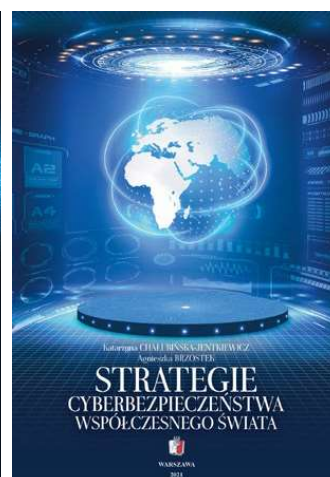


CYBERBEZPIECZEŃSTWO W SIECI

Pakiet 3 książki

ISBN 978-83-68170-72-6 (PDF)



SYLWIA GLIWA

TERRORYŚCI W SIECI

**MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE
W SŁUŻBIE PROPAGANDY ISIS**

Wydawnictwo Towarzystwa Wiedzy Obronnej



WARSZAWA
2021

[Kup książkę](#)

Recenzenci:
dr hab. Tomasz Aleksandrowicz
prof. dr hab. Kuba Jałoszyński

Redaktor:
Zbigniew Moszumański

© Copyright by Wydawnictwo Towarzystwa Wiedzy Obronnej, 2021.
© Copyright by Sylwia Gliwa, 2021.

Wydanie I

Publikacja finansowana ze środków własnych Autorki.

Wydawca:
Wydawnictwo Towarzystwa Wiedzy Obronnej
ul. 11 Listopada 17/19, 03-446 Warszawa
www.two.edu.pl
e-mail: kontakt@two.edu.pl

Wydawnictwo Towarzystwa Wiedzy Obronnej znajduje się w wykazie
wydawnictw publikujących recenzowane prace naukowe,
sporządzonym przez MNiSzW: poz. 652, poziom I – 80 punktów.

Projekt okładki i opracowanie graficzne:
IDEAPRESS Sp. z o.o. Anna Skowrońska

Skład i łamanie:
IDEAPRESS Sp. z o.o. Katarzyna Pogrzebska

IDEAPRESS Sp. z o.o.
ul. Konstantego Ildefonsa Gałczyńskiego 4/901, 00-362 Warszawa
www.ideapress.pl

Spis treści

Wstęp	7
1. Bezpieczeństwo i porządek publiczny – jak je rozumieć?	21
1.1. Definicje bezpieczeństwa publicznego w literaturze przedmiotu wybranych nauk.....	23
1.2. Rozumienie bezpieczeństwa i porządku publicznego w polskim prawie oraz wybranych dokumentach strategicznych i raportach publikowanych przez rząd RP ...	44
1.3. Istota bezpieczeństwa i porządku publicznego	55
1.4. Wnioski	61
2. Media społecznościowe we współczesnej komunikacji politycznej i społecznej	65
2.1. Definicja, charakterystyka funkcjonowania i rodzaje mediów społecznościowych	66
2.2. Dezinformacja i propaganda w mediach społecznościowych.....	76
2.3. Znaczenie mediów społecznościowych we współczesnej komunikacji politycznej i społecznej.....	83
2.4. Wpływ mediów społecznościowych na kreowanie opinii publicznej i nastrojów społecznych.....	95
2.5. Wnioski	109
3. Państwo Islamskie w mediach społecznościowych	113
3.1. Powstanie Państwa Islamskiego.....	114
3.2. Główne sposoby prezentacji treści propagandowych publikowanych przez Państwo Islamskie w mediach społecznościowych.....	123
3.3. Główne platformy mediów społecznościowych wykorzystywane przez ISIS	133
3.4. Strategia ISIS wykorzystania mediów społecznościowych.....	143
3.5. Wnioski	154

