

Komunikowanie polityczne w czasie wojny rosyjsko-ukraińskiej

Wojna informacyjna w XXI wieku

Redaktor tomu:
Andrzej Ciepły

Autorzy:
Marcin Bąk
Zuzanna Cieniawska
Andrzej Ciepły
Sabina Długosz
Karol Kordas
Maciej Kozłowski
Anastasiia Lukhtan



**Komunikowanie polityczne
w czasie wojny
rosyjsko-ukraińskiej**

Komunikowanie polityczne w czasie wojny rosyjsko-ukraińskiej

Wojna informacyjna w XXI wieku

Redaktor tomu:
Andrzej Ciepy

Autorzy:
Marcin Bąk
Zuzanna Cieniawska
Andrzej Ciepy
Sabina Długosz
Karol Kordas
Maciej Kozłowski
Anastasiia Lukhtan



Kraków 2023

© Copyright by Andrzej Cieply & individual authors, 2023

Andrzej Cieply
Uniwersytet Jagielloński, Kraków
 <https://orcid.org/0000-0003-0878-3962>
 andrzej.cieply@student.uj.edu.pl

Recenzja: dr Aleksandra Matykiewicz

Konsultacja naukowa: dr hab. Monika Ślufińska, prof. UJ

Opracowanie redakcyjne: Joanna Cieślik

Projekt okładki: Lesław Sławiński

ISBN (PDF) 978-83-8138-865-8
<https://doi.org/10.12797/9788381388658>

Niniejsza publikacja została sfinansowana ze środków Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politycznych w ramach Programu Strategicznego Inicjatywa Doskonałości w Uniwersytecie Jagiellońskim

WYDAWNICTWO KSIĘGARNIA AKADEMICKA

ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków
tel.: 12 421-13-87; 12 431-27-43
e-mail: publishing@akademicka.pl
<https://akademicka.pl>

Spis treści

	MONIKA ŚLUFIŃSKA
7	Wstęp
	KAROL KORDAS
13	Droga do niepodległości Ukraińskiej Socjalistycznej Republiki Sowieckiej
	ANASTASIIA LUKHTAN, SABINA DŁUGOSZ
51	Jak przegrać wojnę informacyjną? Komunikowanie polityczne Rosji
	ANASTASIIA LUKHTAN, MARCIN BĄK
93	Jak wygrać wojnę informacyjną? Komunikowanie polityczne Ukrainy
	MACIEJ KOZŁOWSKI
141	Zdecydowana powściągliwość. Komunikacja polityczna UE
	ZUZANNA CIENIAWSKA
171	Czy potęga Sojuszu zdaje egzamin? Komunikowanie polityczne NATO
	ANDRZEJ CIEPŁY
193	Koniec Mateczki Rosji, czas na siostrę Polskę. Komunikowanie polityczne Polski
221	Wykaz skrótów
223	Indeks osobowy

ZUZANNA CIENIAWSKA 
Uniwersytet Jagielloński

Czy potęga Sojuszu zdaje egzamin?

Komunikowanie polityczne NATO

Wstęp

Tematem niniejszego rozdziału jest polityka komunikacyjna NATO, a zwłaszcza kształtowanie wizerunku Sojuszu w mediach społecznościowych w trakcie wojny w Ukrainie. Przedstawiono w nim wyniki jakościowej analizy zawartości przekazu na oficjalnym profilu NATO na platformie Twitter. Badanie to miało służyć specyfikacji adresatów, do jakich zwraca się NATO oraz jakiego języka używa w komunikacji z odbiorcami. Starano się wykazać, że formułowany przekaz na oficjalnym kanale w medium społecznościowym (platforma Twitter) ulega zjawisku mediatyzacji, a także neutralnej narracji pod względem informowania o wydarzeniach z wojny w Ukrainie. Zgodnie z uprzednio przyjętym założeniem, NATO działa w zmediatyzowanej przestrzeni publicznej, a tym samym dostosowuje język i format komunikatu do kryteriów tworzonych przez dominantę mediów cyfrowych i audiowizualnych. Kontekst tego procesu również wyznacza wyraźny udział mediów społecznościowych w organizacji „porządku dnia”. Stąd wynika przekonanie, że przekaz informacyjny i perswazyjny wykreowany przez wykwalifikowanych specjalistów odpowiedzialnych za politykę komunikacyjną będzie podporządkowywał się charakterystyce komunikacji internetowej. Celem badania nie było zweryfikowanie skuteczności omawianej komunikacji, lecz próba

zwrócenia uwagi, iż sama komunikacja służy procesowi legitymizacji, tudzież usankcjonowania NATO oraz tym samym uzyskaniu międzynarodowego poparcia w przestrzeni publicznej, kładąc szczególny nacisk na jedną z kluczowych grup docelowych komunikacji Sojuszu – młodsze pokolenie.

Warto nadmienić, że intencją niniejszego badania jest także weryfikacja hipotezy, zgodnie z którą strategie komunikacyjne podmiotów kształtujących międzynarodowe bezpieczeństwo ulegają takim samym tendencjom i modyfikacjom, jak strategie innych aktorów politycznych. W celu wskazania wspomnianej zależności, pod uwagę wzięto wyznaczniki wskazane przez Martina Löffelholza¹, który w trakcie analizowania dotychczasowych badań różnych sposobów relacjonowania przez instrumenty medialne kwestii związanych z tematem bezpieczeństwa, zauważył, że tak ważny obszar podlega dokładnie takim samym procesom, jak pozostałe zagadnienia i tematy poruszane przez media. Komunikaty związane z bezpieczeństwem ulegają rytualizacji, uproszczeniom, personalizacji, polaryzacji, stereotypizacji, emocjonalizacji, udramatyzowaniu. Podobne wnioski wyciągnęła Małgorzata Winiarska-Brodowska² w trakcie badań nad komunikacją polityczną Unii Europejskiej z obywatelami. Zwróciła uwagę, że komunikacja ta poddaje się procesom symplifikacji, wizualizacji, personalizacji, dramatyzacji oraz polaryzacji. Do tego zbioru cech charakterystycznych dla komunikacji politycznej, a które zostały zweryfikowane w badaniu, dołączono celebryzację jako wykorzystanie wizerunków osób publicznych i rozpoznawalnych, a także prezentowanie wydarzeń i komunikatów poprzez narzucenie narracji tzw. zwykłego człowieka³, która w znacznym stopniu charakteryzuje przekazy podlegające zjawisku tabloidyacji.

¹ M. Löffelholz, *Medien als Mediatoren Entstehung? Inhalte und Folgen der sicherheitspolitischen Berichterstattung*, [w:] *Sicherheitspolitische Kommunikation im Wandel*, hrsg. D. Ose, Baden-Baden 2008, s. 126, *Schriften der Akademie der Bundeswehr für Information und Kommunikation*.

² M. Winiarska-Brodowska, *Komunikowanie polityczne w Unii Europejskiej – rola Internetu*, „Zeszyty Prasoznawcze” R. 57, 2014, nr 2, s. 324-336.

³ H.A. Semetko, P.M. Valkenburg, *Framing European Politics. A Content Analysis of Press and Television News*, „Journal of Communication” Vol. 50, 2000, No. 2, s. 93.

