



Colloquium 1(53)/2024  
ISSN 2081-3813, e-ISSN 2658-0365  
CC BY-NC-ND.4.0  
DOI: <http://doi.org/10.34813/02coll2024>

## KSZTAŁTOWANIE WIZERUNKU INSTYTUCJI ZAPEWNIAJĄCYCH BEZPIECZEŃSTWO JAKO ELEMENT POLITYKI BEZPIECZEŃSTWA PAŃSTWA

**Shaping the image of institutions ensuring security  
as an element of state security policy**

Grzegorz Klein  
Akademia Sztuki Wojennej w Warszawie  
e-mail: [grzegorz.klein@gmail.com](mailto:grzegorz.klein@gmail.com)  
ORCID  0000-0001-8804-5227

### Streszczenie

Druga dekada XXI wieku za sprawą takich elementów, jak rozpowszechnianie *fake newsów*, działania dezinformacyjne czy też operacje hybrydowe doprowadziła do upowszechnienia założenia, zgodnie z którym elementy właściwe dla komunikowania społecznego warto naukowo eksplorować, przyjmując perspektywę nauk o bezpieczeństwie. Do takich zagadnień należy między innymi kształtowanie wizerunku instytucji zapewniających bezpieczeństwo w kontekście polityki bezpieczeństwa państwa.

W celu wykazania związku między wskazanymi dwoma obszarami przyjęto, że wartościowe poznawczo będzie skoncentrowanie badań na dwóch elementach. Pierwszy z nich to rozważania dotyczące sposobu badania wizerunku instytucji zapewniających bezpieczeństwo. Drugi obszar to analiza treści związanych z wizerunkiem i bezpieczeństwem informacyjnym w Strategiach Bezpieczeństwa Narodowego RP z 2014 r. i 2022 r. – założono, że zmiany w tym zakresie mogą dowodzić ewolucji w podejściu decydentów do zagadnień wizerunkowych (w tym jego kształtowania) w kontekście polityki bezpieczeństwa państwa.

**Słowa kluczowe:** wizerunek instytucji zapewniających bezpieczeństwo, polityka bezpieczeństwa, Strategia Bezpieczeństwa Narodowego.

### Abstract

The second decade of the 21st century, due to such elements as the dissemination of fake news, disinformation activities, or hybrid operations, led to the dissemination of the assumption, that elements appropriate for social communication should be scientifically explored from the perspective of security sciences. Such issues include shaping the image of institutions ensuring security in the context of state security policy.

It was assumed, that in order to demonstrate the relationship between the two indicated areas, it would be cognitively valuable to concentrate research on two elements. The first are considerations on how to research the image of institutions ensuring security. The second area is the analysis of content related to the image and information security in the National Security Strategies of the Republic of Poland from 2014 and 2022 – it was assumed, that changes in this area may indicate an evolution in the approach of decision-makers to image issues (including its shaping) in the context of state security policy.

**Keywords:** image of institutions ensuring security, security policy, National Security Strategy.

## Wprowadzenie

Badania nad wizerunkiem podmiotów indywidualnych i zbiorowych prowadzone są przede wszystkim przez przedstawicieli takich dyscyplin, jak socjologia, nauki o zarządzaniu, nauki o komunikowaniu społecznym i mediach, nauki o polityce. „Tradycyjnie” pojmowane bezpieczeństwo, zatem zawężanie tego obszaru tylko do aspektów militarnych (względnie militarnych i politycznych) oraz percepcja wizerunku (w tym instytucji zapewniających bezpieczeństwo) jako wartości autotelicznej, to czynniki, za sprawą których badania nad wizerunkiem można uznać za niebędące przedmiotem zainteresowania nauk o bezpieczeństwie. Jednakże przyjęcie szerokiej percepcji bezpieczeństwa, jak również postrzeganie wizerunku instytucji zapewniających bezpieczeństwo nie jako wartości samej w sobie, ale jako elementu wspomagającego działania poszczególnych podmiotów, umożliwi ułożenie badań nad wizerunkiem w obszarze nauk o bezpieczeństwie (Klein i Szpakowska, 2022, s. 218). Jest to podejście zgodne z założeniem, że współcześnie można obserwować redefinicję zadań państwowych instytucji (Trybuł, 2019).

