie przeżyć wojennych) z wizualizacją pozytywną.

2) Mechanizmy treściowe w analizowanych filmach widoczne były najczęściej jako:

– *human story* – budowanie opowieści poprzez losy poszczególnych bohaterów dziecięcych; dziecko jest narratorem opisującym świat wojenny; jego historia staje się historią-symbolem losów dzieci ukraińskich podczas wojny;

– personalizacja narracji – punkt widzenia bohatera; perspektywa dziecięca tworzy historię pojedynczego dziecka, personalizuje opowieść o wojnie i silnie ją emocjonalizuje, nadaje jej osobisty wymiar;

– rytmizacja treści – powtarzalne bloki opisu losów bohaterów dziecięcych (leitmotiwy treściowe) w opowieści o dzieciach z domu dziecka to pojawiające się kolejne opisy tęsknoty za rodzicami; w filmach o przesiedlonych dzieciach powracający temat powrotu do domu;

– kontrast w narracji – opowieść dramatyczna / opowieść liryczna; tworzenie narracji wielowymiarowej, pozwalającej na balansowanie między tym, co tragiczne w życiu dzieci, a tym, co daje nadzieję;

– mechanizm autorytaryzmu – opowieść poprzez narrację osoby dorosłej (urzędnik domu dziecka / nauczyciel / opiekun – brak perspektywy dziecka); budowanie przekazu z perspektywy potencjalnego narratora „wszystkowiedzącego", mającego większą wiedzę i mądrość w stosunku do bohatera dziecięcego; często ta narracja wykazuje sprzeczność między patrzeniem na świat wojenny dziecka i dorosłego;

– mechanizm dramatyzmu – elementy dramatyzacji narracji (konwencja bajki); wprowadzanie elementów opowieści mającej na celu metaforycznie opisywać rzeczywistość, w jakiej znajdują się bohaterowie dziecięcy (dzieci opowiadające o rodzicach jak postaciach nierealnych, postaciach z bajek).

Zakończenie

W przekazie medialnym wizualizacja wojny może zostać zbanalizowana, wypełniona stereotypowymi obrazami i odniesieniami treściowymi. Może także poprzez wykorzystanie środków audiowizualnego przekazu wyeksponować filmowaną rzeczywistość i historię bohaterów. Wojenne losy dzieci w wojnie w Ukrainie w analizowanych filmach dokumentalnych przedstawione są za pomocą różnorodnych mechanizmów obrazowania i tworzenia narracji. Siłą audiowizualnego przekazu filmowego jest ukazanie najmłodszych ofiar wojny, ich egzystencji w niestandardowym otoczeniu, w obliczu działań wojennych, deportacji, braku rodziców i braku poczucia bezpieczeństwa.

Filmy dokumentalne jako formy niefikcjonalne posługują się obrazami i narracjami faktograficznymi, autentycznymi. Jednak bardzo często korzystają z konwencji opowieści dramaturgicznych dla wzmocnienia przekazu. W anali-

zowanych filmach za pomocą różnorodnych mechanizmów twórcy filmowi eksponowali bohatera dziecięcego, tragizm wojny oraz kontrast między światem wojennym a światem dziecka. Poprzez sposób realizacji narzucali widzowi ścieżkę odbioru treści przez emocje, symbolizację obrazu, eksponowanie twarzy dzieci. Częste wykorzystywanie kontrastów generowało niepokój i dramatyzm wojny, podkreślano niewinność i bezradność dzieci wobec zła, zniszczeń i śmierci (np. rodziców). Film jest formą różnorodnych technik międzymedialnych, strategii intermedialnych i praktyk audiowizualnych. Autorzy dokumentów opowiadających o losach dzieci ukraińskich nie tworzą formatów zbyt skomplikowanych realizacyjnie. Budują przekaz znaczący, ale też zrozumiały dla odbiorców, jasny i przejrzysty, chcąc stworzyć uniwersalny komunikat, odczytany przez widzów na całym świecie. Sięgają po znane, sprawdzone mechanizmy wizualne i narracyjne, dostosowując je do głównych, dziecięcych bohaterów.

„W okresie poważnych wyzwań, przed którymi stoją obecnie Ukraina i cały świat, rośnie społeczno-kulturowa rola teledokumentów, o czym świadczy znaczna ilość materiałów filmowych kręconych przez reżyserów z różnych krajów”[24]. Badacze podkreślają, że wiek XX, nazwany „stuleciem dziecka”, miał przynieść światu rewolucję, wychowanie młodych ludzi, którzy odmienią nasz glob, wyzwolą od zła, nieprawości, wojen i przemocy[25]. Współczesny świat, tak silnie dziś spolaryzowany, nie jest środowiskiem sprzyjającym takim idealistycznym planom. Nadal młody człowiek jest realnie zagrożony w świecie konfliktów dorosłych ludzi. Wojna w Ukrainie nie ustaje, zmienia tylko swoje oblicze i nadal los dzieci jest niewyobrażalnie trudnym i dramatycznym tematem tej wojny. Każdy „skuteczny” przekaz medialny czy kulturowy, który stoi po stronie słabszych, jest ważnym głosem w walce o wolność. Analizowane filmy dokumentalne są już stałym zapisem zbrodni rosyjskiej na narodzie ukraińskim i jego najmłodszych obywatelach.

[24] O. Rosinska, M. Tymińska, *Methods for designing strategic narratives in the description of the 2022 Russian-Ukrainian war in documentaries*, „Images” 2023, nr 43, s. 79-95.

[25] Por. B. Smolińska-Theiss, *Dzieciństwo jako status społeczny*, Warszawa 2014.

Literatura

Barsam R.M., *Non-Fiction Film: A Critical History*, Bloomington 1992.

Butler J., *Ramy wojny. Kiedy życie godne jest opłakiwania?*, Warszawa 2011.

Encyklopedia kina, red. T. Lubelski, wyd. 2 poszerz., Kraków 2010.

Gwóźdź A., *Kino po kinie. Film w kulturze uczestnictwa*, Kraków 2010.

Gwóźdź A., *Obrazy i rzeczy: film między mediami*, Kraków 2003.

Hendrykowski M., *Dokument – fikcja – realizm. Teoria wobec praktyki*, „Kwartalnik Filmowy" 2011, nr 75-76, *s.* 86-108.

Hendrykowski M., *Język ruchomych obrazów,* Poznań 1999.

Hopfinger M., *Kultura audiowizualna u progu XXI w.*, Warszawa 1997.

Hučková J., *Użyteczny wróg. Konflikty wojenne w filmie dokumentalnym na wybranych przykładach*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia" 2023, nr 78, s. 189-211.

Jarecka U., *Świat na krawędzi… Współczesne wojny w dyskursie medialnym*, „Kultura Współczesna" 2017, nr 2(95), s. 94-107.

Key E., *Stulecie dziecka*, przekł. I. Moszczeńska, Warszawa 2005.

Kurz I., *Film i historia. Antologia*, Warszawa 2008.

Majchrzak A., *Rosyjska dezinformacja i wykorzystanie obrazów generowanych przez sztuczną inteligencję (deepfake) w pierwszym roku inwazji na Ukrainę*, „Media – Biznes – Kultura" 2023, nr 1(14), s. 73-86.

Mąka-Malatyńska K., *Świadectwo obrazu. Przedstawienia pogromów antysemickich w polskim filmie dokumentalnym,* [w:] *Pogromy Żydów na ziemiach polskich w XIX i XX wieku*, red. S. Buryła, Warszawa 2018, s. 421-441.

Media audiowizualne w warsztacie historyka, red. D. Skotarczak, Poznań 2008.

Miller N., *The Girl in the Photograph: The Vietnam War and the Making of National Memory.* „JAC" 2004, nr 24(2), s. 261-290.

Przylipiak M., *Obiektywizm i procedury obiektywizujące w filmie dokumentalnym*, „Principia" 2000, t. 26, s. 35-53.

Przylipiak M., *Poetyka kina dokumentalnego*, Gdańsk 2006.

Rosinska O., Tymińska M., *Methods for designing strategic narratives in the description of the 2022 Russian-Ukrainian war in documentaries*, „Images" 2023, nr 43, s. 79-95.

Siegień W., *Dziecko w ramach wojny. Przypadek Donbasu*, „Problemy Wczesnej Edukacji" 2021, nr 2(53), s. 50-62.

Skowronek B., *Film w przestrzeni kultury audiowizualnej. Studia. Szkice. Interpretacje*, Kraków 2011.

Smolińska-Theiss B., *Dzieciństwo jako status społeczny,* Warszawa 2014.

Sosnowska J., *Etyka dziennikarza-dokumentalisty*, [w:] *Etyka dziennikarstwa: edukacja – teoria – praktyka*, red. E. Pawlak-Hejno, J. Pleszczyński, Lublin 2012 s. 183-202.

Witek P., *Kultura – Film – Historia. Metodologiczne problemy doświadczenia audiowizualnego*, Lublin 2005.

Witek P., *Metodologiczne problemy historii wizualnej*, „Res Historica" 2014, nr 37, s. 159-176.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.10

Olga Białek-Szwed*
https://orcid.org/0000-0001-5702-4458
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II https://ror.org/04qyefj88

Sposób obrazowania wojennych losów dzieci ukraińskich na przykładzie publicystyki tygodników „Polityka" i „Newsweek Polska"

Abstract:

The way of illustrating the wartime fate of Ukrainian children based on the example of the journalism of the weeklies "Polityka" and "Newsweek Polska". The armed conflict in Ukraine, now in its third year, is adversely affecting the lives of young Ukrainians. Faced with warfare, children and young people are becoming victims of violence and deportation, losing loved ones and their sense of security and "normality". In Polish weekly opinion magazines, portrayals of children's lives during the war are an important element of the strategy for covering this armed conflict. The aim of this article is to explore how Polish journalists describe the situation of Ukrainian children in the context of the ongoing war and its consequences. For this purpose, journalistic materials from the weekly magazines "Polityka" and "Newsweek Polska" were analyzed.

Sposób obrazowania wojennych losów dzieci ukraińskich na przykładzie publicystyki tygodników „Polityka" i „Newsweek Polska". Konflikt zbrojny w Ukrainie, który trwa już trzeci rok, ma niekorzystny wpływ na życie najmłodszych Ukraińców. W obliczu działań wojennych dzieci

* Olga Białek-Szwed – doktor; adiunkt w Katedrze Kultury Medialnej Instytutu Dziennikarstwa i Zarządzania Wydziału Nauk Społecznych Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego; członkini Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół współczesnych mediów masowych, przede wszystkim prasy. Zajmuje się także społecznym i kulturowym oddziaływaniem mediów oraz ich tabloidyzacją.

i młodzież stają się ofiarami przemocy i deportacji, tracą bliskich i poczucie bezpieczeństwa oraz „normalności". W polskich tygodnikach opinii przekazy związane z ukazywaniem egzystencji dzieci podczas wojny są ważnym elementem strategii opisywania tego konfliktu zbrojnego. Celem artykułu jest przybliżenie sposobu, w jaki polscy publicyści prasowi opisują sytuację dzieci ukraińskich w kontekście toczącej się wojny oraz jej konsekwencji. Na potrzeby artykułu analizie poddano materiały publicystyczne zawarte w tygodnikach „Polityka" oraz „Newsweek Polska".

Keywords

War in Ukraine, war journalism, "children of war", weekly "Polityka", weekly "Newsweek", opinion-forming press in Poland

Wojna w Ukrainie, publicystyka na temat wojny, „dzieci wojny", tygodnik „Polityka", tygodnik „Newsweek", prasa opiniotwórcza w Polsce

Wstęp

24 lutego 2022 r. Rosja rozpoczęła pełnoskalową inwazję na Ukrainę, która wzbudziła zainteresowanie mediów na całym świecie, w tym również polskich. Od tego momentu każdego dnia serwisy informacyjne oraz treści o charakterze publicystycznym dostarczały i wciąż dostarczają danych na temat toczącego się konfliktu zbrojnego. Media zwracają przy tym uwagę na historię pojedynczych bohaterów lub całych grup osób – wpisując się w ten sposób w konwencję, którą Zbigniew Bednarek uznał za charakterystyczną dla współczesnego dziennikarstwa wojennego[1]. Zdaniem badacza publikacje analizujące problematykę militarną winny odznaczać się autentyzmem, niekiedy – w miarę potrzeb – także naturalizmem prezentowanych postaci i obrazów; mogą wpływać na percepcję odbiorcy, stymulować jego emocje; nie powinny wykazywać przy tym sensacyjności. Jest to niezwykle istotne, ponieważ mediom zdarza się – jak pisał o.

[1] Z. Bednarek, *Polskie dziennikarstwo wojenne. Twórcy, gatunki, konflikty zbrojne i polityka międzynarodowa*, Łódź 2020, s. 52.

Leon Dyczewski – „(…) gonić za wiadomościami zawierającymi dużą dawkę przemocy, eksponującymi ludzkie nieszczęście, a nawet okrucieństwo, aby wywołać sensację, wzbudzić emocje u widza i związać go z sobą”[2]. Z tego powodu tak ważne jest właśnie odpowiednie, godne i pełne empatii „(…) ujęcie tematu przez reportera i zaprezentowanie go w taki sposób, by wpłynąć na wyobraźnię odbiorcy, wywołując u niego wrażenie, że pośrednio bierze udział w ukazywanych historiach (…)”[3]. Szczególnie jest to istotne, kiedy podmiotem opowieści stają się najmłodsi uczestnicy konfliktu zbrojnego, co w przypadku materiałów dziennikarskich w tygodnikach „Polityka” i „Newsweek Polska” opowiadających o wojnie rosyjsko-ukraińskiej jest jednym z częstych elementów narracyjnych.

W wyniku wojny w Ukrainie pojawiło się pokolenie, które – zdaje się – jak najbardziej można już określić mianem współczesnych „dzieci wojny”[4] czy – jak nazywała to Maria Szczepska-Pustkowska – dzieci zdeterminowanych zniewolonym dzieciństwem[5], tj. dzieci wychowywanych i socjalizowanych podczas konfliktu zbrojnego; najmłodszych obywateli, którzy utracili poczucie bezpieczeństwa, stracili rodziców, dom; dzieci rannych, okaleczonych, poddawanych

[2] L. Dyczewski, *Media o terroryzmie i terroryzm mediów*, [w:] *Media masowe wobec przemocy i terroryzmu*, red. A. Kozieł, K. Gajlewicz, Warszawa 2009, s. 20.

[3] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 186-187.

[4] Por. K. Piekarski, *Dzieci wojny. Obraz dzieciństwa podczas II wojny światowej w filmach „Jojo Rabbit”, „Idź i patrz” oraz „Wilkołak”*, [w:] *Literackie i kulturowe przedstawienie rodziny, dzieciństwa i ojczyzny*, red. E. Chodźko, P. Pomajda, Lublin 2024, s. 7-19; J. Gałęziowski, *Niedopowiedziane biografie. Polskie dzieci urodzone z powodu wojny*, Warszawa 2022; A. Kołakowski, *Zbrodnia bez kary: eksterminacja dzieci polskich w okresie okupacji niemieckiej w latach 1939-1945*, [w:] *Zbrodnia bez kary… Eksterminacja i cierpienie polskich dzieci pod okupacją niemiecką (1939-1945)*, red. J. Kostkiewicz, Kraków 2020, s. 66-80; T. Biernat, *Strategie przetrwania uczniów-uchodźców z Ukrainy (w percepcji nauczycieli z liceów ogólnokształcących)*, „Edukacja Międzykulturowa” 2024, nr 2(25), s. 149-162; M. Herbst, M. Sitek, *Education in exile: Ukrainian refugee students in the schooling system in Poland following the Russian – Ukrainian war,* „European Journal of Education” 2023, nr 58, s. 575-594.

[5] M. Szczepska-Pustkowska, *„Dzieci naznaczone śmiercią”, czyli o dziecięcej tożsamości (tragicznie) zerwanej w świetle koncepcji zniewolonego dzieciństwa*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Pedagogika” 2020, t. 40, z. 452, s. 57-86. Zob. też M. Szczepska-Pustkowska, M. Lewartowska-Zychowicz, L. Strumska-Cylwik, *O dziecięcej tożsamości (tragicznie) zerwanej – gdy przemoc symboliczna może ocalić życie*, „Problemy Wczesnej Edukacji” 2018, nr 4(43), s. 20-29.

przemocy lub będących świadkami tortur; dzieci nielegalnie przetrzymywanych lub uprowadzonych, wywiezionych z Ukrainy – przede wszystkim do Rosji; dzieci zmuszonych przez sytuację geopolityczną do emigracji.

Celem niniejszego artykułu jest przybliżenie i omówienie sposobów obrazowania wojennych losów jej najsłabszych i najbardziej bezbronnych ofiar – dzieci. Podstawą zastosowanej tu metodologii jest analiza zawartości treści mediów o charakterze publicystycznym, drukowanych, wydawanych w Polsce (co oznacza, że materiałem badawczym jest wyłącznie prasa). Metodologia analizy zawartości mediów drukowanych, takich jak tytuły „Newsweek Polska" i „Polityka", posłużyła do zbadania przekazów medialnych w celu opisu ich struktury, treści oraz do wyróżnienia czterech zasadniczych kategorii, jak też subkategorii przynależnych do każdej z nich. Dobór próby badawczej był celowy, wybrano czasopisma (tygodniki) publicystyczne, które według danych PBC (Polskich Badań Czytelnictwa) osiągnęły najwyższą sprzedaż. W trzecim kwartale 2023 r. „Polityka" odnotowała najwyższą sprzedaż spośród wszystkich tygodników opinii w Polsce. Z wynikiem 80,5 tys. średnio sprzedanych numerów była najchętniej kupowanym tytułem w segmencie. Na drugim miejscu w zestawieniu – ze średnią sprzedażą na poziomie 62,9 tys. egzemplarzy – znalazł się „Newsweek". Pozostałe tygodniki społeczno-polityczne nie przekroczyły granicy 30 tys. egzemplarzy. Podobnie było w pierwszym i drugim kwartale 2024 r. Z wynikiem 77 tys. średnio sprzedanych numerów „Polityka" była najchętniej kupowanym tytułem w segmencie – odpowiednio w tym czasie „Newsweek" miał średnią sprzedaż na poziomie 61 tys. egzemplarzy[6].

Perspektywę, którą przedstawia artykuł, oparto na badaniach materiałów zawartych w tytułach „Newsweek Polska" i „Polityka". W okresie od dnia wybuchu wojny w lutym 2022 r. do końca 2024 r. w obu tygodnikach ukazało się łącznie 80 reportaży poświęconych wojnie w Ukrainie (badaniu poddano wyłącznie dłuższe formy dziennikarskie; publicystyczne – przede wszystkim reportaże), w tym 59 w tygodniku „Polityka" (33 w 2022 r.; 21 w 2023 r.; 5 w 2024 r.) i 21

[6] Na podstawie strony internetowej www.pbc.pl.

w tygodniku „Newsweek Polska" (8 w 2022 r.; 10 w 2023 r.; 3 w 2024 r.). W analizowanych artykułach pojawiły się treści poruszające problematykę wojennych losów dzieci i młodzieży, należy jednak podkreślić, że publikacji podejmujących wyłącznie tematykę dotyczącą najmłodszych ofiar wojny było już zdecydowanie mniej, a jeśli takie się zdarzyły, to przede wszystkim opisywały dramat dzieci uprowadzonych do Rosji[7]. Zwykle temat poruszający sytuację najmłodszych ofiar wojny był dość częstym, ale mimo wszystko tylko elementem większej całości o innej dominancie kompozycyjnej, przykładowo skupiającej się na opisie kolejnych zniszczeń, bombardowań, niedoborów i strat, ale też postępów na froncie, w przemyśle zbrojeniowym, doniesieniach na temat zbrodni wojennych czy też kolejnych negocjacji pokojowych. W związku z czym w wielu przypadkach temat spraw najmłodszych stanowił przede wszystkim istotną, bo przyciągającą uwagę odbiorcy, acz rozbudowaną dygresję.

Natomiast to, co w publicystyce opisującej sytuację dzieci i młodzieży w Ukrainie jest szczególnie ważne, to sposób prowadzenia narracji, który (nawet jeśli dotyczy tylko pewnych fragmentów tekstów) zazwyczaj jest wieloaspektowy, a dodatkowo angażuje emocjonalnie zarówno nadawcę, jak i odbiorcę komunikatu medialnego. Dziennikarze „Newsweeka" i „Polityki" w publikacjach poruszających problematykę wojny w Ukrainie w sytuacji, kiedy nawiązują do losu i kondycji dzieci, uwzględniają kilka perspektyw, mających za zadanie przybliżyć i ułatwić zrozumienie czytelnikowi w Polsce egzystencji najmłodszych bohaterów. Na podstawie badań prasoznawczych wyróżniono cztery zasadnicze kategorie opisujące sytuację ukraińskich dzieci, gdzie w każdej z nich daje się wyróżnić jeszcze bardziej szczegółowe subkategorie.

[7] Zob. M. Nowicki, *Putin, porywacz dzieci*, „Newsweek" 27.03-2.04.2023, nr 13, s. 46-49; A. Lichnerowicz, *Ukradzione dzieci*, „Polityka" 19-25.10.2022, nr 43, s. 46-48; J. Cieśla, *Przeoczone klasy*, „Polityka" 12-18.04.2023, nr 16, s. 32-34.

Egzystencja bohaterów pozostających na terenie Ukrainy[8]

Warunki życia

Publicyści obu tytułów, opisując wojenną rzeczywistość, nawiązują do specyfiki i trudów życia codziennego podczas okupacji. Zwracają uwagę na okoliczności, które nie sprzyjają harmonijnemu i efektywnemu rozwojowi młodego człowieka, które grożą powstaniem całego pokolenia osób „zniszczonych" wojną. Dziennikarze podkreślają też nieproporcjonalne trudności, z jakimi spotykają się dzieci w różnych częściach Ukrainy. Miejsce zamieszkania determinuje ich kondycję psychiczną i niejednokrotnie zdrowotną – inaczej proces dorastania przebiega w bliskim sąsiedztwie frontu, a inaczej na terenach od niego oddalonych (tj. na zachodzie Ukrainy, np. w obwodach bezpośrednio graniczących z Polską). Zagadnieniami, do których systematycznie powracają autorzy materiałów zawartych w tygodnikach „Polityka" i „Newsweek Polska", a bezpośrednio dotykającymi najmłodszych mieszkańców Ukrainy, są między innymi kłopoty z zaopatrzeniem w podstawowe produkty spożywcze, medyczne czy niedogodności związane z niedziałającą kanalizacją, ale też przerwy w dostępie do prądu, do wody pitnej; to również konieczność spędzania czasu w schronach, jak też oglądania obrazów zdewastowanych obiektów infrastruktury cywilnej (np. szkół lub przedszkoli, do których uczęszczały dzieci przed wojną, placów zabaw, domów kultury, kin, a nawet galerii handlowych, gdzie spędzano wolny czas). Reporterzy, niejednokrotnie prezentując warunki życia codziennego najmłodszych, podkreślają ich destruktywny wpływ na kondycję psychiczną i fizyczną nie tylko samych dzieci, ale i ich najbliższych.

[8] Zob. P. Reszka, *Duma i nienawiść*, „Polityka" 2-8.03.2022, nr 10, s. 11-13; A. Lichnerowicz, *Znikająca Ukraina*, „Polityka" 22-28.11.2023, nr 48, s. 51; P. Reszka, *Śmierć i Margarita*, „Polityka" 20-26.04.2022, nr 17, s. 46-50.

Edukacja

Jednym z motywów systematycznie pojawiających się w materiałach prasowych na temat wojny w Ukrainie jest sposób kontynuowania nauki przez dzieci i młodzież. Publicyści, opisując funkcjonowanie szkół, zwracają uwagę na to, jak one działają – czy w sposób tradycyjny, czy w zdalny, czy może preferują sposób mieszany. Dziennikarze zainteresowani bywają miejscem realizowania obowiązku szkolnego, jeśli odbywa się on w sposób tradycyjny lub mieszany. Prezentują w tekstach i na fotografiach szkolne budynki w stanie nienaruszonym lub w jakiejś części zniszczone przez działania wojenne; opisują sytuacje, kiedy edukacja musi odbywać się w schronach, czyli w piwnicach dawnych szkół, budynków przemysłowych, w pomieszczeniach metra lub w parkingach podziemnych. Publicyści zwracają też uwagę na utrudnienia „wojennej" edukacji (poza oczywiście typowo militarnym zagrożeniem życia i zdrowia), takie jak nauka w pomieszczeniach bez dostępu do światła dziennego i świeżego powietrza, oraz na fakt, że wojna, trwając kolejny rok, generuje coraz większą grupę ukraińskich dzieci, które nie znają bezpiecznej, „normalnej" szkoły czasu pokoju.

Stres i trauma

Reporterzy wybranych do analizy polskich tygodników opinii, opisując bombardowania miast, ataki na ludność cywilną, zwykle zwracają uwagę na sytuację najmłodszych. Jeśli wśród rannych i/lub zabitych są dzieci i nastolatkowie, to podają te informacje. W miarę możliwości czytelnik otrzymuje więc aktualne dane liczbowe. Artykuły są obrazowane fotografiami miejsc bombardowań, zniszczeń, plam krwi razem z pozostawianymi przez mieszkańców atakowanych miejsc maskotkami, zabawkami, wieńcami i zniczami. W artykułach można znaleźć opisy wpływu wojny (tj. permanentnego stresu, strachu przed bombardowaniem, utratą bliskich, domu) na zdrowie psychiczne dzieci i młodzieży. W niektórych tekstach w obu tygodnikach pojawiają się informacje o krajowej lub zagranicznej (przede wszystkim polskiej) pomocy humanitarnej udzielanej najmłodszym ofiarom wojny.

Egzystencja bohaterów przebywających na uchodźstwie[9]

W tygodnikach „Polityka" i „Newsweek Polska", podobnie jak i w innych polskich mediach, jeśli pojawiają się informacje na temat uchodźców – dzieci, to w pierwszej kolejności opisywane są historie bohaterów, którzy wraz z opiekunami znaleźli schronienie w Polsce. Jak bowiem pisała Renata Kim w reportażu *Tacy sami jak my* – „Kiedy wybuchła wojna (…) pojawiło się mnóstwo matek z dziećmi. Ukraińców po prostu przybyło. (…) A kiedy uchodźcy zaczęli do nas przyjeżdżać, sporym wyzwaniem było znalezienie miejsc dla ich dzieci w szkołach i przedszkolach"[10].

Swoje materiały reporterzy konstruują w dość podobny sposób. W pierwszej kolejności czytelnik poznaje losy małych uchodźców, najczęściej z zachowaniem chronologii zdarzeń, które ubarwiane są dygresjami pełnymi emocji. Czytelnik w Polsce otrzymuje więc teksty, w których poznaje miejsce pochodzenia, dom rodzinny i bliskich małych bohaterów, po czym zgłębia historię ich tułaczki, towarzyszy ich exodusowi. Następnie odbiorca jest najczęściej informowany o tym, kto aktualnie sprawuje opiekę nad nieletnim – nie zawsze bowiem są to rodzice, a nawet najbliżsi krewni – oraz gdzie dziecko w danym momencie mieszka i jak funkcjonuje.

Integracja, adaptacja, relacje społeczne

Publicyści obu polskich tygodników opinii w artykułach na temat uchodźców wojennych próbują znaleźć odpowiedzi na pytania związane z jakością egzystencji małych Ukraińców w nowej dla nich rzeczywistości. Reporterzy podej-

[9] Zob. R. Kim, *Tacy sami jak my*, „Newsweek" 27.03-2.04.2023, nr 13, s. 34-37; M. Kołodziejczyk, *Idą*, „Polityka" 2-8.03.2022, nr 10, s. 16-18; A. Sowa, *Gość w dom*, „Polityka" 23-29.03.2022, nr 13, s. 17-19; J. Cieśla, *Przeoczone klasy*, „Polityka" 12-18.04.2023, nr 16, s. 32-34; N. Frątczak, *Przesiedleni*, „Polityka" 21-27.08.2024, s. 35-37; M. Kołodziejczyk, *Cyganów nie bierzemy*, „Polityka" 20-26.04.2022, nr 17, s. 32-34; D. Romanowska, *Zabieraj syna i jedź go leczyć*, „Newsweek" 11-18.04.2022, nr 15, s. 28-32.

[10] R. Kim, *Tacy sami jak my*, „Newsweek" 27.03-2.04.2023, nr 13, s. 35-36.

mują kwestie związane z edukacją, weryfikują, czy Ukraińcy chodzą do polskich szkół, jak radzą sobie z nauką języka. Niektórzy dziennikarze jeszcze rok od wybuchu wojny zwracali uwagę na problem nieuczęszczania pewnej części ukraińskich dzieci do polskich placówek edukacyjnych, co może – ich zdaniem – generować problemy adaptacyjno-integracyjne. W jednym ze swoich artykułów reporterka tygodnika „Polityka" Joanna Cieśla pisała: „Rok po ucieczce do Polski przed wojną tysiące ukraińskich dzieci pozostają niewidzialne dla polskiego systemu. Spędzają dnie przed ekranami, ucząc się online albo wcale. Nikt tego nie sprawdza"[11].

Niezwykle ważnym tematem dla dziennikarzy polskich tygodników opinii zdają się być zagadnienia związane z integracją dzieci już uczęszczających do placówek. Analizują oni i opisują, w jaki sposób mali Ukraińcy są przyjmowani przez polskich rówieśników oraz przez ich bliskich, czy otrzymują wsparcie ze strony szkoły, wychowawców, a może są dyskryminowani przez otoczenie. Jeden z problemów, na który zwrócił uwagę Marcin Kołodziejczyk z „Polityki", to kwestia powszechnego braku akceptacji i zainteresowania losem uchodźców z Ukrainy pochodzenia romskiego. Kołodziejczyk, pragnąc podkreślić skalę problemu, zacytował w swoim tekście wypowiedź wolontariuszki, która niedługo po wybuchu wojny, chcąc umieścić grupę ukraińskich Romów w ośrodku dla uchodźców, otrzymała następującą odpowiedź z biura sztabu kryzysowego, utworzonego przy jednym z urzędów wojewódzkich: „Cyganie mają wszy i ich nie bierzemy"[12].

Jeszcze inny problem dla kraju przyjmującego „dzieci wojny" i ich opiekunów generuje konieczność zapewnienia odpowiednich warunków małym uchodźcom obciążonym śmiertelnymi chorobami, z którymi do wybuchu wojny zmagali się w swojej ojczyźnie. Dorota Romanowska na łamach tygodnika „Newsweek Polska" opublikowała reportaż zatytułowany *Zabieraj syna i jedź go*

[11] J. Cieśla, *Przeoczone klasy*, „Polityka" 12-18.04.2023, nr 16, s. 32.

[12] M. Kołodziejczyk, *Cyganów nie bierzemy*, „Polityka" 20-26.04.2022, nr 17, s. 32.

leczyć[13] przybliżający skomplikowaną ucieczkę z ogarniętej wojną Ukrainy dzieci obciążonych chorobami nowotworowymi. Dla tej grupy uchodźców dotarcie do kraju nieogarniętego działaniami zbrojnymi to podwójna szansa na przeżycie, ale i podwójne ryzyko, którego świadomi są ich opiekunowie.

Warunki bytowe

Publicyści tygodników „Polityka" i „Newsweek Polska", analizując los najmłodszych uchodźców, próbują dotrzeć do ich aktualnych miejsc zamieszkania. W miarę możliwości weryfikują, w jakich warunkach mieszkają – czy są one odpowiednie. Niejednokrotnie są to dość szczegółowe opisy, jak w jednym z artykułów pochodzącym z tygodnika „Polityka": „Z Dworca Centralnego przywieźli dwie Ukrainki z czwórką dzieci, trójka to nastolatki, jedno małe, pięcioletnie. Pomieścili się. Na górze są dwie sypialnie, na dole kuchnia, łazienka i pokój dzienny z kominkiem, który ogrzewa całość"[14]. Bywa, że w tygodnikach pojawiają się też opisy dość dramatyczne, jak w materiale Norberta Frątczaka *Przesiedleni* – „Albina Levchenko żyła na ulicy przez 18 dni. Spała na Dworcu Zachodnim w Warszawie i na klatce schodowej na Mokotowie. Wraz z nią pięcioro jej dzieci: najstarsze ma 13 lat, najmłodsze – Zuzia – niedawno skończyło rok"[15].

Publicystów na potrzeby tworzonych artykułów interesuje również, czy mali uchodźcy i ich opiekunowie korzystają z polskiej służby zdrowia – co jest ważne chociażby z punktu widzenia realizacji polskiego kalendarza szczepień.

Wsparcie emocjonalne

Reporterzy, opisując los małych i młodych Ukraińców, podejmują temat bagażu emocjonalnego, który stał się udziałem dzieci i młodzieży podczas ich życia w strefie działań wojennych. Starają się oddać ich stan na podstawie własnych

[13] D. Romanowska, *Zabieraj syna i jedź go leczyć*, „Newsweek" 11-18.04.2022, nr 15, s. 28-32.

[14] A. Sowa, *Gość w dom*, „Polityka" 23-29.03.2022, nr 13, s. 17.

[15] N. Frątczak, *Przesiedleni*, „Polityka" 21-27.08.2024, nr 35, s. 35.

obserwacji – opisują to, co widzą: „Dzieci przybyłe z wojny wczorajszym pociągiem, teraz zastygłe na łóżkach polowych. Patrzą w ściany i milczą. (…) Cukierki już nie pomagają. Pryzmy pluszaków też nie”[16]. Publicyści w swoich materiałach na łamach polskich tygodników opinii zastanawiają się nad potrzebami psychologicznymi najmłodszych ofiar wojny, nad sposobem ratowania ich dobrostanu, który uległ pogorszeniu w związku z traumą doświadczeń i migracji. Dlatego zdarza się, że w artykułach można odnaleźć informacje opisujące możliwości dostępu do terapii i specjalistów, jeśli takie są lub jeśli jest zainteresowanie taką formą pomocy.



Fotografia 1. D. Romanowska, *Zabieraj syna i jedź go leczyć,* „Newsweek” 11-18.04.2022, nr 15; M. Kołodziejczyk, *Idą,* „Polityka” 2-8.03.2022, nr 10; J. Cieśla, *Przeoczone klasy,* „Polityka” 12-18.04.2023, nr 16

[16] M. Kołodziejczyk, *Idą*, „Polityka” 2-8.03.2022, nr 10, s. 16-17.

Sytuacja dzieci porwanych przez okupanta[17]

Skala zjawiska

Publicyści, podejmując się analizy problemu dzieci uprowadzonych z Ukrainy, standardowo zwracają uwagę na fakt, że skala zjawiska jest trudna do oszacowania, nawet przez samych Ukraińców. Reporterzy podkreślają, że zbierając materiały, weryfikując okoliczności deportacji dzieci i młodzieży, brakuje im pełnych danych. Głównym źródłem informacji dla polskich i innych zagranicznych mediów są dane pochodzące od organizacji międzynarodowych[18], od organizacji ukraińskich i od samych porwanych, jeśli tylko uda się im wrócić do ojczyzny[19]. Natomiast dane upubliczniane przez stronę rosyjską przez dziennikarzy traktowane są z dużą podejrzliwością jako fałsz kreowany na potrzeby propagandy. Jak pisał Maciej Nowicki w reportażu opublikowanym na łamach tygodnika „Newsweek Polska", „Pierwsze transporty ukraińskich dzieci do Rosji miały miejsce na początku lutego 2022 r., jeszcze przed rozpoczęciem wojny. Obejmowały grupę 500 rzekomych sierot «ewakuowanych» z obwodu donieckiego. (…) A potem machina

[17] Zob. M. Nowicki, *Putin, porywacz dzieci*, „Newsweek" 27.03-2.04.2023, nr 13, s. 46-49; A. Lichnerowicz, *Ukradzione dzieci*, „Polityka" 19-25.10.2022, nr 43, s. 46-48.

[18] Jak organizacja Humanitarian Research Lab z Uniwersytetu Yale działająca przy Yale School of Public Health.

[19] Najdokładniejsze dane, którymi dysponują tygodniki, to te mówiące o liczbie uchodźców przebywających na terenie Polski czy pokazujące skalę rotacji Ukraińców, tj. ile osób wjeżdża do Polski, a ile dziennie opuszcza nasz kraj. Dokładniejsze są też dane na temat dzieci wypełniających obowiązek szkolny. Publicyści tygodnika „Polityka" wskazują na takie źródła informacji, jak: Platforma Migracyjna EWL, Fundacja Wspierania Migrantów na Rynku Pracy EWL, Studium Europy Wschodniej UW. Liczbę Ukraińców pozwala też weryfikować dziennikarzom numer PESEL, uprawniający do podjęcia nauki i pracy oraz korzystania z polskiej służby zdrowia. Większość osób, które PESEL uzyskały, to kobiety i dzieci właśnie. W drugim kwartale 2023 r. Maciej Nowicki pisał: „Do tej pory Ukraina udokumentowała ponad 16 tysięcy przypadków dzieci wywiezionych do Rosji. Najprawdopodobniej jest ich znacznie więcej". M. Nowicki, *Putin, porywacz dzieci*, „Newsweek Polska" 27.03-2.04.2023, nr 13, s. 48. Zob. też MLV, *Uchodźcy w Polsce: ilu ich jest, kim są*, „Polityka" 20-26.04.2022, nr 17, s. 7.

nabrała rozpędu. W maju [2022 r. – przyp. O.B.S.] Władimir Putin wydał dekret, dzięki któremu adopcja ukraińskich dzieci przez Rosjan stała się szybka i łatwa”[20].

W artykułach podejmujących temat dzieci wywiezionych do Rosji w tygodnikach „Polityka” i „Newsweek Polska” zwraca się uwagę – poza niepełnymi danymi statystycznymi – na historię uprowadzonych bohaterów. Dziennikarze opisują ich sytuację rodzinną, tj. czy mają rodziców, czy są sierotami z placówek opiekuńczych, skąd pochodzą, tj. z jakich obwodów, miast lub wsi. Elementem istotnym przy analizowaniu biografii dzieci i młodzieży jest ich wiek, płeć, stan zdrowia itp.

Przymusowa asymilacja i propaganda rosyjska

Bardzo ważnym aspektem jest dla autorów tekstów publikowanych w polskich tygodnikach opinii ustalenie, czy dzieci podlegają/podlegały rusyfikacji, czy były zmuszane do przyjęcia rosyjskiego obywatelstwa oraz czy oddano je do adopcji i wywieziono w głąb Rosji. „Według Darii Gerasimczuk, doradczyni prezydenta Ukrainy ds. dzieci, Rosjanie stosują pięć metod deportacji: Zabijanie rodziców i zabieranie dzieci; odbieranie ich bezpośrednio rodzicom; rozdzielanie rodziców i dzieci w tzw. obozach filtracyjnych; oszukiwanie rodziców poprzez wysyłanie dzieci na obozy sportowe lub zdrowotne oraz porywanie ze szkół specjalnych, internatów i sierocińców”[21]. Agnieszka Lichnerowicz w swoim reportażu zwracała uwagę na jeszcze jeden sposób uprowadzania ukraińskich dzieci: „Dzieci bywają też rozdzielane z rodzicami podczas selekcji na (pro)rosyjskich posterunkach. Taki los spotkał m.in. samotnie wychowującego trójkę dzieci Jewhena Mieżewoja. Ich epopeję oraz rosyjską «zbrodnię po zbrodni» udokumentowała Iryna Łopatyna i założony przez dziennikarzy, prawników i badaczy kolektyw, który stawia sobie za cel łączenie pracy reporterskiej ze śledczą. Tak, by rejestrowane przez dziennikarzy świadectwa broniły się formalnie przed sądami i trybunałami sądzącymi zbrodnie”[22].

[20] M. Nowicki, *Putin, porywacz dzieci*, „Newsweek Polska” 27.03-2.04.2023, nr 13, s. 47.