NATO jako podmiot komunikowania politycznego

Na mocy traktatu waszyngtońskiego przyjętego w 1949 r., za jeden z celów przyjęto działania zmierzające do spójnego budowania własnego wizerunku, zarówno w krajach członkowskich, jak i w środowisku spoza organizacji. Trzeba jednak zwrócić uwagę, iż pierwotnie kontekst, formę i treść temu procesowi wyznaczały zimnowojenne realia. W kwaterze głównej NATO od 1950 aż do 2003 r. funkcjonowała osobna służba, NATO Information Service, która sprawowała pieczę nad szeroko rozumianą komunikacją organizacji z mediami i z sektorem *public relations*. W 1953 r. najważniejszy organ NATO, Rada Północnoatlantycka, powołała do życia Komitet ds. Informacji i Stosunków Kulturalnych (*Committee on Information and Cultural Relations*). Stanowił on ciało doradcze, którego misją było kreowanie zasad i tworzenie ram polityki informacyjnej oraz współpracy kulturalnej. Działania te rozumiano jako wspierające osiągnięcie celów politycznych i militarnych NATO. W 2004 r. stworzono Komitet Dyplomacji Publicznej, który podobnie jak wcześniej wspomniany komitet, tworzy wytyczne w zakresie budowania wizerunku organizacji oraz strategii dyplomacji publicznej. Ich wdrażaniem zajmuje się Międzynarodowy Sztab Dywizji Dyplomacji Publicznej, który powstał z ramienia NATO Information Service. Jego głównym zadaniem jest tworzenie i podtrzymywanie wiarygodnego wyobrażenia organizacji, a także budowania pozytywnych relacji z odbiorcami, czyli obywatelami państw członkowskich, oraz państw ościennych. Spójność komunikacji Sojuszu z otoczeniem zewnętrznym jest priorytetowym wyzwaniem dla struktur NATO, ponieważ organizacja ta ma zarówno wymiar polityczny, jak i militarny. Z jednej strony NATO powinno przeciwdziałać zagrożeniom o charakterze militarnym, z drugiej – organizacja jest głęboko zaangażowana w zapobieganie konfliktów poprzez promowanie demokratycznych wartości, a także zajmuje się na poziomie dyplomatycznym zagadnieniami blisko związanymi z bezpieczeństwem. Po doświadczeniach, jakie przyniosła zimna wojna⁴, NATO stanęło w obliczu zredefiniowania swojej

⁴ Zimna wojna to umowne określenie trwającego w latach 1947-1991 stanu napięcia i rywalizacji ideologicznej, politycznej oraz militarnej między blokiem wschodnim, czyli ZSRR i jego państwami satelickimi skupionymi od 1955 r. w Układzie

roli i wyznaczenia nowych torów w kształtującej się sytuacji geopolitycznej. Sztabom komunikacyjnym Sojuszu udało się skutecznie zbudować wizerunek opierający się na prestiżu i wiarygodności tej instytucji, uzyskać legitymizację własnych działań w obrębie krajów członkowskich, jak również zdobyć zaufanie wśród sceptycznie nastawionych środowisk, które krytycznie oceniają sens istnienia grupy. Należy także zwrócić uwagę, iż Pakt Północnoatlantycki od początku swego istnienia stał przed przymusowym warunkiem rozpowszechniania swojej komunikacji w krajach spoza organizacji, a w szczególności w Federacji Rosyjskiej. Nieustanna dyskredytacja NATO w oczach rosyjskiej społeczności, ale również międzynarodowej przestrzeni publicznej, była od zawsze poważnym zagrożeniem dla bezpieczeństwa i stabilności Sojuszu, ale także tym samym przyczyniła się do zwiększania świadomości w obszarze efektywnego komunikowania celów i wartości samej organizacji. Agresję Rosji w sferze informacyjnej i cybernetycznej trzeba postrzegać w kategoriach nowoczesnej wojny informacyjnej. Warto zauważyć, że media masowego przekazu, w tym media społecznościowe nie funkcjonują wyłącznie jako podmiot, ale również jako przedmiot w wojnie informacyjnej. Wielokrotnie można zauważyć, że komunikatory o powszechnym zasięgu stają się elementem operacji psychologicznych wroga.

Zanim zaczęto dostrzegać zagrożenie płynące ze strony Federacji Rosyjskiej, w strukturach Sojuszu istniało przekonanie, iż technologiczna rewolta związana z pojawieniem się nowych mediów jest niemalym wyzwaniem dla dalszego tworzenia spójnego wizerunku organizacji. Sądzono, że wprawdzie udoskonalają one przepływ informacji między pod-

Warszawskim oraz państwami pozaeuropejskimi sprzymierzonymi z ZSRR, a blokiem zachodnim, czyli państwami niekomunistycznymi i skupionymi od 1949 r. w ramach struktur NATO i paralelnych blokach obronnych pod przewodnictwem Stanów Zjednoczonych. Od początku istnienia NATO było organizacją wyznaczającą sobie nadrzędnym celem wspólną ochronę swoich członków, jako fundament zachowania pokoju i umocnienia bezpieczeństwa międzynarodowego. Zgodnie z traktatem waszyngtońskim, każde państwo członkowskie zobowiązuje się przyczyniać do rozwoju pokojowych i przyjaznych stosunków międzynarodowych oraz dbać o zachowanie bezpieczeństwa własnego i innych członków Sojuszu, a także wzmacniać swoje siły zbrojne. (*Traktat Północnoatlantycki sporządzony w Waszyngtonie dnia 4 kwietnia 1949 r.*, Dz.U. 2000, nr 87, poz. 970).

miotem a otoczeniem zewnętrznym, lecz tym samym wymuszają dostosowanie samych nadawców i ich komunikatów do specyficznego charakteru nowych mediów. Stefanie Babst, która w latach 2010-2011 pełniła obowiązki zastępcy asystenta sekretarza generalnego NATO ds. dyplomacji publicznej, a także była odpowiedzialna za wdrożenie nowych strategii dyplomacji publicznej dla wszystkich struktur Sojuszu, uważała, że wizerunkowym i komunikacyjnym wyzwaniem dla organizacji jest powszechne rozpowszechnienie treści, ale również dotycząca ich tabloidyzacja, która prowadzi do zniekształceń i znacznie uproszczonego przekazu⁵. Jak zauważa Babst, ze względu na niebezpieczeństwo stosowania nadmiernych uproszczeń w materiałach medialnych dotyczących kwestii związanych z działaniami militarnymi, uległość aktorów politycznych względem dominującej formy mediów i określonych reguł dyskursu w sferze publicznej może doprowadzić do negatywnych konsekwencji dla reprezentowanych przez nich interesów. Kwestią problematyczną dla NATO było też funkcjonowanie Sojuszu w wysoce zmediatyzowanej sferze publicznej, wymagające od podmiotu szczególnej pielęgnacji w zakresie zarządzania relacjami z otoczeniem zewnętrznym, a co więcej, nakazujące aktywne i innowacyjne podejście w obszarze komunikowania się z odbiorcami, które umożliwiają nowe narzędzia medialne. Były żołnierz Bundeswehry, obecnie pracujący jako specjalista ds. *public relations*, Sascha Stoltenow, podobnie zauważa, że obecność i szeroko pojmowane funkcjonowanie w tak zmediatyzowanej przestrzeni może potencjalnie stać się szansą dla kreowania wizerunku organizacji militarnych⁶. Informacje dotyczące konfliktów zbrojnych lub wszelkiej agresji mają niezwykle potężną wartość informacyjną, a zatem przyciągają uwagę mediów oraz szerokiego grona odbiorców. Taka zależność najczęściej występuje podczas kryzysów politycznych i konfliktów zbrojnych, znacznie trudniejszym przedsięwzięciem jest natomiast zarządzanie wizerunkiem organizacji militarnej w sytuacji kryzysu tożsamości. Stoltenow wskazuje, że polityka komunikacyjna, aby

⁵ S. Babst, *Die Public Diplomacy der NATO*, „Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik” Vol. 2, 2009, Nr 2, s. 127.