4. Rola materiałów audiowizualnych w działaniach propagandowych ISIS.....	157
4.1. Cykl filmów z udziałem Johna Cantlie	158
4.1.1. Lend Me Your Ears	158
4.1.2. Inside.....	160
4.1.3. John Cantlie Talks	162
4.2. Seria filmów “mtmujatweets. From the Islamic State” ...	168
4.3. Inside the Caliphate	172
4.4. Blood for blood	183
4.5. Seria filmów i nagrań audio z udziałem japońskiego dziennikarza Kenji’ego Goto	185
4.6. Flames of War	191
4.6.1 Fighting Has Just Begun	191
4.6.2. Until the Final Hour.....	194
4.7. Answer the Call.....	195
4.8. Greetings from the Land of the Caliphate.....	196
4.9. A Message Signed with Blood to the Nation of the Cross.....	200
4.10. Grand Theft Auto: Salil al-Sawarem.....	202
4.11. A Defiant Attack Upon the Apostates In the Refinery.....	204
4.11.1. Część 1	204
4.11.2. Część 2	205
4.12. The Dark Rise of Banknotes and the Return of the Gold Dinar.....	206
4.13. The Rise of the Khilafah: Return of the Gold Dinar	208
4.14. And No Respite	210
4.15. A Message to America.....	211
4.16. Wykorzystywanie wizerunku dzieci do celów propagandowych w analizowanych produkcjach filmowych.....	213
4.17. Wnioski z analizowanych produkcji filmowych	219
5. Rola materiałów graficznych w działaniach propagandowych ISIS.....	225
5.1. Atak terrorystyczny na London Bridge (2019 r.)	227
5.2. FIFA World Cup 2018	229
5.3. Popkultura.....	236

5.4. Święta Bożego Narodzenia	244
5.5. Wybrane przykłady grafik propagandowych niepowiązane z wydarzeniami polityczno-sportowymi ...	252
5.6. Wnioski z analizy grafik	261
6. Propaganda ISIS w mediach społecznościowych jako zagrożenie bezpieczeństwa i porządku publicznego	265
6.1. Publikowanie materiałów propagandowych przez media społecznościowe a zagrożenia bezpieczeństwa i porządku publicznego	266
6.1.1. Cele	270
6.1.2. Efekty.....	277
6.1.3. Skutki dla bezpieczeństwa i porządku publicznego.....	290
6.2. Propaganda ISIS a wybrane przykłady zdarzeń w państwach europejskich	311
6.3. Wnioski	318
Zakończenie	321
Główne wnioski z badań.....	326
To tylko początek, czyli co zrobić z wynikami badań?	327
Rekomendacje nie tylko dla administracji i organizacji pozarządowych.....	329
Bibliografia	332
Spis rysunków, wykresów i tabel	346

Wstęp

Informacja od zawsze stanowiła cenny towar, który ludzkość od początku swojego istnienia wykorzystywała do budowania cywilizacji, odkrywania nowych lądów, tworzenia przełomowych wynalazków, rozwijania gospodarek czy wygrywania wojen. Posiadanie *know how* jest najbardziej wartościową walutą służącą nie tylko do zdobywania przewagi biznesowej, ale przede wszystkim do budowania pozycji na arenie międzynarodowej. Rewolucja informacyjna została zbadana i opisana już w latach 60. XX wieku przez Heidi i Alvina Tofflerów, którzy teorię ewolucji ludzkości rozpatrywali przez pryzmat trzech tzw. fal – agrarnej, industrialnej oraz ostatniej – najbardziej kluczowej z punktu widzenia niniejszej publikacji – informacyjnej. Każda z nich rozpoczęła się dzięki wynalezieniu rewolucyjnych wynalazków dla ludzkości. Faza agrarna jest związana z upowszechnianiem rozwiązań dla rolnictwa i przejściem z trybu koczowniczego na tryb osiadły. Z kolei rewolucja industrialna rozpoczęła się wraz z udoskonaleniem maszyny parowej oraz rozwojem transportu i elektryczności. Trzecia, ostatnia faza – informacyjna – ważna ze względu na to, że obecnie żyjemy w trakcie jej trwania, jest związana z narodzinami i gwałtownym rozwojem nowych technologii pozwalających na przesyłanie informacji i nieograniczoną komunikację¹.

Trudno nie zgodzić się z opinią W. Kitlera wybitnego polskiego badacza zakresu bezpieczeństwa państwa, który określił, że „[...]