[21] Tamże, s. 48.

[22] A. Lichnerowicz, *Ukradzione dzieci*, „Polityka” 19-25.10.2022, nr 43, s. 47.

Pytanie, na które próbują udzielić odpowiedzi publicyści tygodników „Polityka" i „Newsweek Polska", to także kwestia siłowego wcielania wywiezionej młodzieży do wojsk okupanta oraz skala tego zjawiska. Dziennikarzy interesuje też problematyka związana z codziennym życiem uprowadzonych, tj. z ich edukacją, socjalizowaniem, wychowaniem do życia w nowym środowisku. Zwykle podsumowując swoje materiały, publicyści starają się zaprezentować te osoby, te organizacje, które podejmują próby odzyskiwania porwanych ukraińskich dzieci. Z jedną z takich organizacji – to jest: z SOS Wioski Dziecięce Ukraina – rozmawiała publicystka Agnieszka Lichnerowicz, dzięki czemu polski czytelnik miał możliwość poznać wstrząsające historie uprowadzonych dzieci, ich rodzin oraz członków organizacji, którzy starają się odnaleźć jak największą ilość zaginionych małych i młodych Ukraińców. Mają oni jednak świadomość, że „[b]yć może Ukraińcy nigdy się nie dowiedzą, ilu ich młodych rodaków zostało nielegalnie wywiezionych przez najeźdźcę"[23].



Fotografia 2. A. Lichnerowicz, *Ukradzione dzieci,* „Polityka" 19-25.10.2022, nr 43, M. Nowicki, *Putin, porywacz dzieci,* „Newsweek" 27.03-2.04.2023, nr 13

[23] Tamże, s. 46-48.

Śmierć bohaterów w wyniku działań wojennych lub w ich konsekwencji[24]

Historie bohaterów

Jak już zwrócono uwagę we wcześniejszej części artykułu, dla większości dziennikarzy podejmujących się opisu sytuacji najmłodszych Ukraińców bardzo dużym problemem są niepełne, a czasami wręcz niewiarygodne statystyki i liczby. Niektórzy publicyści w Polsce na potrzeby swoich materiałów starają się weryfikować dane z pomocą źródeł, z których korzystali jeszcze przed wybuchem pełnoskalowej wojny. Przykładowo reporterka tygodnika „Polityka", Agnieszka Lichnerowicz, korzystała z ustaleń prof. Ełły Libanowej, szefowej Instytutu Demografii i Studiów Społecznych w Narodowej Akademii Nauk w Kijowie, na podstawie których zanotowała między innymi, że w 1991 r. Ukraina miała 52 mln ludzi. „Tymczasem w ciągu najbliższej dekady populacja kraju może się skurczyć do zaledwie 24 mln! (…) Wszystko to na obszarze mniej więcej dwa razy większym niż Polska"[25].

Największy kłopot sprawiają reporterom materiały tworzone na temat dzieci zmarłych, a pochodzących z terenów wschodniej Ukrainy – terenów, które zostały zajęte przez wojska rosyjskie w pierwszym etapie konfliktu. Tworząc publikacje przybliżające historie pojedynczych bohaterów, autorzy zwykle opierają się na wspomnieniach ich rodziców, starszego rodzeństwa, krewnych, sąsiadów, znajomych, nauczycieli i wychowawców ze szkoły lub przedszkola, trenerów drużyn sportowych itp. Taki sposób rejestracji i zapisu wydarzeń posiada dużą siłę oddziaływania emocjonalnego na odbiorcę, szczególnie kiedy sposób narracji polega na porównaniu tego, jak było wcześniej (tzn. przed wojną, w czasie pokoju, za życia i bezpiecznego dzieciństwa nieżyjącego dziecka), z tym, co ma miejsce aktualnie (tzn. w czasie wojny, kiedy dziecko już nie żyje). Publicyści przykładowo zestawiają opisy aktywnego udziału małego bohatera

[24] Zob. P. Reszka, *Duma i nienawiść*, „Polityka" 2-8.03.2022, nr 10, s. 11-13; tenże, *Śmierć i Margarita*, „Polityka" 20-26.04.2022, nr 17, s. 46-50.

[25] A. Lichnerowicz, *Znikająca Ukraina*, „Polityka" 22-28.11.2023, nr 48, s. 51.

w jakiejś drużynie sportowej, wspomina się o jego sukcesach w nauce, o tym, że był lubiany przez inne dzieci itp., a za chwilę czytelnik dowiaduje się, w jaki sposób zginął, gdzie ma tymczasowy grób, jak jego śmierć wpływa na kondycję psychiczną matki, ojca, brata czy siostry – jeśli tylko żyją. Jednym z bardziej wstrząsających opisów rodzinnej tragedii, w której śmierć poniosły dzieci i ich matka, jest historia, którą w swoim reportażu zatytułowanym *Śmierć i Margarita*[26] przybliżył polskiemu czytelnikowi Paweł Reszka. Wydarzenia miały miejsce w Buczy, zaraz na początku rosyjskiej inwazji, podczas dość chaotycznego exodusu ludności cywilnej. Paweł Reszka na podstawie informacji zebranych od ojca rodziny, jego matki (czyli babci i teściowej zmarłych), także nauczycieli, przedszkolanek, trenera piłki nożnej młodszego z chłopców, sąsiadów opowiedział historię rodziny, przed wojną dobrze sytuowanej i szczęśliwej, która po wybuchu wojny postanowiła uciec z miasta. Podczas ewakuacji w ostrzelanym samochodzie zginęli 4-letni Klim, 9-letni Matwiej i ich mama, 34-letnia Margarita. Przeżył tylko ojciec, który został ciężko ranny i trafił do szpitala. Reportaż ilustrowany jest fotografiami – obok ostrzelanego i spalonego wraku samochodu są zdjęcia ojca na szpitalnym łóżku, zdjęcia nieżyjących – matki i jej synów, zdjęcia resztek zwęglonych ciał ofiar wyciągniętych z ostrzelanego samochodu, prowizorycznego grobu zamordowanych oraz sąsiada opowiadającego historię przedwojennych losów Klima, Matwieja i Margarity.

Przyczyny śmierci

W miarę możliwości publicyści polskich tygodników opinii starają się ustalić i zrelacjonować przyczyny śmierci małych bohaterów. To znaczy, w jaki sposób zginęli – czy w wyniku bombardowania, ostrzału, podczas ucieczki z oblężonego miasta, czy może z powodu braku dostępu do właściwej opieki medycznej. Dziennikarze tygodników „Polityka" i „Newsweek Polska", jeśli posiadają wiedzę, próbują również przybliżyć swojemu czytelnikowi sposoby upamiętniania najmłodszych ofiar

[26] P. Reszka, *Śmierć i Margarita*, „Polityka" 20-26.04.2022, nr 17, s. 46-50.

wojny. Odbiorca otrzymuje więc artykuły zawierające opisy pogrzebów zarówno tych oficjalnych, państwowych, jak i czysto prywatnych. W materiałach pojawiają się zdjęcia cmentarzy, pojedynczych nagrobków ze zdjęciem dziecka, otwartych trumien, zrozpaczonych rodziców płaczących nad zwłokami dziecka czy tulących do siebie małe martwe ciała. Uzupełnieniem tekstów na temat śmierci ukraińskich dzieci bywają też fotografie symboliczne, na których widać na przykład zakrwawione dziecięce ubranko, porzucone małe buciki, przysypaną ziemią zabawkę, zniszczony dziecięcy rower lub zbombardowany plac zabaw.

Podsumowanie

W wyniku analizy zawartości treści wyłącznie dłuższych form dziennikarskich, publicystycznych – przede wszystkim reportaży – mediów takich jak „Newsweek Polska" i „Polityka" zbadano specyfikę obrazowania wojennych losów dzieci i młodzieży z Ukrainy. W efekcie zwrócono uwagę na kilka perspektyw przybliżających egzystencję bohaterów tekstów publicystycznych oraz wyróżniono cztery zasadnicze kategorie, takie jak: egzystencja bohaterów pozostających na terenie Ukrainy, egzystencja bohaterów przebywających na uchodźstwie, sytuacja dzieci porwanych przez okupanta i śmierć bohaterów w wyniku działań wojennych lub w ich konsekwencji. W obrębie każdej z czterech kategorii wyróżniono jeszcze subkategorie, które wskazują na wieloaspektowość narracji opowiadającej polskiemu odbiorcy o wojennych losach dzieci ukraińskich. Zwrócono także uwagę na emocjonalność przekazów publicystycznych, angażujących zarówno nadawcę, jak i odbiorcę komunikatu medialnego. Autorzy tekstów, zazwyczaj przyjmując punkt widzenia ofiar, jednoznaczne wskazują, kto jest agresorem, a kto ofiarą; poruszają przy tym odbiorcę polifonicznym opisem społeczności nieletnich ofiar wojny i migrantów oraz ich dorosłych opiekunów, jak też tych, którzy udzielają im pomocy albo zdarza się, że jej odmawiają[27].

[27] Zob. G. Głąb, *Chwała bohaterom! Wojna w Ukrainie oczami Nella Scava, Jakuba Maciejewskiego oraz Serhija Syniuka i Krzysztofa Petka*, „TEKA Komisji Polsko-Ukraińskich Związ-

Ponadto w analizowanych materiałach publicystycznych dostrzeżono od strony warsztatowej mechanizm, który Melchior Wańkowicz opisywał jako obowiązek reporterski polegający na tym, by „szybko docierać do źródeł, zabezpieczać dokumenty, opisywać je, rozmawiać z bohaterami, prowadzić dokumentację fotograficzną i filmową, zadbać o rzetelną korektę zebranych wypowiedzi uczestników zdarzeń”[28].

Literatura

Bednarek Z., *Polskie dziennikarstwo wojenne. Twórcy, gatunki, konflikty zbrojne i polityka międzynarodowa*, Łódź 2020, s. 52.

Biernat T., *Strategie przetrwania uczniów-uchodźców z Ukrainy (w percepcji nauczycieli z liceów ogólnokształcących)*, „Edukacja Międzykulturowa” 2024, nr 2(25), s. 149-162.

Czarnek-Wnuk P., Sygizman K., *Tematyka uchodźcza w reportażu radiowym w kontekście wojny w Ukrainie z 2022 roku*, „Roczniki Nauk Społecznych” 2022, t. 50, nr 2, s. 41-57.

Dyczewski L., *Media o terroryzmie i terroryzm mediów*, [w:] *Media masowe wobec przemocy i terroryzmu,* red. A. Kozieł, K. Gajlewicz, Warszawa 2009, s. 20.

Gałęziowski J., *Niedopowiedziane biografie. Polskie dzieci urodzone z powodu wojny*, Warszawa 2022.

ków Kulturowych” 2023, nr 6(18), s. 1-22; P. Czarnek-Wnuk, K. Sygizman, *Tematyka uchodźcza w reportażu radiowym w kontekście wojny w Ukrainie z 2022 roku*, „Roczniki Nauk Społecznych” 2022, t. 50, nr 2, s. 41-57.

[28] K. Wolny-Zmorzyński, *Sztuka reportażu wojennego według Melchiora Wańkowicza*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2019, t. 32, nr 4, s. 19-28. Zob. też: tenże, *Reportaż*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2000.

Głąb G., *Chwała bohaterom! Wojna w Ukrainie oczami Nella Scava, Jakuba Maciejewskiego oraz Serhija Syniuka i Krzysztofa Petka*, „TEKA Komisji Polsko-Ukraińskich Związków Kulturowych" 2023, nr 6(18), s. 1-22.

Herbst M., Sitek M., *Education in exile: Ukrainian refugee students in the schooling system in Poland following the Russian – Ukrainian war,* „European Journal of Education" 2023, nr 58, s. 575-594.

Kołakowski A., *Zbrodnia bez kary: eksterminacja dzieci polskich w okresie okupacji niemieckiej w latach 1939-1945,* [w:] *Zbrodnia bez kary… Eksterminacja i cierpienie polskich dzieci pod okupacją niemiecką (1939-1945)*, red. J. Kostkiewicz, Kraków 2020, s. 66-80.

Piekarski K., *Dzieci wojny. Obraz dzieciństwa podczas II wojny światowej w filmach „Jojo Rabbit", „Idź i patrz" oraz „Wilkołak"*, [w:] *Literackie i kulturowe przedstawienie rodziny, dzieciństwa i ojczyzny*, red. E. Chodźko, P. Pomajda, Lublin 2024, s. 7-19.

Słownik terminologii medialnej, red. W. Pisarek, Kraków 2006.

Szczepska-Pustkowska M., *„Dzieci naznaczone śmiercią", czyli o dziecięcej tożsamości (tragicznie) zerwanej w świetle koncepcji zniewolonego dzieciństwa,* „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Pedagogika" 2020, t. 40, z. 452, s. 57-86.

Szczepska-Pustkowska M., Lewartowska-Zychowicz M., Strumska-Cylwik L., *O dziecięcej tożsamości (tragicznie) zerwanej – gdy przemoc symboliczna może ocalić życie,* „Problemy Wczesnej Edukacji" 2018, nr 4(43), s. 20-29.

Wolny-Zmorzyński K., *Sztuka reportażu wojennego według Melchiora Wańkowicza*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski" 2019, t. 32, nr 4, s. 19-28.

Wolny-Zmorzyński K., *Reportaż*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2000.

Artykuły publicystyczne

Cieśla J., *Przeoczone klasy*, „Polityka" 12-18.04.2023, nr 16, s. 32-34.

Frątczak N., *Przesiedleni*, „Polityka" 21-27.08.2024, nr 35, s. 35-37.

Kim R., *Tacy sami jak my*, „Newsweek" 27.03-2.04.2023, nr 13, s. 34-37.

Kołodziejczyk M., *Cyganów nie bierzemy*, „Polityka" 20-26.04.2022, nr 17, s. 32-34.

Kołodziejczyk M., *Idą*, „Polityka" 2-8.03.2022, nr 10, s. 16-18.

Lichnerowicz A., *Ukradzione dzieci*, „Polityka" 19-25.10.2022, nr 43, s. 46-48.

Lichnerowicz A., *Znikająca Ukraina*, „Polityka" 22-28.11.2023, nr 48, s. 51.

MLV, *Uchodźcy w Polsce: ilu ich jest, kim są*, „Polityka" 20-26.04.2022, nr 17, s. 7.

Nowicki M., *Putin, porywacz dzieci*, „Newsweek" 27.03-2.04.2023, nr 13, s. 46-49.

Reszka P., *Duma i nienawiść*, „Polityka" 2-8.03.2022, nr 10, s. 11-13.

Reszka P., *Śmierć i Margarita*, „Polityka" 20-26.04.2022, nr 17, s. 46-50.

Romanowska D., *Zabieraj syna i jedź go leczyć*, „Newsweek" 11-18.04.2022, nr 15, s. 28-32.

Sowa A., *Gość w dom*, „Polityka" 23-29.03.2022, nr 13, s. 17-19.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.11

Iwona Grodź[*]
https://orcid.org/0000-0003-0151-6909
Polskie Towarzystwo Kulturoznawcze

Animacja, dokumentacja i... Zagłada. Przykład animacji *Nie było żadnej nadziei...* (2016) Kamy Veymont

Abstract:

Animation, documentation, and... the Holocaust case **There was no hope*... (2016) Kama Veymont.*** The subject of reflection is the animated fragments and their functionalization in the documentary about the uprising in the Warsaw Ghetto in 1943 *There Was No Hope*... (2016) directed by Kama Veymont. Considerations will be conducted on several levels of audiovisual communication, including: directing strategy, narrative situation, adopted plot scheme, designed reception style. The aim will be to answer the question about the ways of functionalizing animation on the indicated planes of a film work about the Warsaw Ghetto Uprising. Methodology: case studies, film analysis, communication studies

Animacja, dokumentacja i... Zagłada. Przykład animacji **Nie było żadnej nadziei*... (2016) Kamy Veymont.*** Przedmiotem refleksji są ani-

[*] Iwona Grodź – doktor nauk humanistycznych; literaturoznawca, filmoznawca, historyk sztuki, muzykolog, psycholog sztuki i wieloletni dydaktyk akademicki (UAM Poznań, Warszawa). Interesuje się kulturoznawstwem, teatrem, filozofią i psychologią, a także ideą „korespondencji" sztuk, szczególnie: literatury, filmu, teatru, malarstwa i muzyki. Autorka m.in. książek: *Zaszyfrowane w obrazie. O filmach Wojciecha Jerzego Hasa* (Gdańsk 2008); *Jerzy Skolimowski* (Warszawa 2010); *Rękopis znaleziony w Saragossie Wojciecha Jerzego Hasa* (Poznań 2005); *Synergii sztuki i nauki w twórczości Zbigniewa Rybczyńskiego* (Warszawa 2015); *Between Dream and Reality, Peter Lang* (Berlin 2018), *Hasowski Appendix* (Kraków 2020), *Artysta i sztuka w polskich filmach fabularnych powstałych po II wojnie światowej* (Gdańsk 2023) i wielu innych publikacji naukowych.

mowane fragmenty i ich sfunkcjonalizowanie w dokumencie na temat powstania w getcie warszawskim w 1943 r. *Nie było żadnej nadziei*… (2016) w reżyserii Kamy Veymont. Rozważania będą prowadzone na kilku poziomach komunikacji audiowizualnej, m.in.: strategii reżyserskiej, sytuacji narracyjnej, przyjętego schematu fabularnego, projektowanego stylu odbioru. Celem będzie odpowiedzenie na pytanie o sposoby sfunkcjonalizowania animacji na wskazanych płaszczyznach dzieła filmowego na temat powstania w getcie warszawskim. Metodologia: studium przypadku, elementy analizy i interpretacji.

Keywords

animated documentary, Warsaw Ghetto Uprising (1943), *There Was No Hope…* (2016), Kama Veymont

animowany dokument, powstanie w getcie warszawskim (1943), *Nie było żadnej nadziei…* (2016), Kama Veymont

Wprowadzenie

„(…) ból, prawdziwe graniczne doświadczenie pomiędzy życiem jako «byciem pośród ludzi» (inter homines esse) a śmiercią, jest tak subiektywny i oddalony od świata rzeczy i ludzi, że nie może w ogóle przybrać postaci zjawiska”[1].

(Hannah Arendt)

Temat wojny w sferze kultury wizualnej jest najczęściej konstruowany poprzez obrazy, które w literaturze krytycznej określa się jako „klisze” (*cliché*) bądź „kalki”[2]. Oba terminy implikują utożsamienie obrazu z określonym schematem, stereotypem bądź utrwalonym komunałem. Jak trafnie zauważył Adam Cichoń,

[1] H. Arendt, *Vita activa i kondycja ludzka*, [w:] taż, *Kondycja ludzka*, tłum. A. Łagodzka, Warszawa 2010, s. 71.

[2] Klisze to – według Gilles'a Deleuze'a – „zubożałe obrazy, [które] reprezentują szeroko pojęte kino głównego nurtu, a szczególnie kino amerykańskie”. Wskazany autor twierdził, że zadaniem badacza jest „wyrwać kliszom obrazy”, a więc odszukać „prawdziwą widzialność”, przy okazji ukazując specyfikę kontemplacyjnego nastawienia do obrazu filmowego (zob. *slow film*).

powołując się na Gilles'a Deleuze'a, „posługujemy się takimi wyobrażeniami w swoistym geście rezygnacji; stają się one ostateczną instancją odwoławczą w sytuacjach, gdy nie wiemy, co powiedzieć lub zrobić" [3]. Ta świadomość pozwala na głębsze zrozumienie, że obrazy-klisze nie tylko ograniczają percepcję, lecz stają się jednocześnie instrumentem władzy i kontroli społecznej[4].

Czy i jak można „przełamać" takie widzenie? Jedną z możliwości jest edukowanie na ten temat[5]. Inną – pokazywanie na przykład przy pomocy dzieł artystycznych, w tym filmowych, znanych tematów inaczej. Nauczanie może prowadzić do dekonstrukcji utrwalonych schematów percepcyjnych. Natomiast sztuka, w tym film, oferuje alternatywne sposoby reprezentacji znanych tematów[6], które prowokują do refleksji i rewizji utartych schematów. Jednym z fundamentalnych zadań sztuki jest umożliwienie odbiorcom pogłębionej wiedzy o przeszłości, co nie tylko poszerza horyzonty poznawcze, lecz także kształtuje

Zob. na ten temat m.in. A. Cichoń, *Deleuze'a walka z kliszami, czyli o poszukiwaniu widzialności w kinie słów kilka*, „Kwartalnik Filmowy" 2018, nr 101-102, s. 249-261.

[3] Tamże, s. 255.

[4] Dodatkowo warto pamiętać, że „(…) nie postrzegamy rzeczy czy obrazu w ich całości, zawsze postrzegamy mniej, tylko to, co nas interesuje w postrzeganiu, a raczej to, czego postrzeżenie leży w naszym interesie, z powodu naszych przedsięwzięć ekonomicznych, przekonań ideologicznych i psychologicznych wymogów. Zazwyczaj postrzegamy więc tylko klisze". G. Deleuze, *Kino*, tłum. J. Margański, Gdańsk 2008, s. 247.

[5] Przykładem jest nauczanie logiki (logika wyjaśniania w filmie – strategie, np.: osobista, symboliczna, intertekstualna, filozoficzno-krytyczna i inne). Warto pamiętać też o nauczaniu krytycznego myślenia. Zob. m.in. J. Zbróg, *Rozwijanie dyspozycji do myślenia krytycznego w warunkach akademickich*, „Przegląd Pedagogiczny" 2020, nr 2, s. 379-392.

[6] „Kontrakt reprezentacji" to umowa między twórcą a odbiorcą, która reguluje status ontologiczny i epistemologiczny obrazu: czy jest to dokument, fikcja, metafora, świadectwo. W przypadku fotografii czy filmu aktorskiego kontrakt jest stabilny: odbiorca domyślnie zakłada referencję do rzeczywistości („to wydarzyło się naprawdę"). W przypadku animacji kontrakt reprezentacji zostaje „otwarty": animacja nie musi (choć może) odsyłać do realności, lecz konstruuje własne światy. Tu pojawia się „neutralność", bo animacja nie narzuca jednoznacznego trybu lektury (dokumentalnego, fikcyjnego, alegorycznego). Obraz nie świadczy o „tym, co było" w sensie fotograficznego indeksu, lecz afektywnie i symbolicznie rekonstruuje doświadczenie. Animacja staje się „suwerennym medium pamięci", które może przedstawić to, czego nie potrafi uchwycić kamera (trauma, wizja wewnętrzna, subiektywne poczucie czasu). W ten sposób animacja przesuwa akcent z „prawdy faktograficznej" na „prawdę egzystencjalną".

świadomość mechanizmów rządzących narracją historyczną w przestrzeni medialnej[7].

Metodologicznie do budowania takiej wiedzy można zaliczyć analizę najczęstszych procedur „sfunkcjonalizowania" obrazów, w których „zaszyfrowane" zostają potencjalne, metaforyczne znaczenia: „obraz-ikona", „obraz-idol", „obraz--mumia", „obraz-odbicie", „obraz-klisza" czy „obraz-ekran"[8]. To podejście, łączące antropologię wizualną z historią filmu dokumentalnego, umożliwia rozumienie sposobów widzenia w korelacji z funkcją i zastosowaniem obrazów, a także z mechanizmami kontroli medialnej[9].

W niniejszym artykule przyjęto metodę studium przypadku, uzupełnioną o elementy analizy i interpretacji dzieła filmowego, co pozwala na wieloaspektowe ujęcie analizowanego zjawiska oraz uchwycenie specyfiki relacji między animacją a dokumentem w konkretnym, historycznie osadzonym przykładzie. Wybór tej metodologii wynika z przekonania, że animowany dokument – jako forma hybrydyczna, sytuująca się na styku różnych porządków reprezentacji – wymaga narzędzi badawczych umożliwiających zarówno analizę jego warstwy formalnej, jak i semantycznej oraz afektywnej. Studium przypadku pozwala zatem nie tylko na rekonstrukcję zastosowanych strategii twórczych, lecz także na uchwycenie ich funkcjonalności w kontekście szerszych praktyk kultury audiowizualnej, w tym dialogicznej relacji między filmem animowanym a dokumentalnym.

Struktura wywodu podporządkowana została kolejnym poziomom komunikacji audiowizualnej: od strategii reżyserskiej, rozumianej jako świadomy wybór środków wyrazu i sposobów reprezentacji, przez analizę sytuacji narracyjnej i polifoniczności wypowiedzi bohaterów, aż po schemat fabularny oraz

[7] Zob. m.in. *Antropologia kultury wizualnej. Wybór tekstów i zagadnień*, red. Ł. Zaremba, I. Kurz, Warszawa 2012. Zob. także *Epoka wojny* – temat numeru „Kina" 2022, nr 12.

[8] *Antropologia kultury wizualnej. Wybór tekstów i zagadnień*, dz. cyt.

[9] Zob. m.in. H. Belting, *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*, tłum. M. Bryl, Kraków 2007; K. Olechnicki, *Antropologia obrazu*, Warszawa 2003; S. Pink, *Etnografia Wizualna: Obraz, media i przedstawienie w badaniach*, tłum. M. Skiba, Kraków 2009; S. Sikora, *Filmy i paradoksy wizualności. Praktykowanie antropologii*, Warszawa 2012.

projektowany styl odbioru, uwzględniający zarówno kompetencje interpretacyjne widza, jak i jego uwarunkowania kulturowe. Taki układ odpowiada również wewnętrznej organizacji samego filmu, który – poprzez zestawienie materiałów archiwalnych, wypowiedzi świadków oraz sekwencji animowanych – buduje wielopoziomową strukturę znaczeń, opartą na „dialogu" między dokumentalną wiarygodnością a wyobrażeniową rekonstrukcją doświadczenia. Przyjęta perspektywa analityczna umożliwia zatem prześledzenie, w jaki sposób animacja funkcjonuje nie tylko jako technika obrazowania, lecz jako pełnoprawne medium współtworzące sensy i modele pamięci, a także pozwala ukazać jej rolę w kształtowaniu nowych form narracji o wydarzeniach historycznych, takich jak powstanie w getcie warszawskim.

* * *

W kontekście rozwoju kultury audiowizualnej, charakteryzującej się konwergencją technologiczną, hybrydyzacją stylistyczną oraz decentralizacją produkcji i dystrybucji, zmienia się również percepcja i rozumienie czasu u odbiorcy. Przykładem może być sztuka animowanego dokumentu, która zrywa z tradycyjnym modelem odwzorowania rzeczywistości, redefiniując relację między obrazem a przedstawianą historią[10]. W tym przypadku obraz przestaje być jedynie odzwierciedleniem, stając się autonomicznym bytem, suwerennym wobec narracyjnego kontekstu, a jednocześnie sprawczym.

[10] Katarzyna Mąka-Malatyńska w artykule *W co i o co grają dokumentaliści?* wskazuje najważniejsze strategie formalne we współczesnym polskim filmie dokumentalnym. Autorka podkreśla, że dokumentarzyści stosują chwyty typowe dla kina fabularnego (kreacja), ponadto grają z odbiorczymi przyzwyczajeniami dotyczącymi: obserwacji, wykorzystania materiałów archiwalnych i animowanych oraz biografizmu, a ich projekty cechują się hybrydycznością. Ostatecznie autorka przypomniała o rozdrożu, na którym stoi w XXI wieku dokument. Z jednej strony widoczna jest w dokumencie tendencja do wierności tradycji polskiej sztuki dokumentu, z drugiej – wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom rynku i widzów. W owej otwartości tkwi – zdaniem autorki – szansa na rozwój tego rodzaju filmowego przekazu. Zob. wskazany tekst w książce *Film polski współcześnie: od głównego nurtu do eksperymentu*, red. M. Giec, A. Majer, Łódź 2021.

Obraz animowany, jako „neutralny", „suwerenny" i „sprawczy", redefiniuje kontrakt reprezentacji, a w konsekwencji także kontrakt (auto)biograficzny[11]: przesuwa go z obietnicy faktograficznej identyczności ku obietnicy autentycznego doświadczenia. Trzeba jednak pamiętać, że neutralność obrazu animowanego nie oznacza jego obojętności, lecz raczej niedyferencjowanie wobec ontologicznego statusu reprezentacji. Animacja nie rości sobie prawa do bycia „kopią rzeczywistości" (jak fotografia) ani „świadectwem" (jak dokument), ale też nie jest czystą abstrakcją[12]. Neutralność ta wyraża się w swobodzie wobec mimetycznego imperatywu. Obraz animowany może zarówno udawać rzeczywistość, jak i konstruować całkowicie autonomiczne światy. W ujęciu semiotycznym animacja wytwarza znaki ikoniczne, indeksalne i symboliczne jednocześnie, nie hierarchizując ich; dzięki temu nie uprzywilejowuje jednego trybu reprezentacji. Można powiedzieć, że obraz animowany jest neutralny, bo nie uprzedza odbiorcy, jak ma być interpretowany. Otwiera przestrzeń wielości sensów.

Natomiast suwerenność animacji wynika z faktu, że nie jest ona wtórna wobec rzeczywistości, lecz funduje własny porządek ontologiczny. Animacja „rodzi świat z samej siebie", z linii, barwy, ruchu i rytmu. Jest więc autoteliczna. Suwerenność przejawia się także w czasie i przestrzeni animacji: to medium, które może dowolnie konstruować prawa fizyki, ontologię postaci czy logikę narracji. W tym sensie animacja nie tylko reprezentuje, lecz ustanawia realność od podstaw, a więc jest suwerenna wobec innych form reprezentacji.

W ujęciu nowoczesnych teorii mediów można mówić o suwerenności (*agency*) obrazów animowanych. Animacja nie jest biernym narzędziem, lecz „aktywnym uczestnikiem" wytwarzania afektów, wyobraźni i percepcji. Jako medium intensywnie afektywne (ruch, rytm, barwa, deformacja) animacja sprawczo oddziałuje na ciało widza, modulując jego doznania kinestetyczne

[11] P. Lejeune, *Wariacje na temat pewnego paktu. O autobiografii*, przekł. W. Grajewski, S. Jaworski, A. Labuda, R. Lubas-Bartoszyńska, Kraków 2007.

[12] Zob. m.in. M. Podolec, *Animacja w filmie dokumentalnym*, [w:] *Od obserwacji do animacji. Autorzy o kinie dokumentalnym*, red. K. Mąka-Malatyńska, Łódź 2016, s. 137-159.

i emocjonalne. Sprawczość animacji wyraża się również w tworzeniu dyskursów i modeli myślenia[13].

Obraz animowany nie jest więc biernym nośnikiem znaczeń, lecz „aktorem w sieci społeczno-kulturowej", który kształtuje sposoby percepcji, wyobraźni i narracji. Obraz animowany można więc interpretować jako medium ontologicznie autonomiczne, epistemicznie otwarte i afektywnie skuteczne. W tym sensie staje się formą sztuki totalnej, która nie tyle odwzorowuje, ile współkonstytuuje rzeczywistość.

Dzieło sztuki – w tym filmowe – funkcjonuje jako komunikat zakładający umiejętność odróżnienia reprezentacji od rzeczywistości. Współczesna refleksja filmowa sugeruje jednak, że w obszarze dokumentalnym bardziej adekwatne jest mówienie o prawdopodobieństwie przekazu niż o jego absolutnej prawdzie. Film staje się zatem narzędziem opisu świata, zbliżającym widza do doświadczenia historycznego, nieobiecującym jednak pełnej wierności wobec przeszłości. Właśnie dlatego problematyka przedstawiania obrazów wojny i jej ofiar w sztuce pozostaje zagadnieniem trudnym[14], nieustannie generującym pytania o adekwatność formy wobec treści, zwłaszcza w przypadku stosowania technik animacyjnych w opowieściach opartych na faktach historycznych[15].

[13] Animowane obrazy często stają się figurami kulturowymi (np. Disneyowskie archetypy, *anime* jako sposób widzenia świata, estetyki gier komputerowych).

[14] Izabela Kowalczyk pisała o tym w następujący sposób: „(…) nawet jeśli sztuka zawiera w sobie ciągłe ryzyko zdradzenia ofiar, nie istnieje inne miejsce, gdzie to cierpienie mogłoby zostać wypowiedziane – i pozwalało odnaleźć *swój własny głos*". I. Kowalczyk, *Estetyzowanie Holocaustu*, https://archiwum-obieg.u-jazdowski.pl/artmix/4139, dostęp z dn. 6.06.2025.

[15] Zob. m.in. M. Hendrykowski, *Animacja jako dokument. Dokument jako animacja. Wokół poetyki i antropologii ruchomych obrazów*, „Kultura Współczesna" 2012, nr 3, s. 167-168. Hendrykowski pisał, że „od jakiegoś czasu mamy do czynienia z interkulturowym trendem, który w znacznym stopniu przesunął twórczość animowaną z pozycji awangardowego marginesu ku centrum poszukiwań współczesnego kina. Mowa tu o takich tytułach, jak *Zbrodnia i kara* (2000) Piotra Dumały, *Krótka historia Stanów Zjednoczonych Ameryki* (2002) Michaela Moore'a, *Ryan* (2004) Chrisa Landretha, *Persepolis* (2007) Vincenta Paronnauda i Marjane Satrapi, *Dokumanimo* (2007) Małgorzaty Bosek, *Walc z Baszirem* (2008) Ariego Folmana, *Germania Wurst* (2010) Volkera Schlechta. (…) Do listy wskazanych wyżej tytułów należy koniecznie dopisać dzieła o wiele starsze od wymienionych, m.in. *Apel* (1971) Ryszarda Czekały, *The Street* (1976) Caroline

Nieoczywistość formy artystycznej bywa uzasadniona wyjątkowością i dramatyzmem historii, lecz w kontekście tematu Zagłady może wywoływać kontrowersje i konsternację[16]. Innowacja estetyczna może zostać odczytana zarówno jako próba znalezienia adekwatnego języka dla niewyobrażalnego doświadczenia, jak i jako gest niestosowny, balansujący na granicy estetyzacji cierpienia. Prowokuje pytania o granice przedstawialności i odpowiedzialność twórcy wobec pamięci o wydarzeniu. W ten sposób każda decyzja formalna zostaje poddana podwójnej ocenie – artystycznej i etycznej.

Równocześnie alternatywne sposoby reprezentacji pozwalają na paradoksalne oswojenie okrucieństwa wydarzeń, wymagając dystansu i odrealnienia percepcji[17]. Transformacja widzenia pozostaje w gestii twórcy dzieła, a nie abstrakcyjnego systemu norm czy stereotypów.

Przykładem takiej subiektywnej, odświeżającej perspektywy jest dokument Kamy Veymont[18] *Nie było żadnej nadziei…* (2016), w którym animowane

Leaf, prekursorskie dokonania Juliana Antonisza z przełomu lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych, zwłaszcza cykl jego *Polskich Kronik Non-camerowych* (1981-1986) oraz półgodzinną japońską animację *Dziewczęta w letnich sukienkach* (*Girls in Summer Dresses*) z roku 1988". Tamże, s. 168.

[16] Twórcy, którzy zakładają konieczność zerwania z tradycyjnym językiem filmowym przy przedstawianiu Holocaustu, często eksplorują nowe środki wyrazu w celu uchwycenia niewypowiedzianej przemocy. Choć te próby są metodologicznie innowacyjne, nie zawsze skutkują pełną komunikacją doświadczenia i mogą być odbierane jako trudne do interpretacji przez widza. Zob. też S. Kołos, *Animacja i Holocaust. O filmie „Karski i władcy ludzkości" Sławomira Grünberga*, [w:] *Polska animacja w XXI wieku*, red. M. Kozubek, T. Sobolewski, Łódź 2017, s. 191. Zob. ponadto tekst na temat „komedii o Holocauście" L. Banki, *„Komedia o Holocauście" – gatunek niemożliwy*, tłum. A. Ubertowska, „Teksty Drugie" 2009, nr 4, s. 227.

[17] T. Sobolewski, *Izraelski „Czas Apokalipsy"*, „Gazeta Wyborcza" 1.04.2009.

[18] Kama Veymont – reżyserka i scenarzystka; autorka i/lub współautorka dokumentów: *Buszujący w Bogu* (1994), *Poprzez mur* (1995), *Muzyka blaszanych instrumentów* (1996), *Mów mi Mamo…* (2000), *Pięć kobiet szuka pracy* (2001), *Gruszki na wierzbie* (2001), *Plhh* (2005), *Nowy Jork według Janusza Głowackiego* (2005), *O Bogu, który się nie sprawdził…* (2006), *Koniec Europy* (2007), *Hotel polski* (2009), *Szukając Tereski* (2016). Na temat filmu *Nie było żadnej nadziei…* zob. m.in. *Nie było żadnej nadziei... Powstanie w getcie warszawskim 1943*, https://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=1240399, dostęp z dn. 6.06.2025; *Obejrzyj film „Nie było żadnej nadziei. Powstanie w getcie warszawskim 1943"*, https://polin.pl/pl/aktualnosci/2016/02/01/zglos-szkole-do-akcji-zonkile-2016, dostęp z dn. 6.06.2025.

fragmenty skutecznie oddają charakter wspomnień przekształconych w wizje i refleksje pamięci. W tym przypadku animacja nie tyle wprowadza dystans emocjonalny, ile wzmacnia intensywność przeżycia i pozwala głębiej zrozumieć dramat historii[19].

Nie było żadnej nadziei… (2016) – kilka myśli

„W percypowaniu kształtów znajdziemy początki kształtowania się pojęć"[20].
(Rudolf Arnheim)

Gdy myślimy o sztuce ruchomych obrazów, zwykle dochodzi do dychotomicznego podziału na film fikcji i film faktów[21]. Tymczasem w przypadku dokumentów animowanych dysponujemy spojrzeniem na film przez pryzmat sztuki żywego planu w odróżnieniu od najogólniej rozumianego filmu animacji[22]. Trzeba więc postrzegać animację jako „formę nierozłącznie splecioną z filmem żywego planu"[23]. Przy tym pamiętając, że „niektórzy teoretycy animacji uważają takie podejście za deprecjonujące w stosunku do obiektu ich refleksji, odbierające mu

[19] Zob. m.in. M. Kozubek, *Funkcja animacji w „Sali Samobójców" Jana Komasy*, [w:] *Polska animacja w XXI wieku*, dz. cyt., s. 218.

[20] R. Arnheim, *Visual Thinking*, tłum. J. Płuciennik, Berkeley – Los Angeles 1969, s. 27.

[21] „Zwykle uznaje się, że należy rozdzielać film żywego planu od animacji. Powinno się jednak myśleć o niej jak o „(…) części medium filmowego. Części, która charakteryzuje się wprawdzie dużą autonomicznością zarówno w wymiarze estetycznym, jak i pod względem czysto technologicznym, lecz jednak nie posiada w pełni suwerennego terytorium, którego nie dzieliłaby z filmem żywego planu". M. Bobrowski, R. Bomba, *Poza ekranem kinowym. Postmedialne konteksty animacji*, Lublin 2021, s. 20.

[22] Por. też dokumenty animowane, m.in. *Walc z Baszirem* (2008), reż. Ari Folman; *Karski i władcy ludzkości* (2009), reż. Sławomir Grünberg; *Droga na drugą stronę* (2011), reż. Anca Damian i wiele innych.

[23] Na marginesie można przypomnieć, że twórcy filmów – zarówno dokumentalnych, jak i fabularnych – często stosują animację z powodów czysto pragmatycznych, m.in. z braku środków finansowych czy możliwości obsadzenia roli aktorem, który mógłby wcielić się w powierzoną rolę.

samodzielność i niezależność (…)”[24]. Michał Bobrowski jest jednak przekonany, że „inkluzywne rozumienie animacji jako odznaczającej się znaczącą odrębnością gałęzi, która jednak wyrasta ze wspólnego pnia medium filmowego, nie redukuje, ale rozszerza potencjał rozpoznania szerokiego znaczenia kulturowego animacji jako kluczowego komponentu kultury audiowizualnej”[25]. Potwierdza to choćby historia, która ujawnia „relację dialogiczną” tej formy wyrazu z filmem jako takim. Dzięki tej optyce animacja staje się zarówno techniką realizacji, jak i szeroko rozumianym medium[26]. Ten ostatni termin w tym ujęciu również staje się istotny, choć – jak się ostatecznie okazuje – pozostaje definicyjnie kłopotliwy[27].