⁶ S. Stoltenow, *Kriegsbilder – die Medialisierung des Militärschen*, [w:] *Den Krieg erklären. Sicherheitspolitik als Problem der Kommunikation*, hrsg. N. Zowislo-Grünwald, J. Schulz, D. Buch, Frankfurt am Main 2011, s. 148.

była skuteczna, musi kierować się kilkoma fundamentalnymi zasadami⁷. Po zakończeniu zimnej wojny Sojusz, chcąc odnaleźć swoją nową rolę na świecie, musiał w pierwszej kolejności zadbać o stały kontakt z odbiorcami, którzy umożliwiali uzyskanie legitymizacji działalności. Drugą regułą jest spójność komunikacji zewnętrznej z komunikacją wewnętrzną, co bezpośrednio wiąże się z trzecią zasadą skutecznego komunikowania. Zgodnie z nią należy odejść od idei „skoszarowanego dziennikarstwa” na rzecz ułatwienia dziennikarzom swobodnego dostępu do armii, a także mobilizować samych żołnierzy do przybrania proaktywnej postawy wobec skutecznego budowania wizerunku organizacji, np. poprzez obecność w mediach społecznościowych. Zdaniem Stoltenowa, polityka komunikacyjna organizacji militarnych powinna być kreowana przez profesjonalny i kompetentny zespół na każdym szczeblu decyzyjnym⁸. Ta ostatnia reguła jest dla Stoltenowa najistotniejsza z perspektywy skutecznego tworzenia wizerunku, jednak najtrudniejsza do osiągnięcia dla tak złożonej organizacji jak NATO.

Stosunki NATO i Rosji przed zaognieniem konfliktu w Ukrainie

Przed eskalacją konfliktu w Ukrainie NATO współpracowało z Rosją w ramach Stałej Rady Współpracy NATO–Rosja (ang. Permanent Joint Council NATO–Russia) zatwierdzonej na mocy *Aktu orzekającego o wzajemnych stosunkach, współpracy oraz gwarancji bezpieczeństwa* między organizacją Sojuszu a Rosją. Umowa ta została podpisana 27 maja 1997 r. w Paryżu, a pięć lat później, 28 maja 2002 r. Stała Rada Współpracy NATO–Rosja została zastąpiona przez Radę NATO–Rosja (ang. NATO–Russia Council, NRC) na mocy deklaracji rzymskiej. Pierwotnie NRC obradowała regularnie raz w miesiącu, a podczas zebrań poruszano kwestie związane m.in. ze zwalczaniem międzynarodowego terroryzmu, misjami pokojowymi, ewidencją zbrojeń, reformą sił zbrojnych oraz zapobieganiem ekspansji broni masowego rażenia. Rosja współdziałała również

⁷ *Ibidem.*

⁸ *Ibidem*, s. 159.

razem z NATO w ramach Północnoatlantyckiej Rady Współpracy oraz „Partnerstwa dla Pokoju”⁹.

Wielość płaszczyzn współpracy Federacji Rosyjskiej z Sojuszem nie była przyczyną konfliktu interesów obu tych podmiotów. Najbardziej eskalowany spór dotyczył kwestii rozszerzenia państw członkowskich o kraje nieistniejącego już bloku wschodniego. Rosja była i wciąż jest przeciwnikiem integracji państw Zachodu z krajami należącymi, w czasach zimnej wojny, do Układu Warszawskiego. Niemniej jednak, mimo dezaprobaty ze strony Federacji Rosyjskiej, Polska, Czechy i Węgry przystąpiły do NATO w 1999 r. Pięć lat później, bo w 2004 r. do Sojuszu wstąpiły także Rumunia, Słowacja oraz Bułgaria. Status członkostwa otrzymały również trzy byłe republiki Związku Sowieckiego – Estonia, Litwa i Łotwa. Rosji tym samym nie udało się zatrzymać procesów euroatlantyckich integracji byłych członków Układu Warszawskiego, ani zapewnić sobie monopolistycznych wpływów na tych terytoriach. Szczególny niepokój w kontekście integracji euroatlantyckiej Rosja wykazywała w stosunku do Ukrainy¹⁰. Wojna w Gruzji w 2008 r. była potwierdzeniem konfrontacyjnej osi sporu w relacji Rosja–NATO. Konflikt ten zarówno oddalił perspektywę nadania statusu *Membership Action Plan* samej Gruzji, jak i wpłynął na sytuację Ukrainy. Kluczowym czynnikiem działającym na niekorzyść tego ostatniego kraju była obecność oddziałów wojsk rosyjskich na Krymie oraz fakt użycia przeciwko Gruzji jednostek Floty Czarnomorskiej¹¹.

Krótko przed wojną, która wybuchła w Ukrainie, Sojusz Północnoatlantycki stawiał sobie pytanie dotyczące kształtu przyszłych relacji z Rosją. Przedmiotem rozważań NATO był sposób reagowania na wzmacnianie rosyjskiego potencjału militarnego na północno-wschodnich terytoriach Paktu Północnoatlantyckiego oraz na obszarach postsowieckich¹². Późniejsza polityka Rosji sama ostatecznie zadecydowała o wyznaczeniu

⁹ B. Piskorska, *Stosunki NATO–Rosja w nowej architekturze bezpieczeństwa w Europie*, [w:] *NATO w pozimnowojennym środowisku (nie)bezpieczeństwa*, red. M. Pietraś, J. Olchowski, Lublin 2011, s. 364–366.

¹⁰ P. Andrusieczko, *Problemy integracji Ukrainy z NATO (2004–2008)*, [w:] *NATO w pozimnowojennym...*, s. 383.

¹¹ A. Michta, *NATO po 2014 roku – jakie priorytety?*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2014, nr 29, s. 117–130.

¹² A. Juszcak, *NATO następnej dekady – uwarunkowania i możliwości*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2014, nr 29, s. 131.

kursu, jaki NATO winno było przyjąć względem Moskwy. Warto nadmienić, że szacunki dotyczące rozwoju relacji na linii NATO–Rosja sprzed wojny w Ukrainie, iż nie ulegną one zmianie, nie zostały ostatecznie zweryfikowane. Trafne jednak były prognozy w kwestii negatywnego stosunku Moskwy do dalszej ekspansji Sojuszu, a także przypisania NATO statusu przeciwnika i wroga Rosji przez rosyjskie elity i tamtejsze społeczeństwo¹³. Mimo gróźb ze strony Rosji, NATO nigdy nie zamierzało i nie zamierza zrezygnować z możliwości przyjęcia kolejnych członków, jeśli tylko kandydaci spełniają określone kryteria i jasno manifestują chęć wstąpienia do organizacji¹⁴.