Można przyjąć, że wizerunek instytucji zapewniających bezpieczeństwo jest czynnikiem pośrednio oddziałującym na politykę bezpieczeństwa państwa na poziomie wykonawczym. Jego jakość (jak również jakość elementów ściśle z nim związanych, jak społeczne zaufanie i reputacja) może utrudniać lub ułatwiać realizowanie tego, co zostało zaprojektowane przez władze polityczne. Rozróżnienie poziomu odpowiedzialnego za planowanie (domena polityków) oraz poziomu wykonawczego (obszar aktywności zarówno polityków, jak i podmiotów zależnych od organów władzy państwowej) koresponduje z definicją polityki bezpieczeństwa narodowego, w ramach której założono, że jest to:

ta część polityki państwa, która obejmuje działalność organów władzy państwowej na arenie wewnętrznej państwa i w sferze międzynarodowej, polegająca na wytyczaniu celów i interesów narodowych w zakresie bezpieczeństwa i zapewnianiu ich realizacji przy użyciu różnorodnych środków i narzędzi będących w ich dyspozycji. (Kitler, 2011, s. 36)

W zakresie celów polityki bezpieczeństwa państwa przyjmuje się, że:

najważniejszym, nadrzędnym celem polityki bezpieczeństwa państwa jest zapewnienie pewności istnienia i przetrwania narodu (społeczeństwa) i organizacji państwowej, ich stanu posiadania (tożsamości) oraz niezakłóconego funkcjonowania i rozwoju. Pewność ta

jest kształtowana nie tylko działaniami „negatywnymi” nakierowanymi na eliminowanie lub neutralizowanie zagrożeń zewnętrznych i wewnętrznych, lecz także poprzez działania „pozytywne” uprzedzające powstawanie zagrożeń, podejmowanie nowych wyzwań. (Zięba i Zajac, 2010, s. 31)

Ponadto do celów polityki bezpieczeństwa państwa zalicza się „przetrwanie, integralność terytorialna państwa, niezależność polityczną i suwerenność, sprawne funkcjonowanie instytucji państwa i stabilność wewnętrzną oraz kompleksowy i zrównoważony rozwój społeczno-gospodarczy przyczyniający się do podnoszenia jakości życia obywateli” (Zięba i Zajac, 2010, s. 31).

Przyjmując komplementarną percepcję przedstawionych definicji, można założyć, że polityka bezpieczeństwa narodowego (państwa) to aktywność instytucji państwowych (na poziomach politycznym i wykonawczym), zmierzająca do osiągnięcia kluczowych celów i interesów politycznych, w tym przede wszystkim tych, które mają priorytetowe znaczenie dla bezpieczeństwa państwa, zatem przetrwania i rozwoju, poprzez wykorzystywanie szans, podejmowanie wyzwań, ograniczanie ryzyka i zapobieganie zagrożeniom w przestrzeni politycznej (wewnętrznej i zewnętrznej).

Określenie „przestrzeń polityczna” jest nieostre, co wynika z istoty polityki, jej wielowymiarowości i wieloaspektowości. Jest to sformułowanie zbliżone do odnoszących się do Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej „spraw politycznych” wyrażonych w artykule 26 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej. Można tym samym przyjąć tożsamą interpretację tych terminów. W przypadku „spraw politycznych” zakłada się, że w określeniu tym zawiera się „zarówno polityka partyjna i międzypartyjna (ang. *politics*), jak i wyrażająca wolę państwa, kształtowana, prowadzona i realizowana przez właściwe jego organy (ang. *policy*)” (Sokolewicz, 2015, s. 67).

Począwszy od drugiej dekady XXI wieku można zaobserwować intensyfikację naukowego i publicystycznego zainteresowania przestrzenią informacyjną w kontekście bezpieczeństwa (między innymi za sprawą *fake newsów*, działań dezinformacyjnych czy też operacji hybrydowych). Jednakże należy zaznaczyć, że z „przestrzenią polityczną” (tak samo, jak i ze „sprawami politycznymi”) kształtowanie wizerunku państwowych instytucji jest związane nierozdzielnie. Wynika to z istoty polityki, której nie można odseparować od zagadnień wizerunkowych. Przyjmuje się, że „dbałość o pozytywny wizerunek władzy przez nią samą i tworzenie negatywnego obrazu przez jej przeciwników wydaje się schematem tak starym, jak sama władza” (Młyniec, 1999, s. 644). Ponadto w społeczeństwie demokratycznym dbanie o wizerunek to konieczny element do przetrwania aktorów społecznych. Należy przy tym dodać, że jest on dynamiczny i może być rozpatrywany w trzech wariantach: wizerunku bazowego, pożądanego i komunikowanego, ponadto wizerunek i jego kształtowanie są związane z reputacją (Jarecka, 2013, s. 29-37).