W przypadku animacji wskazywano na ograniczenia jej możliwości w zakresie reprezentacji, techniki, innowacyjności czy funkcjonalności (ale też na sposoby ich przełamywania)[28]. To z nimi związane bywały kontrowersje. Obawiano się, że fragmenty animowane budzić będą sceptycyzm co do przekazywanych treści, zapominając przy tym jednak, że może to być idealne remedium na

[24] M. Bobrowski, R. Bomba, *Poza ekranem kinowym. Postmedialne konteksty animacji*, dz. cyt., s. 21.

[25] Tamże.

[26] Zob. termin *live-action film* – film zrealizowany przy użyciu techniki rejestracji w czasie rzeczywistym (tamże, s. 18).

[27] Michał Bobrowski i Radosław Bomba pisali o animacji w kontekście Geertzowskich „gatunków zmąconych”, a to z kolei generuje myślenie o animacji nie w opozycji do filmu żywego planu, ale jako integralnej części ogólnie pojętego „medium filmowego, którego nie należy badać oddzielnie”. Zob. M. Bobrowski, R. Bomba, *Poza ekranem kinowym*, dz. cyt., s. 9, 11. Takie stanowisko uzasadniają już wstępne rozważania, w których czytamy: „Media – zdaniem autorów – przestają być odrębnymi, względnie autonomicznymi praktykami kulturowymi”. Zob. tamże, s. 11. Natomiast znajomość genezy animacji sieciowej pozwala lepiej zrozumieć zmieniającą się rolę odbiorcy, który w wielu projektach staje się „aktywnym współtwórcą animowanego, cyfrowego spektaklu”. Roy Ascott, twórca i teoretyk sztuki, uważał, że „zamiast kreować, wyrażać i przekazywać treść, artysta ma teraz projektować konteksty, w których widz-odbiorca może konstruować własne doświadczenie i znaczenie: Odbiorca sztuki jest dziś w centrum procesu kreacji (…). Sztuka przestaje być oknem na świat; staje się bramą, która prowadzi odbiorcę do świata interakcji i przemian”. Zob. tamże, s. 135.

[28] Zob. M. Wieczorek, *Film animowany w perspektywie filozofii mediów Gianniego Vattima*, „Edukacja Filozoficzna” 2020, nr 69, s. 96.

brak zainteresowania się przeszłością – historią jako taką – pokolenia nowych odbiorców, podlegających od lat zjawisku „popkulturowego sformatowania”[29]. Dopiero z czasem okazało się, że taka synergia umożliwia twórczy „dialog”[30] animacji i dokumentu. Perspektywa pozafilmowa z kolei implikuje nadwyżkę wiedzy o takie elementy, jak kontekst czasowo-przestrzenny, znajomość tematu oraz celu jego przywołania, który zwykle wiąże się ze społeczną potrzebą ciągłości historii, ładu i poczucia bezpieczeństwa.

Nie było żadnej nadziei… Kamy Veymont jest doskonałym przykładem owego wielopoziomowego „dialogu”. Obraz składa się z trzech części. Preludium do filmu stanowi przedstawienie scen z życia społeczności żydowskiej Warszawy jeszcze przed 1939 r. Potem następuje syntetyczne ukazanie okoliczności utworzenia getta oraz toczącego się w nim życia codziennego do momentu wybuchu powstania w kwietniu 1943 r.[31] Środkowa i zarazem najważniejsza część filmu jest wykonana techniką animacji (rysunek) i ukazuje przebieg powstania w getcie warszawskim, w który zostają wplecione wypowiedzi (też archiwalne) uczestników i świadków tego zrywu[32]. Przejścia między materiałami archiwalnymi a wywiadami tworzą nową rzeczywistość filmowo-wyobrażeniową, która

[29] Tamże, s. 197.

[30] Metaforyczne sformułowanie „dialog” animacji i dokumentu zwraca uwagę na szereg funkcji owej artystycznej synergii: informacyjną, dynamiczną, impresywną, ekspresywną czy fatyczną. Przypominając jednocześnie, że „dialog” w dziele artystycznym można rozpatrywać w trzech aspektach: „jako wypowiedź uwarunkowaną sytuacyjnie, jako reprezentację punktu widzenia jego uczestników oraz jako źródło napięć znaczeniowych powstających na styku replik, które dopełniają się nawzajem i reinterpretują, jednocześnie wnosząc indywidualne składniki sensu do wypowiedzi jako całości”. Zob. m.in. J. Sławiński, *Dialog*, [w:] *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 1989, s. 89-90.

[31] Przy tworzeniu filmu wykorzystano niepublikowane wcześniej archiwalne zdjęcia i fragmenty filmów z Muzeum Holokaustu w Waszyngtonie, USC Shoah Foundation i Filmoteki Narodowej.

[32] Zob. też termin „historia mówiona”, stanowiący ważne uzupełnienie historii społeczeństw lub grup społecznych, w których nie istnieją lub nie zachowały się źródła pisemne. Na ten temat zob. m.in. M. Kierzkowski, *Historia mówiona – próba definicji pojęcia*, „Wrocławski Rocznik Historii Mówionej” 2014, nr 4, s. 5-19; D. Gocół, *Historia mówiona: geneza, rozwój, koncepcje*, Lublin 2023.

pozwala trafić do nowych pokoleń widzów. Fragmenty *stricte* dokumentalne natomiast potwierdzają jej wiarygodność, niosąc niejako ukryte przesłanie – „zaufaj temu, co widzisz”[33].

Z materiałów dotyczących produkcji obrazu dowiadujemy się, że projektujący animację Łukasz Rusinek świadomie „poszedł tropem zaproponowanym w słynnych produkcjach: *Walcu z Baszirem* i *Persepolis*. Jego celem było bowiem pokazanie powstania z całym ładunkiem emocjonalnym i potencjałem dramatycznym”[34]. Te ważne dla *Nie było żadnej nadziei*… fragmenty przedstawiają motywy działania i racje poszczególnych uczestników tego wydarzenia. Chodzi o autentyczne postaci biorące udział w walkach, takie jak: Mordechaj Anielewicz, Kazik Symcha Rotem, Marek Edelman, Cywia Lubetkin czy Tosia Altman. Ostatnia część filmu przynosi materiał pokazujący upamiętnienie polskich Żydów w przestrzeni współczesnego miasta, na wystawie w Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN oraz prezentuje współczesny wygląd miejsc związanych z gettem warszawskim[35].

Animowane postaci bohaterów są wiernie odwzorowane na podstawie fotografii archiwalnych, a słowna warstwa narracyjna nawiązuje bezpośrednio do słów wypowiadanych przez nich w getcie. Tak jest też w przypadku tytułu filmu. Dzięki temu jest ona postrzegana jako przekaz rzetelny i autentyczny.

[33] S. Kołos, *Animacja i Holocaust*, dz. cyt., s. 204.

[34] Na ten temat zob. m.in. *Nie było żadnej nadziei… Materiały edukacyjne do pracy z filmem o powstaniu w getcie warszawskim*, oprac. M. Koszyńska, K. Kulińska, R. Szuchta, Warszawa 2020, s. 3.

[35] „Skupienie uwagi uczniów na Muzeum jest zabiegiem celowym. Symbolicznie historia warszawskiego getta i walczących w nim Żydów kończy się właśnie w miejscu, gdzie znajduje się gmach muzeum, nieopodal Pomnika Bohaterów Getta – miejsca pamięci o getcie warszawskim, w którym rozgrywały się opowiadane w filmie wydarzenia”. Zob. *Nie było żadnej nadziei… Materiały edukacyjne do pracy z filmem o powstaniu w getcie warszawskim*, dz. cyt., s. 3. Film został zrealizowany w ramach programu „Żydowskie Dziedzictwo Kulturowe”, dzięki wsparciu udzielonemu z Funduszy Norweskich i EOG przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię. Zob. *Nie było żadnej nadziei... Powstanie w getcie warszawskim* 1943, https://www.filmpolski.pl/fp/index.php?film=1240399, dostęp z dn. 6.06.2025; *Obejrzyj film „Nie było żadnej nadziei. Powstanie w getcie warszawskim 1943”*, https://polin.pl/pl/aktualnosci/2016/02/01/zglos-szkole-do-akcji-zonkile-2016, dostęp z dn. 6.06.2025.

Ważną podpowiedzią interpretacyjną w tym zakresie jest podział bohaterów na walczących Żydów i nacierających nań żołnierzy wrogich wojsk. Bohaterowie negatywni przedstawiani są jako postacie „bez twarzy". To przede wszystkim maszerujące i „zamaskowane" oddziały nazistowskie. Postaci pozytywne to powstańcy, którzy są wyraziści, znani z imienia i nazwiska, daty urodzenia i śmierci. W filmie pojawiają się też ich autentyczne fotografie. Jest ich niewielu. Znane są ich wypowiedzi, dylematy i emocje[36].

Reżyserka oddaje głos, choćby tylko na sekundę, niemal wszystkim postaciom, dlatego mamy wrażenie obecności kilku prowadzonych jednocześnie opowieści na ten sam temat. Najbardziej rozbudowane są komentarze na temat momentów wzbudzających strach czy zdziwienie oraz końcowe podsumowania. Dlatego wypowiedzi narratorów-bohaterów nie należy traktować jako prostego streszczenia zdarzeń. Są one interpretacją wybranych aspektów przedstawionej historii z perspektywy określonych wartości: idei aktywizmu, wolności wyboru, przyjaźni, miłości czy braterstwa (symboliczne znaczenia dwóch flag).

To właśnie z bohaterami dokumentu związane są ważne zagadnienia o wymiarze etycznym podejmowane w *Nie było żadnej nadziei*…, takie jak: „bardzo zróżnicowane wartości uzasadniające walkę, wątpliwości dotyczące sposobu określenia zrywu; rozważania, jaki rodzaj śmierci wybrać, pogodzenie się ze śmiercią i jednoczesna nadzieja na przeżycie czy emocjonalna relacja pomiędzy strachem a determinacją w walce i radością z jej podjęcia"[37].

Wypowiedzi bohaterów – zarówno w części dokumentalnej, jak i animowanej – cechują się wielością perspektyw. Każdy z rozmówców ocenia sytuację z własnego punktu widzenia. Autorka *Nie było żadnej nadziei*… przedstawia te punkty widzenia jako równoprawne, raczej dopełniające się nawzajem i podpo-

[36] „Wartościowanie wprost częściej dotyczy indywidualnych bohaterów lub wartości utylitarnych, natomiast prawdy ogólne oraz refleksja moralna przekazywane są pośrednio lub zawarte są implicytnie w ich postawach, które nie zawsze zostają zwerbalizowane". J. Śmiech, *Wartościowanie w filmach animowanych dla dzieci (na materiale polskim i rosyjskim)*, Katowice 2018, s. 176.

[37] Zob. *Nie było żadnej nadziei… Materiały edukacyjne…*, dz. cyt., s. 3.

rządkowane pewnej wspólnej myśli przewodniej niż kontrastujące. Nie chodzi więc o akcentowanie dominującej perspektywy, ale o zachęcającą do refleksji i dialogu polifoniczność.

Wysoki stopień organizacji i refleksyjności konkretnej kultury nie tylko sprzyja umacnianiu tożsamości zbiorowej[38], ale też umożliwia regulację w zakresie relacji między: „pamięcią zimną", której rola polega na utrzymywaniu równowagi społecznej i zamrażaniu przemian kulturowych, oraz „pamięcią gorącą", podatną na stymulacje i metamorfozy[39]. W tym ujęciu ożywione rysunki rekonstruują to, czego nie ma w archiwum[40], a jest tylko w pamięci uczestników i świadków[41]. Dodatkowo pozwalają one na zwizualizowanie często najmroczniejszych czy niepojętych, surrealistycznych momentów z przeszłości. Fragmenty animowane stwarzają świat bezpieczny, bo poddający się kontroli, a jednocześnie wielowarstwowy[42]. Nie zmienia to faktu, że animacja to rodzaj ucieczki z archiwum *versus* ucieczka przed archiwizacją[43], nachalnym dydakty-

[38] J. Assmann, *Pamięć zbiorowa i tożsamość kulturowa*, tłum. S. Dyroff, R. Żytyniec, „Borussia" 2003, nr 29, s. 11-16.

[39] J. Assmann, *Pamięć kulturowa. Pismo, zapamiętywanie i polityczna tożsamość w cywilizacjach starożytnych*, tłum. A. Kryczyńska-Pham, Warszawa 2008, s. 79. Por. też M. Saryusz-Wolska, *Pamięć kulturowa*, [w:] *Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci*, red. M. Saryusz-Wolska, R. Traba, współprac. J. Kalicka, Warszawa 2014.

[40] Na ten temat zob. m.in. *Archiwa we współczesnych badaniach filmoznawczych*, red. B. Gizy, P. Zwierzchowskiego, K. Mąki-Malatyńskiej, Warszawa 2020.

[41] Zob. m.in. A. Assmann, *Przestrzenie pamięci. Formy i przemiany pamięci kulturowej*, tłum. P. Przybyła, [w:] *Pamięć zbiorowa i kulturowa. Współczesna perspektywa niemiecka*, red. M. Saryusz-Wolska, Kraków 2009, s. 101-142.

[42] „Animacja zamazuje różnicę między fikcją a faktami – zwraca uwagę na pluralizację punktów widzenia, wielość wymiarów rzeczywistości, różnorodność znaczeń, a w finale na postmodernistyczne zwątpienie w ostateczną prawdę. (…) [A]nimowany dokument nie prowadzi do de-maskowania, a wskazuje istnienie maski (konstruktywistycznej natury rzeczywistości) – to różnica między trybem refleksyjnym a performatywnym. Pierwszy stara się zdjąć maskę i ukazać bez niej przed widzami, drugi nie ściąga jej, uświadamia, że nie jest niczym więcej niż tylko maską. Otwiera się na dyskusję nad zaproponowaną wizją rzeczywistości – jest subiektywnym głosem, zaprasza do polemiki". M. Piepiórka, *„Droga na drugą stronę": od kina oko do kina pędzla i jeszcze dalej*, [w:] *Polska animacja w XXI wieku*, dz. cyt., s. 159.

[43] Por. P. Sitkiewicz, *Stary duch w młodym ciele. Dlaczego polscy animatorzy patrzą w przeszłość*, [w:] *Polska animacja w XXI wieku*, dz. cyt., s. 39.

zmem, konwencją; to uwolnienie się z „kanonów”[44], „niewoli form”[45], „kultury masek”[46], „codzienności opartej na kamuflażu”[47].

Z uwagi na wprowadzanie fragmentów animowanych fenomen synkretyzmu obejmuje swym zasięgiem nie tylko gatunki filmowe, ale i rodzaje (film dokumentalny i fabularny). Różnorodne konwencje scala w jedno podjęty temat i chęć upamiętnienia konkretnego wydarzenia. Nie chodzi więc o „estetyczne oddziaływanie na wyobraźnię”, „obrazy mające zwodniczy urok, prowadzące do oswojenia zbrodni”[48]. To też nie jest typowa „narracja muzealna o Zagładzie”, ale obraz cierpienia i śmierci, w którym „zaszyfrowane” zostały paradoksy ludzkiej pamięci i niepamięci[49]. Metafora „dialogu”: tego, co animowane, z tym, co dokumentalne – jest w tym ujęciu formą troski i oczekiwania na zrozumienie, autentyczności emocji.

Tak więc w omawianym przypadku twórcy sięgnęli po animację, gdyż nie chcieli korzystać z utrwalonych w świadomości odbiorców materiałów filmowych, prezentujących obrazy Żydów nakręconych w getcie przez nazistów. Dodatkowo strategia reżyserska była niejako odpowiedzią na preferencje młodych widzów, którzy wskazywali na animowaną formę jako tę, która towarzyszy ich

[44] Zob. m.in. M. Sadowska, P. Czerkawski, A. Kołodyński, A. Piotrowska, *Krytyka filmowa wobec kanonu*, „Pleograf. Kwartalnik Akademii Polskiego Filmu” 2017, nr 4, https://pleograf.pl/index.php/z-warsztatu-krytyka-filmowa-wobec-kanonu/, dostęp z dn. 6.06.2025; A. Prodeus, *Czas rewizji*, „Kino” 2021, nr 1-2, s. 6-7.

[45] M. Kozubek, *Funkcja animacji w „Sali samobójców” Jana Komasy*, dz. cyt., s. 227.

[46] Nea Ehrlich określiła animowane dokumenty jako „maski”. Zob. N. Ehrlich, *Animated Documentaries as Masking*, „Animation Studies Online Journal” 2011, nr 6, https://journal.animationstudies.org/nea-ehrlich-animated-documentaries-as-masking/, dostęp z dn. 6.06.2025.

[47] Por. też M. Piepiórka, *„Droga na drugą stronę”: od kina-oka do kina-pędzla i jeszcze dalej*, dz. cyt., s. 159.

[48] Zob. m.in. S. Friedländer, *Refleksy nazizmu. Esej o kiczu i śmierci*, tłum. M. Szuster, Warszawa 2011.

[49] S. Sikora, *„Nie sądzić” i „Wielki strach” – dwa małe ważne filmy*, „Kwartalnik Filmowy” 2020, nr 112, s. 223. Zob. też T. Kwiatkowski, *Społeczne tworzenie zbiorowej niepamięci*, [w:] *Etniczność, pamięć, asymilacja. Wokół problemów zachowania tożsamości mniejszości narodowych i etnicznych w Polsce*, red. L.M. Nijakowski, Warszawa 2009, s. 93.

odbiorczym doświadczeniom najczęściej. Potwierdza to psychologia percepcji, która dowodzi nie tylko tego, że animowany obraz pozwala lepiej niż tradycyjne sposoby przekazu skupić uwagę młodych widzów, ale też niejednokrotnie staje się źródłem kształtowania się pojęć i emocji o uniwersalnym charakterze[50].

Zakończenie

„Zrodzone z animacji kino zepchnęło animację na swoje obrzeże tylko po to, by w końcu stać się jednym z jej szczególnych przypadków”[51].

(Lev Manovich)

Jeżeli przyjąć, że sztuka funkcjonuje jako konstrukcja, a jej tworzenie jest procesem konstruowania specyficznej rzeczywistości wizualnej, to pełne jej zrozumienie wymaga długotrwałej i wnikliwej interakcji z jej artefaktami. Reżyser, jako twórca, jednocześnie pełni rolę pierwszego odbiorcy – analityka, dla którego wizualność stanowi zasadniczy wymiar badania wzorców percepcji oraz ustalonych kodów komunikacyjnych. Umiejętność elastycznego reagowania na zmienne sytuacje polityczne, dylematy etyczne i przemiany paradygmatyczne, kształtujące współczesną kulturę i jej fenomeny[52], umożliwia budowanie „mostów” między pokoleniami i doświadczeniami historycznymi.

W tym kontekście twierdzenie, że filmy o Zagładzie powinny stanowić radykalne zerwanie z wcześniejszymi narracjami, wymaga krytycznej rewizji. Próby wymyślenia na nowo języka zdolnego wyrazić niewypowiedziane cierpienie często wynikają z intencji protestu wobec wojny i potrzeby prewencyjnej eduka-

[50] Zob. m.in. K. Jurczyńska, *Komunikacja niewerbalna w filmach animowanych*, Kraków 2021.

[51] Zdanie to stanowi parafrazę fragmentu książki Lva Manovicha pt. *Język nowych mediów* (tłum. P. Cypryański, Warszawa 2006, s. 432-433).

[52] A. Ogonowska, *Kultura, komunikacja i kompetencja wizualna w kontekście wybranych zagadnień współczesnej humanistyki*, [w:] *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, Poznań 2012, s. 60-61.

cji historycznej. Jednak równocześnie ważne pozostaje zachowanie kontinuum pamięci i języka dokumentalnego oraz animacyjnego, które stanowią medium przekazu zarówno nadziei, jak i świadectwa przeszłości.

Proces zmiany percepcyjnej często zaczyna się od pojedynczego obrazu, dźwięku lub słowa[53]. Animacja w dokumencie *Nie było żadnej nadziei…* Veymont nie pełni funkcji „audiowizualnego muzeum", lecz kreuje przestrzeń aktywnego zaangażowania, będąc swoistym „palimpsestem pamięci" o wysokiej wartości edukacyjnej i społecznej[54]. Jej celem jest nie archiwizacja wspomnień, lecz ich rewitalizacja – pokazanie, że autentyczne dokumenty czy stare fotografie, choć historycznie wiarygodne, mogą utrwalać powtarzalne schematy, które z czasem zniekształcają rzeczywisty obraz doświadczenia. Przełamanie tej „czarno-białej zasłony" pozwala spojrzeć na wydarzenia z innej perspektywy, umożliwiając zarówno wypełnienie „białych plam" w pamięci, jak i reinterpretację dobrze znanych obrazów zniszczonych taśm filmowych.

Sztuka w tym kontekście nie „zdradza" ofiar, lecz wyraźnie wskazuje znaczenie tematu, trafiając do odbiorców żyjących w innych realiach kulturowych. Twórcy dokumentów animowanych dowodzą, że opowieść o przeszłości „językiem młodych" jest nie tylko możliwa, lecz również głęboka jako subtelnie przekraczająca bariery pokoleniowe i umożliwiająca konfrontację z trudnymi doświadczeniami, takimi jak Zagłada[55].

Ostatecznie pytanie o potencjał animacji w wyrażaniu doświadczeń historycznych można rozstrzygnąć twierdząco: animacja umożliwia „reanimację" nieobecnych, nieobecnego świata oraz związanego z nim cierpienia. Dotyczy to

[53] Por. m.in. E. Sicher, *A Poetics of the Holocaust? Three Exemplary Poets*, „Narracje o Zagładzie" 2020, nr 6, s. 366.

[54] Jako „palimpsest pamięci" animacja nie tylko zachowuje warstwy indywidualnych i kolektywnych doświadczeń, lecz również pozwala odbiorcy rekonstruować przeszłość w sposób krytyczny, dzięki czemu staje się źródłem historycznym o głębokim znaczeniu edukacyjnym i społecznym. Zob. m.in. E. Wasilewska-Kamińska, *Myślenie krytyczne jako cel* kształcenia, Warszawa 2016.

[55] S. Kołos, *Animacja i Holocaust*, dz. cyt., s. 209.

zwłaszcza bólu, którego nikt nie mógł ani nie chciał w pełni odtworzyć w konwencjonalnej narracji. W tym kontekście animacja jawi się jako medium wyjątkowo adekwatne – klarowne, bezpośrednie, a jednocześnie wymagające refleksji, które nie pozwala ani zapomnieć, ani oswoić się z okrucieństwem wojny i towarzyszącymi mu emocjami.

Bibliografia
(wybór)

Antropologia kultury wizualnej. Wybór tekstów i zagadnień, red. Ł. Zaremba, I. Kurz, Warszawa 2012.

Arendt H., *Kondycja ludzka*, tłum. A. Łagodzka, Warszawa 2010.

Assmann J., *Pamięć kulturowa. Pismo, zapamiętywanie i polityczna tożsamość w cywilizacjach starożytnych*, tłum. A. Kryczyńska-Pham, Warszawa 2008.

Bendazzi G., *Animation. A World History*, vol. I: *Foundations – The Golden Age*, Boca Raton 2016.

Bendazzi G., *Animation. A World History*, vol. II: *The Birth of a Style – The Three Markets*, Boca Raton 2016.

Bartoszewski W., Edelman M., *I była dzielnica żydowska w Warszawie. Wybór tekstów*, Warszawa 2010.

Belting H., *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*, tłum. M. Bryl, Kraków 2007.

Bobrowski M., Bomba R., *Poza ekranem kinowym. Postmedialne konteksty animacji*, Lublin 2021.

Cichoń A., *Deleuze'a walka z kliszami, czyli o poszukiwaniu widzialności w kinie słów kilka*, „Kwartalnik Filmowy" 2018, nr 101-102, s. 249-261.

Deleuze G., *Kino*, tłum. J. Margański, Gdańsk 2008.

Engelking B., Leociak J., *Getto warszawskie. Przewodnik po nieistniejącym mieście*, Warszawa 2013.

Film i historia. Antologia, red. I. Kurz, Warszawa 2008.

Film polski współcześnie: od głównego nurtu do eksperymentu, red. M. Giec, A. Majer, Łódź 2021.

Grupińska A., *Ciągle po kole. Rozmowy z żołnierzami getta warszawskiego*, Wołowiec 2013.

Grupińska A., *Odczytanie listy. Opowieści o warszawskich powstańcach Żydowskiej Organizacji Bojowej*, Wołowiec 2014.

Gutman I., *Walka bez cienia nadziei. Powstanie w getcie warszawskim*, Warszawa 1998.

Hendrykowski M., *Animacja jako dokument. Dokument jako animacja. Wokół poetyki i antropologii ruchomych obrazów*, „Kultura Współczesna" 2012, nr 3.

Hendrykowski M., *Film jako źródło historyczne*, Poznań 1999.

Jarecka U., *Ornament i symulacja. Funkcja animacji w wideoklipach*, „Kwartalnik Filmowy" 1997-1998, nr 19-20.

Jenkins H., Ford S., Green J., *Rozprzestrzenialne media. Jak powstają wartości i znaczenia w usieciowionej kulturze*, tłum. M. Zdrodowski, Łódź 2018.

Jurczyńska K., *Komunikacja niewerbalna w filmach animowanych*, Kraków 2021.

Kobylarz R., *Walka o pamięć. Polityczne aspekty obchodów rocznicy powstania w getcie warszawskim 1944-1989*, Warszawa 2009.

Kowalczyk I., *Estetyzowanie Holocaustu*, „Artmix" 27.07.2009, https://archiwum-obieg.u-jazdowski.pl/artmix/4139, dostęp z dn. 6.06.2025.

Lejeune P., *Wariacje na temat pewnego paktu. O autobiografii*, przeł. W. Grajewski, S. Jaworski, A. Labuda, R. Lubas-Bartoszyńska, Kraków 2007.

Manovich L., *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Warszawa 2006.

Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci, red. M. Saryusz-Wolska, R. Traba, współprac. J. Kalicka, Warszawa 2014.

Podolec M., *Animacja w filmie dokumentalnym*, [w:] *Od obserwacji do animacji. Autorzy o kinie dokumentalnym*, red. K. Mąka-Malatyńska, Łódź 2016, s. 137-159.

Polska animacja w XXI wieku, red. M. Kozubek, T. Sobolewski, Łódź 2017.

Sicher E., *A Poetics of the Holocaust? Three Exemplary Poets*, „Narracje o Zagładzie" 2020, nr 6.

Sikora S., *„Nie sądzić" i „Wielki strach" – dwa małe ważne filmy*, „Kwartalnik Filmowy" 2020, nr 112.

Sitkiewicz P., *Małe wielkie kino. Film animowany od narodzin do końca okresu klasycznego*, Gdańsk 2009.

Vattimo G., *Poza interpretacją*, tłum. K. Kasia, Kraków 2011.

Vattimo G., *Społeczeństwo przejrzyste*, tłum. M. Kamińska, Wrocław 2006.

Walton Kendall L., *Transparent Pictures: On the Nature of Photographic Realism*, „Critical Inquiry" 1984, vol. 11, No. 2.

Wasilewska-Kamińska E., *Myślenie krytyczne jako cel kształcenia*, Warszawa 2016.

Wieczorek M., *Film animowany w perspektywie filozofii mediów Gianniego Vattima*, „Edukacja Filozoficzna" 2020, nr 69.

Wojna żydowsko-niemiecka. Polska prasa konspiracyjna 1943-1944 o powstaniu w getcie Warszawy, oprac. P. Szapiro, Londyn 1992.

Zawojski P., *Cyberkultura. Syntopia sztuki, nauki i technologii*, Katowice 2010.

Zbróg J., *Rozwijanie dyspozycji do myślenia krytycznego w warunkach akademickich*, „Przegląd Pedagogiczny" 2020, nr 2, s. 379-392.

Zieliński S., *Archeologia mediów: o głębokim czasie technicznie zapośredniczonego słuchania i widzenia*, Warszawa 2010.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.12

Mateusz Kot*
https://orcid.org/0000-0001-9933-8420
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie https://ror.org/05sdyjv16

Gra cyfrowa jako przestrzeń dyskursu geopolitycznego. Analiza wizerunku *S.T.A.L.K.E.R.* 2: *Heart of Chornobyl* w rosyjskim portalu branżowym Igromania.ru (wrzesień–grudzień 2024)

Abstract:

The digital game as a space of geopolitical discourse: An analysis of the image of* S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl *on the Russian industry portal Igromania.ru (September–December 2024). The digital game *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*, developed by the Ukrainian studio GSC Game World, was one of the most anticipated releases of 2024. The full-scale armed conflict in Ukraine affected both the development process of the game and the press materials published about it. This paper explores and analyzes the representation of *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl* in the Russian gaming industry portal Igromania.ru. Using the methods of press content analysis and discourse analysis applied to the online gaming portal, the study combines quantitative and qualitative approaches to present examples of narrative strategies.

* Mateusz Kot – doktor; wykładowca akademicki, pracownik i kierownik projektów z obszaru popularyzacji nauki; ukończył studia doktoranckie w Instytucie Dziennikarstwa i Edukacji Medialnej na UKSW (2017); absolwent podyplomowych studiów „Zarządzanie projektami" w Szkole Głównej Handlowej (2019); koordynator ogólnopolskiego konkursu Olimpiada Medialna (2014-2018) oraz sekretarz komitetu okręgowego Olimpiady Wiedzy o Mediach (2020-2021); kierownik projektów realizowanych z dofinansowania NCBR i Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego; kierownik grantu „Doskonała Nauka II" Wsparcie Konferencji Naukowych – Dni Medialne UKSW: Fenomen Gier Cyfrowych.

Gra cyfrowa jako przestrzeń dyskursu geopolitycznego. Analiza wizerunku* S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl *w rosyjskim portalu branżowym Igromania.ru (wrzesień–grudzień 2024). Gra cyfrowa *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*, produkcji ukraińskiego studia GSC Game World, była wyczekiwaną premierą 2024 r. Pełnoskalowy konflikt zbrojny na Ukrainie miał wpływ na proces powstawania gry oraz materiały prasowe publikowane na jej temat. W niniejszych rozważaniach zostanie dokonane rozpoznanie i porównanie obrazu gry *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl* w rosyjskim portalu branżowym zajmującym się tematyką gier komputerowych – Igromania.ru. Za pomocą metody analizy prasy i analizy dyskursu odniesionej do internetowego portalu gamingowego zostanie dokonana analiza ilościowa i jakościowa przy jednoczesnym zaprezentowaniu przykładów sposobów narracji.

Keywords

video games, discourse analysis, comparative media studies, information warfare, *S.T.A.L.K.E.R. 2*, media representation

gry wideo, analiza dyskursu, media porównawcze, gaming, *S.T.A.L.K.E.R. 2*, wizerunek medialny

Wprowadzenie

Gra *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*[1] jest kontynuacją pierwszej części gry, wydanej 20 marca 2007 r. Jej wydawcą był THQ Inc., a producentem GSC Game World[2]. W niecały rok od premiery *S.T.A.L.K.E.R.: Shadow of Chernobyl*[3] sprzedała się ona w ponad 1,6 mln kopii, co świadczy o jej dużym sukcesie ekonomicznym[4], który rósł z kolejnymi latami. Działo się to także ze względu

[1] GSC Game World, *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*, wyd. GSC Game World, prem. 20.11.2024.

[2] GRYonline.pl, *S.T.A.L.K.E.R.: Cień Czarnobyla*, https://www.gry-online.pl/gry/stalker-shadow-of-chernobyl/ze1067, dostęp z dn. 27.09.2025.

[3] GSC Game World, *S.T.A.L.K.E.R.: Shadow of Chernobyl*, wyd. THQ Inc., prem. 20.03.2007.

[4] CD Projekt, *S.T.A.L.K.E.R. – 1,6 mln sprzedanych egzemplarzy!*, https://www.gram.pl/news/2008/02/27/s-t-a-l-k-e-r-1-6-mln-sprzedanych-egzemplarzy.shtml, dostęp z dn. 27.09.2025.

na pojawiające się DLC[5]: *S.T.A.L.K.E.R: Czyste Niebo*[6] *i S.T.A.L.K.E.R: Zew Prypeci*[7]. Do 2021 r. gra wraz z jej DLC sprzedała się w łącznej liczbie 15 mln kopii na świecie[8]. Druga część gry, będąca przedmiotem badań, wydana 20 listopada 2024 r., w trzy dni od daty wydania sprzedała się w ponad 1 mln egzemplarzy[9].

Akcja gier toczy się w obszarze wykluczenia zwanym Zoną, otaczającym wygasłą elektrownię atomową w Czarnobylu[10] (Ukraina). Gra utrzymana jest w konwencji survival horroru z elementami RPG[11]. Wykorzystuje realne lokacje odwzorowane w wirtualnym świecie. Uniwersum zakłada ponowną katastrofę w Czarnobylu, która – według fabuły – miała miejsce w 2006 r. Postapokaliptyczny świat pełen anomalii, zdeformowanych stworzeń i rywalizujących ze sobą frakcji staje się tłem rozgrywki i podróży głównego protagonisty – Skifa. „Jednym z celów Skifa jest dotarcie do tajemniczej proto-anomalii znanej jako Serce Czarnobyla, co stanowi główne wyzwanie dla gracza”[12].

Uniwersum gry *S.T.A.L.K.E.R.* ma swoje korzenie w innych działach kultury i mediach. Nie można mówić w tym przypadku o zjawisku wiernej egranicji, polegającej na adaptacji pierwowzoru (np. filmowego) na potrzeby gry kompu-

[5] DLC (Downloadable Content) to dodatkowa zawartość, rozszerzająca gry komputerowe, konsolowe lub mobilne.

[6] GSC Game World, *S.T.A.L.K.E.R.: Clear Sky*, wyd. Deep Silver / Plaion, prem. 05.09.2008.

[7] GSC Game World, *S.T.A.L.K.E.R.: Call of Pripyat*, wyd. Bandai Namco Entertainment, prem. 02.10.2009.

[8] Koch Media, *Koch Media and GSC Game World partner up for the physical release of S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl*, https://www.kochmedia.com/en/2021/08/11/koch-media-and-gsc-game-world-partner-up-for-the-physical-release-of-s-t-a-l-k-e-r-2-heart-of-chernobyl/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[9] M. Berlik, *STALKER 2 zaczął przynosić twórcom zysk. Właściciel studia podzielił się ostatnim sukcesem*, https://www.gram.pl/news/stalker-2-zaczal-przynosic-tworcom-zysk-wlasciciel-studia-podzielil-sie-ostatnim-sukcesem, dostęp z dn. 27.09.2025.

[10] T. Malata, *Representation of Eastern Europe in videogames: a case study of "Stalker" and "Pathologic", diploma thesis*, https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/191854, dostęp z dn. 27.09.2025.

[11] Role-Playing Game, czyli gra fabularna, w której gracze wcielają się w fikcyjne postaci i wspólnie tworzą opowieść w wyimaginowanym świecie.

[12] FELIX, *Wszystko, co wiemy o S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*, https://bo3.gg/pl/games/articles/everything-we-know-about-s-t-a-l-k-e-r-2-heart-of-chornobyl, dostęp z dn. 27.09.2025.

terowej[13]. Jednak rozpatrywany przykład gry może być rozumiany jako inspiracja, zaczerpnięcie uniwersum i elementów fantastycznych przedstawionych w pierwowzorze[14]. Tymi pierwowzorami w przypadku serii gier *S.T.A.L.K.E.R.* były zarówno powieść *science fiction* Arkadija i Borisa Strugackich *Piknik na skraju drogi* (1972), jak i film *Stalker* (1979) Andrieja Tarkowskiego[15]. Taki dobór dzieł, będących fundamentem uniwersum, mocno osadza grę we wschodnioeuropejskim, obecnie postradzieckim kręgu kulturowym. Sama gra stała się przyczyną powstania m.in. serii książek, także fandomowych, i gry planszowej. To współtworzenie gry *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl* przez tak wiele przestrzeni medialnych czyni z niej grę transmedialną. Pojęcia tego użył H. Jenkins, który zauważa, że *gra transmedialna* rozwija się na różnych platformach medialnych, które wspólnie tworzą całość[16]. Dlatego prowadząc rozważania nad tą grą cyfrową[17], konieczne jest przyjrzenie się jej w kontekście mediów, kultury i technologii.

Gry cyfrowe są jednymi z mediów i pełnoprawnym przedmiotem badań medioznawców[18]. Niektórzy badacze określają je także jako nowe media, co można spotkać w literaturze, ale autor niniejszego opracowania na potrzeby tego tekstu skłania się ku określeniu ich mianem „współczesnych mediów". Po pierwsze, w czysto historycznym ujęciu nie są bowiem zjawiskiem nowym.

[13] M. Garda, *Gra The Witcher w uniwersum Wiedźmina*, „Homo Ludens" 2010, nr 1(2), s. 3. Por. N. Kańduła, *Egranizacja związek gier komputerowych i literatury na podstawie zbioru opowiadań Marcina Przybyłka Gamedec i jego adaptacji*, „Łódzkie Studia Teologiczne" 2024, nr 4, s. 10-11.

[14] N. Kańduła, *Egranizacja związek gier komputerowych i literatury*…, dz. cyt., s. 11.

[15] T. Malata, *Representation of Eastern Europe in videogames*…, dz. cyt., s. 21.

[16] H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007, s. 95.

[17] Na potrzeby niniejszego tekstu autor nie dokonuje rozróżnienia pomiędzy określeniami „gra cyfrowa", „komputerowa", „video" i traktuje je równoznacznie, ponieważ dokonywanie głębszej analizy tych sformułowań – choć istotne w groznawstwie – nie ma wpływu na cele postawione w badaniu oraz rozumienie prezentowanego kontekstu.

[18] M. Babecki, *Gry cyfrowe jako przedmiot badań w naukach o mediach*, „Studia Medioznawcze" 2018, nr 1, s. 45-55.

Ich historia sięga już ponad pięćdziesięciu lat[19]. Są jednak stale dostosowywane do nowych możliwości technicznych, przy jednoczesnym ryzyku wygaszania wsparcia ich uruchomienia lub możliwości użytkowania starszych tytułów. Takie zjawisko było podstawą tezy zaproponowanej przez J. Newmana, który hiperbolizując, zaproponował, aby „pozwolić grom umrzeć"[20]. Jest to jeden z punktów wyjścia do propozycji traktowania gier komputerowych nie tylko jako mediów nie „nowych", ale także rozpatrywania ich w ramach dziedzictwa kulturowego[21]. O wpływie gier komputerowych na świat mediów i kultury pisał P. Kubiński, zauważając, że wraz ze wzrostem ich dostępności i produkcji w latach siedemdziesiątych XX w. stały się „ważnym składnikiem dzisiejszego doświadczenia kultury"[22].

Drugim, bardziej istotnym z punktu widzenia wywodu prowadzonego na kolejnych stronach tego artykułu – punktem wyjścia ujęcia gier komputerowych jako „nowych" mediów – była potrzeba odcięcia ich od funkcji, jaką przyjęły media określane jako „tradycyjne/stare", wykorzystane jako narzędzia aparatów państwowych, propagandowych, politycznych lub obszary wpływów ideologicznych. W tym ujęciu była potrzeba odcięcia się od tych funkcji, stworzenia czegoś nowego, społecznego i wolnego od tych zjawisk niepożądanych. Jednak ta droga myślenia nacechowana była podejściem ideologicznym[23] i opartym na buncie wywodzącym się z ruchów kulturowych XX w. Jako że w niniejszym opracowaniu nie będzie poruszany aspekt społeczny gier cyfrowych, w tym społecznościowy, gry będą rozpatrywane z perspektywy mediów współczesnych, które pomimo ich „nowości" nie są wolne od propagandy, manipulacji i innych negatywnych zjawisk obserwowanych w „starych mediach".