Działania NATO po aneksji Krymu

Bezprawne zaanektowanie Półwyspu Krymskiego w 2014 r. w niezwykle kluczowy sposób wpłynęło na rozumienie bezpieczeństwa w Europie. Państwa Zachodu zetknęły się z brutalną polityką faktów dokonanych w postaci wymuszonej zmiany granic i sprowokowania konfliktu zbrojnego. Ówczesne wydarzenia były tym bardziej istotne, że przeprowadzone były w bezpośrednim sąsiedztwie państw członkowskich NATO i Unii Europejskiej. Sam konflikt dotyczył państw należących m.in. do Organizacji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie oraz Rady Europy. W tej sytuacji państwa zachodnie zostały zobligowane do podjęcia stosownych kroków wobec ofiary agresji i wobec agresora¹⁵.

W związku z wydarzeniami w Ukrainie NATO podjęło wiele decyzji o charakterze międzynarodowym (relacji na poziomie NATO–Rosja oraz NATO–Ukraina) oraz wymiarze wewnętrznym, dotyczącym przystosowania Sojuszu do całkowicie nowej sytuacji na arenie międzynarodowej¹⁶. Udało się wówczas osiągnąć konsensus, mimo obecnego podzia-

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ K. Potyahaylo, *Kształtowanie opinii społecznej na temat NATO na Ukrainie*, [w:] *NATO w pozmnowojennym...*, s. 393.

¹⁵ K. Przybyła, *NATO wobec konfliktu na Ukrainie*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2016, nr 37-40, s. 117.

¹⁶ *Ibidem*.

łu wewnątrz struktur NATO na państwa obawiające się agresywnego potencjału i polityki Rosji oraz na te, dla których sprawa ta nie niosła bezpośredniego zagrożenia. Usprawnienie sił zbrojnych Federacji Rosyjskiej czy organizacja manewrów wojskowych tuż przy granicach państw członkowskich NATO były przez nie interpretowane w dwojaki sposób – od poczucia zagrożenia aż po całkowitą obojętność¹⁷. Niemniej jednak, w kwestii Ukrainy i bezzasadnej agresji na jej suwerenność ze strony Federacji Rosyjskiej, wszyscy członkowie NATO zgodnie uznali to za skandaliczne i niedopuszczalne łamanie prawa i umów międzynarodowych. W marcu 2014 r. NATO potępiło jednogłośnie działania Rosji w stosunku do Ukrainy, w tym aneksję Krymu. Miesiąc później zdecydowano o zawieszeniu cywilnej oraz militarnej kooperacji z Moskwą w ramach Rady NATO–Rosja. Jakiegokolwiek kontakty utrzymywano wówczas wyłącznie na wysokich szczeblach. Sojusz Północnoatlantycki zagwarantował także pełną gotowość do podjęcia dialogu na temat rozwiązania kryzysu w Ukrainie. Od tego czasu kwestie te są nieodłącznym punktem odniesienia w kontaktach przedstawicieli NATO oraz Rosji¹⁸.

Wydarzenia w Ukrainie miały ogromny wpływ na tematykę szczytu NATO w Newport w Walii w 2014 r. Państwa należące do Sojuszu oraz te, które nie posiadają statusu członkostwa oczekiwały konkretnych decyzji i deklaracji. Dyrektywa przyjęta przez Pakt Północnoatlantycki w Newport przewidywała liczne działania i rozwiązania mające na celu znaczne wzmocnienie kapitału obronnego zarówno państw członkowskich, jak i NATO w rozumieniu całości organizacji. Kluczowe znaczenie miała flanka wschodnia z uwagi na bezpośrednie sąsiedztwo z Ukrainą i Federacją Rosyjską.

W czternastym i piętnastym punkcie deklaracji ze szczytu w Newport sygnatariusze nałożyli na siebie obowiązek podniesienia poziomu finansowania sił zbrojnych do poziomu 2% PKB w ciągu 10 lat oraz przeznaczania co najmniej 20% budżetów obronnych na modernizację wojsk i rozwój nowych systemów uzbrojenia. Sprawy związane z finansowaniem armii także zostały poruszone w *Deklaracji Transatlantyckiej* (ang. *The Wales Declaration on the Transatlantic Bond*). Dokument ten

¹⁷ *Ibidem*, s. 131.

¹⁸ *Ibidem*, s. 117.

zawiera ponowne zobowiązanie państw członkowskich do podniesienia wydatków obronnych do 2% PKB oraz przekazania 20% budżetów obronnych na usprawnienie zbrojeń. Podkreślano również siłę i znaczenie więzi transatlantyckich zawiązanych w ramach Sojuszu.

Poza decyzjami dotyczącymi budżetu, NATO zobligowało się też do podjęcia wielu kroków w celu wzmocnienia flanki wschodniej. By zrealizować ten zamysł, przyjęto plan działań na rzecz gotowości (ang. Readiness Action Plan), który jasno określa czynności, jakie NATO powinno podjąć w celu przystosowania się do nowej sytuacji w Europie. Dokument ten jest niejawnym, stąd jego dokładna treść nie jest dostępna dla ogółu. Wiadomym jest natomiast, iż deklaracja ze szczytu Newport w ogólny sposób wskazuje na kierunek adaptacji NATO do nowej sytuacji geopolitycznej¹⁹.

Działania NATO po wybuchu wojny w Ukrainie

Potencjał Ukrainy do zatrzymania rosyjskiej agresji będzie przez najbliższe lata najpewniej wyznaczał oś kształtowania bezpieczeństwa, stąd na szczycie zorganizowanym w Madrycie w 2022 r. przyjęto nową koncepcję strategiczną, która jasno określa Rosję jako najistotniejsze źródło zagrożenia i nie eliminuje ewentualności ataku z jej strony na jedno z państw należących do struktur Sojuszu, tym samym NATO zaoferowało ulepszony pakiet wsparcia. Liczba sprzętu oraz szybkość, z jaką bardziej zaawansowane systemy zbrojeń (w tym systemy rakietowe, ciężka artyleria czy systemy obrony powietrznej) zostały powierzone Ukrainie, miały potężny wpływ na sytuację państwa i uniemożliwienia wojskom rosyjskim złamania jego obrony. Sojusz zapewniał, iż taka koncepcja pomocy obecnie jest obowiązkiem poszczególnych państw należących do organizacji. NATO i Unia Europejska skutecznie zareagowały w pierwszych miesiącach wojny, a przywództwo USA po raz kolejny okazało się kluczowym aspektem dla efektywnej mobilizacji międzynarodowych zabiegów, zwłaszcza w obsza-

¹⁹ S. Koziej, P. Pietrzak, *Szczyt NATO w Walii: uwarunkowania, rezultaty, wnioski dla Polski*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2014, nr 3, s. 19.

rze koordynacji wsparcia wojskowego dla Ukrainy. Szczyt w Madrycie zapoczątkował transformację, jednak czas wpływa na niekorzyść Ukrainy. Nowa strategiczna koncepcja NATO, która została uchwalona 29 czerwca 2022 r. wyraźnie stanowi o trwałej i znaczącej obecności wojskowej, wspieranej przez rozmieszczenie sprzętu i oddelegowanie jednostek o charakterze bojowym do określonych zadań jako zmodernizowany model sił NATO. Jednym z celów Sojuszu jest skuteczne odstraszenie wroga poprzez masowe zwiększanie dyspozycji wojsk o wysokiej gotowości. NATO ma doskonalić swoje siły oraz zdolności, a także infrastrukturę na potrzeby obrony i odstraszenia, w tym także prowadzenia operacji w wysokiej intensywności przeciwko rywalom również posiadającym broń jądrową. W porównaniu z dokumentem z 2010 r. nowa koncepcja strategiczna podkreśla rolę samego odstraszenia nuklearnego w strategii sojuszniczej. Paragraf 28 oraz 29 nowej koncepcji strategicznej nie pozostawia żadnych złudzeń co do stałej roli, jaką jest broń jądrowa w kontekście ostatecznej gwarancji bezpieczeństwa państw natowskich.