¹ A. Toffler, *Trzecia fala*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1985, s. 32.

powszechna dostępność do informacji, poza jej pozytywnymi rezultatami, powoduje także wystąpienie szeregu nowych uwarunkowań obcych erze industrialnej. Liczyć się będą tylko ci, których stać na nieograniczone dysponowanie informacją, którzy będą mieli możliwość sterowania opinią społeczną, a co za tym idzie sterowania zachowaniami społecznymi nie zawsze zgodnymi z powszechnie przyjętymi normami. Korzystają z tego mass media, które z powodzeniem sterują ludzkimi zachowaniami, wpływają na psychikę ludzką, a w konsekwencji zmieniają przyzwyczajenia i zachowania ludzi, czyniąc to wszystko w imię wolnego przepływu informacji. Doceniają to także poszczególne państwa, używając mediów do celów publicznej dyplomacji, czyli oddziaływania informacyjnego na inne państwa i społeczność międzynarodową². Wspomniana przez cytowanego autora przewaga, która wynika z posiadanych informacji, odnosi się nie tylko do aparatu państwowego, ale również do wielu podmiotów niezależnych lub zaledwie częściowo zależnych od rządów. Kluczowym czynnikiem warunkującym tę przewagę będzie nie tylko posiadanie informacji, ale również umiejętne jej wykorzystanie, a także zdolność do przygotowania alternatywnych wiadomości – bez znaczenia, czy będą one prawdziwe, czy też nie. Newralgicznym elementem, co zostanie wykazane w niniejszej publikacji, stanowi możliwość sterowania opinią i zachowaniami społecznymi, zwłaszcza przez media społecznościowe. Podobnie jest w przypadku oddziaływania na psychikę oraz zmianę zachowań i przyzwyczajień.

W latach 90. XX wieku, po upadku bipolarnego świata, doszło nie tylko do swoistego przewartościowania systemu bezpieczeństwa, ale – co istotne – nastąpiła dynamiczna rewolucja informacyjna związana z globalnym rozpowszechnianiem się Internetu³. Rewolucja ta zakłóciła dotychczasowy model dominacji podmiotów państwowych na arenie międzynarodowej, przyczyniając się do wzrostu znaczenia organizacji pozarządowych – zorganizowanych grup ludności, w tym również grup

² W. Kitler, *Pojęcie i zakres bezpieczeństwa informacyjnego państwa, ustalenia systemowe i definicyjne*, [w:] *Bezpieczeństwo informacyjne. Aspekty prawno-administracyjne*, red. nauk. W. Kitler, J. Taczkowska-Olszewska, Towarzystwo Wiedzy Obronnej, Warszawa 2017, s. 35.

³ A. Kozłowski, *Polityka bezpieczeństwa Stanów Zjednoczonych w cyberprzestrzeni (1993–2012). Studium komparatystyczne*, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2016, s. 21.

przestępczych i terrorystycznych. Powszechność środków komunikacji przyczyniła się do gwałtownego rozwoju przepływu informacji, pozwalając na przekazywanie treści jednostkom, a odbierając tym samym monopol państwom na informowanie i prowadzenie debaty międzynarodowej. Ważną kwestią z punktu widzenia funkcjonowania państwa jest wpływ komunikacji oraz obiegu informacji na działalność instytucji państwowych oraz zachowania obywateli – rozumiane jako bezpieczeństwo i porządek publiczny.

Dane zawarte w corocznie publikowanym raporcie dotyczącym globalnej sieci pokazują, że 59,5% globalnej populacji jest obecnie „podłączona” do Internetu. Prawie 53,6% natomiast korzysta z różnych portali społecznościowych, z czego przeważająca większość – za pośrednictwem smartfonów⁴. Dane te wskazują, że media społecznościowe odgrywają bardzo ważną rolę, a nawet można przychylić się ku stwierdzeniu, że mogą odegrać kluczową rolę w prowadzeniu operacji w obszarze informacyjnym w celu prowadzenia działań propagandowych i dezinformacyjnych. Oddziaływanie na stan wiedzy, opinie, nastroje i przekonania stanowi obecnie jedno z zasadniczych działań ofensywnych zmierzających do próby ingerowania w wewnętrzne sprawy innych państw. Działania obronne natomiast wciąż pozostają słabo wykształcone, ze względu zaś na charakter tego typu zagrożeń, w dużej mierze są uwarunkowane współpracą z prywatnymi podmiotami biznesowymi.