[19] M. Garda, *Gry komputerowe jako dziedzictwo kulturowe*, „Replay. The Polish Journal of Game Studies" 2014, nr 1, s. 119.

[20] J. Newman, *Best before: Videogames, Supersession and Obsolescence*, Milton Park – Abingdon – Oxon – New York 2012, s. 154.

[21] M. Garda, *Gry komputerowe jako dziedzictwo kulturowe*, dz. cyt., s. 45-55.

[22] P. Kubiński, *Gry wideo. Zarys poetyki*, Kraków 2016, s. 7.

[23] M. Filiciak, *Wirtualny plac zabaw*, Warszawa 2006, s. 34-35.

Przestrzeń współczesnych konfliktów zbrojnych wkracza na obszar informacyjny, w tym media cyfrowe. Zjawisko to dotyka także gier komputerowych, charakteryzujących się wysoką inwersyjnością i angażowaniem odbiorcy. Treść gier może stawać się narzędziem oddziaływania na świadomość społeczną poprzez manipulację przekazem i kreowanie określonych interpretacji rzeczywistości. Funkcja rozrywkowa jest w takich wypadkach świadomie rozszerzona o treści ideologiczne, emocje i narracje polityczne, co może wpisywać się w szerszą strategię komunikacji[24]. Szczególnie po 2022 r. obserwuje się nasilenie tzw. „czarnych operacji", polegających na dezinformowaniu użytkowników oraz budowaniu określonego obrazu konfliktu rosyjsko-ukraińskiego[25]. Do mechanizmów oddziaływania propagandowego w przestrzeni cyfrowej zalicza się m.in. selektywne prezentowanie informacji, manipulowanie kontekstem oraz tworzenie hałasu, szumu lub mgły informacyjnej, które utrudniają odbiorcom weryfikację przekazów[26].

Wpisuje się to także w proces powstawania gry *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*. Wybuch pełnoskalowej wojny na Ukrainie miał wpływ nie tylko na samo powstawanie gry, ale także jej zawartość i komunikację medialną. Inspiracją do podjęcia tematu analizy medialnej treści publikowanych na portalach poświęconych grom cyfrowym, opracowanych w tym tekście, był film opublikowany przez twórców gry pt. *War Game: The Making of S.T.A.L.K.E.R. 2*[27] z 2024 r. Przedstawiał on losy ekipy tworzącej grę w czasie przed wojną i po jej wybuchu. Jednym z pojawiających się wątków było ukazanie gry jako medium będącego narzędziem promocji kultury i tożsamości ukraińskiej. Dlatego w niniejszym tekście podejmuje się próbę przybliżenia zjawiska w kontekście ilościowym i jakościowym artykułów publikowanych na portalu gamingowym,

[24] P. Gawryluk, *Rosyjska propaganda i dezinformacja w branży gier wideo*, „Nowy Prometeusz" 2024, nr 19, s. 151-152.

[25] Tamże, s. 140.

[26] O. Wasiuta, S. Wasiuta, *Medialna manipulacja informacją w wojnie hybrydowej Rosji przeciwko Ukrainie*, [w:] *Medialne obrazy świata. Wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, red. R. Klepka, Kraków 2018, s. 82.

[27] A. Stephan, *War Game: The Making of S.T.A.L.K.E.R. 2*, https://www.youtube.com/watch?v=Fg620kmD6Dc, dostęp z dn. 27.09.2025.

aby szerzej przyjrzeć się temu zjawisku. Może się okazać, że ta medialna recepcja pozwala ukazać, w jaki sposób kultura popularna staje się przestrzenią wojny informacyjnej oraz nośnikiem narracji narodowych.

O wielkiej wadze, jaką twórcy gry przywiązują do użycia tego medium w celu wspierania kultury narodowej, świadczy choćby przykład podjęcia decyzji o zmianie tytułu ze *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl* na *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*. Zmieniono wówczas z tłumaczenia rosyjskiego *Chernobyl* na *Chornobyl*, zgodnie z wymową w języku ukraińskim[28]. Badacze zauważają, że choć nie jest to gra *stricte* wojenna, ma ona istotne znaczenie w perspektywie stawiania oporu przeciw wojskowej agresji[29].

Metoda

Celem niniejszej analizy jest rozpoznanie reprezentacji gry *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl* w rosyjskim portalu branżowym zajmującym się tematyką gier komputerowych – Igromania.ru. Analiza została przeprowadzona zgodnie z podejściem medioznawczym i jako taka łączy w sobie metodę analizy zawartości prasy (ilościową) z metodą jakościowej analizy dyskursu. Projektując metodę, starano się bazować na podejściu zaproponowanym przez Walerego Pisarka, który pisał o nim w kontekście prasy[30], a także Rafała Leśniczaka, który wykorzystał analizę w swoich badaniach dotyczących materiałów piśmiennych[31].

[28] M. Tomczak, *S.T.A.L.K.E.R. 2 zmienia nazwę, twórcy chcą odciąć się od Rosji*, https://www.benchmark.pl/aktualnosci/s-t-a-l-k-e-r-2-zmieni-nazwe-podtytul-bardziej-ukrainski.html, dostęp z dn. 27.09.2025.

[29] K. Chmielewski, D. Dolidze, *Demony wojny: portret rosyjskiej inwazji na Ukrainę w ukraińskich grach komputerowych i jego globalna recepcja*, [w:] *Rosyjska inwazja na Ukrainę i zmiana porządku międzynarodowego*, red. P. Kusiak, Ł. Wyszyński, Gdynia 2025, s. 173.

[30] W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983.

[31] R. Leśniczak, *Patriotyzm, homofobia i nietolerancja a wizerunek społeczności LGBT+ w polskich tygodnikach katolickich w kontekście marszów równości w 2019 r.*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2020, s. 103-120.

Dzięki temu podejściu będzie możliwe określenie skali tematu oraz ram interpretacyjnych i narracyjnych.

Analizie poddane zostały artykuły publikowane od 1 września do 31 grudnia 2024 r. Okres ten jest podyktowany wstępnym rozpoznaniem liczby publikacji, która w poprzedniej części roku była znikoma w porównaniu do okresu objętego badaniem. Na zwiększenie się liczby publikacji miała wpływ zbliżająca się data premiery gry, która wypadała 20 listopada 2024 r. o godzinie 19.00 czasu moskiewskiego. Analizie poddano 53 publikacje, z czego 6 stanowiły teksty wielotematyczne z istotnymi wzmiankami o grze.

Badanie posiada charakter pilotażowy i ma posłużyć do wstępnego rozpoznania zjawiska oraz wypróbowania metody, aby w przyszłości można było rozszerzyć zasięg analizy i spojrzeć na zagadnienie w szerszym kontekście, także porównawczym. Analiza przekazu wyłącznie jednej spośród stron konfliktu nie może dać wiarygodnego obrazu całości zjawiska. Umożliwia jednak wskazanie kierunku przyjętej narracji, która w późniejszym czasie może być porównana z publikacjami pojawiającymi się na portalach innych narodowości.

Aby osiągnąć cel badania, postawiono następujące pytania badawcze:

P1: Jakie ramy interpretacyjne dominowały w przekazach?

P2: W jaki sposób przedstawiono Ukrainę i Rosję w kontekście omawianej gry?

Na podstawie postawionych pytań sformułowano dwie hipotezy, z których każda składa się z hipotezy cząstkowej 0, oznaczającej jej nieprawdziwość, oraz hipotezy cząstkowej 1, oznaczającej, że jest prawdziwa.

H1: W Igromania.ru dominują ramy polityczne nad produktowymi.

H2: Ukrainę przedstawiono jako państwo nieprzyjazne, a Rosję jako ofiarę negatywnych działań.

Jako jednostkę analizy przyjęto jeden artykuł opublikowany na portalu – można go określić jako jeden artykuł portalowy. Wobec materiału badawczego zastosowana będzie analiza zawartości prasy o charakterze ilościowym, dzięki której możliwe będzie dokonanie pomiaru liczby publikacji oraz zidentyfikowanie protagonistów. Dodatkowo zostanie dokonana analiza dyskursu (jakościowa). Uwzględni ona ramy interpretacyjne: (1) nagrody i statystyki; (2) usprawnienia i aktualizacje; (3) rozgrywka; (4) wymagania techniczne; (5) inne. Użyto klucza kategoryzacji: Protagoniści (twórcy gry, gracze/społeczność fanowska, politycy/instytucje, dziennikarze/recenzenci, inni); Kontekst interpretacyjny gry – kulturowo-artystyczny (grafika, fabuła, mechanika), technologiczny (silnik gry, wydanie, platformy), ekonomiczny (rynek, sprzedaż).

Każdy artykuł został zakodowany zgodnie z kluczem kategoryzacyjnym. Analiza ilościowa pozwoli określić skalę obecności gry w badanym portalu, a także strukturę protagonistów i ram interpretacyjnych. Analiza jakościowa umożliwi pogłębioną interpretację użytych strategii narracyjnych oraz różnic między polskim a rosyjskim dyskursem medialnym.

Wyniki

Analiza ilościowa

Analizie zostały poddane 53 artykuły opublikowane na portalu Igromania.ru. Wszystkie badane publikacje pochodzą z okresu od 1 września do 31 grudnia 2024 r. We wrześniu ukazały się 4 publikacje, w październiku – 3, w listopadzie – 36, a w grudniu – 10. Najwięcej artykułów ukazało się od dwóch dni przed premierą gry i do dwóch dni po premierze, która wypadła 20 listopada. Łączna liczba tekstów w przeciągu tych czterech dni wyniosła 20.

Tabela 1. Liczba publikacji na portalu Igromania.ru na temat gry *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl* w okresie od 1 września do 31 grudnia 2024 r.



Źródło: opracowanie własne

W powyższym zestawieniu uwzględniono artykuły całkowicie poświęcone grze *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*, a także te wzmiankujące o niej w kontekście artykułów poruszających tematykę wielu gier jednocześnie. Takich tekstów pojawiło się 6. Ich tematyką były zapowiedzi i zestawienia rankingowe oraz oferta komercyjna Game Pass oferowana na konsolach Xbox.

Na potrzeby badania wyszczególniono 4 główne typy protagonistów, którzy pojawiali się w materiałach. Byli to twórcy (przez to pojęcie rozumiano producentów i autorów gry oraz osoby z zespołu tworzącego grę), gracze (zarówno użytkownicy gry, jak i społeczność, która może być grą zainteresowana), dziennikarze (osoby publikujące materiały medialne na temat gry) oraz moderzy (tworzący modyfikacje do gry w celu jej usprawnienia lub zmiany). W pojedynczym artykule mogło pojawiać się kilku protagonistów. W przypadku, gdy w danym tekście nie było odwołania do osób, a jego przedmiotem była sama gra, został on zakwalifikowany do kategorii „brak".

Tabela 2. Protagoniści w publikacjach na portalu Igromania.ru na temat gry *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl* w okresie od 1 września do 31 grudnia 2024 r.

Miesiąc	**Twórcy**	**Gracze**	**Dziennikarze**	**Moderzy**	**Brak**
Wrzesień	2	0	0	0	2
Październik	1	0	1	0	1
Listopad	16	9	2	3	7
Grudzień	5	4	0	0	2
Suma	**24**	**13**	**3**	**3**	**12**

Źródło: opracowanie własne

Najwyższa liczba publikacji dotyczyła twórców gry. W trakcie analizy materiału okazało się, że trzeba było dodatkowo wyodrębnić grupę moderów, którzy nie mogli się zaliczyć ani do grona twórców, ani graczy. Ich funkcją było działanie w interesie użytkowników poprzez usprawnianie lub zwiększanie potencjału gry szybciej, niż robili to twórcy. Różny był jednak sposób działania moderów i twórców, którzy dokonywali usprawnień.

Każdy z tekstów został skategoryzowany pod kątem głównego tematu. Wyodrębniono kategorie: (1) nagrody i statystyki (przyznane nagrody, miejsca w rankingach, statystyki sprzedanych egzemplarzy i aktywnej liczby graczy); (2) usprawnienia (wykazywane błędy gry, wychodzące aktualizacje); (3) rozgrywka (elementy fabularne, informacje, odczucia i oczekiwania graczy względem użytkowania gry, utrudnienia w dostępie do niej); (4) wymagania techniczne (informacje o wymaganiach sprzętowych, zastosowanych rozwiązaniach w mechanice gry) oraz (5) inne, w której to kategorii zawarto publikacje dotyczące rosyjskich wątków przy produkcji gry, zakazu dystrybucji gry na terytorium Rosji i ewentualnych konsekwencji łamania potencjalnego zakazu użytkowania gry.

Tabela 3. Kategorie dominujące w publikacjach na portalu igromania.ru na temat gry *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl* w okresie od 1 września do 31 grudnia 2024 r.

Kategoria	Nagrody i statystyki	Usprawnienia i aktualizacje	Rozgrywka	Wymagania techniczne	Inne
Wrzesień	0	0	3	1	0
Październik	0	0	1	2	0
Listopad	5	8	13	7	3
Grudzień	6	4	0	0	0
Suma	**11**	**12**	**17**	**10**	**3**

Źródło: opracowanie własne

Dzięki rozkładowi powyższych publikacji można zauważyć pewną ewolucję tematów pojawiających się na portalu. Do czasu premiery dominują informacje dotyczące rozgrywki oraz elementów gry, na które czekają gracze. Z kolei po premierze najwięcej tekstów wzmiankuje o koniecznych poprawkach i potrzebie naprawy błędów w grze. Ostatni miesiąc w roku posiada najwięcej publikacji o tematyce związanej ze statystykami i nagrodami przyznanymi grze.

Analiza jakościowa

W części poświęconej analizie jakościowej dokładniej opisano kategorie wyłonione w poprzedniej części opracowania. Wymieniono: (1) nagrody i statystyki; (2) usprawnienia i aktualizacje; (3) rozgrywka; (4) wymagania techniczne oraz (5) inne. Skupiono się na zaprezentowaniu tematyki mieszczącej się w poszczególnych kategoriach wraz z ilustrującymi je przykładami. Wszystkie tłumaczenia z języka rosyjskiego zostały przygotowane w oparciu o narzędzia dostępne w pakiecie Google.

1) Nagrody i statystyki

Autorzy wpisów, przywołując statystyki i opinie, korzystali z danych platformy Steam, która umożliwia zakup i użytkowanie gry. To na tej platformie miała

miejsce premiera gry, która zbiegła się z udostępnieniem jej w Xbox Game Pass. To właśnie do publikowanych w jej przestrzeni recenzji i rankingów odwoływali się, pisząc teksty.

> „Trudno w to uwierzyć, ale *STALKER 2: Heart of Czarnobyl* został wydany po licznych opóźnieniach i problemach z rozwojem. Krytycy ciepło przyjęli nową grę, krytykując błędy i chwaląc klimat. Pierwsi gracze podzielają tę opinię – strzelanka otrzymała «pozytywne» recenzje na Steamie”[32].

Zwracano uwagę na sukces gry, który był mierzony liczbą graczy i krótkim czasem osiągnięcia korzystnego wyniku finansowego wynikającego ze sprzedaży, także przedpremierowej. Wskazywano, że gra może zdobyć tytuł gry roku, ale późny czas jej premiery może utrudnić jej to osiągnięcie.

> „Nawiasem mówiąc, sami twórcy *S.T.A.L.K.E.R.A.* nadal aktywnie naprawiają błędy i niedociągnięcia w swoim dziele. Co więcej, twórca Dishonored i Prey (2017) nazwał nawet tę strzelankę «grą roku»”[33].

> „Sam *S.T.A.L.K.E.R. 2* cieszy się popularnością nie tylko wśród uznanego twórcy gier, ale także wśród zwykłych graczy – znalazł się na szczycie najnowszych list przebojów na Steamie, a sprzedaż przekroczyła już milion egzemplarzy. Co więcej, strzelanka osiągnęła ten wynik w zaledwie dwa dni”[34].

[32] A. Weiss, *S.T.A.L.K.E.R. 2 стартовала с 34 тысячами игроков в Steam и положительными отзывами*, https://www.igromania.ru/news/144701/stalker-2-startovala-s-25-tyisyachami-igrokov-v-steam-i-polozhitelnyimi-otzyivami/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[33] W. Sonin, *S.T.A.L.K.E.R. 2 рухнула с 1 на 10 место в свежем чарте Steam*, https://www.igromania.ru/news/145136/stalker-2-ruhnula-s-1-na-10-mesto-v-svezhem-charte-steam/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[34] W. Sonin, *Автор Dishonored и Prey назвал S.T.A.L.K.E.R. 2 своей «игрой года»*, https://www.igromania.ru/news/145091/avtor-dishonored-i-prey-nazval-stalker-2-svoej-igroj-goda/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Publicyści zauważali, że udostępniona gra posiadała liczne mankamenty, ale nie przewyższały one znaczeniem jej zalet, do których można było zaliczyć aspekty związane z rozgrywką i przedstawionym uniwersum.

> „Przypomnijmy, że szczytowa liczba graczy online w *S.T.A.L.K.E.R. 2* przekroczyła 110 000 w ciągu pierwszych godzin po premierze. Pomimo ciepłego przyjęcia przez prasę gra spotkała się z krytyką za błędy. Twórcy obiecują je poprawić w nadchodzących aktualizacjach”[35].

2) Usprawnienia i aktualizacje

Ilość błędów i potrzeb aktualizacji w dniu premiery i następującym po niej czasie była oceniona jako znacząca. Wskazywano, że błędy mają negatywny wpływ na ocenę gry. Ostateczna ocena zdawała się jednak, mimo ich dużej liczby, pozytywna. Autorzy zauważali, że twórcy gry mają plan na naprawienie jej poprzez przygotowywane aktualizacje.

> „Oczywiście, to tylko błąd, który GSC Game World naprawi w nadchodzących łatkach. Różne błędy stanowią jeden ze słabych punktów gry STALKER 2, chwalonej za klimat i mechanikę strzelania”[36].

> „Minęły niecałe dwa pełne dni od premiery *STALKER 2: Heart of Czarnobyl*, a do strzelanki wprowadzono już dziesiątki modyfikacji. Podczas gdy twórcy obiecują jedynie naprawienie błędów w nadchodzących łatkach, entuzjaści gry sami zajęli się optymalizacją”[37].

[35] A. Weiss, *Продажи S.T.A.L.K.E.R. 2 превысили миллион копий – с момента релиза не прошло и двух дней*, https://www.igromania.ru/news/144775/prodazhi-stalker-2-prevyisili-million-kopij-s-momenta-reliza-ne-proshlo-i-dvuh-dnej/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[36] A. Weiss, *Игрок S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl нашёл баг для продажи вещей за большую сумму*, https://www.igromania.ru/news/144786/igrok-stalker-2-heart-of-chornobyl-nashyol-bag-dlya-prodazhi-veschej-za-bolshuyu-summu/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[37] A. Weiss, *Первые моды S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl повышают FPS и облегчают прохождение*, https://www.igromania.ru/news/144774/pervyie-modyi-stalker-2-heart-of-chornobyl-povyishayut-fps-i-oblegchayut-prohozhdenie/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Do aspektów wymagających poprawy zaliczano m.in.: system AI kierujący przeciwnikami, nieprawidłowe działanie gry, sterowanie i akcelerację myszy.

> „Twórcy dostosowali również sterowanie, które było przedmiotem skarg niektórych graczy. Teraz domyślnie wygładzanie i akceleracja myszy są wyłączone, czułość kamery ustawiono na 25%, a czułość celowania na 15%"[38].

3) Rozgrywka

O pełnym zainteresowania wyczekiwaniu na premierę gry informowały kolejne publikacje. Odwoływano się w nich do motywów lubianych przez graczy w poprzedniej części, interesowano się postaciami, które mogą się pojawić w kolejnej odsłonie serii. Informowano także o transmisjach gry z miejsc, w których premiera miała już miejsce, np. w Australii. Potwierdzają to tytuły artykułów: *Zwiastun premierowy gry „STALKER 2: Heart of Czarnobyl" ukazuje piękno i grozę Czarnobyla*[39], *„STALKER 2: Heart of Czarnobyl" jest już dostępny w Australii*[40].

Informacją, która wielokrotnie pojawiała się w publikacjach, była wzmianka o tym, że gra może nie być dostępna na rosyjskim rynku. W późniejszym czasie potwierdziło się, że nie będzie można jej nabyć na terenie Rosji. Nie podano jednak przyczyny tego zjawiska. W jednym z tekstów natomiast wskazano możliwe rozwiązanie tego problemu.

> „Jak wiemy, GSC Game World zakazało sprzedaży gry w Rosji, a ze względu na szereg działań firmy projekt może nawet trafić na listę zakazanych gier. Roskomnadzor zapewnia jednak, że nie otrzymano jeszcze żadnych infor-

[38] L. Pi, *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl вышел третий патч*, https://www.igromania.ru/news/145157/k-stalker-2-heart-of-chornobyl-vyishel-tretij-patch/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[39] Ros. *В релизном трейлере S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl показали красоты и ужасы Чернобыля*.

[40] Ros. *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl уже стала доступна в Австралии*.

macji na temat zakazu. Takie środki mogą zostać podjęte wyłącznie na podstawie decyzji sądu”[41].

„Dlatego warto wypróbować ją z wykorzystaniem «importu równoległego»”[42].

4) Wymagania techniczne

Informacje o wymaganiach technicznych pojawiały się głównie przed premierą gry. Nie tylko chodziło o wymagania sprzętowe, ale także zastanawiano się nad efektem grafiki na różnych dostępnych wersjach konsol Xbox Series X i S. Możliwości wydajności rozpatrywano także w kontekście użytkowania gry na PC, np. odnosząc się do możliwości kart graficznych. Poświęcono także uwagę miejscu, jakie jest wymagane na dysku twardym, aby poprawnie ją zainstalować.

„Kanał YouTube ElAnalistaDeBits opublikował porównanie techniczne gry *STALKER 2: Heart of Czarnobyl* na PC i Xbox Series X”[43].

5) Inne

W opublikowanych artykułach są nieliczne wzmianki o kwestiach związanych z negatywnymi zjawiskami wokół gry *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*. Nie są w nich określone przyczyny tych zjawisk, a jedynie ogólne informacje, mogące być szeroko interpretowane. Jedną z nich jest ta dotycząca przyczyny opóźnień powstawania gry.

[41] L. Pi, *Первые полчаса S.T.A.L.K.E.R. 2 оказались в сети*, https://www.igromania.ru/news/144660/pervyie-polchasa-stalker-2-okazalis-v-seti/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[42] Użyto określenia *параллельным импортом*. Zob. L. Pi, *Покупку S.T.A.L.K.E.R. 2 в России могут приравнять к экстремизму*, https://www.igromania.ru/news/144329/pokupku-stalker-2-v-rossii-mogut-priravnyat-k-ekstremizmu/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[43] J. Kuleszowa, *Графику S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl сравнили на PC и Xbox Series*, https://www.igromania.ru/news/144758/grafiku-stalker-2-heart-of-chornobyl-sravnili-na-pc-i-xbox-series/, dostęp z dn. 27.09.2025.

> „Jewgienij Grigorowicz porównał tworzenie gry do wyczerpującego maratonu. Przed premierą twórcy *S.T.A.L.K.E.R.* 2 pracowali nad nią przez wiele miesięcy. Co więcej, na ogólne samopoczucie deweloperów wpłynął również ogromny stres ostatnich czasów”[44].

Pojawiły się także wzmianki, że zakup gry może być przyczyną konsekwencji prawnych w Rosji. Nie było to jednak przedstawiane jako fakt, a pewna możliwość, która nie została potwierdzona. Zakup gry mógł wspierać Ukraińskie Siły Zbrojne lub być nośnikiem negatywnych treści. Zwrócono także uwagę na marginalizację rosyjskich wpływów w postaci rezygnacji z dubbingu w tym języku. Wykazano także zaangażowanie w produkcję gry rosyjskiego reżysera[45].

> „Ukraińska firma GSC Game World zapewniła, że nie ma zamiaru podżegać do nienawiści politycznej, choć regularnie wplatała w swoje materiały antyrosyjskie hasła i inne smaczki. (…) Jednocześnie twórcy głośno ogłosili usunięcie rosyjskich dialogów (postanowili zachować napisy) oraz zmianę nazwy gry na Heart of Chornobyl zamiast Heart of Chernobyl. Na stronie internetowej firmy opublikowano również apel o darowizny dla Sił Zbrojnych Ukrainy”[46].

Podsumowanie

W badanym okresie dominowały ramy interpretacyjne obejmujące aspekty zakodowane jako rozgrywka oraz konieczność usprawnień i aktualizacji gry. Autorzy skupiali się na aspektach technicznych i związanych z obecnością gry na rynku. Sposób

[44] W. Makarow, *Разработчики S.T.A.L.K.E.R. 2 решили не переносить релиз ещё раз из-за общей усталости*, https://www.igromania.ru/news/145193/razrabotchiki-stalker-2-reshili-ne-perenosit-reliz-eschyo-raz-iz-za-obschej-ustalosti/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[45] A. Weiss, *Российский режиссёр Илья Найшуллер стал директором захвата движений S.T.A.L.K.E.R. 2*, https://www.igromania.ru/news/144736/rossijskij-rezhissyor-ilya-najshuller-stal-rezhissyorom-zahvata-dvizhenij-stalker-2/, dostęp z dn. 27.09.2025.

[46] L. Pi, *Покупку S.T.A.L.K.E.R. 2 в России могут*…, dz. cyt.

przedstawienia gry można określić jako grę wyczekiwaną, w której pokładane są duże oczekiwania, zbudowane poprzez kontakt z pierwszą jej odsłoną. Gra posiadała liczne wady i błędy, ale i tak była obiektem licznych zakupów i rozgrywek.

Przekaz dotyczący przedstawienia Ukrainy skupiał się na roli producenta/twórcy gry. Liczne odwołania do daty premiery, pokładanych oczekiwań i odpowiedzi na pojawiające się trudności z rozgrywką powoływały się na oficjalne komunikaty producentów.

Rosja została przedstawiona jako kraj z trudnościami związanymi z dostępem do gry. Podkreślany był głównie kontakt dystrybucyjno-prawny. Zwrócono także uwagę na powiązania produkcji z Rosją w osobie rosyjskiego reżysera oraz usunięcie rosyjskich dialogów w ścieżce dźwiękowej gry, ale już pozostawianie napisów w tym języku.

W oparciu o ustalenia będące wynikami badania postawione hipotezy znajdują ograniczone potwierdzenie w materiale badawczym. H1: W Igromania.ru dominują ramy polityczne nad produktowymi. H2: Ukrainę przedstawiono jako państwo nieprzyjazne, a Rosję jako ofiarę negatywnych działań. Oba te przekazy nie są jednak dominujące, a jedynie wzmiankowane w nielicznych artykułach. Być może ma to związek z wąskim okresem badania, który nie obejmował czasu wybuchu wojny, a także był bardzo bliski zbliżającej się premiery gry. Przebadano także jeden portal, na którym skupiono się na aspektach wymienionych w ramach interpretacyjnych.

Wskazywano, że zakup gry może być interpretowany jako ekstremizm, wsparcie wrogich sił zbrojnych. Dodatkowo podkreślano znaczenie roli Rosjan przy powstawaniu gry oraz zmianę nazwy „Chernobyl" na fonetycznie zbliżoną do wymowy ukraińskiej, nie rosyjskiej. Nie podano także przyczyn utrudnienia produkcji gry i wyczerpania zespołu twórców. Obserwacja dotycząca zastosowania poprawnej nazwy wykazuje, że nie jest ona używana konsekwentnie we wszystkich mediach, zarówno w tytułach, linkach jak i artykułach. Utrudnieniem jest także stosowanie nazwy spolszczonej.

Badanie pokazuje jedynie punkt prezentowany przez jedno medium strony rosyjskiej. Dlatego planuje się rozszerzenie badań o poprzednie lata, uwzględniające rok 2022 i 2023, aby pełniej zrozumieć obraz gry w mediach rosyjskich i polskich. Dzięki takiemu rozszerzeniu uda się podejść do wyników w sposób bardziej kompletny.

Badanie pilotażowe wskazuje jednak na wielość materiałów i duże znaczenie badanego tematu w przestrzeni informacyjnej dotyczącej gier. Jest ona bardzo szeroka, ponieważ nie tylko obejmuje portale branżowe, ale także twórców publikujących w mediach społecznościowych (np. Twitter, Telegram, VK, Reddit). Wykorzystanie w tym przypadku metody analizy treści, charakterystyczne dla badań prasoznawczych, może skutecznie posłużyć do szerszego rozpoznania tematu.

Analizując zjawiska obserwowane w grach komputerowych, należy ujmować je wieloaspektowo, wykraczając poza ich funkcję rozrywkową. Gry jako forma przekazu medialnego stanowią immersyjny nośnik treści, który może pozostawać w ścisłym związku z dyskursem politycznym, a niekiedy także pełnić funkcję propagandową. Poprzez warstwę narracyjną oraz mechaniki oddziaływania mogą wpływać na opinię publiczną, kształtując postawy i interpretacje rzeczywistości wśród odbiorców. W tym ujęciu stanowią istotny komponent współczesnych konfliktów hybrydowych, w których rywalizacja toczy się nie tylko na poziomie militarnym, lecz także symbolicznym i informacyjnym.

Literatura

Babecki M., *Gry cyfrowe jako przedmiot badań w naukach o mediach*, „Studia Medioznawcze" 2018, nr 1, s. 45-55.

Berlik M., *STALKER 2 zaczął przynosić twórcom zysk. Właściciel studia podzielił się ostatnim sukcesem*, https://www.gram.pl/news/stalker-2-zaczal-przynosic-tworcom-zysk-wlasciciel-studia-podzielil-sie-ostatnim-sukcesem, dostęp z dn. 27.09.2025.

CD Projekt, *S.T.A.L.K.E.R. – 1,6 mln sprzedanych egzemplarzy!*, https://www.gram.pl/news/2008/02/27/s-t-a-l-k-e-r-1-6-mln-sprzedanych-egzemplarzy.shtml, dostęp z dn. 27.09.2025.

Chmielewski K., Dolidze D., *Demony wojny: portret rosyjskiej inwazji na Ukrainę w ukraińskich grach komputerowych i jego globalna recepcja*, [w:] *Rosyjska inwazja na Ukrainę i zmiana porządku międzynarodowego*, red. P. Kusiak, Ł. Wyszyński, Gdynia 2025, s. 169-180.

Filiciak M., *Wirtualny plac zabaw*, Warszawa 2006.

Garda M., *Gra The Witcher w uniwersum Wiedźmina*, „Homo Ludens" 2010, nr 1(2), s. 3.

Garda M., *Gry komputerowe jako dziedzictwo kulturowe*, „Replay. The Polish Journal of Game Studies" 2014, nr 1, s. 119-128.

Gawryluk P., *Rosyjska propaganda i dezinformacja w branży gier wideo*, „Nowy Prometeusz" 2024, nr 19, s. 139-154.

GSC Game World, *S.T.A.L.K.E.R.: Shadow of Chernobyl*, wyd. THQ Inc., prem. 20.03.2007.

GSC Game World, *S.T.A.L.K.E.R.: Clear Sky*, wyd. Deep Silver / Plaion, prem. 05.09.2008.

GSC Game World, *S.T.A.L.K.E.R.: Call of Pripyat*, wyd. Bandai Namco Entertainment, prem. 02.10.2009.

GSC Game World, *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl*, wyd. GSC Game World, prem. 20.11.2024.

GRYonline.pl, *S.T.A.L.K.E.R.: Cień Czarnobyla*, https://www.gry-online.pl/gry/stalker-shadow-of-chernobyl/ze1067, dostęp z dn. 27.09.2025.

Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007.

Koch Media, *Koch Media and GSC Game World partner up for the physical release of S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl*, https://www.kochmedia.com/en/2021/08/11/koch-media-and-gsc-game-world-partner-up-for-the-physical-release-of-s-t-a-l-k-e-r-2-heart-of-chernobyl/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Kubiński P., *Gry wideo. Zarys poetyki*, Kraków 2016.

Kuleszowa J., *Графику S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl сравнили на PC и Xbox Series*, https://www.igromania.ru/news/144758/grafiku-stalker-2-heart-of-chornobyl-sravnili-na-pc-i-xbox-series/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Leśniczak R., *Patriotyzm, homofobia i nietolerancja a wizerunek społeczności LGBT+ w polskich tygodnikach katolickich w kontekście marszów równości w 2019 r.*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2020, s. 103-120.

Makarow W., *Разработчики S.T.A.L.K.E.R. 2 решили не переносить релиз ещё раз из-за общей усталости*, https://www.igromania.ru/news/145193/razrabotchiki-stalker-2-reshili-ne-perenosit-reliz-eschyo-raz-iz-za-obschej-ustalosti/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Malata T., *Representation of Eastern Europe in videogames: a case study of "Stalker" and "Pathologic", diploma thesis*, https://dspace.cuni.cz/handle/20.500.11956/191854, dostęp z dn. 27.09.2025.

Newman J., *Best Before: Videogames, Supersession and Obsolescence*, Routledge, Milton Park–Abingdon–New York 2012.

Pi L., *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl вышел третий патч*, https://www.igromania.ru/news/145157/k-stalker-2-heart-of-chornobyl-vyishel-tretij-patch/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Pi L., *Первые полчаса S.T.A.L.K.E.R. 2 оказались в сети*, https://www.igromania.ru/news/144660/pervyie-polchasa-stalker-2-okazalis-v-seti/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Pi L., *Покупку S.T.A.L.K.E.R. 2 в России могут приравнять к экстремизму*, https://www.igromania.ru/news/144329/pokupku-stalker-2-v-rossii-mogut-priravnyat-k-ekstremizmu/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983.

Sonin W., *Автор Dishonored и Prey назвал S.T.A.L.K.E.R. 2 своей «игрой года»*, https://www.igromania.ru/news/145091/avtor-dishonored-i-prey--nazval-stalker-2-svoej-igroj-goda/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Sonin W., *S.T.A.L.K.E.R. 2 рухнула с 1 на 10 место в свежем чарте Steam*, https://www.igromania.ru/news/145136/stalker-2-ruhnula-s-1-na-10-mesto--v-svezhem-charte-steam/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Stephan A., *War Game: The Making of S.T.A.L.K.E.R. 2*, https://www.youtube.com/watch?v=Fg620kmD6Dc, dostęp z dn. 27.09.2025.

Tomczak M., *S.T.A.L.K.E.R. 2 zmienia nazwę, twórcy chcą odciąć się od Rosji*, https://www.benchmark.pl/aktualnosci/s-t-a-l-k-e-r-2-zmieni-nazwe--podtytul-bardziej-ukrainski.html, dostęp z dn. 27.09.2025.

Wasiuta O., Wasiuta S., *Medialna manipulacja informacją w wojnie hybrydowej Rosji przeciwko Ukrainie*, [w:] *Medialne obrazy świata. Wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*, red. R. Klepka, Kraków 2018, s. 77-105.

Weiss A., *Игрок S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl нашёл баг для продажи вещей за большую сумму*, https://www.igromania.ru/news/144786/igrok--stalker-2-heart-of-chornobyl-nashyol-bag-dlya-prodazhi-veschej-za-bolshuyu-summu/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Weiss A., *Первые моды S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl повышают FPS и облегчают прохождение*, https://www.igromania.ru/news/144774/pervyie-modyi-stalker-2-heart-of-chornobyl-povyishayut-fps-i-oblegchayut-prohozhdenie/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Weiss A., *Продажи S.T.A.L.K.E.R. 2 превысили миллион копий – с момента релиза не прошло и двух дней*, https://www.igromania.ru/news/144775/prodazhi-stalker-2-prevyisili-million-kopij-s-momenta-reliza-ne-proshlo-i-dvuh-dnej/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Weiss A., *Российский режиссёр Илья Найшуллер стал директором захвата движений S.T.A.L.K.E.R. 2*, https://www.igromania.ru/news/144736/rossijskij-rezhissyor-ilya-najshuller-stal-rezhissyorom-zahvata-dvizhenij-stalker-2/, dostęp z dn. 27.09.2025.

Weiss A., *S.T.A.L.K.E.R. 2 стартовала с 34 тысячами игроков в Steam и положительными отзывами*, https://www.igromania.ru/news/144701/stalker-2-startovala-s-25-tyisyachami-igrokov-v-steam-i-polozhitelnyimi-otzyivami/, dostęp z dn. 27.09.2025.

IV.

Media cyfrowe w służbie bezpieczeństwa: prawo i granice wolności

https://doi.org/10.15633/9788383701776.13

Weronika Kudła*
https://orcid.org/0000-0003-1929-892X
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Bezpieczni, ale czy wolni? DSA i DMA a granice wolności słowa w mediach cyfrowych

Abstract:

Safe, but Free? The DSA and DMA and the Limits of Freedom of Expression in Digital Media. In the digital era, ensuring the safety of online media users has become one of the key challenges for legislators. The purpose of the European Union's Digital Services Act (DSA) and Digital Markets Act (DMA) is to enhance security, transparency, and competitiveness within the digital environment. While these goals are essential, they raise questions about the boundaries of freedom of expression in digital media–particularly given the growing role of major online platforms as moderators of public debate. This article examines the tension between freedom and security–values that, in principle, should be complementary but, in practice, often come into conflict within the framework of the new regulations. The mechanisms introduced by the DSA and DMA may, in certain cases, result in excessive content control and

* Weronika Kudła – doktor nauk prawnych; adiunkt na Wydziale Nauk o Komunikacji Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie; prawnik; italianistka; absolwentka Wydziału Prawa i Administracji oraz Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, stypendystka programu Young Scholars Fellowship „Religion and the Rule of Law" w Oksfordzie, organizowanego przez International Center for Law and Religion Studies; uczestnik VIII edycji Akademii Młodych Dyplomatów Europejskiej Akademii Dyplomacji w Warszawie, programu Harvard University „Bioethics: The Law, Medicine, and Ethics of Reproductive Technologies and Genetics" oraz programu Erasmus na Uniwersytecie Tor Vergata w Rzymie; autorka monografii *Wrogość wobec religii. Ostrzeżenia ze strony Sądu Najwyższego USA* (Kraków 2019) oraz wielu innych publikacji naukowych z zakresu ochrony praw człowieka.

the suppression of lawful yet unpopular opinions. The paper discusses potential risks associated with the implementation of both acts and their impact on pluralism, transparency, and the overall quality of public communication in the digital sphere.

Bezpieczni, ale czy wolni? DSA i DMA a granice wolności słowa w mediach cyfrowych. W erze cyfrowej bezpieczeństwo użytkowników mediów internetowych stało się jednym z kluczowych wyzwań dla ustawodawców. Celem przyjętych przez Unię Europejską *Aktu o Usługach Cyfrowych* (DSA) i *Aktu o Rynkach Cyfrowych* (DMA) jest zwiększenie bezpieczeństwa, przejrzystości i konkurencyjności w przestrzeni cyfrowej. Choć cele te są istotne, rodzą one pytania o granice wolności słowa w mediach cyfrowych – zwłaszcza wobec rosnącej roli największych platform jako moderatorów debaty publicznej. Artykuł analizuje napięcie między wolnością a bezpieczeństwem – wartościami, które w założeniu powinny się uzupełniać, lecz w praktyce, w kontekście nowych regulacji, często wchodzą ze sobą w konflikt. Mechanizmy przewidziane w DSA i DMA mogą w niektórych przypadkach prowadzić do nadmiernej kontroli treści oraz tłumienia legalnych, choć niepopularnych opinii. W artykule omówione zostaną potencjalne ryzyka związane ze stosowaniem obu rozporządzeń oraz ich wpływ na pluralizm, transparentność i jakość komunikacji publicznej w środowisku cyfrowym.