Przed szczytem w stolicy Hiszpanii i czasie jego trwania niektórzy sojusznicy zadeklarowali wzmocnienie swojej obecności na wschodniej flance NATO. Dotychczasowa taktyka opierała się głównie na rozmieszczeniu na Łotwie, Litwie, w Estonii i Polsce czterech rotujących co kilka miesięcy grup o charakterze bojowym o liczebności ponad 1000 żołnierzy każda²⁰. Siły Sojuszu na wschodniej flance są zbyt małe, aby mogły zagwarantować jej obronę, ale w założeniu organizacji, wcześniej jednostronnie przestrzegającej ograniczeń *Aktu stanowiącego NATO–Rosja o niestacjonowaniu sił w nowych państwach*, są nadal wystarczające, by móc rozpocząć łańcuch natowskich reakcji wojskowej (ang. *trip wire*). Posiłki te są zatem jednym z elementów mających na celu zniechęcić Kreml do podejmowania brutalnych kroków²¹.

²⁰ Państwem ramowym w Estonii została Wielka Brytania, na Łotwie – Kanada, na Litwie – Niemcy, w Polsce – Stany Zjednoczone. Natowska grupa bojowa w Estonii stacjonuje w mieście Tapa, 60 km na wschód od stolicy kraju, na Łotwie – w Ādaži na północnych obrzeżach Rygi, a na Litwie w bazie koło miejscowości Rukle (około 30 km od Kowna). W Polsce natowski batalion rozlokowano w Bemowie Piskim, w północno-wschodniej części kraju.

²¹ J. Gotkowska, *NATO na wschodniej flance – nowy paradygmat*, Ośrodek Studiów Wschodnich, 13 VII 2016, [on-line:] <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2016-07-13/nato-na-wschodniej-flance-nowy-paradygmat> – 21 IX 2022.

Komunikacja polityczna NATO w trakcie napaści Rosji na Ukrainę

Rozpatrując NATO jako podmiot komunikacji politycznej trzeba zauważyć, że jest to złożona struktura, co wiąże się z określonymi następstwami w obszarze prowadzonej przez nią komunikacji z otoczeniem. Z jednej strony, ta złożoność wynika ze specyfiki zagadnień, którymi się interesuje, ale z drugiej, jej przyczyną jest rozbudowana machina decyzyjna obejmująca organy polityczne oraz militarne, dowództwa sojusznicze czy nawet poszczególne armie państw członkowskich. Wszelkie działania komunikacyjne Sojuszu, takie jak: *public affairs*, *military public affairs*, dyplomacja publiczna, operacje informacyjne czy operacje psychologiczne są koordynowane przez główną kwaterę NATO. Komunikacja strategiczna w znacznym stopniu wspiera cele polityczne i militarne Sojuszu, a w jej zakres wchodzi także działalność kierowana zarówno przez instytucje cywilne, jak i wojskowe. Do obowiązków cywilnych instytucji zaliczane są *public affairs* (termin używany przez NATO dotyczący relacji nawiązywanych z mediami) i dyplomacja publiczna. Z kolei do zadań, które są przypisane strukturom o charakterze wojskowym NATO, zaliczamy *military public affairs* (wojskowe media relations), operacje informacyjne oraz psychologiczne. W 2009 r. ukazał się dokument o tytule *NATO Strategic Communications Policy*²², w którym zakres kompetencji w obszarze komunikowania z otoczeniem został wyraźnie rozdzielony między organy i instytucje Sojuszu. Współpraca z mediami jest domeną sekretarza generalnego i reprezentującego go rzecznika prasowego. Do zadań asystenta sekretarza generalnego ds. dyplomacji publicznej i podlegającej mu Dywizji Dyplomacji Publicznej zalicza się długofalowe budowanie wizerunku oraz pielęgnowanie pozytywnego wizerunku organizacji, a także promowanie politycznych celów NATO. Kluczowymi podmiotami komunikacji strategicznej są również przewodniczący Komitetu Militarnego, Naczelný Dowódca Sojuszniczy na Europę (SACEUR) oraz Naczelný Sojuszniczy Dowódca do Spraw Transformacji (SACT). Służby prasowe utrzymują także szefowie misji dyplomatycznych akredytowanych przy

²² NATO *Strategic Communications Policy*, 2009, s. 1

NATO, dowódcy armii i szefowie resortów obronnych państw należących do Sojuszu²³.

W komunikacji strategicznej i politycznej kluczową rolę odgrywa wizerunek lidera danego państwa tudzież instytucji. Jest on wykreowany przez wykwalifikowanych doradców *public relations* i rozpowszechniony *via* przekaz medialny. Trafnym spostrzeżeniem wydaje się, iż w dobie dzisiejszego rozwoju komunikacji publicznej to właśnie mediom masowego przekazu przypada szczególna funkcja promowania lidera państwa lub organizacji na arenie międzynarodowej. Taki proces niematerialnie buduje mnożniki siły danego podmiotu politycznego.

Poza klasycznym ujęciem media relations w ramach aktywności NATO, prowadzone są także inne działania komunikacyjne o charakterze szczególnym. Taka komunikacja jest skierowana głównie do wrogich odbiorców lub do obywateli państw, w których prowadzone są działania militarne. Przede wszystkim są to koordynowane operacje informacyjne i psychologiczne. Kluczowe wytyczne co do ich przeprowadzenia pochodzą od Komitetu Wojskowego, jednak wcześniej muszą one zyskać aprobatę Rady Północnoatlantyckiej i tym samym być spójne z działaniami komunikacyjnymi NATO.

Komunikacja polityczna podczas napaści Rosji na Ukrainę

Z uwagi na zróżnicowanie struktur wewnętrznych Sojuszu i mnogość instytucji wypowiadających się z ramienia NATO, nie jest możliwa dokładna analiza wszystkich kanałów dystrybucyjnych. Z tego względu bliżej przyjrano się oficjalnemu profilowi NATO na platformie Twitter oraz oficjalnemu kontu sekretarza generalnego NATO, Jensa Stoltenberga. Badaniu poddano wpisy opublikowane od 24 stycznia do 24 lipca 2022 r. Jest to przełomowy okres w historii Sojuszu z uwagi na rozpoczęcie inwazji Rosji na Ukrainę. Nadzwyczajne wydarzenia wpłynęły wówczas na komunikację organizacji, stąd aktywność oficjalnych profili

²³ G. Nowacki, *Komunikacja strategiczna w erze społeczeństwa informacyjnego*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy” 2019, nr 58, s. 30.

znacznie wzrosła. Konta prowadzone są wyłącznie w języku angielskim, ponieważ właśnie ten język jest językiem globalnej komunikacji, a jednocześnie językiem oficjalnym NATO, zarówno na poziomie politycznym, jak i militarnym. Należy zauważyć, że ze względu na ograniczanie formalne (dopuszczalny limit użycia 140 znaków w jednym wpisie), komunikaty na platformie Twitter nie są rozbudowane pod kątem językowym. Główną wartość komunikacyjną stanowi dołączony materiał audiowizualny lub zdjęciowy. W przypadku większości wpisów komunikaty zostały opatrzone wspomnianymi źródłami, które niewątpliwie wpływają na spójność i precyzyjność przekazu, a także wizualizują sam komunikat. Przykładem może być post z 8 lipca 2022 r., w którym zamieszczono zdjęcie szkód wyrządzonych przez rosyjską armię, opatrzone podpisem *The consequences of Russia invasion of Ukraine for international security – #NATO and beyond*²⁴. Wpis ten zwraca uwagę na konsekwencje działań sił rosyjskich w kontekście bezpieczeństwa narodowego oraz wyróżnia siłę, jaką jest integracja krajów należących do Sojuszu.