Nieograniczona komunikacja zrodziła się wraz z powszechnym dostępem do Internetu i rozpowszechnieniem się dostępności do nowych środków szybkiej komunikacji oraz dzielenia się informacjami w każdym miejscu i czasie za pośrednictwem mediów społecznościowych. Pojęcie to w najprostszym ujęciu jest rozumiane jako wszystkie usługi, które umożliwiają kreowanie, dzielenie się oraz wymianę treści tworzonych przez użytkowników⁵. Narzędzie to powstało, aby wspomóc komunikację międzyludzką, lecz jego gwałtowny rozwój, nierozzerwalnie związany z postępem technologicznym i cyfryzacją społeczeństwa, spowodował, że obecnie stanowi silne medium przekazu

⁴ Global Digital Report 2021, We are social, Hootsuite, s. 8.

⁵ V. Taprial, P. Kanwar, *Understanding Social Media*, Ventus Publishing ApS, Telluride 2012, s. 6.

treści, propagandy, dezinformacji a jednocześnie największy zbiór nieprzydatnych, nieprawdziwych i nieścisłych treści.

Przez pojęcie „propaganda” – według A. Pratkanisa – należy rozumieć „[...] zręczne posługiwanie się obrazami, sloganami i symbolami odwołujące się do naszych uprzedzeń i emocji, jest komunikowaniem pewnego punktu widzenia mającym na celu skłonienie odbiorcy do dobrowolnego przyjęcia tego punktu widzenia za swój”⁶. Natomiast, jako bazę dalszej analizy, która zostanie dokonana w niniejszym opracowaniu, zostanie przyjęta definicja zaproponowana przez Komisję Europejską, gdzie zjawisko to jest rozumiane jako „[...] możliwe do zweryfikowania, nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje tworzone, przedstawiane i rozpowszechniane w celu uzyskania korzyści gospodarczych lub wprowadzenia w błąd opinii publicznej, które mogą wyrządzić szkodę publiczną”⁷. Szczegółowe rozważania odnośnie do tych dwóch pojęć znajdują się w rozdziale 2.

Zarówno propaganda, jak i dezinformacja są działaniem celowym, lecz – w opinii Autorki – zasadniczą cechą różniącą obydwie terminy jest właśnie cel działania. Dla propagandy będą to emocje i nakłanianie odbiorcy do przyjęcia głoszonych haseł za swoje oraz ukształtowania i ugruntowania założonych postaw i poglądów, natomiast dezinformacja ma na celu oddziaływanie na stan wiedzy odbiorców. Warto również określić rolę tzw. fake newsów, które stanowią narzędzie zarówno propagandy, jak i dezinformacji. Na potrzeby niniejszej pracy przyjęto, że propaganda posługuje się zarówno dezinformacją, jak i *fake newsem* do osiągnięcia swojego zasadniczego celu – budowania pożądanych postaw u odbiorców.

Ogromne ilości informacji, które docierają do odbiorcy każdego dnia, sprawiają, że tylko nieliczne mają szansę zostać zauważone i przeczytane, a tym bardziej zrozumiane. Dlatego nadawca dąży do maksymalnego skrócenia komunikatu, co negatywnie wpływa na jego dokładność i jakość. Często przybierają one formę schematu

⁶ A. Pratkanis, E. Aronson, *Wiek propagandy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 17.

⁷ Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, Zwalczanie dezinformacji w Internecie: podejście europejskie z dnia 26.04.2018 r., s. 4.

lub grafiki. Prowadzi to do sytuacji, w której ich odbiór nie wymaga podjęcia wysiłku intelektualnego, co sprawia, że użytkownicy nie dość, że nie sprawdzają autentyczności treści, źródła ich pochodzenia, to są gotowi je przekazywać dalej, przyczyniając się tym samym do tworzenia chaosu informacyjnego i przekazywania często fałszywszych bądź zmanipulowanych informacji.