W kontekście prowadzonych w obrębie nauk o bezpieczeństwie badań nad wizerunkiem szczególnie istotny jest ostatni z wymienionych elementów. Reputacja jest

czynnikiem, który może decydować o powodzeniu działań prowadzonych w przestrzeni informacyjnej. Dotyczy to na przykład komunikowania strategicznego czy walki z dezinformacją. Za sprawą m.in. działań (dez)informacyjnych Federacji Rosyjskiej Sojusz Północnoatlantycki i Unia Europejska zmieniają swoje podejście do wskazanych zagadnień. W przypadku NATO walka z dezinformacją została podniesiona do rangi politycznej (Kupiecki, 2022, s. 40). W ramach NATO zmienia się również podejście do komunikowania strategicznego. Jest definiowane jako sposób na koordynację działań z zakresu dyplomacji publicznej, Military Public Affairs, Operacji Informacyjnych i Operacji Psychologicznych (Kryszk, 2017, s. 142). Przedmiotem dyskusji jest natomiast to, w jaki sposób należy korzystać z komunikowania strategicznego. W ramach NATO STRATCOM zauważa się odchodzenie od percepcji instrumentalnej (narzędziowej) na rzecz podejścia bardziej holistycznego, mogącego na przykład uwzględniać aspekty etyczne (NATO STRATCOM, 2023, s. 18). Natomiast aktywność Unii Europejskiej w tym zakresie to m.in. opracowanie sposobów przeciwdziałania dezinformacji (Foreign Information Manipulation and Interference – FIMI), zgodnie z założeniem, że „jest [to] kwestia bardzo pilna” (Rada Unii Europejskiej, 2022).

Na potrzeby prowadzonych badań przyjęto problem badawczy wyrażony pytaniem: w jakim zakresie kształtowanie wizerunku instytucji zapewniających bezpieczeństwo może być użytecznym elementem polityki bezpieczeństwa państwa? Wobec tak sformułowanego pytania założono, że kształtowanie wizerunku instytucji zapewniających bezpieczeństwo może być użytecznym elementem polityki bezpieczeństwa państwa w zakresie wspomagającym prowadzone działania (np. w wymiarze informacyjnym).

W celu weryfikacji przyjętej hipotezy badania zrekapitulowane w niniejszej publikacji podzielono na dwie części. W pierwszej z nich przedmiotem refleksji były teoretyczne założenia dotyczące sposobu badania wizerunku. W drugiej części przedmiotem zainteresowania były zagadnienia wizerunkowe w Strategiach Bezpieczeństwa Narodowego RP z 2014 r. i 2020 r. Z racji wielości zagadnień, które mogłyby stanowić przedmiot analizy w ramach prowadzonych badań, postanowiono zawęzić obszar naukowej eksploracji do wymienionych Strategii. Przyjęto, że będzie to wystarczające do identyfikacji na poziomie ogólnym percepcji rozpatrywanego zagadnienia przez organy władzy publicznej, zatem do określenia tego, jak decydenci postrzegają zagadnienia wizerunkowe w kontekście polityki bezpieczeństwa. Celem naukowej eksploracji było zbadanie związku między kształtowaniem wizerunku instytucji zapewniających bezpieczeństwo a polityką bezpieczeństwa. Tym samym przyjęto istotne ograniczenie: przedmiotem zainteresowania było to, dlaczego kształtowanie wizerunku instytucji zapewniających bezpieczeństwo jest ważne w kontekście polityki bezpieczeństwa. Poza przedmiotem badań pozostały natomiast kwestie tego, w jaki sposób kształtować wizerunek i jakie są efekty działań wizerunkowych. Są to zagadnienia ważne i aktualne,

niemniej wtórne wobec określenia relacji między wizerunkiem instytucji zapewniających bezpieczeństwo a polityką bezpieczeństwa. Badania w wymienionych obszarach przeprowadzono na podstawie analizy literatury przedmiotu oraz analizy wymienionych Strategii.