Keywords

Digital Services Act (DSA), *Digital Markets Act* (DMA), content moderation, freedom of expression, online platforms

Digital Services Act (DSA), *Digital Markets Act* (DMA), moderacja treści, wolność słowa, platformy internetowe

Wprowadzenie

Przestrzeń cyfrowa, wraz z rosnącą popularnością platform internetowych, otworzyła przed każdym z nas nowe horyzonty swobodnej ekspresji, pozwalając jednocześnie pełnić rolę zarówno twórcy, jak i odbiorcy komunikatów. Szybkość rozprzestrzeniania się treści sprawiła jednak, że początkowa fascynacja nieogra-

niczoną wolnością w sieci, często powiązaną z anonimowością, coraz częściej ustępuje miejsca trosce o granice wolności słowa na współczesnych cyfrowych agorach. W debacie publicznej coraz wyraźniej wybrzmiewa pytanie: kto i w jaki sposób powinien kontrolować przestrzeń cyfrową, w której każdy użytkownik pragnie czuć się zarówno bezpieczny, jak i wolny? Wolność i bezpieczeństwo to jedne z fundamentalnych wartości człowieka, które jednak – w zależności od kontekstu – mogą ze sobą konkurować i podlegać hierarchizacji, zgodnie z dobrze znaną maksymą: „im więcej wolności, tym mniej bezpieczeństwa, a im więcej bezpieczeństwa, tym mniej wolności”[1]. Ta wzajemna zależność między wolnością i bezpieczeństwem w kontekście platform cyfrowych stała się nowym obszarem wyzwań zarówno dla jednostki, jak i dla całego społeczeństwa oraz instytucji państwowych. Coraz większa rola korporacji technologicznych w kształtowaniu granic wolności słowa sprawia, że to właśnie te podmioty współtworzą współczesny porządek komunikacyjny i stają się głównym przedmiotem zainteresowania ustawodawcy. Celem niniejszego opracowania jest analiza napięcia między wolnością i bezpieczeństwem w świetle rozwiązań przyjętych przez Unię Europejską w obszarze dostawców usług pośrednich społeczeństwa informacyjnego, w szczególności dużych platform internetowych, które decydują o widoczności i zasięgu treści zamieszczanych przez użytkowników, stając się strażnikami dostępu. Kluczową regulacją w tym obszarze stał się przyjęty w 2022 r. pakiet usług cyfrowych, na który składa się *Akt o Usługach Cyfrowych*[2] (*Digital Services Act*) oraz *Akt o Rynkach Cyfrowych*[3] (*Digital Markets Act*).

[1] Z. Bauman, *Skrzypce wolności*, [w:] *Potrzeba wolności. Sztuka europejska po 1945 roku*, red. D. Jałowik, M. Kozioł, Kraków 2013, s. 11.

[2] *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 z dnia 19 października 2022 r. w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych oraz zmiany dyrektywy 2000/31/WE (akt o usługach cyfrowych)*, Dz.Urz. UE L 277 z 27.10.2022, s. 1-102.

[3] *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 z dnia 14 września 2022 r. w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym oraz zmiany dyrektyw (UE) 2019/1937 i (UE) 2020/1828 (akt o rynkach cyfrowych)*, Dz.Urz. UE L 265 z 12.10.2022, s. 1-66.

Cyfrowa dekada zorientowana na człowieku

Punktem odniesienia dla współczesnej polityki cyfrowej Unii Europejskiej jest opublikowany przez Komisję Europejską w 2021 r. program *Cyfrowy kompas na rok 2030: europejska droga w cyfrowej dekadzie*[4], wyznaczający strategiczne kierunki transformacji cyfrowej Europy do końca obecnej dekady. Jego nadrzędnym celem jest budowa suwerennej, odpornej i zrównoważonej przestrzeni cyfrowej, w której technologie służą rozwojowi społecznemu i gospodarczemu, przy jednoczesnym poszanowaniu praw człowieka, zasad demokracji oraz wartości europejskich. Program akcentuje potrzebę takiego kształtowania środowiska cyfrowego, które sprzyjałoby włączeniu społecznemu, ochronie użytkowników i zapewnieniu uczciwej konkurencji, a zarazem pozwalało Europie zachować podmiotowość technologiczną w obliczu globalnych zależności. Transformacja cyfrowa, rozumiana jako proces wielowymiarowy – obejmujący infrastrukturę, kompetencje, przedsiębiorstwa i usługi publiczne – została w ramach tej strategii powiązana z koncepcją „cyfrowej suwerenności" (*digital sovereignty*), podkreślającą autonomię Europy w zakresie technologii, danych i infrastruktury cyfrowej. W centrum tych działań znalazł się jednak człowiek, a więc postulat, by cyfryzacja przebiegała w sposób „zorientowany na człowieka" (*human-centred approach*).

W duchu idei cyfrowej dekady Unia Europejska w grudniu 2022 r. przyjęła *Europejską Deklarację Praw i Zasad Cyfrowych w Cyfrowej Dekadzie*[5], stanowiącą polityczny manifest wartości, które mają kształtować europejski model transformacji technologicznej. Dokument ten, choć nie ma charakteru prawnie wiążącego, pełni funkcję aksjologicznego kompasu dla unijnego prawodawstwa i polityk cyfrowych, wyznaczając kierunek rozwoju opartego na poszanowaniu

[4] Komisja Europejska, *Kompas cyfrowy 2030: europejska droga ku cyfrowej dekadzie (2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade)*, COM(2021) 118 final, Bruksela, 9 marca 2021 r.

[5] *Europejska Deklaracja Praw i Zasad Cyfrowych w Cyfrowej Dekadzie (2023/C 23/01)*, Dz.Urz. UE C 23/1 z 23 stycznia 2023 r.

praw podstawowych, solidarności społecznej i zrównoważonym rozwoju. Wskazuje on, że prawa i wolności, z których obywatele korzystają w świecie fizycznym, powinny być w równym stopniu chronione w przestrzeni cyfrowej. W rozdziale pierwszym *Deklaracja* podkreśla, że w procesie cyfryzacji najważniejszy jest człowiek. Technologia – zgodnie z przyjętą w dokumencie zasadą – powinna służyć wszystkim mieszkańcom Unii Europejskiej, ułatwiać im codzienne życie i umożliwiać realizację ich aspiracji, przy jednoczesnym poszanowaniu ich godności, wolności i praw podstawowych. W świetle tych postanowień *Deklaracja* przyjmuje wyraźnie normatywny wymiar etyczny, w którym człowiek nie jest jedynie użytkownikiem technologii, lecz jej punktem odniesienia i beneficjentem. Ukierunkowanie transformacji cyfrowej na człowieka stanowi zatem rdzeń europejskiego modelu cyfryzacji, w którym technologia ma służyć wspólnemu dobru, wspierać uczestnictwo obywatelskie i umacniać demokrację, a nie ograniczać autonomię jednostki.

W dalszych częściach *Europejskiej Deklaracji Praw i Zasad Cyfrowych* szczególne znaczenie z punktu widzenia niniejszych rozważań mają artykuły 12-15, odnoszące się do udziału w cyfrowej przestrzeni publicznej. Wskazują one, że każdy obywatel Unii powinien mieć zapewniony dostęp do „wiarygodnego, zróżnicowanego i wielojęzycznego środowiska cyfrowego" (art. 12), które sprzyja pluralizmowi treści i umożliwia rzeczywiste uczestnictwo w życiu demokratycznym. Deklaracja potwierdza także, że wolność wypowiedzi, dostępu do informacji oraz wolność zgromadzeń i zrzeszania się obowiązują w środowisku cyfrowym na równi z przestrzenią offline (art. 13). Zawarte w tych przepisach zobowiązanie ma jednak charakter dwukierunkowy: chroni wolność jednostki, ale zarazem wskazuje na odpowiedzialność podmiotów kształtujących cyfrową przestrzeń komunikacyjną. *Deklaracja* w artykule 15 wskazuje bowiem, że platformy internetowe, w tym bardzo duże platformy, „powinny wspierać swobodną debatę demokratyczną w internecie" oraz „ograniczać ryzyko wynikające z funkcjonowania ich usług i z korzystania z nich, w tym w odniesieniu do informacji wprowadzających w błąd i kampanii dezinformacyjnych, oraz chronić

wolność wypowiedzi". Deklaracja zatem akcentuje konieczność tworzenia takich warunków funkcjonowania przestrzeni publicznej online, które pozwalają użytkownikom korzystać z niej w sposób bezpieczny, świadomy i odpowiedzialny. Tym samym przenosi punkt ciężkości z samej wolności ekspresji na równowagę między wolnością a odpowiedzialnością za treść, co stanowi jeden z filarów europejskiego modelu ochrony praw w środowisku cyfrowym.

Ku konstytucjonalizacji przestrzeni cyfrowej

Podjęte przez Unię Europejską działania regulacyjne stanowią próbę prawnego usystematyzowania zasad odpowiedzialności platform internetowych w obliczu ich dominującej pozycji zarówno wobec jednostki, jak i państwa oraz wpisują się w proces konstytucjonalizacji środowiska cyfrowego[6]. Transformacja cyfrowa sprawiła bowiem, że platformy internetowe zaczęły kontrolować przepływ informacji, opierając się nie na wartościach konstytucyjnych, lecz na mechanizmach rynkowych i algorytmicznej optymalizacji zaangażowania użytkownika[7]. W tym sensie zatem wolność słowa w przestrzeni cyfrowej wymknęła się spod ram prawnych, stając się również zagadnieniem technologicznym i ekonomicznym. Media społecznościowe przejęły rolę głównych kanałów komunikacji społecznej, jednocześnie realnie kształtując zakres wolności słowa w przestrzeni cyfrowej w oparciu o swoje własne regulaminy i standardy społeczności. Ich wpływ jest szczególnie widoczny w kontekście globalnej skali zjawiska: według najnowszych danych DataReportal ponad dwie trzecie mieszkańców Ziemi korzysta obecnie z mediów społecznościowych co miesiąc, co oznacza, że użytkownicy tych platform stali się już swoistą „superwiększością" – ich liczba jest

[6] Szerzej zob. E. Milczarek, *Pojęcie i systematyka konstytucjonalizmu cyfrowego*, „Przegląd Prawa Konstytucyjnego" 2024, nr 1, s. 195-208; G. De Gregorio, *The rise of digital constitutionalism in the European Union*, „International Journal of Constitutional Law" 2021, nr 19(1), s. 41-70.

[7] G. De Gregorio, *Digital Constitutionalism and Freedom of Expression*, [w:] *Digital Constitutionalism in Europe: Reframing Rights and Powers in the Algorithmic Society*, Cambridge 2022, s. 157-215.

dwukrotnie większa niż liczba osób, które z mediów społecznościowych nie korzystają, zaś największy zasięg notuje Facebook z 3,07 miliarda aktywnych użytkowników miesięcznie; tuż za nim plasują się WhatsApp i Instagram (po 3 miliardy użytkowników)[8].

W obliczu stale rosnącej liczby użytkowników mediów cyfrowych korzystanie z wolności słowa w przestrzeni internetowej wymaga stworzenia środowiska bezpiecznego, przewidywalnego i godnego zaufania[9]. Jedną z dróg prowadzących do realizacji tego celu jest koncepcja trójstronnej współodpowiedzialności przyjęta przez Unię Europejską. Zakłada ona, że państwo zapewnia odpowiednie ramy prawne oraz ochronę praw podstawowych, platformy cyfrowe gwarantują przejrzystość procedur moderacyjnych i poszanowanie pluralizmu, natomiast użytkownicy korzystają z internetu w sposób świadomy i etyczny. Właśnie w tym układzie ujawniają się dziś najistotniejsze napięcia związane z wytyczaniem granic wolności słowa w środowisku cyfrowym.

Odpowiedzialność za treści według *Digital Services Act*

Przyjęty przez Unię Europejską *Akt o Usługach Cyfrowych* (dalej: DSA), potocznie określany jako *Konstytucja Internetu*, wszedł w pełni w życie 17 lutego 2024 r. i ma bezpośrednie zastosowanie we wszystkich państwach członkowskich. Jego nadrzędnym celem jest wprowadzenie obowiązków w zakresie należytej staranności, które mają zapewnić przejrzyste i bezpieczne środowisko internetowe. Ustawodawca unijny dąży tym samym do stworzenia jednolitych ram odpowiedzialności dostawców usług pośrednich, obejmujących zarówno podmioty o charakterze technicznym, jak i platformy umożliwiające publiczne rozpowszechnianie treści.

[8] DataReportal, *Global Social Media Statistics. The world's biggest social media platforms*, https://datareportal.com/social-media-users, dostęp z dn. 22.10.2025.

[9] UNESCO, *Guidelines for the Governance of Digital Platforms: Safeguarding freedom of expression and access to information through a multi-stakeholder approach*, Paris 2023.

Zasadniczym punktem wyjścia dla DSA pozostaje utrzymanie równowagi między ochroną wolności wypowiedzi a zapewnieniem skutecznych narzędzi reagowania na treści niezgodne z prawem. Zgodnie z art. 8 DSA dostawcy usług pośrednich nie są zobowiązani do ogólnego monitorowania informacji, które przekazują lub przechowują, ani do aktywnego poszukiwania faktów wskazujących na nielegalny charakter danych treści.

W ramach obowiązków DSA ustanawia czterostopniowy system regulacyjny, odpowiadający zróżnicowanemu zakresowi aktywności i wpływu poszczególnych podmiotów na kształt przestrzeni komunikacyjnej.

Pierwszy poziom odnosi się do wszystkich dostawców usług pośrednich, niezależnie od rodzaju świadczonej działalności[10]. Obejmuje on obowiązki o charakterze organizacyjno-proceduralnym, mające na celu zapewnienie podstawowej przejrzystości funkcjonowania usług. Należy do nich m.in. ustanowienie punktów kontaktowych dla organów publicznych i użytkowników, wyznaczenie przedstawiciela w Unii Europejskiej przez podmioty spoza UE, publikacja jasnych i zrozumiałych warunków korzystania z usług, a także coroczne raportowanie działań podejmowanych w zakresie moderacji treści i egzekwowania zasad wewnętrznych. Obowiązki te tworzą minimalny standard odpowiedzialności, który wzmacnia transparentność i zaufanie w relacjach między użytkownikami, platformami i instytucjami publicznymi.

Drugi poziom regulacji obejmuje dostawców usług hostingu, w tym platformy internetowe, które przechowują informacje przekazywane przez użytkowników[11]. W ich przypadku ustawodawca wprowadza mechanizmy reaktywne, zobowiązując dostawców do podejmowania działań po uzyskaniu wiedzy o potencjalnie nielegalnych treściach. Wśród nich szczególne znaczenie ma ustanowienie procedury zgłaszania i podejmowania działań (*notice and action*), obowiązek uzasadniania decyzji dotyczących ograniczenia lub usunięcia treści

[10] Zob. art. 11-15 DSA.

[11] Zob. art. 16-18 DSA.

oraz konieczność informowania właściwych organów w przypadku podejrzenia przestępstwa.

Trzeci poziom odnosi się wyłącznie do platform internetowych, czyli podmiotów, które umożliwiają publiczne rozpowszechnianie treści przekazywanych przez użytkowników[12]. Zakres obowiązków w tej kategorii jest najszerszy i obejmuje m.in. wprowadzenie systemu wewnętrznego rozpatrywania skarg, mechanizmów pozasądowego rozstrzygania sporów, ustanowienie statusu tzw. zaufanych sygnalistów (*trusted flaggers*), stosowanie środków wobec powtarzających się naruszeń oraz zapewnienie przejrzystości w zakresie projektowania i organizacji interfejsów internetowych, reklamy oraz przejrzystości systemów rekomendacji.

Czwarty poziom regulacji wprowadza szczególne obowiązki dla bardzo dużych platform internetowych (VLOPs) oraz bardzo dużych wyszukiwarek internetowych (VLOSEs), których liczba aktywnych użytkowników miesięcznie przekracza 45 milionów[13]. Ustawodawca nakłada na nie rozszerzone obowiązki w zakresie zarządzania ryzykiem systemowym, oceny jego skutków, przejrzystości reklam internetowych oraz rekomendacji. Wymaga się od nich m.in. dokonywania okresowych ocen ryzyka dotyczącego rozpowszechniania nielegalnych treści, dezinformacji czy zagrożeń dla praw podstawowych, wdrażania odpowiednich środków zapobiegawczych, a także poddawania się niezależnym audytom i raportowania wyników do Komisji Europejskiej oraz koordynatorów ds. usług cyfrowych w państwach członkowskich.

W ten sposób DSA tworzy wielopoziomowy system odpowiedzialności, który łączy zasadę proporcjonalności z ideą współodpowiedzialności za kształt i bezpieczeństwo cyfrowego środowiska komunikacyjnego. Wprowadzenie hierarchicznego systemu obowiązków w zakresie należytej staranności stanowi wyraz dążenia ustawodawcy unijnego do pogodzenia dwóch wartości: wolności

[12] Zob. art. 19-32 DSA.

[13] Zob. art. 33-43 DSA.

komunikacji i bezpieczeństwa użytkowników. Odpowiedzialność w rozumieniu DSA nie ma charakteru represyjnego, lecz organizacyjno-prewencyjny. W efekcie DSA kształtuje nowy model współodpowiedzialności za funkcjonowanie sfery publicznej w epoce cyfrowej.

Szerokie rozumienie „nielegalnych treści" w DSA

Jednym z kluczowych zagadnień dla wolności słowa wprowadzonych przez DSA jest określenie zakresu pojęcia „nielegalnych treści" oraz zasad postępowania z nimi przez dostawców usług pośrednich. Rozwinięciem obowiązków w zakresie należytej staranności przewidzianych w DSA jest szczegółowe uregulowanie sposobu, w jaki dostawcy usług pośrednich powinni reagować na treści uznawane za niezgodne z prawem. DSA nie wprowadza zamkniętego katalogu takich treści, lecz przyjmuje szerokie i elastyczne podejście, które pozwala na dostosowanie do zróżnicowanych porządków prawnych państw członkowskich. Zgodnie z art. 3 lit. h DSA przez „nielegalne treści" należy rozumieć informacje, „które same w sobie lub przez odniesienie do działania, w tym sprzedaży produktów lub świadczenia usług, nie są zgodne z prawem Unii lub z prawem jakiegokolwiek państwa członkowskiego, które jest zgodne z prawem Unii, niezależnie od konkretnego przedmiotu lub charakteru tego prawa". Definicja ta, rozwinięta w motywie (12), obejmuje zarówno informacje, które same w sobie są nielegalne, takie jak nawoływanie do nienawiści, treści terrorystyczne, pornografia dziecięca, jak i te, których nielegalność ujawnia się dopiero w określonym kontekście, np. w przypadku naruszenia praw autorskich, bezprawnego przetwarzania danych osobowych czy oszustw konsumenckich. DSA opiera się na zasadzie, że to, co jest nielegalne *offline*, powinno być również nielegalne *online*, ustanawiając jednocześnie jasne obowiązki i zasady odpowiedzialności

dostawców usług pośrednich, takich jak platformy społecznościowe czy rynki internetowe[14].

Oprócz treści nielegalnych DSA obejmuje także kategorię treści niezgodnych z warunkami korzystania z usług – czyli informacji, które nie naruszają prawa, lecz pozostają w sprzeczności z regulaminami lub standardami społeczności obowiązującymi na danej platformie. Takie treści mogą być ograniczane lub usuwane przez dostawców usług hostingu w ramach ich autonomii regulaminowej (art. 17 DSA), co sprawia, że zakres odpowiedzialności platform wykracza poza tradycyjne pojęcie bezprawności. Rozwiązanie to, choć wzmacnia formalną przejrzystość zasad moderacji, w praktyce wprowadza jednak element arbitralności, przenosząc kompetencję do oceny dopuszczalnych treści z organów publicznych na prywatne platformy.

Z pojęciem „nielegalnych treści" i „treści niezgodnych z warunkami korzystania z usług" ściśle wiąże się definicja moderacji treści zawarta w art. 3 lit. t DSA. Zgodnie z nią „moderowanie treści" oznacza działania podejmowane przez dostawców usług pośrednich – zarówno w sposób zautomatyzowany, jak i manualny – w celu wykrywania, identyfikowania i przeciwdziałania prezentowaniu informacji nielegalnych lub niezgodnych z warunkami korzystania z usług, w tym decyzje dotyczące ograniczenia widoczności, zasięgu, monetyzacji, a także zawieszania lub zamykania kont użytkowników. DSA zatem ujmuje moderację szerzej niż jedynie jako reakcję na naruszenie prawa: stanowi ona instrument zarządzania obiegiem informacji, który kształtuje nie tylko zgodność treści z prawem, ale również z regulaminowymi i etycznymi standardami komunikacji przyjętymi przez platformy. W efekcie dostawcy usług cyfrowych pełnią podwójną rolę – z jednej strony wykonują obowiązki wynikające z prawa, z drugiej zaś sprawują normatywną kontrolę nad przepływem informacji, wpływając na dostępność i hierarchię treści w cyfrowej sferze publicznej.

[14] Komisja Europejska, *Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC*, COM(2020) 825 final, Brussels, 15 December 2020, s. 2-3.

Podstawowym mechanizmem proceduralnym w tym zakresie jest system zgłaszania i podejmowania działań (*notice and action*), ustanowiony w art. 16 DSA. Dostawcy usług hostingu są zobowiązani do wdrożenia przejrzystych i łatwo dostępnych procedur, które umożliwiają użytkownikom zgłaszanie treści uważanych za nielegalne. Każde zgłoszenie musi być precyzyjne, należycie uzasadnione i zawierać elementy umożliwiające identyfikację materiału (np. lokalizację URL oraz opis powodów naruszenia prawa). Po jego otrzymaniu platforma ma obowiązek rozpatrzyć zgłoszenie terminowo i bezstronnie, a następnie – jeśli uzna je za zasadne – niezwłocznie podjąć działania ograniczające dostęp do treści.

Zgodnie z art. 17 DSA każda decyzja moderacyjna musi być uzasadniona, wskazywać podstawę prawną lub regulaminową i zawierać informację o przysługujących środkach odwoławczych. Użytkownik może złożyć skargę w ramach wewnętrznego systemu rozpatrywania sporów (art. 20 DSA) lub zwrócić się do certyfikowanego podmiotu pozasądowego rozstrzygania sporów (art. 21 DSA). Na poziomie instytucjonalnym DSA wprowadza również dwa narzędzia zwiększające przejrzystość i wiarygodność procesu moderacji. Pierwszym jest system zaufanych sygnalistów (*trusted flaggers*), opisany w art. 22 DSA, w ramach którego podmioty posiadające uznaną wiedzę ekspercką w określonej dziedzinie (np. zwalczania mowy nienawiści, ochrony małoletnich) mogą zgłaszać treści priorytetowo[15]. Drugim – *DSA Transparency Database*[16] (art. 24 DSA), czyli publiczny rejestr decyzji moderacyjnych zarządzany przez Komisję Europejską, do którego platformy mają obowiązek przekazywania uzasadnień (*statement of reasons*) wszystkich działań podejmowanych wobec treści, kont i usług.

Zamierzeniem ustawodawcy było stworzenie przejrzystego i rozliczalnego systemu reagowania na treści nielegalne. Jednak w praktyce rozwiązanie to wią-

[15] Wykaz zaufanych sygnalistów, wraz z ich danymi kontaktowymi oraz zakresem specjalizacji, jest publikowany i na bieżąco aktualizowany przez Komisję Europejską pod adresem: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/trusted-flaggers-under-dsa, dostęp z dn. 24.10.2025.

[16] Komisja Europejska, *DSA Transparency Database*, https://transparency.dsa.ec.europa.eu/, dostęp z dn. 20.10.2025.

że się z poważnym ryzykiem nadmiernego blokowania treści (overblockingu). Ponieważ granice między treściami nielegalnymi a dopuszczalnymi są nieostre, platformy – działając pod presją czasu, opinii publicznej i możliwych sankcji – mogą usuwać lub ograniczać dostęp do materiałów, które nie naruszają prawa, lecz są kontrowersyjne lub politycznie wrażliwe[17]. Zjawisko to potęguje automatyzacja procesów decyzyjnych: zgodnie z analizą danych zaczerpniętych z DSA Transparency Database około połowa decyzji moderacyjnych podejmowanych jest przy użyciu systemów algorytmicznych, co ogranicza możliwość kontekstowej oceny wypowiedzi[18].

Ryzyko *overblockingu* ujawnia szersze napięcie wpisane w strukturę DSA: z jednej strony rozporządzenie wzmacnia mechanizmy ochrony użytkowników, z drugiej – przenosi realną władzę w zakresie kształtowania granic wolności słowa z instytucji publicznych na prywatnych pośredników. Platformy cyfrowe stają się w ten sposób quasi-regulatorami dyskursu publicznego, decydującymi, które treści są dopuszczalne, a które zostaną wykluczone z przestrzeni komunikacyjnej[19]. W konsekwencji pojęcie „nielegalnych treści" w DSA nabiera wymiaru nie tylko prawnego, lecz także normatywnego – wyznacza granice tego, co w społeczeństwie cyfrowym może być publicznie widoczne. W literaturze podkreśla się, że praktyka moderacji pod rządami DSA obejmuje nie tylko treści nielegalne, ale także materiały legalne, uznane za „ryzykowne" z punktu widzenia łagodzenia ryzyk systemowych (de-ranking, ograniczenie rekomendacji). Van de Kerkhof pokazuje, że w Europie kształtuje się hybrydowy model zarządzania mową: granice dopuszczalnej ekspresji powstają w relacji państwo–platforma–użytkownik, gdzie państwo może wywierać nieformalny wpływ na

[17] Zob. A. Palumbo, *A Medley of Public and Private Power in DSA Content Moderation for Harmful but Legal Content: An Account of Transparency, Accountability and Redress Challenges*, „Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law" 2024, t. 15, s. 246-259.

[18] Komisja Europejska, *DSA Transparency Database* (stan na 20.10.2025).

[19] C. Caruso, *Towards the Institutions of Freedom: The European Public Discourse in the Digital Era,* „German Law Journal" 2025, t. 26, nr 1, s. 114-137.

polityki platform (tzw. *jawboning*), prowadząc do zjawiska *censorship by proxy*, czyli ograniczania wypowiedzi bez jasnej podstawy prawnej i poza standardem pełnej kontroli sądowej[20]. Autor wskazuje, że tego typu mechanizmy jak kodeks mowy nienawiści czy praktyki współregulacyjne przesuwają punkt ciężkości z prawa materialnego na zarządzanie ryzykiem i mogą sprzyjać profilaktycznym ograniczeniom treści (w tym legalnych), co wzmacnia asymetrię informacyjną i ryzyko *overblockingu*[21]. To pokazuje, że formalne gwarancje przejrzystości i prawa do odwołania muszą być uzupełnione rzeczywistą rozliczalnością zarówno po stronie platform, jak i organów publicznych, w procesie kształtowania standardów moderacyjnych. W tym ujęciu DSA nie ustanawia jedynie systemu sankcji, lecz ramy odpowiedzialności komunikacyjnej, w których bezpieczeństwo, przejrzystość i wolność słowa pozostają we wzajemnej, lecz dynamicznej równowadze. Utrzymanie tej równowagi wymaga nie tylko precyzyjnych rozwiązań prawnych, ale również refleksji etycznej nad zakresem i granicami władzy, jaką współcześnie dysponują cyfrowi pośrednicy informacji. To właśnie ta władza – nie nad pojedynczymi treściami, lecz nad samą strukturą i przepływem informacji – staje się przedmiotem regulacji *Aktu o Rynkach Cyfrowych*, który przesuwa punkt ciężkości z odpowiedzialności za treść na kontrolę ekonomicznej władzy platform.

Ekonomiczna kontrola władzy informacyjnej według DMA

Podczas gdy DSA koncentruje się na odpowiedzialności dostawców usług pośrednich za treści publikowane w internecie oraz na zapewnieniu przejrzystości procesów ich moderacji, *Akt o Rynkach Cyfrowych* (dalej: DMA) dotyczy struk-

[20] J.J.W. van de Kerkhof, *Jawboning Content Moderation from a European Perspective*, [w:] *European Yearbook of Constitutional Law (2024)*, red. J. De Poorter, C. van Oirsouw, G. van der Schyff (forthcoming), s. 62-65, 74-77, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4695233, dostęp z dn. 20.10.2025.

[21] Tamże, s. 78-82.

turalnych podstaw funkcjonowania rynku cyfrowego i równowagi sił między jego uczestnikami. Regulacja ta nie odnosi się bezpośrednio do sfery komunikacji, lecz do ekonomicznych warunków kształtujących dostęp do niej oraz mechanizmów kontroli nad przepływem informacji w przestrzeni cyfrowej, wynikających z dominującej pozycji największych platform internetowych[22]. Jak wskazano w motywach (1)–(3) DMA, celem aktu jest zapewnienie uczciwej konkurencji i zapobieżenie temu, by przedsiębiorstwa o ugruntowanej pozycji rynkowej mogły narzucać warunki dostępu do kluczowych usług platformowych, takich jak wyszukiwarki, sieci społecznościowe czy systemy operacyjne. W tym sensie DMA stanowi odpowiedź na narastającą koncentrację władzy ekonomicznej i informacyjnej w rękach kilku globalnych korporacji pełniących funkcję strażników dostępu (*gatekeepers*) do rynku i komunikacji cyfrowej.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 DMA strażnikiem dostępu jest podmiot, który wywiera znaczący wpływ na funkcjonowanie rynku wewnętrznego, świadczy podstawową usługę platformową stanowiącą istotny punkt dostępu dla użytkowników biznesowych do konsumentów, a jego pozycja jest ugruntowana i trwała lub istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że taką uzyska w najbliższym czasie. Do tej kategorii zaliczono m.in. przedsiębiorstwa takie jak Alphabet (Google), Amazon, Apple, Meta, Microsoft, ByteDance (TikTok) czy Booking.com[23]. Motyw (6) DMA podkreśla, że strażnicy dostępu „wywierają znaczący wpływ na rynek wewnętrzny", co w praktyce oznacza zdolność do kształtowania nie tylko przepływu danych i relacji gospodarczych, ale również dynamiki wymiany informacji. Ich wpływ wykracza zatem poza sferę ekonomii, dotykając podstawowych mechanizmów komunikacji społecznej – to one decydują, jakie treści są promowane, w jaki sposób użytkownicy są z nimi łączeni oraz jakie modele interakcji są wspierane przez interfejsy i algorytmy rekomendacyjne.

[22] C. Massa, *The Digital Markets Act between the EU Economic and Competition Law Paradigms*, „Yearbook of Antitrust and Regulatory Studies" 2022, s. 98.

[23] Komisja Europejska, *Gatekeepers*, https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en, dostęp z dn. 20.10.2025.

Ustawodawca unijny zauważa, że tradycyjne przepisy prawa konkurencji, oparte na indywidualnej ocenie pozycji rynkowej i zachowań przedsiębiorstw, nie są wystarczające do przeciwdziałania zjawisku systemowej koncentracji władzy w ekosystemie cyfrowym. Dlatego, jak wynika z motywów (7) i (8) DMA, akt ten ma na celu przywrócenie uczciwych i kontestowalnych warunków rynkowych poprzez wprowadzenie zestawu zharmonizowanych obowiązków *ex ante*, zapewniających równowagę między swobodą działalności gospodarczej a ochroną interesu publicznego w środowisku cyfrowym. DMA tworzy tym samym instrument ograniczania władzy infrastrukturalnej, łączącej kontrolę ekonomiczną z kontrolą nad przepływem informacji. Strażnicy dostępu, ze względu na swoje pośredniczące pozycje między użytkownikami biznesowymi a konsumentami, pełnią funkcję swoistych „regulatorów dostępu" do rynków i zasobów informacyjnych.

Znaczenie DMA dla wolności słowa ma co prawda charakter pośredni, lecz jednak fundamentalny. W świecie, w którym dostęp do informacji i możliwość uczestnictwa w debacie publicznej zależą od kilku bardzo dużych platform cyfrowych, wolność wypowiedzi przestaje być wyłącznie problemem samej cenzury treści. Staje się bowiem problemem dostępu do infrastruktury komunikacyjnej, bez której realizacja tego prawa pozostaje iluzoryczna. Użytkownik pozbawiony dostępu do głównych kanałów komunikacji może formalnie zachowywać prawo do wyrażania opinii, lecz w praktyce zostaje z niej wykluczony. DMA, zapewniając przejrzystość zasad funkcjonowania platform i przeciwdziałając nadużyciom pozycji dominującej, przyczynia się zatem do demokratyzacji środowiska cyfrowego i pośrednio wzmacnia materialny wymiar wolności słowa.

Równocześnie DMA ustanawia system mechanizmów nadzoru, które mają zagwarantować skuteczne egzekwowanie nowych zasad. Komisja Europejska uzyskała szerokie kompetencje dochodzeniowe, obowiązek audytów zgodności oraz możliwość nakładania kar finansowych sięgających do 10% całkowitego światowego obrotu przedsiębiorstwa (art. 30-31 DMA). O ile zatem DSA chroni użytkowników i ich wypowiedzi, o tyle DMA zabezpiecza pluralizm środowi-

ska, w którym te wypowiedzi krążą. Oba akty tworzą spójny model europejskiego ładu cyfrowego, w którym wolność słowa nie jest przywilejem podmiotów dominujących, lecz prawem gwarantującym równe uczestnictwo w komunikacji publicznej w przestrzeni cyfrowej.

Zakończenie

Współczesne regulacje cyfrowe, takie jak DSA i DMA, stanowią próbę zachowania równowagi między wolnością słowa a bezpieczeństwem użytkowników w środowisku komunikacji online. Oba akty nie ograniczają się do aspektów technicznych, gdyż wyrażają głęboką zmianę filozofii ochrony praw podstawowych w Unii Europejskiej. W ich założeniach widać dążenie do połączenia wolności z odpowiedzialnością, przejrzystości z pluralizmem oraz bezpieczeństwa z poszanowaniem indywidualnej autonomii. W tym sensie DSA i DMA są instrumentami, które nie zastępują wolności, lecz mają uczynić ją realną w warunkach zglobalizowanej, algorytmicznie zarządzanej przestrzeni informacyjnej. Oferują narzędzia proceduralne i strukturalne, pozwalające ograniczyć arbitralność decyzji platform oraz zapewnić użytkownikom prawo do udziału w debacie publicznej na zasadach równości i przejrzystości.

Jak pokazuje analiza przyjętych regulacji DSA i DMA, oba te akty dążą do ochrony użytkowników przed nadużyciami, dezinformacją i przemocą, lecz jednocześnie ujawniają ryzyko nadmiernej kontroli, która może prowadzić do zawężenia przestrzeni publicznej i osłabienia pluralizmu. Ta delikatna równowaga między ochroną a swobodą stanowi dziś jedno z kluczowych wyzwań nie tylko dla prawodawcy, ale również dla etyki mediów, która wskazuje, że prawo, choć niezbędne, nie może samo zagwarantować jakości komunikacji publicznej. Wolność słowa nie sprowadza się bowiem do prawa do wypowiedzi, lecz obejmuje również odpowiedzialność za jej konsekwencje. Dlatego regulacje prawne powinny iść w parze z kulturą komunikacyjną opartą na prawdzie, rzetelności

i wzajemnym szacunku. W tym sensie etyka pełni funkcję korygującą wobec prawa, gdyż przypomina, że nawet najbardziej szczegółowe przepisy nie zastąpią moralnej refleksji nad użyciem słowa w przestrzeni publicznej.

Wolność słowa w epoce cyfrowej staje się więc procesem ciągłego równoważenia wartości: ochrony i autonomii, pluralizmu i odpowiedzialności, ekspresji i prawdy. Od tego, jak Unia Europejska potrafi utrzymać tę równowagę, zależeć będzie, czy cyfrowa sfera komunikacji pozostanie przestrzenią autentycznej wolności, czy też okaże się systemem, w którym bezpieczeństwo stanie się jej nową granicą.

Literatura

Bauman Z., *Skrzypce wolności*, [w:] *Potrzeba wolności. Sztuka europejska po 1945 roku*, red. D. Jałowik, M. Kozioł, Kraków 2013.

Caruso C., *Towards the Institutions of Freedom: The European Public Discourse in the Digital Era,* „German Law Journal" 2025, t. 26, nr 1, s. 114-137.

DataReportal, *Global Social Media Statistics. The world's biggest social media platforms*, https://datareportal.com/social-media-users, dostęp z dn. 22.10.2025.

De Gregorio G., *Digital Constitutionalism and Freedom of Expression*, [w:] *Digital Constitutionalism in Europe: Reframing Rights and Powers in the Algorithmic Society*, Cambridge 2022.

De Gregorio G., *The rise of digital constitutionalism in the European Union*, „International Journal of Constitutional Law" 2021, nr 19(1), s. 41-70.

Europejska Deklaracja Praw i Zasad Cyfrowych w Cyfrowej Dekadzie (2023/C 23/01), Dz.Urz. UE C 23/1 z 23 stycznia 2023 r.

Komisja Europejska, *DSA Transparency Database*, https://transparency.dsa.ec.europa.eu/, dostęp z dn. 20.10.2025.

Komisja Europejska, *Gatekeepers*, https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en, dostęp z dn. 20.10.2025.

Komisja Europejska, https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/trusted-flaggers-under-dsa, dostęp z dn. 24.10.2025.

Komisja Europejska, *Kompas cyfrowy 2030: europejska droga ku cyfrowej dekadzie (2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade)*, COM(2021) 118 final, Bruksela, 9 marca 2021 r.

Komisja Europejska, *Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC*, COM(2020) 825 final, Brussels, 15 December 2020, s. 2-3.

Massa C., *The Digital Markets Act between the EU Economic and Competition Law Paradigms*, „Yearbook of Antitrust and Regulatory Studies" 2022.

Milczarek E., *Pojęcie i systematyka konstytucjonalizmu cyfrowego*, „Przegląd Prawa Konstytucyjnego" 2024, nr 1, s. 195-208.

Palumbo A., *A Medley of Public and Private Power in DSA Content Moderation for Harmful but Legal Content: An Account of Transparency, Accountability and Redress Challenges*, „Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law" 2024, t. 15, s. 246-259.

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 z dnia 14 września 2022 r. w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym oraz zmiany dyrektyw (UE) 2019/1937 i (UE) 2020/1828 (akt o rynkach cyfrowych), Dz.Urz. UE L 265 z 12.10.2022, s. 1-66.

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 z dnia 19 października 2022 r. w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych oraz zmiany dyrektywy 2000/31/WE (akt o usługach cyfrowych), Dz.Urz. UE L 277 z 27.10.2022, s. 1-102.

UNESCO, *Guidelines for the Governance of Digital Platforms: Safeguarding freedom of expression and access to information through a multi-stakeholder approach*, Paris 2023.

Van de Kerkhof J.J.W., *Jawboning Content Moderation from a European Perspective*, [w:] *European Yearbook of Constitutional Law (2024)*, red. J. De Poorter, C. van Oirsouw, G. van der Schyff (forthcoming), https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4695233, dostęp z dn. 20.10.2025.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.14

Dariusz Baran[*]
https://orcid.org/0000-0003-3989-5051
Uniwersytet Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie https://ror.org/03m9nwf24

„Bezpieczeństwo, Europo!". Aktywność polskich dziennikarzy na X w odniesieniu do polskiej prezydencji w Radzie UE

Abstract:

„Security, Europe!". The activity of Polish journalists on X in relation to the Polish Presidency of the EU Council. On January 1, 2025, Poland assumed the six-month presidency of the Council of the European Union. The motto of the Polish presidency was "Security, Europe!" and it was a slogan that encapsulates contemporary socio-economic challenges. This article focuses on the activity of the most widely read Polish journalists on the X portal in the context of sharing information about the Polish presidency. Its main objective is to check whether this slogan resonated in any way in the posts of journalists selected according to the criterion of popularity (number of views). Did the main areas of security outlined in the objectives of the Polish Presidency (related to internal, external, information, economic, energy, food, and health security) correspond to the topics addressed by journalists at that time? The essence of the analysis will be to find answers to questions about the scope of published posts, based on selected conceptual categories related to this specific period of Poland's activity in the European Union.