Media społecznościowe już dawno przestały mieć swoje pierwotne znaczenie, stając się narzędziem marketingowych działań biznesowych, budowania person (modelowego klienta), profilowania użytkowników pod względem wyszukiwania potencjalnych klientów, medium przekazu dla mediów tradycyjnych, które stale próbują nadążyć za swoimi odbiorcami, czy w końcu dla partii politycznych, organizacji społecznych i lobbujących. Nie pozostały niezauważone również przez grupy terrorystyczne, przestępcze, cyberprzestępców, służby państwowe czy ruchy działające na rzecz walki w określonej sprawie. Media społecznościowe, oprócz idealnego miejsca do pozyskiwania informacji o użytkownikach, ogólnych kierunkach, modach, opiniach czy nastrojach społecznych mogą stanowić jednocześnie narzędzie do prowadzenia działań mających na celu wpływanie na nastroje społeczne oraz opinię publiczną, oddziałując tym samym na bezpieczeństwo i porządek publiczny.

Główną zaletą, a w pewnym sensie też wadą mediów społecznościowych jest szybkość oraz prostota umieszczania i przekazywania informacji. Ważnym wyznacznikiem jest możliwość ulokowania ich w publicznej, nieograniczonej czasowo i przestrzennie platformie o bardzo szerokiej, zróżnicowanej przez wiek i status społeczny publiczności. Wprowadzenie ciekawej dla odbiorców informacji wywołuje niemal natychmiastowe jej rozprzestrzenianie przez możliwość szybkiego, niewymagającego analizy i chwili refleksji kliknięcia myszką. Algorytmy działania mediów społecznościowych, bazujące na analizie Big Data⁸ oraz rozwiązaniach korzystających z elementów sztucznej

⁸ Przez pojęcie „Big Data” rozumie się zasoby informacyjne o dużej pojemności, dużej prędkości i (lub) różnorodności, które wymagają opłacalnych, innowacyjnych form przetwarzania informacji, które umożliwiają lepszy wgląd, podejmowanie decyzji i automatyzację procesów. Vide: *Information Technology Gartner Glossary*, <https://www.gartner.com/it-glossary/big-data/> [dostęp: 2.11.2018 r.].

inteligencji, pozwalają na profilowanie użytkownika w taki sposób, aby pokazywać mu najpierw treści popularne w „jego sieci” kontaktów. Sprawia to, że dostrzegamy przede wszystkim te informacje, które są zbieżne z naszymi poglądami. Jako użytkownicy ulegamy więc złudnemu przekonaniu o powszechnej akceptowalności danej opinii (informacji), co z kolei sprawia, że skłaniamy się do stwierdzenia jej autentyczności – bez jej uprzedniej weryfikacji.

Bez wątpienia media społecznościowe w znaczny sposób wpływają na szybkość i prostotę przekazywania określonych treści mających na celu budowanie opinii czy wywoływanie reakcji odbiorców. Gwałtowny rozwój spowodował konieczność zbadania ich wpływu na bezpieczeństwo i porządek publiczny – kreowanie nastrojów społecznych, wpływanie na opinie i dyskusje polityczne.

Z punktu widzenia komunikacji politycznej bardzo ważne są informacje, opinie czy komentarze, które są upubliczniane przez polityków rządzących, liderów ugrupowań politycznych czy kierowników jednostek organizacyjnych za pośrednictwem kanałów mediów społecznościowych. Istotne są również opinie wprowadzane w obieg przez tzw. influencerów, czyli tych, których opinia jest niebagatelna dla znacznej liczby osób. Jak obrazują liczne sytuacje, choćby wpis ujawniający amerykańskie plany bombardowań w Syrii, media społecznościowe wywierają duży wpływ na politykę, kreowanie nastrojów społecznych oraz budowanie napięcia w społeczeństwie. Co więcej, pozwalają, a nawet wymuszają konieczność szybkiego reagowania i udzielania odpowiedzi przez drugą stronę. Dlatego też komunikacja ta wymaga niezwykle zaangażowania decydentów politycznych oraz konieczności wyważenia szybkości oraz precyzji działania.