### **Badanie wizerunku instytucji zapewniających**

W badaniach nad wizerunkiem instytucji zapewniających bezpieczeństwo użyteczna jest perspektywa komplementarna, pozwalająca na uwzględnienie różnorodnych czynników oddziałujących na wizerunek i proces jego kształtowania. Przyjęto, że szczególnie wartościowe poznawczo są cztery elementy (Klein i Szpakowska, 2022, s. 218–224):

- użyteczność wizerunku dla funkcjonowania danej instytucji;
- określenie podstaw prawnych i organizacyjnych działań wizerunkowych;
- potencjał wizerunkowy;
- rzeczywisty wizerunek w społeczeństwie i w mediach.

Pierwszy z wymienionych elementów jest istotny z dwóch powodów. Po pierwsze, jak już zauważono, użyteczność wizerunku dla procesu zapewniania bezpieczeństwa pozwala na prowadzenie badań w tym obszarze w obrębie nauk o bezpieczeństwie. Po drugie, zakres użyteczności wizerunku danej instytucji oddziałuje na pozostałe wyodrębnione elementy: przede wszystkim w zakresie oceny, w jakim zakresie podstawy prawne i organizacyjne są adekwatne do skali działań wizerunkowych, które powinny być prowadzone, ale również w odniesieniu do potencjału wizerunkowego (w jakim zakresie powinien być rozbudowany) oraz rzeczywistego wizerunku (w jakim zakresie jest istotny).

W ramach wcześniejszych badań sformułowano syntetyczny katalog wizerunkowych korzyści wspomagających proces zapewniania bezpieczeństwa. Przyjęto, że w wymiarze ogólnym dobry wizerunek instytucji zapewniających bezpieczeństwo ma szczególne znaczenie w dwóch zakresach:

- pozyskiwania zasobów ludzkich i materialnych ze społeczeństwa;
- wspomagania działań, w ramach których istotnym czynnikiem ułatwiającym ich realizację jest społeczne zaufanie.

Katalog ten podlega operacjonalizacji w przypadku poszczególnych instytucji zapewniających bezpieczeństwo. Ma wymiar bazowy, może i powinien być rozwijany w zależności od specyfiki danego podmiotu. Na przykład w przypadku Wojska Polskiego można wyodrębnić pięć obszarów, w ramach których dobry wizerunek jest elementem ułatwiającym prowadzone działania. Są to:

- rekrutacja: budowanie i umacnianie wizerunku wojska jako dobrego pracodawcy, co jest elementem szczególnie użytecznym w procesie zapowiadanego zwiększenia liczebności wojska;
- modernizacja: jest to proces, który (zwłaszcza po rosyjskiej agresji na Ukrainę w lutym 2022 r.) oznacza zaangażowanie znacznych środków publicznych, co w społeczeństwie demokratycznym wymaga społecznej akceptacji (zwłaszcza w przypadku trudnej sytuacji gospodarczej) – w tym zakresie użyteczny jest wizerunek instytucji działającej w sposób racjonalny i gospodarny;
- sytuacje kryzysowe: dobry wizerunek pomaga zarządzać sytuacjami kryzysowymi (zarówno wewnętrznymi, jak i zewnętrznymi);
- komunikowanie strategiczne: dobry wizerunek w tym obszarze oznacza wiarygodność nadawcy, co jest elementem koniecznym do osiągnięcia założonych celów w zakresie komunikacji społecznej;
- walka informacyjna: w tym obszarze dobry wizerunek ma takie samo znaczenie jak w przypadku komunikowania strategicznego.

Można skonstatować, że w kontekście syntetycznego katalogu korzyści wizerunkowych pierwsze dwa obszary związane są z pozyskiwaniem ze społeczeństwa zasobów ludzkich i materialnych. Pozostałe trzy dotyczą tych działań, w ramach których użyteczna jest wiarygodność (zatem wartość tworzona i umacniana na podstawie dobrego wizerunku).