Warto wspomnieć, iż organizacja Sojuszu od 2015 r. prowadzi oficjalne konto NATOinUkraine na platformie Twitter. Jest to profil, który poprzez powielanie tych samych treści, które publikowane są na oficjalnym koncie sekretarza generalnego, jeszcze bardziej przyczynia się do ujednolicenia komunikacji Sojuszu z otoczeniem zewnętrznym.

Analizując te dwa źródła dystrybuowania informacji, można przyjąć, iż głównymi adresatami są dziennikarze, elity polityczne oraz eksperci zajmujący się zagadnieniami z zakresu bezpieczeństwa międzynarodowego. Za pośrednictwem profilu na Twitterze otrzymują oni informacje o bieżących wydarzeniach. Drugą, nie mniej istotną kwestią, jest opinia publiczna krajów członkowskich. Stefanie Babst, pełniąc funkcję osoby odpowiedzialnej za kształtowanie strategii dyplomacji publicznej, zwróciła uwagę, że struktury zajmujące się kształtowaniem wizerunku Sojuszu kładą szczególny nacisk na komunikację z odbiorcami w przedziale wiekowym od 17 do 35 roku życia z uwagi na najbardziej negatywny stosunek wobec działań NATO, którym wspomniana grupa się charak-

²⁴ *The Consequences of Russia's Invasion of #Ukraine for International Security – #NATO and beyond*, Twitter, NATO, 8 VII 2022, [on-line:] <https://twitter.com/NATO/status/1545322267298725888> – 21 IX 2022.

teryzuje²⁵. Ostatnią zaś społecznością, do której skierowane są komunikaty NATO, są obywatele państw spoza Sojuszu. Ze względu na napięcia polityczne i trwającą wojnę w Ukrainie, sama Federacja Rosyjska stała się adresatem tej komunikacji oraz aktywnym uczestnikiem w przestrzeni cybernetycznej. Warto zwrócić uwagę, że mimo swojej neutralności NATO potępiło inwazję Rosji na Ukrainę już dwa dni po napaści. Przykładem jest wpis zamieszczony 6 kwietnia 2022 r. na oficjalnym profilu Jensa Stoltenberga – „#Russia’s war in #Ukraine has shattered peace in Europe & has global repercussions. #NATO’s next strategic concept must reflect this new security reality, a more assertive #China, cyber & hybrid threats, terrorism & climate change. #ForMin”²⁶. W swoim krótkim przemówieniu Stoltenberg nazwał wojnę w Ukrainie brutalnym i nieuzasadnionym zamachem na niepodległe państwo, a także podkreślił siłę, jaka płynie z Sojuszu. Polityk wyraża w tych słowach niepokój związany ze zrujnowaniem pokoju panującego dotychczas w Europie, jak również jasno przestrzega ją przed zagrożeniem ze strony Chin oraz nieustannie wzmagających się zmian klimatu. Wpisując się także w kategorię „miękkich informacji”, Stoltenberg jasno określa swoje stanowisko wobec wojny i podkreśla, że nowa strategia NATO musi skupić się na zagrożeniach, które aktualna rzeczywistość niesie za sobą. „Spoke with #Poland’s President @AndrzejDuda on #Russia’s brutal attack on #Ukraine & the consequences for Euro-Atlantic security. #NATO leaders are meeting tomorrow. We stand united to protect & defend all Allies”²⁷.

W początkowych dniach wojny na Ukrainie Jens Stoltenberg rozmawiał z Andrzejem Dudą oraz zakomunikował manifest jedności i obrony wszystkich państw członkowskich.

²⁵ S. Babst, *Die Public Diplomacy der NATO*, „Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik” Vol. 2, 2009, Nr 2, s. 131.

²⁶ #Russia’s War in #Ukraine Has Shattered Peace in Europe & Has Global Repercussions, Twitter, Jens Stoltenberg, 6 IV 2022, [on-line:] <https://twitter.com/jensstoltenberg/status/1511796791422902274> – 21 IX 2022.

²⁷ Spoke with #Poland’s President @AndrzejDuda on #Russia’s Brutal Attack on #Ukraine & the Consequences for Euro-Atlantic Security, Twitter, Jens Stoltenberg, 24 II 2022, [on-line:] <https://twitter.com/jensstoltenberg/status/1496932250058956802> – 21 IX 2022.

Oficjalnie konto NATO oraz konto sekretarza generalnego służy do przekazywania treści dotyczących bieżących wydarzeń, w tym tych dotyczących doprowadzonych działań militarnych oraz operacji. Wpisy mają głównie formę informacyjną – są zapowiedzią określonego wydarzenia lub relacją z tych już odbywających się. Bardzo wyraźnie można wskazać również perswazyjny charakter wpisów publikowanych przez Sojusz. Istotny jest dobór odpowiedniego słownictwa, które umacnia tożsamość państw członkowskich NATO. Odnosi się to do takich wyrażen takich jak: zaangażowanie, poświęcenie na rzecz pokoju na świecie, bliska współpraca, bliskie więzi, kolektywna obrona, partnerstwo, wzmacnianie suwerenności czy ceniony sojusznik. Komunikaty Sojuszu są budowane w sposób spójny. Oficjalny profil jest powiązany z oficjalnym kontem sekretarza generalnego, udostępniając te same informacje. Można zauważyć, że warstwa informacyjna przenika się z perswazyjnym charakterem komunikatu.

Przedmiotem analizy są przede wszystkim wpisy, które poza funkcją informacyjną wpisują się także do kategorii „miękkich” przekazu informacyjnego. Innymi słowy, są to posty, w których nie tylko NATO opisuje swoje działania, ale także pokazany jest wizerunek sekretarza. Wpis z 7 kwietnia 2022 r.: „Secretary General @JensStoltenberg welcomed Foreign Minister @DmytroKuleba to Brussels as #NATO #ForMin address President Putin’s war against #Ukraine”²⁸ opatrzony zdjęciem z napisem „What you do every day, standing up against the russian aggression, inspires the whole world”. Stoltenberg jasno wyraża osobiste uznanie wobec ministra spraw zagranicznych Ukrainy, Dmytra Kuleby oraz ponownie powtarza komunikat o sile, jaką jest jedność narodów członkowskich.

We wszystkich wpisach można wyróżnić dostosowanie języka, którym posługuje się organizacja do wymagań komunikacyjnych panujących w sferze mediów społecznościowych. Komunikaty są krótkie i rzeczowe.