Bezrefleksyjne działania w sieci oraz konformistyczne korzystanie z informacji doprowadzają do sytuacji, w której statystyczny użytkownik Internetu i portali społecznościowych stanowi łatwy cel działań propagandowych. Działania te, niezależnie od tego, czy są prowadzone przez ugrupowania polityczne, grupy interesów (lobbingowe) bądź organizacje terrorystyczne, zostały bardzo ułatwione dzięki możliwości publikacji treści w kanałach mediów społecznościowych. Ponieważ korzysta z nich ogromna liczba użytkowników, stanowią one niezwykle niebezpieczne narzędzie w rękach grup terrorystycznych nie tylko do wywoływania strachu i szerzenia paniki, wywierania wpływu

na decyzje polityczne, ale również do przekonywania i rekrutacji członków.

Tradycyjnym wyzwaniem dla bezpieczeństwa jest pojawianie się nowych zagrożeń – dotychczas nieznanych i nieprzewidywanych. Tak było również z powstaniem Państwa Islamskiego i jego działaniami na arenie międzynarodowej. Wymienione wcześniej wszystkie rodzaje działań w obszarze informacyjnym były i są stosowane przez różne podmioty – przedsiębiorstwa, rządy państw, partie polityczne, w tym także przez Państwo Islamskie. Wszystkie zatem elementy będące zamierzonymi skutkami, powstałe w wyniku działań propagandowych, były stałym elementem aktywności tej organizacji. Co warto podkreślić, działalność w obszarze informacyjnym (a zatem i w obszarze bezpieczeństwa informacyjnego) wywierała zasadniczy wpływ na użytkowników sieci i jednocześnie osób przebywających na stałe na terenie określonego państwa⁹ oraz generowała bezpośrednie zagrożenia bezpieczeństwa i porządku publicznego.

Po przeanalizowaniu istoty bezpieczeństwa państwa, prof. W. Kitler stwierdził, że „[...] tradycyjne bezpieczeństwo państwa opiera się na koncepcji siły państwa wobec uczestników stosunków międzynarodowych i podmiotów wewnętrznych (także obywateli) i odzwierciedla możliwości stosowania środków militarnych dzięki ofensywnym i defensywnym zdolnościom sił zbrojnych, wspieranych głównie środkami dyplomatycznymi, ekonomicznymi, wewnętrznymi i specjalnymi”¹⁰. Z punktu widzenia zagrożeń, które przyniosło ze sobą pojawienie się Państwa Islamskiego jako uczestnika stosunków międzynarodowych, konieczne było również dokonanie zmian w sposobach ich neutralizacji. Problematiczne okazało się nie tylko przejęcie przez tę organizację znacznych terenów, budowanie siły militarnej, czynne działania w obszarze informacyjnym, a także próby wywierania wpływu na stosunki globalne i legitymizacji swego tworu na arenie międzynarodowej.

⁹ Autorka celowo użyła sformułowania „osoby na stałe przebywające na terenie określonego państwa” zamiast słowa „obywatel” z powodu konieczności powiązania tego określenia z prawnym związkiem łączącym jednostkę z państwem. Może to stanowić zbyt wąskie zawiązanie w wypadku osób i grup, które nie posiadają obywatelstwa, lecz stale lub czasowo przebywają na terytorium określonego kraju. Więcej, vide: rozdział 1.

¹⁰ W. Kitler, *Pojęcie i zakres bezpieczeństwa informacyjnego...*, s. 30.

Rozwój technologii umożliwił przeniesienie działań propagandowych na nowe platformy komunikacji. Wraz z nim zwiększyła się nie tylko liczba dostępnych użytkowników, ale również formy przekazu treści i szybkość docierania do odbiorców. Działania propagandowe rozpoczęte przez Al-Kaidę i prowadzone obecnie oraz zdecydowanie bardziej zaawansowane działania z wykorzystaniem platform mediów społecznościowych przez Państwo Islamskie¹¹ pokazują ewolucję w prowadzeniu komunikacji przez grupy terrorystyczne. Warto również zwrócić uwagę na przeobrażanie się odbiorcy komunikatu – z biernego członka audytorium na czynnego uczestnika odbierającego i przekazującego treści dalej. Zmiana charakteru odbiorcy oraz nowe platformy działań pozwoliły na skrócenie czasu dotarcia z przekazem oraz obniżenie kosztów.