Jak zauważono, określenie zakresu, w jakim wizerunek jest użyteczny dla funkcjonowania danej instytucji, to element umożliwiający ocenę adekwatności podstaw prawnych i organizacyjnych do działań wizerunkowych, które powinny być prowadzone. Jeśli dla funkcjonowania danej instytucji zapewniającej bezpieczeństwo dobry wizerunek ma niewielkie znaczenie, wówczas struktura organizacyjna odpowiadająca za działania wizerunkowe nie musi być rozbudowana (to samo dotyczy podstaw prawnych). Przeciwny postulat należy przyjąć przy założeniu istotnej użyteczności wizerunku dla działań realizowanych przez daną instytucję. Prowadzone badania mogą tym samym pozwalać na formułowanie wniosków, zgodnie z którymi struktura i podstawy prawne są (w kontekście korzyści wizerunkowych) nadmiernie lub zbyt słabo rozbudowane.

Trzeci z wyodrębnionych elementów dotyczy potencjału wizerunkowego. Przyjmuje się, że szczególnie wartościowe są w tym zakresie dwa obszary. Pierwszy z nich dotyczy nowoczesności danej instytucji i jej profesjonalizmu. Drugi to zagadnienia związane z kulturą, historią, tradycją, zatem dotyczące tego, jaka jest historia relacji danej instytucji ze społeczeństwem (jako całością, ale również ze społecznościami lokalnymi). Potencjał wynikający z tych dwóch obszarów może podlegać operacjonalizacji podczas planowania działań wizerunkowych.

Ostatni element to próba rekonstrukcji rzeczywistego wizerunku. Jest to możliwe na podstawie badań prowadzonych na dwóch płaszczyznach. Pierwsza z nich to badania opinii publicznej, ze szczególnym uwzględnieniem tych badań, które są realizowane cyklicznie, co pozwala na identyfikację ewentualnych trendów. Druga płaszczyzna związana jest z analizą dyskursu medialnego, badania w tym zakresie mogą mieć wymiar ilościowy i/lub jakościowy, mogą być również zawężane (z racji rozbudowania rynku medialnego) do mediów opiniotwórczych.

Za sprawą wieloaspektowości proponowanego sposobu badania wizerunku instytucji zapewniających bezpieczeństwo, należy sformułować postulat projektowania naukowych eksploracji w tym obszarze z uwzględnieniem perspektywy interdyscyplinarnej. Uogólniając, można przyjąć, że dorobek nauk prawnych i nauk o zarządzaniu będzie użyteczny przy badaniu podstaw prawnych i organizacyjnych, socjologia, historia i nauki o kulturze wzbogacą wiedzę z zakresu potencjału wizerunkowego, a perspektywa nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk politycznych będzie wartościowa przy rekonstrukcji rzeczywistego wizerunku.

### **Zagadnienia wizerunkowe w Strategii Bezpieczeństwa Narodowego RP 2014 i 2020**

W rozważaniach nad relacjami między bezpieczeństwem a kulturą wyróżnia się między innymi sferę kultury mentalnej, świadomościowej. Przyjmuje się, że jest to „stan świadomości podmiotu wraz z jego potencjałem intelektualnym, w tym – między innymi – poziomem wiedzy, także tej, która dotyczy istoty bezpieczeństwa, sposobów jego osiągnięcia i rozwijania” (Cieślarczyk, 2016, s. 88–89). Pełne, precyzyjne określenie „stanu świadomości podmiotu” (w przypadku zrekapitulowanych badań organów władzy publicznej) w zakresie postrzegania wizerunku instytucji zapewniających bezpieczeństwo jako elementu polityki bezpieczeństwa państwa jest zadaniem w praktyce niewykonalnym. Można przyjąć, że jest to właściwość tych zagadnień, w ramach których występują elementy nieostre, trudne do jednoznacznego określenia, jak „stan świadomości” czy też „polityka bezpieczeństwa”. Dlatego, jak zauważono, postanowiono zawęzić obszar badań do aktualnej i poprzedniej Strategii Bezpieczeństwa Narodowego RP. Założono, że za sprawą ich szczególnej roli w projektowaniu polityki bezpieczeństwa państwa, przeprowadzona analiza będzie wystarczająca dla określenia w wymiarze ogólnym „stanu świadomości podmiotu” względem rozpatrywanego obszaru.