Prezentowane na oficjalnych kanałach Sojuszu materiały audiowizualne dotyczące wojny w Ukrainie w znacznej mierze były opatrzone wyrażeniami, których celem było zjednoczenie odbiorców przeciw złemu

²⁸ *Thanked PM @BorisJohnson for the #UK’s Key Role in Our Alliance & Its Contributions to Strengthening #NATO Deterrence & Defence in a More Dangerous World*, Twitter, Jens Stoltenberg, 30 VI 2022, <https://twitter.com/jensstoltenberg/status/1542416319794106368> – 21 IX 2022.

opponentowi polityki NATO (Rosji). Mowa tutaj o sile, jaką stanowią: „#NATO Allies have been providing substantial support to help #Ukraine defend itself, and push back the invading Russian forces; Allies have been doing a lot, and are determined to do more. Now, and for the medium and longer term”²⁹.

W kontekście wojny i komunikacji NATO na platformie Twitter można wskazać również na zjawisko trywializacji i tabloidyzacji treści. W krótkim materiale audiowizualnym z 1 kwietnia 2022 r. przedstawiono żołnierzy, w tym kobiety, którzy walczą w strukturach Sojuszu. Wpis opatrzony został słowami: „There are 40,000 troops under #NATO command in the eastern part of the Alliance, and Allies have agreed on 4 new multinational battlegroups following Russia’s invasion of Ukraine”³⁰. Wzbudza to pewną sensację oraz poczucie jedności i siły Sojuszu. Treści towarzyszy dostojna muzyka, która wraz z ukazanymi kadrami podsyca emocje odbiorców. Pokazanie twarzy żołnierzy wkomponowuje się w ramę interpretacyjną *human interest story* (rama sensacji). Taka narracja jest charakterystyczna dla przekazów tabloidowych. Poprzez wzbudzenie określonych, skrajnych uczuć, nadawca komunikatu próbuje zwrócić uwagę na sam komunikat.

Wnioski

Strategie komunikacyjne instytucji politycznych pod wpływem rozwoju technologii masowego przekazu znacznie się zmieniły. Takie zjawisko można zaobserwować również w budowaniu wizerunku Organizacji Traktatu Północnoatlantyckiego. Funkcjonowanie w wysoce zmediatyzowanej przestrzeni publicznej wymusza na instytucjach stosowanie bardziej

²⁹ #NATO Allies Have Been Providing Substantial Support to help #Ukraine Defend Itself, and Push Back the Invading Russian Forces, Twitter, NATO, 7 IV 2022, [on-line:] <https://twitter.com/NATO/status/1512109514035810307> – 21 IX 2022.

³⁰ There Are 40,000 Troops under #NATO Command in the Eastern Part of the Alliance, and Allies Have Agreed on 4 New Multinational Battlegroups Following Russia’s Invasion of Ukraine, Twitter, NATO, [on-line:] <https://twitter.com/nato/status/1509830177282355203> – 21 IX 2022.

wyrafinowanych środków i form przekazu, co determinuje pojawienie się takich tendencji w przekazie jak personalizacja, wizualizacja, stereotypizacja, trywializacja lub użycie ram interpretacyjnych, np. „ramy zwykłego człowieka” czy „ramy sensacji”. Najbardziej odczuwalna w przekazie komunikacji NATO jest wizualizacja treści. Taki zabieg podnosi atrakcyjność komunikatu oraz uwiarygodnia publikowane treści. Ponieważ komunikaty publikowane na Twitterze mają oszczędną formę, symplifikacja przekazu była trudna do zweryfikowana. Można również zauważyć pewne przejawy trywializacji treści zamieszczanych na tym portalu, co jest zabiegiem intencjonalnym z uwagi na uatrakcyjnienie komunikatu. W badanym okresie najrządziej dostrzegalne jest zjawisko personalizacji i celebrytyzacji. Może to mieć związek z charakterem i osobowością sekretarza generalnego NATO, Jensa Stoltenberga. Na oficjalnym koncie Sojuszu udostępniane są wpisy pochodzące z konta polityka, co wskazuje na synergii obydwu profili. Powielanie tych samych treści ujednolica komunikację Sojuszu. Wszystkie kanały informacyjne z ramienia NATO w ten sposób definiują komunikację, która umożliwia odbiorcom bycie na bieżąco z najnowszymi komunikatami. Warto zauważyć, że na oficjalnym profilu Stoltenberga nie są publikowane wpisy pochodzące z oficjalnego konta NATO. Taki zabieg może wskazywać, iż konto NATO służy jako narzędzie pośredniczące w dystrybuowaniu treści.

Komunikacja strategiczna pozwala na kreowanie wizerunku państwa i tworzenie jego marki, co nazywane jest brandingiem³¹. Z perspektywy dyplomacji publicznej i idei prowadzenia dialogu realizuje ona elementy funkcji edukacyjnej, zwłaszcza w wymiarze kulturowym.

Analizując materiały zamieszczane na platformie Twitter, można wyraźnie dostrzec, że oficjalne konto NATO w równym stopniu służy informowaniu, co przekazywaniu komunikatów o charakterze perswazyjnym, a co więcej, wykorzystywane jest do budowania więzi emocjonalnej z odbiorcą poprzez odwoływanie się do sojuszników czy pokazując bardziej „ludzką twarz” organizacji. Świadczy o tym duża proporcja treści o charakterze „miękkim”. Koncepcja umacniania wizerunku i budowania reputacji przez elementy tzw. miękkiej siły wywołuje u odbiorcy chęć

³¹ B. Cronin, H. Crawford, *Information Warfare. Its Application in Military and Civilian Contexts*, „The Information Society” Vol. 15, 1999, No. 4, s. 257.

podjęcia współpracy bądź przynajmniej osiągnięcia kompromisu, który może być realizowany przez samą akceptację działań Sojuszu. We wstępnym założeniu przyjęto, że oficjalne kanały dystrybucji informacji przez NATO służą głównie jako narzędzie do informowania o bieżących wydarzeniach, natomiast w trakcie dokonywania analizy można zauważyć, że znaczna część komunikatów ma zabarwienie perswazyjne.

Badania nad tendencjami widocznymi w komunikacji NATO jednoznacznie wykazują, że wizualizacja, personalizacja, trywializacja i symplifikacja komunikacji politycznej może mieć negatywne skutki dla efektywności strategii komunikacyjnej i jakości debaty publicznej³². Celem badań nie było weryfikowanie wspomnianego twierdzenia, natomiast z całą pewnością można potwierdzić, iż dokonywane zmiany w języku i formie komunikacji politycznej, a także sprawach odnoszących się do obszaru bezpieczeństwa międzynarodowego ulegają nieustannym zmianom w taki sam sposób, jak ewoluuje komunikowanie polityczne w ogóle.

BIBLIOGRAFIA

- Andrusieczko P., *Problemy integracji Ukrainy z NATO (2004-2008)*, [w:] NATO w pozimnowojennym środowisku (nie)bezpieczeństwa, red. M. Pietraś, J. Olchowski, Lublin 2011.
- Babst S., *Die Public Diplomacy der NATO*. „Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik” Vol. 2, 2009, Nr 2, s. 127-131, <https://doi.org/10.1007/s12399-009-0026-1>.
- Cronin B., Crawford H., *Information Warfare. Its Application in Military and Civilian Contexts*, „The Information Society” Vol. 15, 1999, No. 4, s. 257-263, <https://doi.org/10.1080/019722499128420>.
- Den Krieg erklären. Sicherheitspolitik als Problem der Kommunikation*, hrsg. J. Schulz, D. Buch, Frankfurt am Main 2011.
- Gotkowska J., *NATO na wschodniej flance – nowy paradygmat*, Ośrodek Studiów Wschodnich, 13 VII 2016, [on-line:] <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2016-07-13/nato-na-wschodniej-flance-nowy-paradygmat>.