Przykładami działań z wykorzystaniem mediów społecznościowych były m.in. publikacja szokujących treści w związku z Mundialem w 2018 r. czy filmy nadawane przez oficjalne kanały Daesh. Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej w Rosji, na które przybyły miliony osób, a mecze transmitowały setki stacji telewizyjnych, były naturalnym celem terrorystów. Obawy o możliwość dokonania zamachu wzmagają groźby ISIS prezentowane w materiałach propagandowych. Plakaty przedstawiające gwiazdę piłki nożnej płaczącą krwią i stadion piłkarski, na którym terroryści mordują piłkarzy, pojawiły się w kanałach propagandowych organizacji i szybko obieły świat za pośrednictwem sieci społecznościowych. Użytkownicy, przekazując informacje medialne, a także komentując wpisy, przyczyniali się do osiągnięcia celu komunikacyjnego organizacji – dotarcia do maksymalnej liczby odbiorców. Dodatkowo, przez szokujące treści mogą znacząco wpływać na poczucie niepewności oraz strachu, a także zmuszać do oceny bezpieczeństwa i stanu zabezpieczeń.

ISIS, poza statycznymi formami komunikacji, stosuje na szeroką skalę formy audiowizualne. Duże poruszenie użytkowników mediów społecznościowych wywołał profesjonalny 3-minutowy film, który

¹¹ W niniejszej pracy, oprócz akronimu ISIS (*Islamic State of Iraq and Syria*), będą stosowane zamiennie terminy: Państwo Islamskie, IS (*Islamic State*) i Daesh (arabski akronim od *Islamic State of Iraq and Syria*, ale jego brzmienie dla Arabów ma znacznie szersze konotacje).

Państwo Islamskie emitowało za pośrednictwem sieci. W nagraniu opublikowanym w styczniu 2018 r. terroryści niszczyli symbole zachodniego świata – londyński most Chelsea oraz Biały Dom. Organizacja przez umieszczenie nagrania w mediach społecznościowych doprowadziła do niekontrolowanego jego rozpowszechniania oraz zapewniła sobie – bardzo małym kosztem – liczącą miliony międzynarodową publiczność. Jak wynika z dotychczasowych rozważań, media społecznościowe są dla terrorystów bardzo ważnym kanałem komunikacji. Ukazują również nowe wyzwania dla bezpieczeństwa i porządku publicznego oraz aparatu odpowiedzialnego za jego zapewnienie.

O czym jest książka?

Przedmiotem rozważań w niniejszej pracy jest zbadanie, jakiego rodzaju zagrożenia obszaru bezpieczeństwa i porządku publicznego mogą powstać w wyniku publikacji materiałów propagandowych Państwa Islamskiego z wykorzystaniem kanałów mediów społecznościowych. Opracowanie stanowi prezentację wyników badań, którym poddano materiały graficzne, audio oraz wideo w celu określenia możliwych skutków oddziaływania propagandy ISIS na kreowanie zagrożeń bezpieczeństwa i porządku publicznego. Analizie zostały poddane te treści, które były publikowane przez platformy mediów społecznościowych i zostały skierowane do osób mieszkających w krajach zachodnich oraz w Rosji (ze względu na organizowanie przez ten kraj zawodów sportowych ważnych z punktu widzenia kulturowego).

Dlaczego akurat bezpieczeństwo i porządek publiczny?

Bezpieczeństwo publiczne, do którego odnosi się niniejsza praca, stanowi wciąż nie do końca zdefiniowany obszar nauk o bezpieczeństwie, a także nauk prawnych. W polskim systemie prawnym na próżno szukać legalnej definicji. Termin ten funkcjonuje nie tylko w teorii naukowej, ale również w przepisach prawa, często w połączeniu z pojęciem „porządek publiczny”, lecz jego definiowanie wciąż przysparza trudności. Zasadniczą cechą bezpieczeństwa publicznego jest jego nierozzerwalny związek z zapewnieniem niezakłóconego działania instytucji państwowych oraz normalnego funkcjonowania obywateli. Jest to jednak niewralgiczny obszar działań państwa ze względu na konieczność przestrzegania przez instytucje państwowe wypracowanych