W Strategii Bezpieczeństwa Narodowego z 2014 r. określenie „wizerunek” zostało zastosowane w kontekście dyplomacji. Założono „realizację projektów inwestycyjnych”, które razem z „optymalizacją sieci polskich placówek zagranicznych” miały się przyczynić do poprawy wizerunku tych placówek (BBN, 2014, s. 45). Z racji znaczenia, jakie w procesie kształtowania wizerunku pełnią media, wartościowo

poznawczo są trzy punkty (83, 97, 142), w których zawarto odniesienia do nich. Pierwszy z rozpatrywanych punktów (83) to „Przeciwdziałanie i zwalczanie terroryzmu i ekstremizmu”. Założono, że „polityka medialna i informowanie społeczeństwa o potencjalnych zagrożeniach, edukacja społeczna” to jeden z elementów rozbudowanego katalogu działań mających służyć temu celowi (BBN, 2014, s. 34). Punkt 97 to „Działania mediów na rzecz bezpieczeństwa”, wśród nich wymieniono „współdziałanie administracji i służb z mediami” oraz „działalność o charakterze edukacyjnym” – przyjęto, że ma to doprowadzić do pogłębiania „świadomości społecznej” na temat zagrożeń, ich identyfikacji i reagowania w przypadku wystąpienia (BBN, 2014, s. 39).

Obydwa przytoczone powyżej punkty zawarto w rozdziale III *Koncepcja działań strategicznych. Strategia operacyjna*. Ostatni z rozpatrywanych elementów („Media w systemie bezpieczeństwa narodowego”, punkt 142) został ujęty w rozdziale IV *Koncepcja przygotowań strategicznych. Strategia preparacyjna*. Ponowiono postulat rozwijania współpracy między państwowymi instytucjami a mediami. Założono ponadto konieczność rozwoju kompetencji zarówno służb prasowych wspomnianych instytucji, jak i dziennikarzy oraz większe zaangażowanie mediów publicznych w sprawy bezpieczeństwa narodowego (BBN, 2014, s. 53).

Strategia Bezpieczeństwa Narodowego z 2020 r. składa się z czterech filarów. W ramach filaru III „Tożsamość i dziedzictwo narodowe” zawarto dwa elementy, jeden z nich to „tworzenie pozytywnego wizerunku Polski”. Założono, że cel ten, jak również rozwijanie „atrakcyjności kulturowej i gospodarczej” będzie możliwy do osiągnięcia dzięki działaniom realizowanym w trzech obszarach. Pierwszy to dyplomacja publiczna i kulturalna, polityka historyczna, promocja języka, historii, nauki, kultury (również masowej) oraz związane z chrześcijaństwem dziedzictwo narodowe. Uwzględniono również wykorzystywanie „technologii komunikacji społecznej”. Drugi obszar to współpraca z krajowymi przedsiębiorcami w celu wzmocnienia „marki polskiej gospodarki” oraz umiędzynarodowienia polskich firm. Podkreślono przy tym szczególne znaczenie wytwórców innowacyjnych rozwiązań. Ostatni z obszarów związany jest zarówno z promocją polskiej gospodarki, jak i kultury. Służyć temu ma rozwijanie dyplomacji publicznej oraz poprawa współpracy z organizacjami polonijnymi (BBN, 2020, s. 29).

W kontekście rozpatrywanego zagadnienia wartościowe poznawczo treści zawarto również w filarze I „Bezpieczeństwo państwa i obywateli”. Jeden z jego elementów to „przestrzeń informacyjna”. Przyjęto, że aby państwo i obywatele mogli w niej bezpiecznie funkcjonować, konieczne jest m.in. „stworzenie jednolitego systemu komunikacji strategicznej państwa”, w ramach którego założono korzystanie z różnorodnych kanałów komunikacji i mediów. Współpracę z mediami (zarówno informacyjnymi, jak i społecznościowymi) założono również w kontekście przeciwdziałania dezinformacji (w tym zakresie zawarto również postulat zaangażowania obywateli i organizacji pozarządowych).



Ponadto przyjęto, że w celu zwiększenia społecznej świadomości konieczne jest rozwijanie edukacji w obszarze bezpieczeństwa informacyjnego (BBN, 2020, s. 21).

Należy również zwrócić uwagę na aspekty definicyjne. Po pierwsze, przed punktem „przestrzeń informacyjna” umieszczono punkt „cyberbezpieczeństwo”, co wskazuje na to, że pojęcia te nie są traktowane jako tożsame. Po drugie, założono, że przestrzeń informacyjna składa się z trzech warstw: wirtualnej, fizycznej i kognitywnej (BBN, 2020, s. 21).