[*] Dariusz Baran – doktor nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce; wykładowca Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie. W pracy naukowej skupia się na badaniach nad systemami medialnymi, dziennikarstwem i komunikacją, a także mediami muzycznymi. Obszar zainteresowań obejmuje sferę zmian technologicznych oraz badanie ich wpływu na dziennikarstwo.

„Bezpieczeństwo, Europo!". Aktywność polskich dziennikarzy na X w odniesieniu do polskiej prezydencji w Radzie UE. 1 stycznia 2025 r. Polska objęła półroczne przewodnictwo w Radzie Unii Europejskiej. Mottem polskiej prezydencji było „Bezpieczeństwo, Europo!" – hasło kumulujące współczesne wyzwania społeczno-gospodarcze. Niniejszy artykuł poświęcony jest aktywności najchętniej czytanych na portalu X polskich dziennikarzy, w kontekście dzielenia się właśnie informacjami na temat polskiej prezydencji. Jego głównym założeniem jest sprawdzenie, czy hasło to rezonowało w jakikolwiek sposób we wpisach dziennikarzy, wybranych według kryterium popularności (wyświetleń postów). Czy główne obszary bezpieczeństwa, jakie zakreślono w celach polskiej prezydencji (związane z bezpieczeństwem wewnętrznym, zewnętrznym, informacyjnym, ekonomicznym, energetycznym, żywnościowym i zdrowotnym), korespondowały z tematami podejmowanymi w tym czasie przez dziennikarzy? Istotą analizy będzie znalezienie odpowiedzi na pytanie o zakres publikowanych wpisów, na podstawie wyodrębnionych kategorii pojęciowych związanych z tym konkretnym okresem aktywności Polski w Unii Europejskiej.

Keywords

journalists on X, Polish presidency, online journalism, security, information management

dziennikarze na X, polska prezydencja, dziennikarstwo w internecie, bezpieczeństwo, zarządzanie informacją

Wprowadzenie

Jako platforma mikroblogowa i narzędzie wielopoziomowej komunikacji X (do lipca 2023: Twitter) stał się głównym medium newsowym, źródłem informacji i jej poszukiwania[1] oraz miejscem poszerzania zasięgu – mediów lub dziennikarzy. To za jego pośrednictwem tworzy się główne narracje, tam trafiają pierwsze komentarze polityczne i dziennikarskie. Dzięki swej formule X jest nadal

[1] A. Hermida, *Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism*, „Journalism Practice" 2010, t. 4, nr 3, s. 299.

jednym z najszybszych źródeł informacji, stanowiącym podstawowe narzędzie w pracy dziennikarskiej. Trudno dziś znaleźć program, w którym nie odwoływano by się do zamieszczonego tam wpisu.

W polskiej mediosferze X stał się dodatkowo areną rywalizacji dziennikarskiej. W rezultacie przestał być miejscem prowadzenia realnego dyskursu, schodząc do poziomu aktywności amatorskich twórców internetowych i sieciowych celebrytów. U części dziennikarzy przekłada się to na spadek zaangażowania w dyskusje, u innych – większe zaangażowanie, a swoistą autopromocję. To z kolei przekłada się na marginalizowanie lub ignorowanie niektórych ważnych kwestii społeczno-politycznych. Przykładem tego ostatniego jest infosfera dotycząca polskiej prezydencji w Radzie Unii Europejskiej w pierwszym półroczu 2025 r., do której niniejszy artykuł nawiązuje.

Tekst poświęcony będzie podejmowaniu przez dziennikarzy tematów powiązanych ze wspomnianą prezydencją, a w szczególności jej naczelnym hasłem „Bezpieczeństwo, Europo". Nie będzie to analiza ilościowa profili poszczególnych dziennikarzy, jej celem jest bowiem wyszukanie odwołań do konkretnych kategorii pojęciowych, będących w relacji z głównym hasłem prezydencji. Kryterium doboru materiału badawczego było zestawienie najbardziej popularnych dziennikarzy, mierzone liczbą wyświetleń ich postów w danym okresie. Podstawowe pytanie tego artykułu brzmi: czy informowali oni na X o aktualnych zagadnieniach będących w relacji do sprawowanej przez Polskę prezydencji w Radzie UE? Istotą analizy jest zakres publikowanych wpisów, na podstawie wyodrębnionych kategorii pojęciowych w ramach jednego, konkretnego zdarzenia.

Dziennikarze i obszar analizy ich aktywności

Miarą popularności i znaczenia dziennikarza na X, choć dotyczy to w praktyce każdego medium społecznościowego, jest zasięg jego aktywności. To kryterium zostało wybrane za podstawę niniejszej analizy, dziennikarze zaś zebrani

według zestawienia Instytutu Monitorowania Mediów (IMM), obejmującego dziennikarzy z największą liczbą wyświetleń postów w danym okresie. Spełnia to w moim odczuciu zarówno kryteria pozycji zawodowej, jak i reprezentatywności środowiskowej.

Według danych IMM w lipcu 2025 r. piątkę najpopularniejszych dziennikarzy na X tworzyli: Krzysztof Stanowski, Jakub Wiech, Łukasz Bok, Tomasz Lis i Patryk Słowik[2]. Ranking nieznacznie zmienił się względem danych PSMM Monitoring & More[3] z 2023 r., kiedy w czołowej piątce zamiast Słowika był Łukasz Warzecha, stąd obaj zostali w tym artykule uwzględnieni. Oba rankingi odnoszą się do zasięgów na X, co dla omawianego zagadnienia stanowi kryterium adekwatne; dodatkowo reprezentują oni różne typy dziennikarstwa.

Krzysztof Stanowski, do niedawna redaktor sportowy związany z Kanałem Sportowym, jest twórcą uruchomionego 1 lutego 2024 r. internetowego Kanału Zero (YouTube). W 2023 r. jego wpisy były wyświetlone 433,2 mln razy, w samym tylko lipcu 2025 zanotowały 26,3 mln wyświetleń. Profil założył w lutym 2013 r., dziś obserwuje go 1,4 mln osób[4].

Łukasz Bok to dziennikarz-bloger, który w 2013 r. założył i do dziś prowadzi kanały informacyjne pod wspólną nazwą Konflikty i Katastrofy Światowe[5]. Użytkownik w stylu TAP – Twitterowej Agencji Prasowej[6], publikujący krótkie wpisy depeszowe, z reguły nieopatrzone komentarzem. Bok, z 1 mln obserwu-

[2] Zob. *Emocje w sieci*, https://x.com/emocjewsieci/status/1952770917450310008, dostęp z dn. 30.09.2025. Lipiec był miesiącem powyborczym, a Krzysztof Stanowski był jednym z kandydatów na urząd prezydenta RP. Jego popularność jest więc bez związku z wyborami.

[3] (MAT), *Stanowski, Bok i Lis to najczęściej czytani dziennikarze na Twitterze (X) w 2023 roku*, https://www.press.pl/tresc/79762,stanowski_-bok-i-lis-to-najczesciej-czytani-dziennikarze-na-twitterze-_x_-w-2023-roku, dostęp z dn. 30.09.2025.

[4] Wszystkie dane na 30 września 2025 r.

[5] R. Norström, W. Sobera, *KIKŚ jako źródło informacji o sytuacjach kryzysowych i konfliktach dla młodych użytkowników mediów na przykładzie studentów dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2025, t. 68, nr 2(262), s. 108-113.

[6] L. Rudzińska, *Twitter jako skuteczne narzędzie w pracy dziennikarza*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 219.

jących, działa na X od października 2014 r. W 2023 r. jego posty wyświetlono 419,1 mln razy, w lipcu 2025 r. – 18,4 mln razy.

Tomasz Lis to jedna z najbardziej rozpoznawalnych twarzy polskiego dziennikarstwa. Na X od września 2012 r. (1,1 mln obserwujących), dziś aktywny przede wszystkim w internecie – prowadzi m.in. własny kanał na YouTubie (subskrybowany przez 63,6 tys. osób), pisze też dla Natemat.pl. W przywołanych okresach jego posty wyświetlane były – odpowiednio – 227 mln oraz 15,7 mln razy.

Jakub Wiech, którego na X obserwuje 141,3 tys. osób, to redaktor naczelny portalu Energetyka24.com. Twórca podcastu *Elektryfikacja* (YouTube, 25,3 tys. subskrybentów), jeden z medialnych ekspertów rynku energetycznego. W 2023 r. jego wpisy wyświetlono 188,6 mln razy, w lipcu 2025 – 24,5 mln razy. Do X dołączył w sierpniu 2013 r.

Łukasz Warzecha jest publicystą tygodnika „Do Rzeczy", prowadzi videoblog na YouTubie (71,4 tys. subskrybentów). Aktywny od 2010 r., jego profil na X obserwuje 193,5 tys. osób. W 2023 r. posty wyświetlono 168,3 mln razy, w lipcu – poniżej 10 mln razy.

Patryk Słowik do X dołączył we wrześniu 2011 r. Do końca października 2025 r. dziennikarz Wirtualnej Polski, na X obserwowany przez 82,6 tys. osób. W 2023 r. jego wpisy wyświetlono 84,5 mln razy (poz. 18), w samym lipcu 2025 – 13,3 mln razy.

Aktywność każdego z wymienionych ma odrębny charakter. Stanowski jest twarzą Kanału Zero i jednym z najbardziej rozpoznawalnych dziennikarzy; Bok to typ informacyjnego blogera, natomiast Lis oceniany jest dziś przez pryzmat swojego dorobku oraz kontrowersyjnej, naznaczonej problemami ze zdrowiem, aktywności w social mediach. Warzecha ma opinię publicysty wszechwiedzącego, Wiech specjalizuje się w tematyce energetycznej, a Słowik podejmuje tematy z zakresu prawa i społeczeństwa.

Aktywność wymienionych wyżej dziennikarzy stanowi podstawę zawartej w artykule analizy. Jej podłożem są wykorzystane we wpisach kategorie pojęć związanych z bezpieczeństwem i/lub zagrożeniami, wyrażone w priorytetach rozpoczętej 1 stycznia 2025 r. polskiej prezydencji w Radzie UE. Jej hasło: „Bezpieczeństwo, Europo" sprowadzało się do formuły „7 × bezpieczeństwo", w ramach której wyznaczono obszary związane z: bezpieczeństwem wewnętrznym i zewnętrznym, informacyjnym, ekonomicznym, energetycznym, żywnościowym i zdrowotnym. Większość miała oczywisty związek ze społeczno-gospodarczymi efektami zbrojnej agresji Rosji na Ukrainę 24 lutego 2022 r.[7]

W szerokim znaczeniowo „bezpieczeństwie" wyodrębnione zostały subkategorie, obszary informacji, które mieszczą się zarówno w pojęciu bezpieczeństwa wewnętrznego, jak i zewnętrznego[8]. W ramach pierwszej grupy znalazły się m.in. związane z procesami migracyjnymi zmiany demograficzne, w drugiej zaś zagadnienia (zagrożenia) dotyczące transformacji energetycznej i polityki klimatycznej, której symbolem jest przedstawiona pod koniec 2019 r. koncepcja europejskiego Zielonego Ładu i pakiet legislacyjny „Fit for 55". W każdym z tych obszarów mowa jest o przyszłym bezpieczeństwie regionu. W obszarach tych również dziennikarze mają ogromny wpływ na kształtowanie postaw społecznych wobec polityki państwa.

Do analizy przyjęto ramy czasowe od czerwca 2024 do czerwca 2025 r. (moment zakończenia polskiej prezydencji w Radzie UE). Przeanalizowane zostały wpisy dziennikarzy, z uwzględnieniem użytych we wpisach pojęć: bezpieczeństwo (plus bezpieczeństwo energetyczne oraz lekowe), zagrożenie, granica, migranci, Zielony Ład (i „Fit for 55"). Każde z tych pojęć zawiera się w przynajmniej jednej z siedmiu podkategorii naczelnego hasła „Bezpieczeństwo, Euro-

[7] K. Świsłowski, *Plany polskiej prezydencji w UE do poprawki. Są braki, „reaktywne priorytety"*, https://energetyka24.com/oze/analizy-i-komentarze/plany-polskiej-prezydencji-w-ue-do-poprawki-sa-braki-reaktywne-priorytety, dostęp z dn. 30.09.2025.

[8] M. Lasoń, *Zagrożenia dla bezpieczeństwa Polski w XXI wieku w świetle analizy porównawczej kolejnych Strategii Bezpieczeństwa Narodowego*, „Bezpieczeństwo: Teoria i Praktyka" 2016, nr 10(3), s. 123-137.

po". Wyniki analizowane były w oparciu o zwrócone przez wewnętrzne narzędzie wyszukiwawcze portalu X. Uwagę zwrócono przede wszystkim na to, czy zawierające konkretną frazę wpisy miały jakikolwiek związek z polityką polskiego rządu, w tym polską prezydencją.

Krzysztof Stanowski

Najpopularniejszy polski dziennikarz na X[9], Krzysztof Stanowski, wykorzystuje swój profil głównie do promocji własnych kanałów, często prowadząc prowokacyjną polemikę, ośmieszając część partii politycznych i ich zwolenników oraz same media, nierzadko w niewybredny sposób. Jego kanał i media mają charakter infotainmentu, dominują w nich treści responsywne, poszerzające zasięg, rzadko o ważnym społecznie zabarwieniu. Dlatego trudno było w komentarzach Stanowskiego znaleźć treści związane z bezpieczeństwem, chyba że odwoływały się do materiałów na Kanale Zero: „(…) Jak wygląda przerzut ludzi na granicę polsko-białoruską od drugiej strony? Co piszą na czatach przemytnicy i migranci? Jakie są oferowane… promocje?" (20.06.2024).

Najwięcej wpisów nt. bezpieczeństwa pojawiło się po ucieczce sędziego Tomasza Szmydta na Białoruś. To wtedy Stanowski napisał, znów z odesłaniem do materiału na Kanale Zero, „jak wielkim problemem jest ucieczka sędziego Szmydta, jak luki i bylejakość w przepisach przekładają się na luki w systemie obronnym kraju i dlaczego to twitterowe polityczne ujadanie nie popycha spraw do przodu" (09.05.2024). Miesiąc później można było przeczytać, że „w ogóle to jest ciekawa historia. Facet rozcina instalacje wojskowe na granicy i opowiada o tym w gazecie, jego żona – Ludmiła Kozłowska – została w 2018 r. wydalona z Polski przez służby z powodu zagrożenia dla bezpieczeństwa narodowego. 13 grudnia 2023 sąd pierwszej instancji anulował ten zakaz. Był to Wojewódzki

[9] Użytkownicy X dzielą się na tych, którzy widzą w Stanowskim i jego medium przyszłość dziennikarstwa, i tych, dla których jest biznesmenem i celebrytą.

Sąd Administracyjny w Warszawie, którego sędzią w tamtym czasie był Tomasz Szmydt" (09.06.2024).

Komentarz nt. bezpieczeństwa kraju zawarty został w krytyce polityki rządu: „Znowu widzę dużo dyskusji o bezpieczeństwie naszych granic, a przecież są to dyskusje zbędne. Zaraz będzie Tarcza Wschód, bagna, pagórki, pola minowe i inne bariery. Ogłaszali to z pół roku temu, więc sprawy się na pewno posuwają do przodu" (13.10.2024). Wątek polskiej prezydencji pojawił się tylko raz, kiedy redaktor ironicznie odpowiedział nt. aktywności premiera Donalda Tuska: „(…) Jestem dumny z polskiej prezydencji w Unii, świetnie to rozgrywamy" (02.03.2025).

Jako jeden z kreatorów publicznego dyskursu (warto pamiętać o kandydowaniu na urząd prezydenta RP) Stanowski nie wykorzystuje w pełni potencjału wpływu społecznego – rolę tę przejmuje w jego przypadku Kanał Zero. On sam reprezentuje dziennikarstwo oparte na osobowości i elementach „ja", które wykorzystywane są w procesie angażowania odbiorców i przez nich nagradzane[10] (nagrodą jest budowa zaplecza odbiorców), robi to jednak w oparciu o treści błahe i kontrowersyjne, co służy mu – oczywiście – do monetyzowania zasięgów.

Łukasz Bok

Jeden z najchętniej czytanych na polskim X blogerów, Łukasz Bok, w badanym okresie nie podejmował samodzielnie wątków z zakresu bezpieczeństwa. Zgodnie ze swoim hasłem: „Najszybsze informacje dot. konfliktów zbrojnych i katastrof na świecie"[11], konsekwentnie skupiał się na dostarczaniu czytelnikom suchych treści. W jego przypadku na frazę „bezpieczeństwo" wyszukiwarka X zwraca raptem kilka, i to agencyjnych newsów, niepowiązanych z polską prezy-

[10] E. Siapera, I. Iliadi, *Twitter, Journalism and Affective Labour*, „Sur Le Journalisme" 2015, t. 4, nr 1, s. 82.

[11] Bok podkreśla, że jego opinie na X są prywatne.

dencją. Dotyczą one agresji Rosji na Ukrainę czy wypowiedzi prezydenta Francji, Emmanuela Macrona, nt. bezpieczeństwa ich krajów sąsiednich. Zaskakuje jednak brak najdrobniejszej wzmianki na temat polskiego przewodnictwa w Radzie UE, co także powinno stać się newsem, na przykład w dniu inauguracji.

Bok podkreśla, że jego opinie na X są prywatne, utrzymuje jednak format podawania newsów ze świata polskiej i zagranicznej polityki (głównie tej drugiej) w formacie depesz agencyjnych. Bez komentarzy i opinii. W przypadku analizowanych podkategorii „bezpieczeństwa" na jego profilu nie znajdziemy odpowiadających im tekstów.

Tomasz Lis

Pozycja Tomasza Lisa w świecie dziennikarstwa jest dziś trudna do oceny. W praktyce jest on głównie publicystą internetowym, na którego działalności znacząco ważą między innymi komplikacje zdrowotne. Jako dziennikarz nadal współtworzy medialne otoczenie w Polsce, ale poziom jego aktywności bywa trudny do zaakceptowania, szczególnie gdy mowa o kulturze wypowiedzi. Głównymi polami zainteresowań dziennikarskich Lisa pozostaje polityka amerykańska oraz wewnętrzna, antyprawicowa.

Od czerwca 2024 r. Lis wspomniał o polskiej prezydencji w Radzie UE tylko w kontekście ważności wyborów prezydenckich w Polsce: „(…) przyspieszenie rozliczeń plus nasza udana prezydencja w UE już za kilka miesięcy. W nowym roku stolicą Europy będzie Warszawa" (15.10.2024). Element bezpieczeństwa został przez dziennikarza przywołany w dwóch wpisach dotyczących przyznania ochrony kandydatom w tych samych wyborach (17-18.11.2024), co było z kolei pośrednim komentarzem do ataku na Donalda Trumpa w trakcie amerykańskiej kampanii. Bezpieczeństwo polskich granic pojawiło się w odniesieniu do sytuacji na wschodniej granicy, którą oceniał: „Tarcza Wschód to od

30 lat największy projekt w dziedzinie bezpieczeństwa. To nie jest gwarancja bezpieczeństwa, ale jego szalenie istotny element" (30.11.2024).

We wpisach Lisa znajdziemy pojęcie „zagrożenia", wykorzystywane głównie do rozgrywania wewnętrznej polityki medialnej. Jego zdaniem „Kaczyński boi się stu niemieckich żołnierzy", choć „stu PiS-owców stanowi dla Polski nieskończenie większe zagrożenie" (28.09.2024). O kandydacie na prezydenta, Karolu Nawrockim, wspominał tak: „W 2006 r. wywiadzie dla «Wyborczej» Kaczyński powiedział, że społeczeństwo obywatelskie to wielkie zagrożenie dla państwa. I w tym nurcie jest ten «kandydat obywatelski»" (24.11.2024). Do PiS-u odnosi się wielokrotnie, pisząc na przykład: „PiS-owsko-ruskim propagandystom nie daje się wytłumaczyć, że niepodległa, wolna Ukraina to najlepsza gwarancja bezpieczeństwa Polski i najlepsza inwestycja w naszą obronność" (14.02.2025). Wpis z okresu polskiej prezydencji nie ma jednak do niej odwołania. Także ten, odnoszący się do polityki wewnętrznej: „Sprowadzili setki tysięcy imigrantów i straszą imigrantami, podpisali zielony ład i straszą zielonym ładem, sugerowali (Kaczyński) wysłanie polskich żołnierzy na Ukrainę i straszą wysłaniem polskich na Ukrainę. Sprowadzali ruski węgiel i straszą zamykaniem polskich kopalń. Wszystko na opak, kłamstwo, manipulacje, PiS" (22.05.2025).

Redaktor Lis, podobnie jak Stanowski czy Warzecha, znaczną część opinii wyraża na swoim kanale na YouTubie, niemniej bardzo aktywna postawa na X pokazuje, że to dla niego równie ważny i osobisty typ przekazu.

Jakub Wiech

W przypadku Jakuba Wiecha zaskakujące okazało się to, że wzmiankował o polskiej prezydencji tylko na początku 2025 r., podczas gdy bezpieczeństwo energetyczne było jednym z jej priorytetów. 1 stycznia Wiech napisał, że „zaczęła się prezydencja Polski w Radzie Unii Europejskiej!", przypominając później, że w drugiej połowie 2018 r. prezydencję sprawowała Austria, która „wykorzysty-

wała prezydencję do opóźniania prac nad nowelizacją dyrektywy" (04.01.2025). Pół roku wcześniej także odnosił się do szans polskiej prezydencji: „(…) nie jest tak, że nie robimy nic, natomiast mamy potencjał, żeby robić znacznie więcej. Prezydencja jest do tego dobrą okazją!" (06.06.2024).

Jako zwolennik energii odnawialnej dziennikarz często wraca do krytyki przemysłu górniczego, niejednokrotnie w kontekście rozwoju chińskiej gospodarki, dywersyfikacji źródeł energii czy rozwoju motoryzacji. Regularnie podkreśla, że „powinniśmy jak najszybciej zamknąć nasze nierentowne kopalnie węgla kamiennego – nawet kosztem przejścia na import. Nasze bezpieczeństwo energetyczne się nie zmieni, a zaoszczędzimy sporo pieniędzy" (23.10.2024). Łącząc to z polityką państwa, podkreśla, że „w dotowaniu miliardami złotych górnictwa nie chodzi o żadne bezpieczeństwo energetyczne, budowę przemysłu czy rozwój innowacji. To zwykle kupowanie głosów pieniędzmi podatników" (28.11.2024), a „bezpieczeństwo energetyczne to także akceptowalna cena energii. Polski węgiel kamienny jest kilkukrotnie droższy w wydobyciu niż np. węgiel z USA czy Australii" (29.11.2024). Jak widać, fraza „bezpieczeństwo energetyczne" powraca często, jednak bez korelacji z hasłami prezydencji.

Równie często przytaczaną u Wiecha frazą jest „Zielony Ład" (ZŁ), który w omawianym okresie pojawia się w 67 wpisach, choć raczej w kierowanych do prawicowych polityków pytaniach lub formach oskarżeń. Przykładowo: „[Oni] zdają sobie sprawę, że ich wyborcy nie mają o tym pojęcia. Ci ludzie celowo używają hasła «zielony ład» jako definicji wszystkiego, co im nie pasuje w polityce energetycznej" (23.01.2025). Takimi wpisami chce równoważyć skrajne i agresywne często narracje[12]. Sam przyznaje, że dostrzega potrzebę transformacji energetycznej (związanej ze zmianami klimatu) i stawia na rewizję obecnej formy ZŁ, zwłaszcza w zakresie kosztów i tempa wprowadzanych zmian. Podejście to powtarza się w późniejszych wpisach, choć też przy podkreślaniu wagi zobowiązań klimatycznych.

[12] Jak pisze: „Moim życiowym celem jest uczynić prawicę zieloną znowu. Nie dlatego, że to proste. Ale dlatego, że to trudne" (01.11.2024).

Można powiedzieć, że jako komentator przyjmuje on bardziej analityczne i merytoryczne, pozbawione pierwiastka siłowej konfrontacji stanowisko. Stara się też unikać wypowiadania w tematach niezwiązanych z jego podstawową aktywnością. Pojawiają się jednak między innymi wątki migracyjne, jak w wymianie zdań z użytkownikiem X: „Gdybyśmy się cofnęli o kilka lat, to by Pan znalazł np. moje wpisy o konieczności ochrony granicy z Białorusią, gdzie migranci byli używani do prowokowania Polski (jak poniżej). Nie przypominam sobie, żebym się jakoś szerzej wypowiadał na temat mechanizmów relokacji, a już tym bardziej, żebym mówił, iż są one trwałe i niezmienne. Zrównywanie tego tematu np. z ETS to ciekawy wybieg erystyczny, ale na gruncie faktów nie trzyma się to kupy. Zwłaszcza że jeśli cofniemy się o kilka lat, to możemy się przekonać, iż Polska próbowała w bardzo sprzyjających okolicznościach pierwszy ETS zawiesić. I nikt nas nie chciał wesprzeć" (01.02.2025). O sytuacji na polskiej granicy Wiech pisał ponadto: „Nikt im człowieczeństwa nie odbiera, ale trzeba mieć odwagę stwierdzić, że migranci z Bliskiego Wschodu/Afryki lądujący na granicy polsko-białoruskiej, inspirowani przez białoruskie i rosyjskie służby, są narzędziem destabilizacji" (06.06.2024).

Komentarze Wiecha mają twarde zawieszenie w polskiej polityce, co było szczególnie widoczne w okresie kampanii prezydenckiej, podczas której podrzucał prawicowym partiom wątki związane z Zielonym Ładem i regulacjami „Fit for 55", wymagając np. zajęcia oficjalnego stanowiska w tych sprawach. W okresie polskiej prezydencji wątki te nie były już przez niego na X łączone, co należy jednak odczytywać z zaskoczeniem. Bez związku pozostaje, podobnie jak u wspominanych już publicystów, fakt prowadzenia osobnego kanału na YouTubie.

Łukasz Warzecha

W przypadku Łukasza Warzechy „bezpieczeństwo" i „zagrożenia" odnoszą się głównie do polityki wewnętrznej, w tym procesów migracyjnych, także tych będących pokłosiem wojny w Ukrainie. Te ostatnie dziennikarz łączy m.in. z po-

trzebami rynku pracy. Według niego masowa migracja nie jest niezbędna, a on stoi „zdecydowanie po stronie zwolenników bezpieczeństwa. Potrzeby biznesu – na ogół dużego i korporacyjnego – w tej sprawie niestety są w ostrym konflikcie z racją stanu" (31.07.2024). Jak pisze, „każda mniejszość ma swój próg bezpieczeństwa" i np. 2 mln Ukraińców w Polsce spowodowałyby „dramatyczne problemy społeczne" (08.08.2024). Popiera opinie prawicy, że na sprawy zagraniczne należy patrzeć bez sentymentów, „nie bawić się w jakieś łzawe opowieści np. o tym, że Ukraińcy płacą krwią za naszą wolność" (19.01.2025). Kwestia migracji pojawia się jeszcze przy wątku palestyńsko-izraelskim. Publicysta konsekwentnie podkreśla, że „na pierwszym miejscu jest bezpieczeństwo obywateli. Inne sprawy powinny być mu podporządkowane".

W przypadku bezpieczeństwa energetycznego za największe zagrożenie uważa wprowadzanie ekopolityki Zielonego Ładu, którą nazywa „niszczącym absurdem", „bredniami", „szaleństwem" i „bzdurną krucjatą przeciwko plastikowi", pisząc o próbie „bezzasadnej eliminacji z naszego życia tego, co jest wygodne i praktyczne". O roli obywatela w planach UE pisze: „(…) w imię «ratowania planety» mamy się męczyć i zarzynać finansowo" (07.07.2024), podczas gdy „polityka klimatyczna UE nie ma nic wspólnego z czystością powietrza, null, zero", a program „Fit for 55" to „to samo co czysty ład dla przemysłu" (04.06.2025) i należy go „wywalić z hukiem do kosza" (22.05.2025). Jednym z dowodów na słuszność tej tezy jest „wykańczanie kolejnych firm", jak fabryka sody w Janikowie. Warzecha zauważa też, że ostatnio w Brukseli ZŁ jest absolutnie najgorętszym tematem, „w tym wycofywanie się z najgorszych mechanizmów" (14.06.2025). Nie wspomina jednak słowem o tym, jak w tym kierunku podczas prezydencji przebiegała aktywność polskiego rządu.

W polityce klimatycznej Warzecha widzi wyłącznie negatywne konsekwencje implikacji unijnych dyrektyw, podkreślając społeczne i gospodarcze koszty: „Gdyby nie debilny zielony ład, nie musielibyśmy ponosić żadnych gigantycznych kosztów. Wymienilibyśmy po prostu jeden piec gazowy na drugi i koniec. Za ułamek tego, co musimy wydać wobec zielonych idiotyzmów" (05.11.2024).

Postawę przeciwnika ZŁ uważa za jedyną racjonalną, sięgając dość często po argument ochrony „interesów państwa polskiego", wbrew którym prowadzona jest działalność unijna, obciążająca w szczególności klasę średnią (dlatego pomysł wprowadzenia ZŁ nazywa „zieloną komuną"). Na celowniku redaktora są też zmiany klimatyczne, które w zestawieniu z ekologią komentuje tak: „Nie wolno wycinać lasów! No, chyba że się je wycina i demoluje pod dobre wiatraki, bo planeta płonie. To wtedy tak" (02.12.2024). Postawa Warzechy wynika ze sprzeciwu wobec nadmiernego regulowania życia w Europie i przesadnej ingerencji państwa we wszystkie jego dziedziny, co prowadzi do utraty suwerenności państw narodowych, na przykład w kształtowaniu polityki energetycznej. Publicysta stale też przypomina, że za wprowadzenie w Polsce Zielonego Ładu odpowiada rząd Mateusza Morawieckiego i PiS. W tematyce bezpieczeństwa energetycznego szczególnym (wrogim) upodobaniem darzy z kolei Jakuba Wiecha, którego opinie zawsze dezawuuje, a popierające Wiecha osoby nazywa ironicznie „świadkami wiechowymi" (04.07.2024).

Generalną cechą aktywności publicystycznej Łukasza Warzechy jest próba narzucenia własnych poglądów i często aroganckie komentarze względem interlokutorów (lub ich blokowanie). Część jego opinii na X odnosi się do nadmiernej ingerencji państwa w życie społeczne, Warzecha uznaje bowiem, że „za wzrost bezpieczeństwa płaci się wolnością, swobodą przemieszczania się, prywatnością" (14.06.2024). W żadnym z przytoczonych tu wątków redaktor nie nawiązał do polskiej prezydencji, nie licząc postu, w którym tłumaczył powody nienagrania kolejnego odcinka cyklu „Warzecha Kontra" z ministrem rolnictwa i rozwoju wsi Czesławem Siekierskim. Dział prasowy ministerstwa „był uprzejmy odwołać wywiad umawiany od kilku tygodni, tłumacząc to… prezydencją i tym, że «pan minister pracuje do 20 każdego dnia». To są kpiny z moich widzów" (27.02.2025). Brak informacji na ten temat trudno w jego przypadku tłumaczyć postawą antyunijną, ponieważ wszelkie rozwiązania proponowane przez Unię są przez niego skwapliwie wyłapywane i wyśmiewane, nie tylko na jego kanale na YouTubie, ale właśnie na portalu X.

Patryk Słowik

U Patryka Słowika pojęcie „bezpieczeństwo" pojawia się przede wszystkim w kontekście bezpieczeństwa lekowego, co związane jest z obszarem, który – jako dziennikarz śledczy – najlepiej zna, czyli z segmentem farmaceutycznym. Mimo tego Słowik pisał o bezpieczeństwie w wymiarze krajowym (komentarz do wynajęcia pomieszczeń Muzułmańskiej Fundacji na rzecz Edukacji i Integracji[13]), ekonomicznym (współpraca Państwowej Straży Pożarnej z firmą objętą sankcjami za wspieranie prezydenta Putina) czy wyborczym.

W przypadku środowiska farmaceutycznego i polityki państwa wobec rodzimych producentów leków dziennikarz wprost nawiązywał do polskiej prezydencji w Radzie UE: „Przepraszam, że psuję nastroje, ale czy mógłbym spytać, co konkretnie Polska załatwiła/załatwi w polityce lekowej podczas naszej prezydencji? Przez kilka lat słyszałem o ambitnych planach na te pół roku, o wzmocnieniu przemysłu generycznego, zanim prezydencja trafi do Danii, a obecnie – już w trakcie naszej prezydencji – słyszę głównie ogólniki, zaś jako sukcesy przedstawiane są rzeczy, które są niesporne i śmiało mogą to poprzeć państwa stojące na produktach innowacyjnych" (24.04.2025). Pod koniec czerwca Słowik przyznawał: „Nie wierzyłem, że Ministerstwo Zdrowia dowiezie korzystny dla Polski kompromis unijnego pakietu farmaceutycznego. Dowiozło. To bodaj największe osiągnięcie polskiej prezydencji w Radzie UE. Duży sukces" (29.06.2025).

W odniesieniu do bezpieczeństwa polskich granic redaktor zestawia podejście mediów do problemu na granicy z Białorusią za rządów Zjednoczonej Prawicy, a dziś, kiedy u władzy jest Koalicja Obywatelska: „Sytuacja się zmieniła. Wczoraj byli biedni uchodźcy wykorzystywani przez Łukaszenkę. Dziś jest bydło na granicy, które nie może pozostać bezkarne" (22.12.2024). Dziennikarz

[13] „A ci ludzie to już są w Warszawie (i przyjechali za PiS-u) czy ich nie ma? Bo jeśli są i pomysłem na bezpieczeństwo Polski jest to, by im nie zorganizować żadnej powierzchni, tylko wypchnąć do modlitwy po piwnicach i garażach – serdecznie gratuluję pomysłu" (19.10.2024).

krytykował również działaczy PO za postulaty zaostrzenia polityki migracyjnej, przypominając, że wcześniej „robili sobie zdjęcia z zielonymi tabliczkami «uchodźcy mile widziani». I tak jak napisałem – spoko, tylko niech teraz nie mówią, że mieli inne podejście" (24.01.2025).

Do końca października 2025 r. Patryk Słowik był aktywnym dziennikarzem portalu WP.pl. Część jego aktywności na X sprowadza się do polecania tekstów na portalu lub komentowania opublikowanych. Nawiązanie do polityki farmaceutycznej, w odniesieniu do polityki unijnej, należy w jego przypadku uznać za właściwą postawę dziennikarza śledczego. Zajmując się wąską specjalizacją, znalazł korelację z możliwościami, jakie dawała polska prezydencja w Radzie UE w kontekście prowadzenia pożytecznej polityki zdrowotnej.

Podsumowanie i ogólne wnioski

Analizowany w tym artykule wątek informacyjny, dotyczący polskiej prezydencji w Radzie UE w pierwszym półroczu 2025 r., okazał się tematem niemal nieobecnym wśród najchętniej czytanych na portalu X dziennikarzy. Jednym z powodów mogła być koincydencja z kampanią prezydencką, która na miesiące nacechowała wszystkie przekazy medialne. W mediach ogólnopolskich znalazły się materiały poświęcone temu wydarzeniu, jednak miały one najczęściej charakter ogólny, wyprzedzający (zapowiedź prezydencji) lub podsumowujący. Potrzeby informacyjne zaspokajały też oficjalne kanały, jak polish-presidency.consilium.europa.eu, na które powoływały się jednak wyłącznie większe portale i serwisy informacyjne[14].

[14] W ramach polskiej prezydencji odbyły się trzy szczyty Rady Europejskiej, 22 nieformalne spotkania ministrów UE w Polsce, 43 spotkania Rady Unii Europejskiej oraz 320 spotkań urzędniczych w Polsce. Oficjalnym spotkaniom towarzyszyło także 520 wydarzeń kulturalnych w 30 krajach z udziałem 1100 artystów, w tym Dzień Polski w Brukseli, zaplanowany jako finał polskiej prezydencji. Zob. M. Skóra, *I po balu. Co osiągnęła polska prezydencja w UE?*, https://oko.press/i-po-balu-co-osiagnela-polska-prezydencja-w-ue?utm_source=onet&utm_medium=referral&utm_campaign=post, dostęp z dn. 30.09.2025.

Z przedstawionej analizy wpisów sześciu najchętniej czytanych dziennikarzy na portalu X wyłonił się nieszczególnie pozytywny obraz. Okazało się, że tematy takie jak transformacja ekologiczna, bezpieczeństwo energetyczne, bezpieczeństwo granic, polityka migracyjna czy bezpieczeństwo zdrowotne są przez nich poruszane jednak w zakresie niewykraczającym z reguły poza ich osobiste rozeznanie. Tymczasem wspomniane tematy znajdowały się w centrum programu polskiej prezydencji i część związanych z nimi celów udało się w jej trakcie zrealizować. Tak było z przyjęciem rozporządzenia ws. Instrumentu na rzecz Zwiększenia Bezpieczeństwa Europy (SAFE), który oznacza wsparcie finansowe dla państw chcących inwestować w obronność poprzez wspólne zamówienia[15] – temat zupełnie przemilczany. Udało się też dokonać uaktualnień w Pakiecie Farmaceutycznym – o tym informował jedynie Patryk Słowik. Nawet krytyczne oceny polskiej prezydencji, dotyczące np. polityki klimatycznej, nie zostały przez żadnego z wymienionych skomentowane. O ile w przypadku dziennikarzy specjalizujących się w tematach innych niż bezpieczeństwo można takie braki zrozumieć, o tyle w gronie tym są przecież dziennikarscy eksperci w tej dziedzinie.

Charakter wpisów zgodny był z reguły z głównym obszarem działalności zawodowej. Mając na uwadze wielkość zasięgów, można jednak uznać, że owszem, dziennikarze ci realizują swoje role – kreatorów opinii i komentatorów (pośrednio więc ekspertów), jednak w dużej mierze ich aktywność nastawiona jest na pozyskanie pożądanej w social mediach atencji. Niektórzy, jak redaktor Warzecha, funkcjonują w ramach wypracowanej „komory pogłosowej" (*echo chamber*[16]), w której inne głosy bywają najczęściej dezawuowane, a nawet dyskredytowane.

[15] Strona internetowa https://www.consilium.europa.eu/pl/press/press-releases/2025/05/27/safe-council-adopts-150-billion-boost-for-joint-procurement-on-european-security-and-defence, dostęp z dn. 30.09.2025.

[16] C. Thi Nguyen, *Echo chambers and epistemic bubbles*, „Episteme" September 2018, nr 17(2), s. 1-21.

Chyba najbardziej widocznym zjawiskiem, jakie zaobserwowano przy analizowaniu aktywności wybranych tu polskich dziennikarzy na X, była hybrydyzacja praktyk medialnych. Samo zjawisko polega na przekształcaniu, a nawet wypaczaniu ról dziennikarzy i odbiorców, i płynnym przechodzeniu między obiektywnym informowaniem a partycypacją w dyskursie publicznym[17]. Jednym z jego rezultatów jest zajmowanie się konkretnymi zjawiskami, bez wkładania ich w aktualny i potrzebny kontekst, z czym mieliśmy do czynienia przy opisach poświęconych szeroko rozumianemu „bezpieczeństwu". Należy przy tym zauważyć, że portal X, mimo wprowadzenia opcji publikowania dłuższych wpisów, to nadal uproszczony model komunikacji, jednak z ogromnym potencjałem kreowania tematów czy zabierania głosu w ważnej dyskusji[18]. Dlatego brak informacji u najpopularniejszych dziennikarzy na X można odebrać za deprecjonujący, nie tylko dla samego wydarzenia. Jego znaczenie nie było może spektakularne, ale nie można też powiedzieć, że marginalne, choć nawet duże media internetowe, jak Onet, podchodziły do tematu nie do końca poważnie[19].