³² D. Piontek, *Mediatyzacja polityki w tzw. mediach miękkich wiadomości. Polityczni celebryci jako nowy element komunikowania politycznego*, [w:] *Mediatyzacja kampanii politycznych*, red. M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk, Katowice 2009, s. 167.

- #NATO Allies Have Been Providing Substantial Support to help #Ukraine Defend Itself, and Push Back the Invading Russian Forces, Twitter, NATO, 7 IV 2022, [on-line:] <https://twitter.com/NATO/status/1512109514035810307>.
- Juszczak A., *NATO następnej dekady – uwarunkowania i możliwości*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2014, nr 29, s. 131-150.
- Koziej S., Pietrzak P., *Szczyt NATO w Walii: uwarunkowania, rezultaty, wnioski dla Polski*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2014, nr 3, s. 11-29.
- Löffelholz M., *Medien als Mediatoren Entstehung, Inhalte und Folgen der sicherheitspolitischen Berichterstattung*, [w:] *Sicherheitspolitische Kommunikation im Wandel*, hrsg. D. Ose, Baden-Baden 2008, s. 121-152, *Schriften der Akademie der Bundeswehr für Information und Kommunikation*, <https://doi.org/10.5771/9783845209142-121>.
- Michta A., *NATO po 2014 roku – jakie priorytety?* „Bezpieczeństwo Narodowe” 2014, nr 29, s. 117-130.
- NATO Strategic Communications Policy*, 2009.
- Nowacki G., *Komunikacja strategiczna w erze społeczeństwa informacyjnego*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy” 2019, nr 58, s. 16-34, <https://doi.org/10.15584/nsawg.2019.2.2>.
- Piontek D., *Mediatyzacja polityki w tzw. mediach miękkich wiadomości. Polityczni celebryci jako nowy element komunikowania politycznego*, [w:] *Mediatyzacja kampanii politycznych*, red. M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk, Katowice 2009, s. 167-179.
- Potyahaylo K., *Kształtowanie opinii społecznej na temat NATO na Ukrainie*, [w:] *NATO w pozimnowojennym środowisku (nie)bezpieczeństwa*, red. M. Pietraś, J. Olchowski, Lublin 2011, s. 393-402.
- Piskorska B., *Stosunki NATO–Rosja w nowej architekturze bezpieczeństwa w Europie*, [w:] *NATO w pozimnowojennym środowisku (nie)bezpieczeństwa*, red. M. Pietraś, J. Olchowski, s. 361-378.
- Przybyła K., *NATO wobec konfliktu na Ukrainie*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2016, nr 37-40, s. 117-131.
- #Russia's War in #Ukraine Has Shattered Peace in Europe & Has Global Repercussions, Twitter, Jens Stoltenberg, 6 IV 2022, [on-line:] <https://twitter.com/jensstoltenberg/status/1511796791422902274>.
- Semetko H.A., Valkenburg P.M., *Framing European Politics. A Content Analysis of Press and Television News*, „Journal of Communication” Vol. 50, 2000, No. 2, s. 93-109, <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>.
- Spoke with #Poland's President @AndrzejDuda on #Russia's Brutal Attack on #Ukraine & the Consequences for Euro-Atlantic Security*, Twitter, Jens Stoltenberg, 24 II 2022, [on-line:] <https://twitter.com/jensstoltenberg/status/1496932250058956802>.

- Stoltenow S., *Kriegsbilder – die Medialisierung des Militärschen*, [w:] *Den Krieg erklären. Sicherheitspolitik als Problem der Kommunikation*, hrsg. N. Zowislo-Grüne-wald, J. Schulz, D. Buch, Frankfurt am Main 2011, s. 148-159.
- Thanked PM @BorisJohnson for the #UK's Key Role in Our Alliance & Its Contributions to Strengthening #NATO Deterrence & Defence in a More Dangerous World*, Twitter, Jens Stoltenberg, 30 VI 2022, [on-line:] <https://twitter.com/jensstoltenberg/status/1542416319794106368>.
- The Consequences of Russia's Invasion of #Ukraine for International Security – #NATO and beyond*, Twitter, NATO, 8 VII 2022, [on-line:] <https://twitter.com/NATO/status/1545322267298725888>.
- There Are 40,000 Troops under #NATO Command in the Eastern Part of the Alliance, and Allies Have Agreed on 4 New Multinational Battlegroups Following Russia's Invasion of Ukraine*, Twitter, NATO, [on-line:] <https://twitter.com/nato/status/1509830177282355203>.
- Traktat Północnoatlantycki sporządzony w Waszyngtonie dnia 4 kwietnia 1949 r.*, Dz.U. 2000, nr 87, poz. 970.
- Winiarska-Brodowska M., *Komunikowanie polityczne w Unii Europejskiej – rola Internetu*, „Zeszyty Prasoznawcze” R. 57, 2014, nr 2, s. 324-336.

ABSTRACT

Does the Alliance's power work?

NATO political communication

The subject of this chapter is NATO's communication policy, and in particular the process of shaping the image of the alliance in social media during the war in Ukraine. The introduction draws attention to the historical outline of the creation of NATO and considers the relationship between NATO and Russia before the escalation of the conflict in Ukraine. In addition, the author describes the activities of the Alliance after the annexation of Crimea and after the outbreak of war. In the proper part, the author takes up the issue of NATO's political communication during Russia's attack on Ukraine. The author presents the results of a quantitative and qualitative analysis of the content of the message on the official NATO Twitter profile. This makes it possible to draw conclusions that the communication strategies of political institutions under the influence of the development of mass media technology have undergone significant changes.

Keywords: NATO, North Atlantic Treaty Organization, political communication, image, mediatization

Od 24 lutego 2022 r. ze szczególną uwagą i niepokojem decydenci polityczni oraz społeczność międzynarodowa śledzą wojnę rosyjsko-ukraińską. Konflikt ten ma nie tylko wymiar militarny, ale jest także wojną komunikacyjną, która toczy się równolegle z działaniami wojskowymi, dyplomatycznymi, medialnymi, w tym dezinformacyjnymi. (...) W toczącej się na wielu frontach wojnie również na polu walki informacyjnej wykorzystywane są zarówno stare, jak i nowe media. W większości służą one nie do celów informacyjnych, ale przede wszystkim perswazyjnych i propagandowych.

Celem niniejszej publikacji jest analiza i ocena praktyk komunikacji politycznej i strategicznej stosowanych podczas toczącego się konfliktu rosyjsko-ukraińskiego. (...) Adresujemy ją przede wszystkim do politologów, medioznawców, ale także do wszystkich zainteresowanych procesami związanymi z wydarzeniami na arenie międzynarodowej oraz komunikowaniem politycznym.

Ze wstępu dr hab. Moniki Ślufińskiej, prof. UJ

ISBN 978-83-8138-865-8



<https://akademicka.pl>