W wymiarze ilościowym można przyjąć, że w Strategii Bezpieczeństwa Narodowego RP z 2020 r. zawarto więcej treści związanych z wizerunkiem i mediami niż w poprzedniej Strategii, dotyczy to zwłaszcza samego wizerunku. Wartościowo poznawczo różnice można wykazać w zakresie jakościowym. Po pierwsze, w porównaniu do poprzedniej Strategii w nowej treści związane z wizerunkiem, podobnie jak elementy dotyczące przestrzeni informacyjnej, zostały wyeksponowane, tym samym nadano im istotne znaczenia. Po drugie, są bardziej różnorodne. Uogólniając, można przyjąć, że w Strategii Bezpieczeństwa Narodowego z 2014 r. uwagę skoncentrowano na trzech elementach:

- powiązaniu obszaru informacyjnego z zagrożeniami;
- znaczeniu edukacji społecznej;
- współdziałaniu państwa i mediów.

Jak zauważono, w aktualnej Strategii treści stanowiące przedmiot zainteresowania były bardziej zróżnicowane. Można wyodrębnić następujące zagadnienia:

- skorelowanie wizerunku państwa z kulturą i gospodarką;
- przyjęcie katalogu zadań, mających prowadzić do osiągnięcia założonych celów wizerunkowych;
- sformułowanie postulatu współpracy z mediami (w tym społecznościowymi);
- założenie konieczności stworzenia systemu komunikacji strategicznej państwa;
- założenie wielowymiarowości przestrzeni informacyjnej i oddzielenie jej od cyberbezpieczeństwa.

Szczególnie istotne wydają się trzy elementy, na podstawie których można przyjąć, że przyjęto całościową percepcję zagadnień wizerunkowych i informacyjnych. Najważniejszy z nich dotyczy konieczności stworzenia systemu komunikacji strategicznej państwa. Wobec zagrożeń w przestrzeni informacyjnej, należy przyjąć, że jest to element niezbędny w procesie zapewniania bezpieczeństwa. Drugi aspekt związany jest z zagadnieniami definicyjnymi. W literaturze przedmiotu bezpieczeństwo informacyjne jest niekiedy zawężane do aspektów technicznych przy jednoczesnym marginalizowaniu lub pomijaniu rozważań nad treścią (Klein, 2019, s. 22). W aktualnej Strategii przyjęto szeroką definicję tego obszaru, co oznacza szansę na komplementarne podejście do bezpieczeństwa informacyjnego. Ostatni element to rozbudowany katalog zadań, które mają służyć osiągnięciu celów wizerunkowych – również w tym przypadku przyjęto perspektywę wieloaspektową, zatem taką, która jest adekwatna do działań wizerunkowych.

## Zakończenie

W związku z rosyjską agresją na Ukrainę są już formułowane pierwsze implikacje dla „polityki obronnej” Polski i państw Zachodu. Wśród nich znajduje się między innymi następujący wniosek: „Wiarygodne demokratyczne przywództwo państwa ma zdolność mobilizowania społeczeństwa oraz wzmacniania woli oporu i walki. Siła przykładu dawanego w konkretnych sytuacjach utrwała zaufanie do rządzących” (Kupiecki, 2022). „Siłę przykładu” można interpretować w kategoriach wizerunkowych jako wizerunek elit politycznych czy też organów władzy publicznej w zakresie ich działań na rzecz bezpieczeństwa państwa. W tym kontekście istotnego znaczenia nabiera identyfikowanie zagadnień związanych z wizerunkiem (państwa, ale i instytucji zapewniających bezpieczeństwo) przez politycznych decydentów.

Na podstawie zrekapitulowanych badań można pozytywnie zweryfikować przyjętą hipotezę. Działania w przestrzeni wizerunkowej (w tym również w przypadku instytucji zapewniających bezpieczeństwo) mogą być użyteczne w procesie zapewniania bezpieczeństwa, a organy władzy publicznej, przynajmniej na poziomie planowania strategicznego, mają tego świadomość (jest to zatem pożądany „stan świadomości podmiotu”). Osobnym zagadnieniem (zarówno w kontekście badań, jak i politycznej praktyki) jest operacjonalizacja tej świadomości, czyli realne działania wizerunkowe związane z polityką bezpieczeństwa państwa.