Prezydencja w Radzie UE daje realny wpływ na agendę i tempo prac wewnątrz Unii, kształtowanie priorytetów i kierunków działań. W tym kontekście podkreślanie ważności pewnych zagadnień dla polskiego interesu narodowego (na co tak chętnie powołuje się np. Łukasz Warzecha) mogłoby mocniej rezonować dzięki aktywności publicystycznej. Prezydencja nie jest oczywiście okresem realizacji interesów tylko własnego kraju, ale umożliwia włączenie ich w katalog bieżących spraw unijnych i aktywne uczestnictwo w negocjacjach stanowisk.

[17] P. Łokić, *Aktywność polskich dziennikarzy w serwisie Twitter – analiza wybranych przypadków,* „Kwartalnik Naukowy Ośrodka Analiz Politologicznych Uniwersytetu Warszawskiego" 2014, nr 12, s. 134.

[18] Tamże, s. 128.

[19] „Już za nieco ponad dwa tygodnie czeka nas jakaś prezydencja. Mało kto realnie wie, nad czym Polska obejmie przewodnictwo, a także jakie będzie miała zadania oraz narzędzia. Tymczasem prezydencja w Radzie UE jest ważną okolicznością, ale zarazem jedynie instrumentem w szerszej polityce europejskiej Donalda Tuska". P.M. Kaczyński, *Polska stanie na czele Rady UE. Co to w praktyce oznacza? Wyjaśniamy,* https://wiadomosci.onet.pl/swiat/polska-stanie-na-czele-rady-ue-co-to-w-praktyce-oznacza-wyjasniamy/vqpty3z, dostęp z dn. 15.12.2024.

Tym samym trudno sprowadzić ją li tylko do funkcji reprezentacyjnej, a tym bardziej – zignorować, nawet w krótkich przekazach informacyjnych.

Jednym z wniosków po obserwacji aktywności profili jest znana już konstatacja, że w przypadku części dziennikarzy na X główną strategią jest pozyskiwanie większej liczby obserwujących dla siebie i swoich kanałów (Stanowski), dla niewielu tylko kluczem jest organiczny element interakcji (Wiech). To drugie wynika z faktu, o którym już wspomniano, a który dotyczy oparcia pracy i jej rezultatów na wypracowanej osobowości. Pomocna w tym jest bez wątpienia opcja zamieszczania coraz dłuższych wpisów[20], która zmieniła Twittera/X z kanału szybkiej dystrybucji informacji i materiałów od dziennikarzy i mediów głównego nurtu w miejsce dłuższej polemiki na temat aktualnych wydarzeń, mieszankę informacji i komentarzy. Wzrost liczby wpisów zazwyczaj powiązany jest właśnie z ważnymi, aktualnymi wydarzeniami[21], które stały się wiadomością w rezultacie popularności wpisu (wyświetlenia), jego natychmiastowego rozprzestrzenienia i wielokrotnego udostępniania[22]. W przypadku informacji na temat polskiej prezydencji w Radzie Unii Europejskiej tak się jednak nie stało.

Wsparty analizą obraz polskiego dziennikarstwa na platformie X potwierdza, że fach ten, uprawiany w naszym kraju, jest bardzo niebezpieczny dla opinii publicznej: spłycany do subiektywnie wyrażanych opinii, podawany z pominięciem kontekstu lub nacechowany konfrontacyjnie, bez przywiązywania wagi do rzetelności przekazu, często z naruszaniem zasad kultury dyskursu i etyki zawodowej. A jest taki, bo normy dziennikarskie uległy w dużej mierze zmianie, w miarę jak praktyki zawodowe zaczęły dostosowywać się do narzędzi mediów społecznościowych[23]. I to właśnie ma miejsce na polskim X.

[20] Wydłużanie limitu znaków we wpisie na Twitterze zaczęło się w 2017 r.

[21] A. Hermida, *Twitter as an Ambient News Network*, s. 360, https://www.alfredhermida.me/wp-content/uploads/2022/06/Twitter-as-an-Ambient-News-Network.pdf, dostęp z dn. 30.09.2025.

[22] Tamże, s. 366.

[23] Tamże, s. 300.

Literatura

Hermida A., *Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism*, „Journalism Practice" 2010, t. 4, nr 3.

Hermida A., *Twitter as an Ambient News Network*, s. 360, https://www.alfredhermida.me/wp-content/uploads/2022/06/Twitter-as-an-Ambient-News-Network.pdf, dostęp z dn. 30.09.2025.

Lasoń M., *Zagrożenia dla bezpieczeństwa Polski w XXI wieku w świetle analizy porównawczej kolejnych Strategii Bezpieczeństwa Narodowego*, „Bezpieczeństwo: Teoria i Praktyka" 2016, nr 10(3).

Łokić P., *Aktywność polskich dziennikarzy w serwisie Twitter – analiza wybranych przypadków,* „Kwartalnik Naukowy Ośrodka Analiz Politologicznych Uniwersytetu Warszawskiego" 2014, nr 12.

Norström R., Sobera W., *KIKŚ jako źródło informacji o sytuacjach kryzysowych i konfliktach dla młodych użytkowników mediów na przykładzie studentów dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2025, t. 68, nr 2(262).

Nguyen C. Thi, *Echo chambers and epistemic bubbles*, „Episteme" September 2018, nr 17(2).

Rudzińska L., *Twitter jako skuteczne narzędzie w pracy dziennikarza*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015.

Siapera E., Iliadi I., *Twitter, Journalism and Affective Labour*, „Sur Le Journalisme" 2015, t. 4, nr 1.

Netografia

Emocje w sieci, https://x.com/emocjewsieci/status/1952770917450310008, dostęp z dn. 30.09.2025.

Kaczyński P.M., *Polska stanie na czele Rady UE. Co to w praktyce oznacza? Wyjaśniamy,* https://wiadomosci.onet.pl/swiat/polska-stanie-na-czele-rady-ue-co-to-w-praktyce-oznacza-wyjasniamy/vqpty3z, dostęp z dn. 15.12.2024.

(MAT), *Stanowski, Bok i Lis to najczęściej czytani dziennikarze na Twitterze (X) w 2023 roku*, https://www.press.pl/tresc/79762,stanowski_-bok-i-lis-to-najczesciej-czytani-dziennikarze-na-twitterze-_x_-w-2023-roku, dostęp z dn. 30.09.2025.

Skóra M., *I po balu. Co osiągnęła polska prezydencja w UE?*, https://oko.press/i-po-balu-co-osiagnela-polska-prezydencja-w-ue?utm_source=onet&utm_medium=referral&utm_campaign=post, dostęp z dn. 30.09.2025.

Strona internetowa https://www.consilium.europa.eu/pl/press/press-releases/2025/05/27/safe-council-adopts-150-billion-boost-for-joint-procurement-on-european-security-and-defence, dostęp z dn. 30.09.2025.

Świsłowski K., *Plany polskiej prezydencji w UE do poprawki. Są braki, „reaktywne priorytety"*, https://energetyka24.com/oze/analizy-i-komentarze/plany-polskiej-prezydencji-w-ue-do-poprawki-sa-braki-reaktywne-priorytety, dostęp z dn. 30.09.2025.

https://doi.org/10.15633/9788383701776.15

Seweryn Puchała*
https://orcid.org/0000-0002-4185-610X
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Czy fotografia może być bezpiecznym medium? O ekspansji realizmu fotograficznego

Abstract:

Can photography be a safe medium? About the expansion of photographic realism. The aim of this article is to see that on the basis of photography (photojournalism, documentary, on the web, in social media), man acquires different kinds of information. Why does man think he can gain real information from photography? What is the role of photorealism and what is its expansiveness? Recent (digital) photography or *quasi-photography* (an image that looks like a photograph, but is not one) are not the only *places* in photography where the image of reality may have been falsified – and therefore give false information, this may have happened before. The phenomena mentioned are just a point of exacerbation of an already long-standing problem. The potential dangers in this respect will be demonstrated by a selection of modified photo and *quasi-photo* subjected to post-production. The article will conclude with a proposal for a label to mark unmodified and/or modified photographs for various types of publication (press, web, social media).

* Seweryn Puchała – doktor sztuki w dyscyplinie sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki; adiunkt na Wydziale Nauk o Komunikacji UPJP II w Krakowie; absolwent Instytutu Twórczej Fotografii Uniwersytetu Śląskiego w Opawie (Czechy, 2005 – dyplom pod kierunkiem prof. Vladimíra Birgusa oraz prof. Tomáša Pospěcha); Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie (2007 – dyplom w pracowni prof. Jana Nuckowskiego z projektowania komunikacji wizualnej); Papieskiego Uniwersytetu Jana Pawła II w Krakowie (2013 – teologia) oraz Uniwersytetu Jagiellońskiego (2018 – filologia czeska). Obszar poszukiwań artystycznych, projektowych i badawczych: szeroko pojęta komunikacja, szczególnie komunikacja wizualna, semiologia w komunikacji społecznej, projektowaniu, sztuce i wierze. Od 2013 r. ksiądz w Kościele rzymskokatolickim.

Czy fotografia może być bezpiecznym medium? O ekspansji realizmu fotograficznego. Celem niniejszego artykułu jest zobaczyć, że na podstawie fotografii (fotoreportaż, f. dokumentalna, f. w sieci, f. w social mediach) człowiek pozyskuje różnego rodzaju informacje. Dlaczego człowiek uważa, że na podstawie fotografii może zdobywać prawdziwe informacje? Jaka jest rola fotorealizmu i czym jest jego ekspansja? Najnowsza fotografia (cyfrowa) czy *quasi-fotografia* (obraz wyglądający jak fotografia [zdjęcie], ale nią niebędący) to nie jedyne *miejsca* fotografii, w których mogło dojść do zafałszowania obrazu rzeczywistości – zatem przekazania fałszywych informacji, mogło zdarzać się tak już wcześniej. Wspomniane zjawiska to tylko punkt pogłębienia się już od dawna istniejącego problemu. Potencjalne zagrożenia w tym zakresie pokażą: wybrane modyfikowane zdjęcie oraz *quasi-zdjęcie*, oba poddane postprodukcji. Na koniec artykułu autor proponuje znaki służące do oznaczania niemodyfikowanych i/lub modyfikowanych zdjęć przeznaczonych do różnego rodzaju publikacji (prasa, sieć, social media).

Keywords

communication, media, photography, photo, analogue photography (that uses chemical processes), digital photography, photojournalism, quasi-photography, quasi-photo, artificial intelligence (AI)

komunikacja, media, fotografia, zdjęcie, fotografia analogowa, fotografia cyfrowa, fotoreportaż, quasi-fotografia, quasi-zdjęcie, sztuczna inteligencja (SI)

Fotografia (i realizm jako jej nadrzędna cecha) oraz informacja

F o t o g r a f i a (z gr. *foto* – *światło* i *grafein* – „pisać, malować") oznacza „zapisywane światłem" i odnosi się do obrazów zapisanych przez światło na światłoczułym materiale, tj. płycie, filmie uczulonym związkami srebra (fotografia srebrowa, w literaturze przedmiotu – fotografia analogowa), bądź światłoczułej matrycy cyfrowej (fotografia cyfrowa), w specjalnie do tego celu przygotowanym urządzeniu – nazywanym aparatem fotograficznym. Pierwowzorem aparatu fotograficznego była *camera obscura* (z łac. „ciemne pomieszczenie, pokój"),

zasada jej działania była znana już w starożytnych Chinach w V w. p.n.e., mianowicie: promienie słońca (potem również światła sztucznego) wpadające do ciemnego pomieszczenia załamują się w otworze i tworzą na przeciwległej ścianie odwrócony do góry nogami obraz tego, co znajduje się przed otworem[1]. Do dzisiaj działa tak każdy aparat fotograficzny, również cyfrowy. Okazuje się, że nie inaczej działa ludzkie oko i ten sam mechanizm powstawania obrazu powtarza się w ludzkiej gałce ocznej[2]. Takie obrazy nazwano obrazami technicznymi[3] lub mechanicznymi[4], czyli takimi, które powstały bez udziału człowieka. Uściślijmy: człowiek nie rysował, nie malował tych obrazów swoimi rękami na płaszczyźnie, a jedynie trzymał aparat fotograficzny, wybrał kadr, wywołał film, wykonał odbitkę (lub dla procesu cyfrowego: zrzucił zdjęcie na komputer, dokonał postprodukcji, opublikował). To bardzo ważne, abyśmy zobaczyli precyzyjnie, których czynności w tym procesie obrazotwórczym dokonał człowiek, a których światło na specjalnie przygotowanym materiale w specjalnym urządzeniu – aparacie fotograficznym. Aparat ten Flusser nazywa *apparatusem*, co z naszego punktu widzenia jest niezwykle ciekawe, jednak potrzebuje osobnego omówienia. Zdaniem Flussera bowiem *apparatus* to szczególny mechanizm budowania informacji w połączeniu z realizowaniem pewnych wbudowanych w nie programów zależnych od wielu czynników[5].

Realizm jako nadrzędna cecha fotografii

Prześledzenie czynności człowieka w procesie powstawania obrazu fotograficznego (technicznego/mechanicznego) powinno zaowocować stwierdzeniem, że

[1] N. Rosenblum, *Historia fotografii światowej,* przekł. I. Baturo, Bielsko-Biała 2005, s. 192.

[2] J. Młodkowski, *Aktywność wizualna człowieka*, Warszawa 1998, s. 116.

[3] V. Flusser, *Ku filozofii fotografii*, przekł. P. Maniecki, wst. P. Zawojski, Warszawa 2015, s. 49.

[4] A. Bazin, *Ontologia obrazu fotograficznego*, [w:] *Film i rzeczywistość. Wybór tekstów*, przekł. i posł. B. Michałek, Warszawa 1963, s. 13; C. Freeland, *Fotografie i ikony,* [w:] *Fotografia i filozofia. Szkice o pędzlu natury*, red. S. Walden, przekł. I. Zwiech, Kraków 2013, s. 63.

[5] V. Flusser, *Ku filozofii fotografii*, dz. cyt., s. 59n. i 110n.

obraz ten (czyli fotograficzny) jest niezależny od rąk człowieka[6]. Od ponad 180 lat, czyli czasu wynalezienia (oficjalnego ogłoszenia – w 1839 r.) tego wynalazku przez Francuską Akademię Nauk, to stwierdzenie towarzyszy człowiekowi i pozwala mu nazwać fotografię – z d j ę c i e m, czyli zdjętym z rzeczywistości za pomocą promieni słonecznych (lub światła sztucznego) realistycznym obrazem rzeczywistości. Kiedy pojawił się wynalazek fotografii, miał on istotny wpływ na zdobywanie informacji. Warto w tym miejscu zauważyć, że *camera obscura* była w tym czasie wykorzystywana do robienia szkiców w trakcie modnych wówczas dalekich podróży. Henry William Fox Talbot w czasie jednej z nich w 1833, prowadzącej do Włoch (swojej podróży poślubnej), pomyślał, aby obraz powstały na matowej szybce *camera obscura* zamiast rysować *w jakiś sposób* utrwalić. Po powrocie do Anglii rozpoczął pracę nad realizacją swojej idei[7]. Wiek XIX obfitował w dalekie podróże. Dla zamożnych Anglików były one *obowiązkowe*. Często odwiedzali oni ruiny czy inne pamiątki starożytności i po takiej eskapadzie chcieli pochwalić się swoimi *zdobyczami* – tym, co widzieli. Wydawało się, że fotografia będzie się do tego świetnie nadawać, zdecydowanie lepiej niż szkice czy akwarele, ponieważ zdjęcia będą o b i e k t y w n e – będą pokazywały świat taki, jakim jest, a nie taki, jakim wydaje się człowiekowi, że jest. Zdaniem Kendalla L. Waltona „kluczowa różnica tkwi w tym, że w przypadku szkiców z a w i e r z a m y przekonaniu ich autora o istnieniu dinozaura, czego nie robimy w przypadku fotografii”[8]. Takie przekonanie funkcjonuje, gdyż „źródła nadzwyczajnego realizmu zdjęć upatruje się nie w tym, co przedstawiają, lecz w tym, jak doszło do ich powstania”[9], tj. technicznie/mechanicznie. Dlatego pewnie od swojego początku fotografia stała się nieodzownie związana z podró-

[6] Industrialne i bardzo dosłowne określenie *acheiropoietos* (?) – „nie ręką ludzką uczynione”, używane w odniesieniu do ikon. Cynthia Freeland w swojej pracy *Fotografie i ikony* (dz. cyt., s. 63-85) poszukuje punktów styku pomiędzy tymi dwoma rodzajami obrazów.

[7] S. Sontag, *O fotografii*, przekł. S. Magala, Kraków 2017, s. 97; N. Rosenblum, *Historia fotografii…*, dz. cyt., s. 27.

[8] K.L. Walton, *Przezroczyste obrazy: o naturze realizmu fotograficznego,* [w:] *Fotografia i filozofia. Szkice o pędzlu natury*, dz. cyt., s. 47.

[9] Tamże, s. 44.

żowaniem[10]. Zdobywanie informacji to – rzecz jasna – nie podstawowa funkcja fotografowania w czasie podróży. W dzisiejszym świecie aparaty fotograficzne wbudowane w smartfony niezwykle ułatwiają takie *zdobywanie świata,* dodatkowo można takie zdjęcie natychmiast wysłać na drugi koniec świata. Zasada *pics or didn't happen* zapanowała na dobre. Zatem w takim przypadku mamy do czynienia z dwojakim charakterem informacji: z tym, co znalazło się na zdjęciu, oraz samym potwierdzeniem (dowodem) odbycia podróży.

Ze względu na zdobywanie informacji oraz jej zasięg warto zauważyć różnicę pomiędzy pierwszymi fotografiami – dagerotypiami oraz fotografiami wykonanymi metodą Talbota – dzisiaj dobrze znanym procesem negatywowo-pozytywowym, aczkolwiek już niestosowanym na szeroką skalę od czasu pojawienia się fotografii cyfrowej. Louis Jacques Mandé Daguerre dał światu proces bliższy malarstwu przez uzyskanie tylko jednego egzemplarza – jednej fotografii; z kolei proces Talbota pozwalał uzyskać wiele odbitek z jednego negatywu. Jednak idea nieograniczonego powielania fotografii była *prawdopodobnie zbyt abstrakcyjna* dla ówczesnych[11]. Z interesującego nas punktu widzenia – gromadzenia informacji – druga połowa XIX w. przyniosła nam dagerotyp jako jeden niepowtarzalny egzemplarz, ale za to bogaty w wierne odwzorowanie szczegółów oraz odbitkę z możliwością powtarzania nieskończenie wiele razy z jednego negatywu w procesie negatywowo-pozytywowym, przy mniej dokładnym odwzorowaniu szczegółów i początkowo dłuższym czasie naświetlania. Być może nie był to wówczas podnoszony problem, ale moglibyśmy spojrzeć na to w ten sposób: czy chcemy wierne, bardziej szczegółowe odwzorowanie, ale w jednym egzemplarzu (na blaszce) czy nieco mniej szczegółową (tylko na początku, ponieważ najpierw Talbot, a potem również inni pracowali nad ulepszeniem procesu negatywowo-pozytywowego), ale dającą się powielać, właściwie w nieskończoność (w grę wchodzi tylko mechaniczne zniszczenie negatywu, sam bowiem negatyw nie zużywa się wraz z dużą ilością zrobionych z niego odbitek)

[10] S. Sontag, *O fotografii,* dz. cyt., s. 182.

[11] N. Rosenblum, *Historia fotografii*…, dz. cyt., s. 24-27.

i mniej trwałą (na papierze) odbitkę. Próbę czasu przetrwał proces negatywowo-pozytywowy Talbota[12]. Więcej jednakowych zdjęć-odbitek to większy zasięg informacji, co również podkreśla Flusser. Fotografie nie potrzebują szczególnie skomplikowanego nośnika[13]. Warto podkreślić tę charakterystykę w zetknięciu z fotografią cyfrową, która nie potrzebuje już papieru, pozostaje jednak nadal fotografią, *ergo* – potrzebuje aparatu fotograficznego, specjalnie przygotowanego urządzenia opartego na działaniu mechanizmu *camera obscura*. Fotografia cyfrowa pozostaje fotografią w przeciwieństwie do tej generowanej przez SI, która nie potrzebuje aparatu, a jedynie komputera podłączonego do sieci. Rozpatrujemy tutaj tylko zdjęcia, które zostały zamieszczone w prasie jako fotoreportaż czy fotografia dokumentalna, w sieci czy w mediach społecznościowych w celu przekazania informacji (nie zaś jako dzieło sztuki). Zdjęcia te powstały jak każde inne, dlatego rozważając rolę fotografii umieszczonej w celach informacyjnych, sięgamy do jej historii jako całości i badamy jej fenomen, by w ten sposób móc zbadać fotografie pełniące uprzywilejowaną rolę w pozyskiwaniu informacji. Mamy jednak świadomość, że wielu twórcom fotograficznych obrazów/zdjęć nie chodziło o przekazywanie za ich pomocą obiektywnych informacji o świecie. Wyjaśnienia wymaga jeszcze użycie terminów „fotografia", „obraz fotograficzny" i „zdjęcie". W niniejszym artykule są one synonimami[14].

I n f o r m a c j a to z języka łacińskiego: przedstawienie, pojęcie, ale także wizerunek czy zarys[15]. „W teorii informacji jeden z elementów niezbędnych do funkcjonowania jakiegokolwiek układu"[16]. Wybitny polski językoznawca Witold Doroszewski podaje taką definicję informacji w swoim słowniku: „powiadomienie o czym, zakomunikowanie, zakomunikowanie czego; wiadomość,

[12] Tamże, s. 23.

[13] V. Flusser, *Ku filozofii fotografii*, dz. cyt., s. 99-100.

[14] Podobnie jest w literaturze przedmiotu. Zob. *Zdjęcie* [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, https://sjp.pwn.pl/doroszewski/zdjęcie;5528816, dostęp z dn. 5.07.2024.

[15] K. Kumaniecki, *Słownik łacińsko-polski*, Warszawa 1979, s. 260.

[16] A. Falkowski, *Informacja* [hasło], [w:] *Encyklopedia katolicka*, t. 7, red. J. Duchniewski, Lublin 1997, kol. 196.

rzecz zakomunikowana, pouczenie"[17]. Informacja odgrywa zasadniczą rolę w komunikacji. Można powiedzieć, że ją umożliwia – jest niezbędnym jej elementem, który jest wymieniany, przekazywany. Komunikacja jest rzeczywistością wielopłaszczyznową i wieloaspektową[18] – stąd charakter informacji może być różny, co w niniejszym artykule jest istotne. Teoria informacji opisuje informację, systemy i entropię. Pierwszą teorię stworzył niemal w połowie XX w., zatem sto lat po narodzinach fotografii, Claude Elwood Shannon, amerykański inżynier i matematyk, „ojciec teorii informacji"[19]. W swoim dziele *A Mathematical Theory of Communication* z 1948 Shannon tworzy podstawy *ilościowej teorii informacji*[20]. Na gruncie polskiej nauki bardzo ważnym twórcą w tej dziedzinie okazał się Marian Mazur, polski inżynier i dr hab. nauk technicznych, polskiemu czytelnikowi niestety mało znany. Ponieważ jednak jego praca nadal wydaje się aktualna, posłużymy się zawartymi w niej twierdzeniami. *Ojciec teorii informacji* Shannon – jak się wydaje – pominął w swojej pracy kwestie jakościowe, zatrzymując się tylko na ilościowych, co zauważył z kolei Mazur, tworząc *jakościową teorię informacji* w roku 1970, w swoim dziele pod tym samym tytułem. Obok znalezienia odpowiedzi na pytanie ilościowe: „jak mierzy się informację?" Mazur stawia pytanie jakościowe: „co to jest informacja?"[21]. Znalezienie tych odpowiedzi nasuwa konieczność przeanalizowania znanych układów wytwarzania i przekazywania wiadomości[22]. Następnie polski uczony dokonuje podziału na informacje opisujące i identyfikujące[23], gdzie informacje identyfiku-

[17] Zob. *Informacja* [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, https://sjp.pwn.pl/doroszewski/informacja;5434715, dostęp z dn. 5.07.2024.

[18] E. Kasjaniuk, *Komunikacja* [hasło], [w:] *Encyklopedia katolicka,* t. 9, red. B. Migut, Lublin 2002, kol. 510-511.

[19] K. Niziołek, *Teoria informacji* [hasło], [w:] *Encyklopedia zarządzania,* https://mfiles.pl/pl/index.php/Teoria_informacji#google_vignette, dostęp z dn. 5.07.2024.

[20] C.E. Shannon, *A Mathematical Theory of Communication,* https://www.itsoc.org/about/shannon-1948, s. 10-13, dostęp z dn. 5.07.2024.

[21] M. Mazur, *Jakościowa teoria informacji*, Warszawa 1970, s. 170, http://autonom.edu.pl/publikacje/mazur_marian/jakosciowa_teoria_informacji-tiff.pdf, dostęp z dn. 20.02.2024.

[22] Tamże, s. 22.

[23] Tamże, s. 194.

jące odpowiadałyby teorii ilościowej informacji, a informacje opisujące – teorii jakościowej informacji[24].

Z punktu widzenia fotografii przekazującej informacje warto jeszcze zwrócić uwagę w pracy Mazura na takie terminy, jak *parainformowanie, transinformowanie*, w tym *transinformowanie równościowe*, *analogowe*, *tożsamościowe*. Ich szersze wyjaśnienie ze względu na swoją złożoność wymaga autonomicznego artykułu. Zasadnym jest również zbadanie użycia terminu *fotogram* i *fotografia* w *jakościowej teorii informacji*. Nie są to bowiem terminy w stu procentach tożsame, jednak ich zastosowanie przez Mazura nie jest do końca jednoznaczne[25].

Przyjmuje się (abstrahując od teorii Mazura), że dzieło sztuki – zatem i obraz – w tym wypadku obraz fotograficzny – to „swoistego rodzaju kanał informacyjny"[26]. Informacja przekazywana jest odbiorcy za pomocą kodu, bada się nie tyle sam obraz – dzieło (jak w przypadku historii sztuki), ale przekaz informacji, który dokonuje się w układzie autor – obraz/dzieło (np. rzeźba, w naszym przypadku zaś obraz fotograficzny/zdjęcie) – odbiorca. Należy tutaj podkreślić: elementy te mogą być świadomie lub podświadomie umieszczane przez twórcę/autora. Mazur odczuwanie dzieła sztuki nazywa p a r a d e z i n f o r m o w a n i e m s y m u l a c y j n y m[27]. Nie chcemy tutaj wchodzić w szczegóły rozróżnienia obrazu malarskiego, dzieła sztuki czy obrazu fotograficznego/zdjęcia. Na tym etapie rozważań ważna jest wizualność obrazu, a nie jego pochodzenie, które nie zawsze jest oczywiste – zazwyczaj bowiem widzimy reprodukcję dzieła sztuki, np. *Damę z gronostajem* Leonarda da Vinci znamy przede wszystkim z reprodukcji (na co dzień mało kto zdaje sobie sprawę z rozbieżności pomiędzy oryginalnym dziełem wiszącym np. w muzeum a jego reprodukcjami

[24] Tamże, s. 189-194.

[25] Tamże, s. 99 i 170; *Fotogram* [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego PWN*, https://sjp.pwn.pl/slowniki/fotogram.html, dostęp z dn. 26.02.2024.

[26] B. Krasucka, *Informacja w historii sztuki* [hasło], [w:] *Encyklopedia katolicka,* t. 7, dz. cyt., kol. 198-199.

[27] M. Mazur, *Jakościowa teoria informacji*, dz. cyt., s. 164. Wyróżnienia w tekście – zawsze w niniejszym artykule: SP.

w różnego rodzaju wydawnictwach; posądzenie o małostkowość w tej kwestii jest zupełnym niezrozumieniem problemu reprodukcji, gdzie bardzo duże znaczenie mają zarówno umiejętności fotografującego, np. dobór właściwego balansu bieli, jak i możliwości druku; zbyt ciepłe tonalnie lub zimne reprodukcje będą niosły inny przekaz). Z przyjętego punktu widzenia autor niniejszego artykułu bada fenomen wizualności w kontekście informacji, a nie dzieła samego w sobie. Idąc za Flusserem, „wartość nie tkwi w rzeczy, ale w informacji na jej powierzchni”[28]. Zdaniem teoretyków zadaniem artysty – w tym wypadku również fotografa – jest zbudowanie pewnego przejścia, przez które wydostają się różnego rodzaju elementy informacyjne. Mazur zaznacza, że: „To, co humaniści nazywają «treścią», «znaczeniem», «rozumieniem» itp., jest po prostu dołączaniem się własnych parainformacji odbiorcy do informacji otrzymywanych przezeń z zewnątrz”[29]. „Dołączaniem się własnych parainformacji odbiorcy do informacji otrzymywanych przezeń z zewnątrz” możemy językiem psychologii poznania i jej wybitnego przedstawiciela Jerome’a S. Brunera nazwać wychodzeniem poza dostarczone informacje[30]. W przypadku obrazu – w tym obrazu fotograficznego – ważnym punktem refleksji jest zbadanie *nieświadomych przekazów elementów kulturowych zbiorowości* oraz tego, jak – świadomie i podświadomie – fotograf umieszcza różnego rodzaju elementy mogące posłużyć za informacyjne. W ten sposób bowiem fotografia staje się dość specyficznym kanałem informacji. Bardzo ważnym etapem będzie tutaj kwestia dekodowania obrazu fotograficznego, szczególnie może się to okazać ważne w obliczu przetwarzania fotografii generatorami wykorzystującymi sztuczną inteligencję. Kodowanie i dekodowanie – zdaniem Brunera – jest to „właściwy danej osobie sposób grupowania informacji o świecie oraz ustalanie zależności między nimi, podlegający nieustannym zmianom i reorganizacji”. Dodatkowo – co z punktu

[28] V. Flusser, *Ku filozofii fotografii*, dz. cyt., s. 100.

[29] M. Mazur, *Jakościowa teoria informacji*, dz. cyt., s. 166.

[30] J. Bruner, *Poza dostarczone informacje*, wyb., red. i wst. J. Anglin, przekł. B. Mroziak, Warszawa 1978, s. 384.

widzenia kreatywności jednostki zarówno w tworzeniu, jak i odczytywaniu fotografii jest istotne – Bruner zauważa, że kodowanie może zawierać wytwarzanie pomysłów, przez co wymaga to zajmowania się wszystkim, co wchodzi w skład systemów kodujących[31] – stąd zapewne interdyscyplinarność zajmujących się nauką o komunikacji społecznej i mediach jest jednym z wielu pomysłów na drodze kodowania i dekodowania informacji. Już Mazur zauważył, że współczesna sztuka czyni odbiorcę niejako współtwórcą dzieła sztuki[32]. Dzieje się tak zapewne przez twórcze podejście zarówno w wytwarzaniu efektywnych systemów kodujących, jak i właściwego ich zastosowania i analogicznie umiejętności ich dekodowania (odczytania) przy również właściwym zastosowaniu. Biorąc powyższe rozważania pod uwagę, człowiek – odbiorca – może na podstawie fotografii wychodzić poza dostarczone informacje i w ten sposób budować i tworzyć nowe informacje o otaczającym go świecie. Niezwykle ważne jest jeszcze jedno uściślenie: by czytelnik nie miał wrażenia wewnętrznej sprzeczności budowanych tutaj twierdzeń. Z jednej strony zajmujemy się tylko wizualną stroną fotografii/zdjęć (powierzchnia), z drugiej – co jest fundamentalne w niniejszym artykule – patrząc na zdjęcia, człowiek zakłada, że ich wizualna warstwa powstała bez zniekształcającego subiektywnego udziału człowieka. W niniejszym artykule staramy się pokazać, że nawet w takim wypadku (tj. kiedy obraz powstaje bez bezpośredniego udziału człowieka) może dojść do subiektywnego ujęcia i nie można przyjmować zdjęcia jako obiektywnego obrazu rzeczywistości. Innymi słowy: jedno nie wyklucza drugiego.

Aaron Meskin i Jonathan Cohen w swoim artykule *Fotografie jako materiał dowodowy* z wielką uwagą analizują problem zdobywania informacji za pomocą fotografii, czyli jej status poznawczy (ang. *epistemic*). Dzielą oni informacje zawarte w fotografiach na: *v-informacje* – będące widzialnymi właściwościami przedstawianych obiektów oraz *e-informacje* – mówiące o relacji obiektu wzglę-

[31] Tamże.

[32] M. Mazur, *Jakościowa teoria informacji*, dz. cyt., s. 164; J. Krupiński, *Intencja i interpretacja Genesis Andrzeja Pawłowskiego*, Kraków 2001, s. 24-25.

dem fotografującego[33]. Dalej autorzy próbują wskazać powody uprzywilejowanej pozycji fotografii jako narzędzia poznania – jest nimi m.in. przekonanie dotyczące tego rodzaju obrazowania[34]. Rozważania te odnoszą się do procesów zarówno analogowego, jak i elektronicznego zdobywania obrazów rzeczywistości. Ich artykuł jest polemiką z pracą Waltona pt. *Przezroczyste obrazy: o naturze realizmu fotograficznego*. Przezroczystość dla Waltona jest możliwością patrzenia na świat w sposób wolny od interpretacji autora zdjęcia. Pisze on: „Osoby oglądające fotografie pozostają w percepcyjnym kontakcie ze światem"[35]. W podobnym duchu pisze Roland Barthes: „Niezależnie od tego, co ukazuje zdjęcie, i jak to czyni, jest ono zawsze n i e w i d o c z n e: to nie zdjęcie widzimy"[36]. Poznawcza (epistemologiczna) analiza, a przez to wartość fotografii nie jest tematem niniejszej pracy – wymaga ona bowiem indywidualnego potraktowania, bardziej być może przypomnienia, ponieważ wiele już w tym temacie zostało napisane. Niewątpliwie ważną pozycją w języku polskim jest *Fotografia i filozofia. Szkice o pędzlu natury*, pod redakcją Scotta Waldena. Angielski tytuł pracy jest bardzo wymowny, bowiem *Essays on the Pencil of Nature* przez identyczność sformułowania (*Pencil of Nature*, 1844-1846) błyskawicznie odnosi do pierwszej – autorstwa samego Talbota – „pracy wyjaśniającej i ilustrującej naukowe i praktyczne zastosowanie fotografii"[37]. W niniejszej pracy chcemy zobaczyć, że fotografia ze względu na sposób powstawania od samego początku cieszyła się większym niż malarstwo czy rysunek *zaufaniem* poznawczym nadanym jej przez oglądających. I chcemy zobaczyć, że zaufanie to mogło być nie do końca uzasadnione już wtedy, tzn. od samego początku istnienia fotografii.

[33] A. Meskin, J. Cohen, *Fotografie jako materiał dowodowy*, [w:] *Fotografia i filozofia. Szkice o pędzlu natury*, dz. cyt., s. 90n.

[34] Tamże, s. 88.

[35] K.L. Walton, *Przezroczyste obrazy: o naturze realizmu fotograficznego*, dz. cyt., s. 61.

[36] R. Barthes, *Światło obrazu. Uwagi o fotografii*, przekł. J. Trznadel, Warszawa 2008, s. 17.

[37] N. Rosenblum, *Historia fotografii*…, dz. cyt., s. 31.

Manipulowanie obrazem

By zobaczyć, jak niebezpieczny i ekspansywny jest realizm fotograficzny (nazywany również w literaturze przedmiotu – fotorealizmem), zobaczymy dwa obrazy. Pierwszy z nich jest fotografią z 1982 r., poddaną *małej modyfikacji*. Zdjęcie zostało wykonane techniką analogową, pochodzi zatem z czasów przed fotografią cyfrową, w tym czasie wszelkie modyfikacje były trudniejsze do wykonania i łatwiej rozpoznawalne[38]. Drugi obraz łudząco przypomina fotografię; jest – można powiedzieć – kolażem różnych fotografii znalezionych w sieci i na ich podstawie wygenerowanym przez algorytm używający sztucznej inteligencji; pochodzi z roku 2023. Fotografię piramid w Gizie (bo o nich będzie mowa) i *quasi-fotografię* (obraz wyglądający jak fotografia – zdjęcie – ale nią niebędący) papieża Franciszka dzieli nieco ponad 40 lat. Warto zauważyć, do jak wielkich zmian doszło w dziedzinie samej fotografii i tym, co odbieramy jako fotografię/zdjęcie. Od analogowej fotografii wykorzystującej specjalnie przygotowane urządzenie – aparat fotograficzny i opartej na procesie negatywowo-pozytywowym, by zapisać za pomocą światła obrazowaną rzeczywistość na materiale światłoczułym (każdy skrupulatnie wymieniony element jest tutaj ważny i niedający się pominąć) do *quasi-fotografii* (niebędącej fotografią/zdjęciem, ale na nią wyglądającej) potrzebującej tylko komputera oraz dostępu do sieci. Oba prezentowane obrazy nie są prawdziwe, tzn. nie oddają zaistniałej w rzeczywistości sytuacji (piramidy bowiem nie były tak blisko siebie, a papież Franciszek nie pokazywał się publicznie w kurtce puchowej znanej marki modowej), a jednak wielu, patrząc na nie i nie wiedząc o kulisach ich powstania, odbiera je jako prawdziwe.

W literaturze przedmiotu znany jest przypadek okładki „National Geographic" z lutego 1982 r., kiedy to wydawca *przybliżył* do siebie dwie piramidy, by się „zmieściły" w pionowym kadrze okładki czasopisma (zdjęcie zostało

[38] S. Goldberg, *How We Spot Altered Pictures*, https://www.nationalgeographic.com/magazine/article/editors-note-images-and-ethics, dostęp z dn. 5.07.2024.

bowiem zrobione w kadrze poziomym). Cały zabieg oraz jego głęboka wymowa zostały szeroko omówione[39]. Swój zabieg wydawca magazynu określił jako „zwyczajne ustanowienie nowego punktu widzenia poprzez retroaktywne przemieszczenie fotografa o kilka centymetrów w bok"[40] i – jak się wydaje – nie odczytywał tego *zabiegu* w kategoriach etycznych mówienia/pokazywania prawdy o świecie poprzez manipulację obrazem, a jedynie w kategoriach estetycznych – by zdjęcie jak najlepiej korespondowało kompozycyjnie z pionowym układem okładki. Ważne jest tutaj, by zobaczyć, że kto inny robi zdjęcia „w terenie", kto inny decyduje o tym, które (zdjęcia) zostaną wydrukowane w magazynie, a które na okładce. W naszej refleksji nie jest to ważne – ważne jest coś zupełnie innego, mianowicie: w roku 1982 „National Geographic" obok telewizji i różnego rodzaju encyklopedii było jednym z liczących się źródeł zdobywania wiedzy o świecie. Ingerowanie w zdjęcie to zmiana informacji w nim zawartych, choć niekoniecznie każdy czytający to czasopismo musiał zwracać uwagę na odległość jednej piramidy od drugiej. Ważne jest, że wydawca dokonał tych zmian, zatem zgodził się na zmianę informacji przekazywanych za pomocą zdjęcia piramid. Martha Rosler zauważa nawet, że „piramidy stanowią właśnie obraz niezmienności – niezmienności obiektów" – i pyta, czy to nie zdrada historii[41].

Drugi przykład, który omówimy, to *quasi-zdjęcie* papieża Franciszka w kurtce puchowej znanej firmy modowej. *Quasi-zdjęcie* niemal błyskawicznie obiegło sieć, stając się prawdziwym hitem (viralem), w marcu 2023, autorka artykułu zamieszczonego na jednym z portali gorzko zauważyła, że mało kto ostrzega przed takimi fake newsami, a na posty tych, którzy to robią, są nakładane nakładki „z brakującym kontekstem"[42]. Papież Franciszek w modnej kurtce

[39] S. Kember, *„Cień przedmiotu", fotografia i realizm*, [w:] *Teoria i estetyka fotografii cyfrowej. Antologia*, wyb., wprowadz. i red. P. Zawojski, przekł. J. Kucharska, K. Stanisz, Warszawa 2017, s. 46.

[40] Tamże.

[41] Cyt. za: S. Kember, *„Cień przedmiotu", fotografia i realizm*, dz. cyt., s. 47.

[42] J. Dąbrowska-Cydzik, *Fejkowe zdjęcie papieża Franciszka. Demaskujące to wpisy Facebook oznacza jako dezinform*ację, https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/papiez-franciszek-kurtce-balenciaga-zdjecie-deepfake-sztuczna-inteligencja-dezinformacja, dostęp z dn. 5.07.2024.

to dla wielu nic złego, może nawet wyraz postępu głowy instytucji, która uchodzi za skrajnie konserwatywną we współczesnym świecie. Ciekawe są pobudki kierujące kimś, kto generuje *quasi-zdjęcie* papieża Franciszka[43]. *Quasi-zdjęcie* papieża jest uznawane za pierwsze wprowadzające w błąd w tak wielkiej skali[44]. Ze względu na to, że do użycia tego *quasi-zdjęcia* generator sztucznej inteligencji użył fotografii rzeczywiście istniejących w sieci, wygląda ono na zdjęcie. W rzeczywistości jest jednak kompilacją kilku różnych zdjęć (być może tylko dwóch). I choć trudno jest sprawdzić przebieg całej operacji generowania takiego *quasi-zdjęcia*, jedno jest pewne: nie powstało ono z wykorzystaniem urządzenia opartego na działaniu mechanizmu *camera obscura*, które powszechnie nazywamy aparatem fotograficznym (ang. *camera*), tzn. nie sfotografowano zaistniałej sytuacji, czyli nie zdjęto obrazu z rzeczywistości. Sytuacji takiej nie było, a przynajmniej nie jest ona udokumentowana w inny sposób niż wspomniana *quasi-fotografia*. Ten, kto wygenerował to *quasi-zdjęcie* (czy jest on autorem?), przyznał, że zrobił to za pomocą algorytmu, a następnie efekt zamieścił w sieci[45].

Quasi-fotografia

Ogólnie przyjmuje się, że fotografie są realistyczne, ponieważ są wolne od subiektywnej roli rysującej, malującej ręki człowieka. Wróćmy jeszcze na chwilę do diachronicznego spojrzenia na historię medium, jakim jest fotografia. Przypomnijmy: od V w. p.n.e. do czasu pojawienia się fotografii cyfrowej, włącznie, nic się nie zmieniło w samym sposobie otrzymywania obrazu; zmienił się jedynie sposób jego z a p i s u. Z kolei pojawienie się obrazów w y g l ą d a j ą c y c h tylko jak fotografie, które na nasz użytek nazwaliśmy q u a s i -

[43] M. Gajewski, *Twórca hitowego zdjęcia SI z papieżem: „trzeba koniecznie ukrócić te praktyki”*, https://spidersweb.pl/2023/03/papiez-franciszek-balenciaga.html, dostęp z dn. 5.07.2024.

[44] R. Broderick, *I think Balenciaga pope might be…*, https://x.com/broderick/status/1640039713649094656, dostęp z dn. 5.07.2024.

[45] M. Gajewski, *Twórca hitowego zdjęcia SI z papieżem*…, dz. cyt.

-fotografiami i quasi-zdjęciami, w sposób zdecydowany przecięło diachronię rozwoju fotografii, w jej miejsce przyjdzie rozważać historię fotografii synchronicznie. Fotografie nadal powstają i będą powstawały w tradycyjny sposób, czyli poprzez różnego rodzaju aparaty, oparte na działaniu mechanizmu *camera obscura*, jednak obok nich ikonosferę[46] bardzo szybko wypełnią *quasi-fotografie* – takie, które nie korzystają z aparatów, a jedynie z maszyn liczących, tj. komputerów. Niezwykle ważnym, wartym zauważenia i jednocześnie trudnym do jednoznacznego określenia jest punkt załamania diachronicznego rozwoju historii fotografii. Nastąpił on z pewnością wcześniej, niż pojawiły się *quasi-fotografie* generowane przez SI. Z punktu widzenia przyjętego w niniejszym artykule określenie tego punktu nie jest warunkiem s*ine qua non* dalszej refleksji, gdyż chcemy zobaczyć, że informacje zdobywane za pomocą fotografii – nawet w czasie, kiedy nie myśleliśmy o innej fotografii (tj. cyfrowej czy generowanej przez SI) – mogły być niepełne, fałszywe etc., ponieważ fotografia jak każdy inny obraz jest tylko reprezentacją rzeczywistości[47], a nie rzeczywistością *par excellence*. I zawsze zależy od podmiotu, każdy kreuje swój obraz rzeczywistości[48]. Zdobywanie zatem informacji o świecie jest bardzo skomplikowanym procesem, bardziej niż się to wydaje w pierwszym zetknięciu, ponieważ każde widzenie jest interpretowaniem, a każde przed-rozumienie jest po-rozumieniem[49], dlatego też każde zdobywanie wiedzy przez podmiot jest wychodzeniem poza dostarczone informacje[50]. Celem niniejszej pracy jest pokazanie, że informacje zdobywane na podstawie fotografii wykonanej sposobem tradycyjnym, tj. opartym na działaniu mechanizmu *camera obscura*, a bez względu na rodzaj materiału, na którym dokonano zapisu, tj. film, papier światłoczuły czy światłoczuła matryca cyfrowa (CCD, CMOS), mogą być mylne, zawierać fałszywy obraz rzeczywisto-

[46] Pojęcie zdefiniował M. Porębski za: A. Szczerski, *Ikonosfera*, https://cbh.pan.pl/pl/ikonosfera, dostęp z dn. 5.07.2024.

[47] S. Kember, *„Cień przedmiotu", fotografia i realizm*, dz. cyt., s. 44.

[48] J. Krupiński, *Intencja i interpretacja Genesis Andrzeja Pawłowskiego*, dz. cyt., s. 24-25.

[49] K. Michalski, *Heidegger i filozofia współczesna*, Warszawa 1978, s. 89.

[50] J. Bruner, *Poza dostarczone informacje*, dz. cyt., s. 384.

ści, ponieważ nie będą o b i e k t y w n e, a jedynie s u b i e k t y w n e – zależne od patrzącego podmiotu. Codzienne i pobieżne zetknięcie się z fotografią pomija ten ważny aspekt, człowiek *chcąc nie chcąc* przyznaje fotografii p o z n a w c z e u p r z y w i l e j o w a n i e[51]. Nie uwierzymy w romans prezydenta, jego aresztowanie czy wiele innych sytuacji, które zobaczymy na obrazie namalowanym przez artystę malarza. Inaczej będzie w przypadku fotografii, również *quasi-fotografii*, czyli takiego obrazu, który fotografią n i e j e s t według przyjętej przez nas definicji, ale n a t a k ą w y g l ą d a. I to wydaje się nadrzędnym problemem nazwanym w tytule ekspansją realizmu fotograficznego, jakiś obraz wygląda na realistyczny, ponieważ wygląda jednocześnie na fotografię, tj. jakby przedstawiał s f o t o g r a f o w a n ą s c e n ę, w pierwszym odruchu przyjmowany jest za prawdziwy, ponieważ przedstawiona scena *musiała* zaistnieć przed obiektywem aparatu – dopiero szczegółowa analiza powinna doprowadzić do właściwych wniosków.

Głównym rezultatem fotograficznych (i nie tylko) fake newsów, będących już powszechnymi (np. były prezydent USA Donald Trump aresztowany i wiele innych), ma być podjęcie błędnych decyzji przez odbiorcę[52]. W XXI w. najdogodniejszą drogą znajdowania informacji wydaje się sieć. Według badań Eurostatu 36% populacji sprawdza uzyskane w ten sposób informacje[53] (może to dotyczyć również znalezionych w sieci fotografii). Ze względu na stale powiększające się światowe *archiwum* fotografii (w 2014 r. zrobiono ich bilion[54], w 2022 już prawie dwa biliony [1,72], co daje 54 500 na sekundę lub 4,7 miliarda dziennie; szacuje się, że w 2023 r. wykonano 1,81 biliona zdjęć[55]) problem ekspansji

[51] A. Meskin, J. Cohen, *Fotografie jako materiał dowodowy*, dz. cyt., s. 87.

[52] H.E. Kedar, *Fake News in Media Art: Fake News as a Media Art Practice Vs. Fake News in Politics*, „Postdigital Science and Education" 2020, t. 2(3), s. 132-146.

[53] Eurostat, *36% of young people in the EU verified online content*, https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240529-3, dostęp z dn. 5.07.2024.

[54] N. Mirzoeff, *Jak zobaczyć świat*, przekł. Ł. Zaremba, Kraków – Warszawa 2016, s. 20.

[55] R. Mukherjee, *70+ Photography Statistics 2024: Explore The Most Interesting Stats,* https://cameraprism.com/photography-statistics/, dostęp z dn. 5.07.2024.

realizmu fotograficznego wykorzystanego jako narzędzie *quasi-fotografii* generowanej SI staje się problemem palącym. Taki stan rzeczy rozumieją również ci, których wcześniejsze podejście do problemu obrazowania fotograficznego można było uznać za zbyt *beztroskie*. Zarówno bowiem „National Geographic" na swojej stronie informuje nas o tym, że już nigdy więcej nie przesunie piramid (*National Geographic's top editors explain how to keep photography honest in the era of Photoshop – a n d w h y t h e y ' l l n e v e r m o v e t h e p y r a m i d s a g a i n*[56]), jak i autor *quasi-fotografii* papieża Franciszka w puchowej kurtce, mówi: „trzeba koniecznie ukrócić te praktyki"[57]. Wydaje się, że zgoda co do tego, że problemem zająć się trzeba, jest powszechna, jednak nie wiadomo, jak to zrobić. Kolejne próby bowiem kończą się fiaskiem.

Propozycja znaku rozpoznawczego

„Minimum kontaktu z migawkami i zdjęciami reklamowymi wystarcza, by przekonać nas, że patrzeć na fotografię to niekoniecznie to samo, co widzieć prawdę"[58]. W tym miejscu można zastanowić się, dlaczego manipulujemy zdjęciami w obrębie fotografii reportażowej, dokumentalnej czy tej, którą posługujemy się w sieci czy mediach społecznościowych w celu przekazywania informacji (niebędących dziełami sztuki czy fotografią reklamową właśnie); dlaczego tak dużo uwagi, czasu i siły poświęcamy na postprodukcję? Już sam termin „postprodukcja" brzmi *złowieszczo*. Ani bowiem ani termin „post", ani „produkcja" nie zapowiadają nic ciekawego w odniesieniu do fotografii, bo oznaczają, że będziemy coś produkować – zatem wyrabiać masowo – i będziemy to robili p o (ang. *p o s t*) – w tym wypadku p o naświetleniu, p o zdjęciu obrazu z rzeczywistości. To może budzić niepokój, ponieważ rodzi pytania: w jakim celu ktoś po naświetleniu, kiedy wszystko powinno być już *gotowe*, a proces powstawania

[56] S. Goldberg, *How We Spot Altered Pictures*, dz. cyt.

[57] M. Gajewski, *Twórca hitowego zdjęcia SI z papieżem*…, dz. cyt.

[58] S. Walden, *Prawda w fotografii,* [w:] *Fotografia i filozofia. Szkice o pędzlu natury*, dz. cyt., s. 112.

obrazu jest już zamknięty, chce jeszcze coś dodać, ująć, zmienić etc.? Idąc dalej tym tropem, będziemy manipulować gotowym już obrazem i będziemy robić to w większej skali.

W tym miejscu trzeba jeszcze dodać, że w wypadku fotografii analogowej obraz naświetlony na materiale światłoczułym to jeszcze obraz utajony, tzn. taki, którego człowiek jeszcze nie widzi do momentu wywołania go w ciemni fotograficznej w wywoływaczu. Ważne jest również w tym miejscu wiedzieć, że obraz taki naświetlony na filmie lub papierze światłoczułym możemy ponownie naświetlić, niejako nakładając na ten pierwszy kolejny, nie zmienia to jednak faktu, że do momentu wywołania takiego materiału światłoczułego nie możemy zobaczyć (podglądnąć) ani pierwszego, ani drugiego czy kolejnego obrazu utajonego. Nie możemy zatem kontrolować takich obrazów. Pracując w ten sposób, polegamy w dużej mierze na intuicji.

Pytanie o manipulację obrazem nie jest również nowe, jak większość zadawanych w niniejszym artykule, w związku z obrazowaniem fotograficznym. Na początku XX w., zatem kiedy fotografia była jeszcze młodym wynalazkiem, Paul Strand tak pisał o manipulowaniu obrazem (oczywiście wówczas jeszcze nie była ona cyfrowa, ale dla nas ważne jest, że już wtedy gotowy, naświetlony obraz poddawano zmianom w różnych celach). Pisał on wówczas:

> „[…] Cała potencjalna siła każdego medium opiera się na czystości jego wykorzystania, a w wyniku jakichkolwiek prób jej zanieczyszczenia powstają tak nieudane dokonania, jak kolorowe akwaforty, malarstwo fotograficzne, a w fotografii – odbitki gumowe i technika olejowa itp., w których manipulacja i ingerencja ludzkiej ręki jest po prostu wyrazem bezsilnego pragnienia, by malować”[59].

[59] Cyt. za: W.J. Mitchell, *Oko zrekonfigurowane. Prawda wizualna w epoce post-fotograficznej*, [w:] *Teoria i estetyka fotografii cyfrowej. Antologia,* dz. cyt., s. 101.

Idea oznaczania manipulowanych zdjęć nie jest nowa, jak pisze Mitchell. Już około 1989 niektóre stowarzyszenia fotograficzne postulowały pewne kroki w tym kierunku:

> „[…] National Press Photographers Association wzywało do stworzenia kodeksu etycznego określającego zasady manipulacji obrazem cyfrowym, Associated Press przyjęło politykę, według której treść fotografii nigdy nie zostanie zmieniona lub poddana jakiejkolwiek manipulacji […] Norwegian Press Association sugerowało, by na każdej fotografii poddanej manipulacji zamieszczać międzynarodowy symbol ostrzegawczy”[60].

Pomysł autora niniejszego artykułu opiera się na analogii żywności modyfikowanej i niemodyfikowanej genetycznie GMO – DMP – *digitally modified pictur*e, analogicznie GMO Free DMP Free lub NDMP. Propozycja ta jest trochę inna, ponieważ chodzi o oznaczanie zdjęcia niemodyfikowanego cyfrowo. Dlaczego oznaczać głównie te zdjęcia? Z kilku powodów. Przede wszystkim wydaje się, że niemożliwym jest teraz oznaczać tylko modyfikowane zdjęcia, dlatego też do roku wprowadzenia znaku wszystkie zdjęcia powinno się uważać za modyfikowane, czyli takie, na podstawie których nie można pozyskiwać informacji, ew. informacje te mogą być traktowane jako hipotezy: „jeśli zdjęcie to nie było modyfikowane, to mówi nam to i to…”. W ten sposób możemy uniknąć przekłamań, ale – co jest ważniejsze – można w ten sposób wpłynąć na opinię publiczną, szczególnie tych, którzy chcą zajmować się fotografią reportażową, dokumentalną, zamieszczaną w sieci i mediach społecznościowych w celu przekazania informacji. To im powinno zależeć na wiarygodności ich zdjęć. Do tej pory nie było szerszej, publicznej debaty na ten temat, a pojedyncze głosy wybrzmiewały głównie przy okazji naruszeń regulaminów poszczególnych konkursów. Pisanie „jeśli…” pozwoli zbudować pewien ważny i potrzebny dystans poznawczy (w malarstwie nazwalibyśmy

[60] Tamże, s. 114.

to *odejściem*). Młodszych będzie uczyło ograniczonego zaufania w stosunku do zdjęć reporterów niedbających o uczciwość swoich zdjęć oglądanych np. w sieci.

Propozycja ta, wydaje się, *zmusi* fotoreporterów do podjęcia odpowiedzialności nie tyle za robione przez nich zdjęcia, ile za umieszczanie ich w periodykach, sieci jako obrazujące pewną rzeczywistość. Umieszczając znak NDMP / DMP Free, muszą zadać sobie pytanie, czy istotnie nie modyfikowali swoich zdjęć. Sytuacja odwrotna: umieszczanie znaku na modyfikowanych zdjęciach może prowadzić do tłumaczeń: „zapomniałem o tej modyfikacji". Stanie się tak, ponieważ nieumieszczanie znaku na zdjęciach nie wymaga myślenia. „Nie daję znaku – nie myślę. Chcę umieścić znak – muszę przemyśleć, czy moje zdjęcia poddałem obróbce czy też nie i jakie konsekwencje mogą mnie czekać". Być może trudno na tym etapie o jakieś jednoznaczne stanowisko rozwiązujące ten problem, trudno też uciekać się do jakiegoś arbitralnego rozwiązania. Nie niweluje to jednak konieczności działania w tym zakresie. Problem cyfrowej manipulacji zdjęć nie jest rozwiązywalny instytucjonalnie, tutaj największą rolę odgrywają media społecznościowe. Nie chodzi o to, by piętnować ludzi – co niestety nie będzie łatwe – ale by wypracować pewną kulturę dotyczącą zdjęć reportażowych, dokumentalnych czy wreszcie tych zamieszczanych w sieci i mediach społecznościowych w celach informacyjnych i służących budowaniu naszej wiedzy i świadomości. Dwuznaczności w pewnym sensie lub w pewnym stopniu nigdy nie unikniemy. W tym miejscu trzeba wyraźnie zaznaczyć wiążące się z tym trudności wynikające chociażby z interpretacji, kilka osób może w zupełnie różny i przeciwstawny sposób zinterpretować to samo zdjęcie. W niniejszym artykule mowa jest jednak o zdjęciach, które ze swojego założenia służą pozyskiwaniu informacji, dlatego tak ważne jest określenie modyfikacji cyfrowej lub jej braku.

Sama propozycja znaku graficznego – jego wyglądu – jest analogicznym nawiązaniem do symboli: *copyright* (©), *znaku towarowego* (™) czy też *all rights reserved* (®). Ważne jest, aby znak był prosty, wybierany z klawiatury, by każdy, kto uzna to za właściwe i spełni wymagania jego użycia (tzn. nie zmodyfikuje cyfrowo swoich zdjęć – czy to przez generator SI, czy w jakiś inny sposób), mógł go

użyć, np. opisując swoje zdjęcia, tj. podając ich tytuł czy w inny sposób. Powinna to być wyraźna deklaracja autora zdjęcia, dlatego też sposób umieszczania tego symbolu w opisie powinien być prosty. Autor proponuje dwa warianty dla znaku określającego brak modyfikacji cyfrowych i dwa warianty mówiące o tym, że dane zdjęcie zostało poddane takiej modyfikacji (il. 1-4).



il. 1



il. 2



il. 3



il. 4

Znak ten wykorzystuje tylko literę D (*digitally*) odbitą lustrzanie, co ma sugerować modyfikację cyfrową. Poza przekreśleniem nie posiada dodatkowych elementów – analogicznie do znaków *copyright*, *znaku towarowego* czy

all rights reserved. Brak modyfikacji cyfrowej symbolizuje przekreślenie litery *D* (*not digitally modified picture / digitally modified picture*). Rzecz jasna, jest to tylko propozycja uporządkowania tego obszaru. Jest to wysiłek karkołomny, jednak niepozbawiony sensu. I choć wygląda na syzyfową pracę, jest konieczny chociażby tylko dla zmiany mentalności odbiorców obrazów cyfrowych (zdjęć) i na takie wyglądających. Postulaty National Press Photographers Association czy Norwegian Press Association, o których była mowa powyżej[61], nie zostały wprowadzone do szerszego obiegu, nie oznacza to jednak, że powinniśmy się poddawać. Niniejsze postulaty czy propozycje innych autorów to głos w debacie na temat cyfrowej manipulacji obrazami fotograficznymi, warto stale pamiętać, co może umknąć w natłoku informacji i propozycji, że stale chodzi o oznaczanie zdjęć reportażowych czy uchodzących za dokumentujące jakąś rzeczywistość.

„Jedno zdjęcie mówi więcej niż tysiąc słów" – to obiegowa opinia, która wbrew pozorom zmusza nas do podjęcia odpowiedzialności za to, co publikujemy. Fotografie nas *uwodzą* i jesteśmy im w stanie bezgranicznie *zaufać*. To może prowadzić do zamieszania i budowania fałszywego obrazu świata, w którym żyjemy; może prowadzić do katastrofy epistemologicznej poprzez deformację obrazu naszej rzeczywistości. Poprzez realizm, który zwykliśmy nazywać fotograficznym, fotografia zajmuje w procesie poznawczym – jak już wspomniano powyżej – u p r z y w i l e j o w a n e miejsce[62], dlatego tak ważna jest refleksja na temat obrazów wyglądających na fotograficzne, a przetwarzanych i/lub generowanych cyfrowo. Dalej wydaje się, że sztuczna inteligencja przyspieszyła i pogłębiła refleksję na temat właśnie realizmu fotograficznego. Okazało się, że fotografia cyfrowa nie była na tyle silnym zjawiskiem kulturowym, by doprowadzić do pewnych rozwiązań, np. wspomnianego już kodeksu etycznego w zakresie manipulacji obrazem cyfrowym[63]. Pewne problemy pozostały na poziomie tylko postulatów. Gwałtownie przeobrażająca się ikonosfera naszych czasów (szacun-

[61] Tamże.

[62] A. Meskin, J. Cohen, *Fotografie jako materiał dowodowy,* dz. cyt., s. 87.

[63] W.J. Mitchell, *Oko zrekonfigurowane*…, dz. cyt., s. 114.

kowa liczba 1,81 biliona zdjęć wykonanych w 2023[64]) nie pozwala nam pozostać obojętnymi. Choć z jednej strony ilość wykonanych zdjęć nie jest jedynym ani decydującym faktorem zmieniającej się ikonosfery, to z drugiej można dojść do wniosku, że fotografia cyfrowa nie była wystarczającym przełomem w rozwoju naszej wizualnej przestrzeni (ikonosfery). *Quasi-fotografie* generowane za pomocą SI, a nie *zdejmowane* z rzeczywistości za pomocą światłoczułych materiałów (analogowych lub cyfrowych), doprowadziły do tego, że pewne stare pytania odżyły, zostały zadane na nowo. Choć nie są to już zdjęcia w ścisłym tego słowa znaczeniu, w dalszym ciągu to, jak SI przemieni fotografię, w jaki sposób wpłynie na jej wartość epistemologiczną (czy doprowadzi do katastrofy w tym zakresie czy nie, np. w procesie postprodukcji), wydaje się jednak nadal zależeć od człowieka. Podążając tropem Flussera, fotografia generowana przez SI to kolejny etap programu aparatów (w tym wypadku nie tylko fotograficznych), któremu człowiek się poddaje – przez to jest podległy niemal obsesji tworzenia setek tysięcy redundantnych zdjęć, wpadając w fotomanię powtarzania tego samego[65]. Dalej Flusser doskonale diagnozuje nowoczesne społeczeństwo jako nie tylko nieczytające, ale nawet niepotrafiące czytać. Zdaniem filozofa czytać będą tylko specjaliści; człowiek zapomniał bowiem, że to on stworzył tekst i obraz – tekst jako metakod obrazu. Teraz dzieje się odwrotnie: obraz stał się metakodem tekstu[66]. Myliłby się jednak ten, kto by odczytał pesymistycznie wizję Flussera zawartą w jego *Ku filozofii fotografii.* Filozof uważa, że człowiek może wyzwolić się spod panowania maszyn i programów – a w rozumieniu niniejszego artykułu zdjęć manipulowanych cyfrowo oraz *quasi-zdjęć* generowanych SI, a przez to prezentujących fałszywy obraz świata – właśnie dzięki filozofii fotografii, która jego zdaniem jest „jedyną formą rewolucji, jaka jeszcze stoi przed nami otworem". Stanowi ona bowiem pewnego rodzaju antidotum na fałszywe obrazy rządzące światem.

[64] R. Mukherjee, *70+ Photography Statistics 2024*…, dz. cyt.

[65] V. Flusser, *Ku filozofii fotografii*, dz. cyt., s. 110-111.

[66] Przewrót obrazowy. Zob. V. Flusser, *Ku filozofii fotografii*, dz. cyt., s. 46-47 i 114.

Literatura

Barthes R., *Światło obrazu. Uwagi o fotografii*, przekł. J. Trznadel, Warszawa 2008.

Bazin A., *Ontologia obrazu fotograficznego*, [w:] *Film i rzeczywistość. Wybór tekstów*, przekł. i posł. B. Michałek, Warszawa 1963.

Broderick R., *I think Balenciaga pope might be…,* https://x.com/broderick/status/1640039713649094656, dostęp z dn. 5.07.2024.

Bruner J., *Poza dostarczone informacje*, wyb., red. i wst. J. Anglin, przekł. B. Mroziak, Warszawa 1978.

Dąbrowska-Cydzik J., *Fejkowe zdjęcie papieża Franciszka. Demaskujące to wpisy Facebook oznacza jako dezinform*ację, https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/papiez-franciszek-kurtce-balenciaga-zdjecie-deepfake-sztuczna-inteligencja-dezinformacja, dostęp z dn. 5.07.2024.

Eurostat, 3*6% of young people in the EU verified online content*, https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240529-3, dostęp z dn. 5.07.2024.

Falkowski A., *Informacja* [hasło], [w:] *Encyklopedia katolicka*, t. 7, red. J. Duchniewski, Lublin 1997, kol. 196-197.

Flusser V., *Ku filozofii fotografii*, przekł. P. Maniecki, wst. P. Zawojski, Warszawa 2015.

Fotogram [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego PWN*, https://sjp.pwn.pl/slowniki/fotogram.html, dostęp z dn. 26.02.2024.

Freeland C., *Fotografie i ikony*, [w:] *Fotografia i filozofia. Szkice o pędzlu natury*, red. S. Walden, przekł. I. Zwiech, Kraków 2013, s. 63-85.

Gajewski M., *Twórca hitowego zdjęcia SI z papieżem: „trzeba koniecznie ukrócić te praktyki"*, https://spidersweb.pl/2023/03/papiez-franciszek-balenciaga.html, dostęp z dn. 5.07.2024.

Goldberg S., *How We Spot Altered Pictures*, https://www.nationalgeographic.com/magazine/article/editors-note-images-and-ethics, dostęp z dn. 5.07.2024.

Informacja [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, https://sjp.pwn.pl/doroszewski/informacja;5434715, dostęp z dn. 5.07.2024.

Kasjaniuk E., *Komunikacja* [hasło], [w:] *Encyklopedia katolicka,* t. 9, red. B. Migut, Lublin 2002, kol. 510-511.

Kedar H.E., *Fake News in Media Art: Fake News as a Media Art Practice Vs. Fake News in Politics*, „Postdigital Science and Education" 2020, t. 2(3), s. 132-146.

Kember S., *„Cień przedmiotu", fotografia i realizm*, [w:] *Teoria i estetyka fotografii cyfrowej. Antologia*, wyb., wprowadz. i red. P. Zawojski, przekł. J. Kucharska, K. Stanisz, Warszawa 2017, s. 43-65.

Krasucka B., *Informacja w historii sztuki* [hasło], [w:] *Encyklopedia katolicka*, t. 7, red. J. Duchniewski, Lublin 1997, kol. 198-199.

Krupiński J., *Intencja i interpretacja Genesis Andrzeja Pawłowskiego*, Kraków 2001.

Kumaniecki K., *Słownik łacińsko-polski*, Warszawa 1979.

Mazur M., *Jakościowa teoria informacji*, Warszawa 1970, http://autonom.edu.pl/publikacje/mazur_marian/jakosciowa_teoria_informacji-tiff.pdf, dostęp z dn. 20.02.2024.

Meskin A., Cohen J., *Fotografie jako materiał dowodowy*, [w:] *Fotografia i filozofia. Szkice o pędzlu natury*, red. S. Walden, przekł. I. Zwiech, Kraków 2013, s. 86-110.

Michalski K., *Heidegger i filozofia współczesna*, Warszawa 1978.

Mirzoeff N., *Jak zobaczyć świat*, przekł. Ł. Zaremba, Kraków – Warszawa 2016.

Mitchell W.J., *Oko zrekonfigurowane. Prawda wizualna w epoce post-fotograficznej*, [w:] *Teoria i estetyka fotografii cyfrowej. Antologia*, wyb., wprowadz. i red. P. Zawojski, przekł. J. Kucharska, K. Stanisz, Warszawa 2017, s. 95-117.

Młodkowski J., *Aktywność wizualna człowieka*, Warszawa 1998.

Mukherjee R., *70+ Photography Statistics 2024: Explore The Most Interesting Stats,* https://cameraprism.com/photography-statistics/, dostęp z dn. 5.07.2024.

Niziołek K., *Teoria informacji* [hasło], [w:] *Encyklopedia zarządzania*, https://mfiles.pl/pl/index.php/Teoria_informacji#google_vignette, dostęp z dn. 5.07.2024.

Rosenblum N., *Historia fotografii światowej,* przekł. I. Baturo, Bielsko-Biała 2005.

Shannon C.E., *A Mathematical Theory of Communication*, https://www.itsoc.org/about/shannon-1948, dostęp z dn. 5.07.2024.

Sontag S., *O fotografii*, przekł. S. Magala, Kraków 2017.

Szczerski A., *Ikonosfera*, https://cbh.pan.pl/pl/ikonosfera, dostęp z dn. 5.07.2024.

Walden S., *Prawda w fotografii*, [w:] *Fotografia i filozofia. Szkice o pędzlu natury*, red. S. Walden, przekł. I. Zwiech, Kraków 2013, s. 111-134.

Walton K.L., *Przezroczyste obrazy: o naturze realizmu fotograficznego*, [w:] *Fotografia i filozofia. Szkice o pędzlu natury*, red. S. Walden, przekł. I. Zwiech, Kraków 2013, s. 23-62.

Zdjęcie [hasło], [w:] *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, https://sjp.pwn.pl/doroszewski/zdjęcie;5528816, dostęp z dn. 5.07.2024.

Hanna Wesołowska-Starzec
https://orcid.org/0009-0000-9855-4017
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Paweł Kaszuba
https://orcid.org/0000-0003-2341-6159
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie https://ror.org/0583g9182

Abstrakt

Bezpieczne media – bezpieczeństwo w mediach

Monografia „Bezpieczne media – bezpieczeństwo w mediach" pod redakcją naukową Hanny Wesołowskiej-Starzec i Pawła Kaszuby podejmuje problem ochrony uczestników komunikacji oraz odpowiedzialności mediów za przedstawianie zagrożeń. Jej celem jest rozpoznanie aksjologicznych, edukacyjnych, technologicznych, kulturowych i prawnych uwarunkowań bezpieczeństwa w zmieniającym się środowisku informacyjnym. Publikacja łączy refleksję teoretyczną i etyczną z badaniami ankietowymi, analizą zawartości i dyskursu, interpretacją przekazów audiowizualnych, badaniami historycznymi oraz studiami przypadków. Cztery części tematyczne obejmują kompetencje odbiorców, zastosowania sztucznej inteligencji i dylematy komunikacji, reprezentacje wojny i konfliktów oraz relacje między ochroną użytkowników, regulacją i wolnością wypowiedzi. Analizy wskazują, że bezpieczeństwo nie sprowadza się do niezawodności infrastruktury: zależy również od jakości informacji, zdolności krytycznej oceny przekazów, przejrzystości praktyk redakcyjnych i poszano-

wania podmiotowości odbiorcy. Badania edukacyjne ujawniają rozbieżności między deklarowaną sprawnością korzystania z mediów a przygotowaniem do oceny wiarygodności treści. Rozważania dotyczące automatyzacji podkreślają znaczenie odpowiedzialności człowieka, relacji interpersonalnych i zaufania. Studia nad obrazowaniem wojennych losów dzieci, pamięcią Zagłady i dyskursem wokół gry cyfrowej pokazują, jak wybory narracyjne i wizualne organizują społeczne rozumienie cierpienia, tożsamości oraz konfliktu. Analizy regulacji, aktywności dziennikarzy i realizmu fotograficznego odsłaniają napięcia między ochroną, wolnością i wiarygodnością. Zestawienie tematyki rozdziałów prowadzi do wniosku, że bezpieczne środowisko komunikacyjne wymaga współdziałania edukacji medialnej, standardów zawodowych, odpowiedzialnego projektowania technologii oraz mechanizmów prawnych. Zróżnicowany materiał badawczy uzasadnia podejście interdyscyplinarne, przy zachowaniu odrębności metod i zakresu poszczególnych badań. Monografia dostarcza podstaw do rozwijania kompetencji odbiorców, doskonalenia praktyk medialnych i oceny społecznych konsekwencji cyfryzacji. Wspólnym punktem odniesienia pozostaje zaufanie do informacji, instytucji oraz osób uczestniczących w komunikacji, rozumiane jako warunek świadomego uczestnictwa w życiu społecznym.

Słowa kluczowe

media, bezpieczeństwo, etyka, edukacja, odpowiedzialność

Hanna Wesołowska-Starzec
https://orcid.org/0009-0000-9855-4017
The Pontifical University of John Paul II in Krakow https://ror.org/0583g9182

Paweł Kaszuba
https://orcid.org/0000-0003-2341-6159
The Pontifical University of John Paul II in Krakow https://ror.org/0583g9182

Abstract

Safe Media – Safety and Security in the Media

The monograph 'Safe Media – Safety and Security in the Media', edited by Hanna Wesołowska-Starzec and Paweł Kaszuba, examines the protection of communication participants and the responsibility of media organisations for representing threats. It aims to identify the axiological, educational, technological, cultural and legal conditions of safety and security within a changing information environment. The volume combines theoretical and ethical reflection with questionnaire research, content and discourse analysis, audiovisual interpretation, historical research and case studies. Its four thematic sections address audience competences, artificial intelligence and ethical dilemmas in communication, representations of war and conflict, and relationships between user protection, regulation and freedom of expression. The analyses indicate that media safety cannot be reduced to reliable infrastructure: it also depends on information quality, critical judgement, editorial transparency and respect for individual agency. Educational studies reveal discrepancies between reported

proficiency in using media and preparedness to assess the credibility of content. Discussions of automation emphasise human accountability, interpersonal relationships and trust. Studies of representations of Ukrainian children's wartime experiences, Holocaust remembrance and discourse surrounding a digital game demonstrate how narrative and visual choices shape understandings of suffering, identity and conflict. Analyses of regulation, journalists' activity and photographic realism expose tensions between protection, freedom and credibility. Considered together, the chapters suggest that a safe communication environment requires coordinated media education, professional standards, responsible technological design and legal safeguards. The diversity of the research material supports an interdisciplinary approach while preserving the distinct methods and scope of individual studies. The monograph provides a foundation for developing audience competences, improving media practices and assessing the social consequences of digitalisation. Trust in information, institutions and the people involved in communication emerges as a shared concern and a condition of informed participation in social life.

Keywords

media, safety, ethics, education, responsibility

Seria wydawnicza:

Etyka Mediów

25

W serii ukazały się:

1. *Prawda w mediach – między ideałem a iluzją?*, pod red. Michała Drożdża, Tarnów 2010
2. *Wolność w mediach – między poprawnością a odpowiedzialnością*, pod red. Michała Drożdża, Tarnów 2010.
3. *Dobro w mediach – z cienia do światła*, pod red. Andrzeja Baczyńskiego i Michała Drożdża, Tarnów 2012
4. *Odpowiedzialność w mediach – od przypadku do celu*, pod red. Andrzeja Baczyńskiego i Michała Drożdża, Tarnów 2012
5. *Wartości w mediach – z dolin na szczyty*, pod red. Andrzeja Baczyńskiego i Michała Drożdża, Tarnów 2012
6. *Wartość mediów – od wyzwań do szans*, pod red. Andrzeja Baczyńskiego i Michała Drożdża, Tarnów 2012.
7. Piotr Guzdek, *O możliwości powstania polskiej szkoły medioznawstwa personalistycznego. Przyczynek do dyskusji*, Tarnów 2013.
8. *Mądrość mediów – meandry wiedzy i głupoty*, pod red. Michała Drożdża, Tarnów 2014.
9. *Mądrość w mediach – od bezmyślności do przemądrzałości*, pod red. Michała Drożdża, Tarnów 2014.
10. *Dialog w mediach – od fikcji do show*, pod red. Michała Drożdża, Tarnów 2015.
11. *Media w dialogu – mury czy mosty*, pod red. Michała Drożdża, Tarnów 2015.

12. *Prywatność w mediach – towar czy wartość*, pod red. Michała Drożdża, Tarnów 2015.
13. *Prywatność w sieci – dobro osobiste czy społeczne*, pod red. Michała Drożdża, Tarnów 2016.
14. *Etyka mediów – utopia czy powinność*, pod redakcją Michała Drożdża i Katarzyny Drąg, Tarnów 2018.
15. *Etyczność w mediach – między pogardą a szacunkiem*, pod redakcją Michała Drożdża i Klaudii Cymanow-Sosin, Tarnów 2017.
16. *Zaufanie do mediów – między brakiem a naiwnością*, pod redakcją Michała Drożdża, Tarnów 2019.
17. *Prawdziwe media – prawda i uczciwość w mediach*, pod redakcją Michała Drożdża i Sławomira Soczyńskiego, Tarnów 2020.
18. *Godność osoby w mediach – media godne osoby*, pod redakcją Michała Drożdża i Katarzyny Drąg, Tarnów 2020.
19. *Ludzie mediów – media to ludzie*, pod redakcją Michała Drożdża, Tarnów 2021.
20. *Wolność słowa – wolne media*, pod redakcją Michała Drożdża, Katarzyny Drąg i Sławomira Soczyńskiego, Tarnów 2021.
21. *Bezinteresowność w mediach – interesowne media*, Tarnów 2024.
22. *Sztuczna inteligencja. Upodmiotowienie maszyn – uprzedmiotowienie człowieka*, pod redakcją Sławomira Soczyńskiego, Tarnów 2024.
23. *Sztuczna inteligencja – rzeczywiste wyzwania. Nowe technologie w komunikacji społecznej*, pod redakcją Katarzyny Drąg, Tarnów 2024.
24. *Troska o media – troski mediów*, pod redakcją Macieja Radeja i Aleksandry Urzędowskiej, Tarnów 2025.
25. *Bezpieczne media – bezpieczeństwo w mediach*, pod redakcją Hanny Wesołowskiej-Starzec i Pawła Kaszuby, Tarnów-Kraków 2026.

Zebrane w tomie teksty oraz tematyka XIX edycji Konferencji Etyki Mediów wskazują, że kwestia bezpiecznych mediów dotyczy dziś zarówno ochrony odbiorcy, jak i odpowiedzialności instytucji medialnych. Z jednej strony mówimy o bezpieczeństwie mediów – rozumianym jako stabilność, wiarygodność i odporność środowiska informacyjnego, w którym kluczowe są standardy etyczne, transparentność procesów redakcyjnych, ochrona danych oraz mechanizmy ograniczające nadużycia. Z drugiej strony podejmujemy i analizujemy problem bezpieczeństwa w mediach – a więc tego, w jaki sposób media opisują, interpretują i jednocześnie współtworzą doświadczenie zagrożenia u odbiorcy. W obu przypadkach stawką jest zaufanie: do informacji, do instytucji, do technologii, a także do wspólnoty, która na podstawie medialnych przekazów podejmuje decyzje i kształtuje postawy społeczne.

Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

ISBN 978-83-8354-282-9

Biblos
WYDAWNICTWO