## BIBLIOGRAFIA

- Biuro Bezpieczeństwa Narodowego. (2014). *Strategia Bezpieczeństwa Narodowego RP*. Warszawa. <https://www.bbn.gov.pl/ftp/SBN%20RP.pdf>
- Biuro Bezpieczeństwa Narodowego. (2020). *Strategia Bezpieczeństwa Narodowego RP*. Warszawa. [https://www.bbn.gov.pl/ftp/dokumenty/Strategia\\_Bezpieczenstwa\\_Narodowego\\_RP\\_2020.pdf](https://www.bbn.gov.pl/ftp/dokumenty/Strategia_Bezpieczenstwa_Narodowego_RP_2020.pdf)
- Cieślarczyk, M. (2016). Bezpieczeństwo narodowe w perspektywie kulturowej. W: W. Gizicki (red.), *Integracja i bezpieczeństwo jako wartości we współczesnym świecie* (s. 48–60). Instytut Sądecko-Lubelski.
- Jarecka, U. (2013). *Kształtowanie medialnego wizerunku polskiej armii*. Praca naukowo-badawcza. Akademia Obrony Narodowej.
- Kitler, W. (2011). *Bezpieczeństwo narodowe RP. Podstawowe kategorie. Uwarunkowania. System*. Akademia Obrony Narodowej.
- Klein, G. (2019). Bezpieczeństwo informacyjne RP w kontekście wschodnioeuropejskich zagrożeń w przestrzeni informacyjnej – perspektywa teoretyczna. *Studia Wschodnioeuropejskie*, 11, 16–24. <https://doi.org/10.31971/24500267.11.2>
- Klein, G., Szpakowska, Z. (2022). Wizerunek grup dyspozycyjnych w perspektywie nauk o bezpieczeństwie. W: P. Lizakowski (red.), *Securitologiczna panorama bezpieczeństwa* (211–227). Wojskowa Akademia Techniczna.
- Kryszk, D. (2017). Walka informacyjna a public relations. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 313, 137–146.

- Kupiecki, R. (2022). Bezpieczeństwo Polski po agresji Rosji na Ukrainę. Aspekt sojuszniczy, W: R. Kuźniar (red.), *Bezpieczeństwo Polski w świetle wojny na Wschodzie* (83–102). Scholar.
- Kupiecki R. (2022). NATO a dezinformacja. Siedem dekad doświadczeń. *Sprawy Międzynarodowe*, 75(2), 19–44. <https://doi.org/10.35757/sm.2022.75.2.03>
- Młyniec, E. (1999). Wizerunek. W: A. Antoszewski, R. Herbut (red.), *Leksykon politologii* (644–646). Alta2.
- NATO STRATCOM. (2023). *Understanding Strategic Communications. NATO Strategic Communications Centre of Excellence Terminology Working Group Publication No. 3*. <https://stratcomcoe.org/publications/understanding-strategic-communications-nato-strategic-communications-centre-of-excellence-terminology-working-group-publication-no-3/285>.
- Rada Unii Europejskiej. (2022). *Zagraniczne manipulacje informacjami i ingerencje w informację: Rada zatwierdza konkluzje o zwiększeniu zaangażowania UE i jej zdolności do reakcji*. <https://www.consilium.europa.eu/pl/press/press-releases/2022/07/18/foreign-information-manipulation-and-interference-council-approves-conclusions-stepping-up-eu-s-engagement-and-ability-to-respond>.
- Sokolewicz, W. (2015). *Wojsko i Konstytucja*. Wydawnictwo TK.
- Trybuł W. (2019). Podstawowe kierunki definiowania państwa w XXI wieku. W: J. Brudnicka, W. Trybuł (red.), *Wybrane aspekty funkcjonowania państwa w XXI wieku* (15–25). Wydawnictwo Naukowe Semper.
- Zięba, R., Zając, J. (2010). *Budowa zintegrowanego systemu bezpieczeństwa narodowego Polski. Ekspertyza*. [https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/11838/Budowa\\_zintegrowanego\\_systemu\\_bezpiecze.pdf](https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/11838/Budowa_zintegrowanego_systemu_bezpiecze.pdf).