

DOI: <https://doi.org/10.34862/rbm.2020.1.9>

Joanna Zych
Akademia Sztuki Wojennej
j.zych@akademia.mil.pl
<https://orcid.org/0000-0001-9187-8588>

Wykorzystanie mediów społecznościowych w komunikacji strategicznej Sił Obronnych Izraela podczas działań zbrojnych w 2019 r.

Streszczenie: W artykule poddano analizie aktywność Sił Obronnych Izraela (IDF) w serwisach społecznościowych podczas eskalacji konfliktu w Strefie Gazy w dniach 3–6 maja i 12–14 listopada 2019 r. Celem opracowania jest ustalenie, w jaki sposób izraelskie siły zbrojne wykorzystują nowe media w ramach komunikacji strategicznej. W oparciu o studium przypadku artykuł udziela odpowiedzi na następujące pytania: jakie motywy i wątki tematyczne dominują w narracji IDF w mediach społecznościowych? Do kogo jest ona skierowana? W jaki sposób media społecznościowe służą komunikacji strategicznej IDF? Część teoretyczną opracowania oparto na literaturze przedmiotu dotyczącej komunikacji strategicznej i dyplomacji publicznej. Badania empiryczne przeprowadzono na podstawie materiałów publikowanych przez oficjalne konta IDF w dwóch serwisach społecznościowych. Analizie treści z wykorzystaniem kodowania otwartego poddano 150 wpisów opublikowanych portalu Twitter oraz 55 wpisów w serwisie Facebook. Bazując na wyłonionych w ten sposób głównych motywach i wątkach tematycznych, wskazano główne cechy izraelskiej narracji o konflikcie i jej docelowych odbiorców oraz scharakteryzowano rolę mediów społecznościowych w komunikacji strategicznej IDF. Przedstawione w artykule wnioski na temat wykorzystania przez IDF mediów społecznościowych mogą stanowić wzorzec skutecznych praktyk dla innych państw, jak również być podstawą do dalszych badań nad rolą sfery informacyjnej w konfliktach zbrojnych.

Słowa kluczowe: Izrael, komunikacja strategiczna, media społecznościowe, konflikt zbrojny, Strefa Gazy

The Use of Social Media in Strategic Communication of the Israel Defense Forces During Military Operations in 2019

Summary: The paper analyzes the activity of the Israel Defense Forces (IDF) on social media during the escalation of the conflict in the Gaza Strip on May 3-6 and November 12-14, 2019. The goal of the study is to determine how the Israeli army uses social media for the purpose of strategic communication. Based on a case study, the paper answers the following questions: Which themes

dominate the IDF's narrative on social media? Who is the main target? How do social media serve the IDF's strategic communication? The theoretical part of the study was based on a review of literature related to strategic communication and public diplomacy. Empirical research was conducted with the use of materials published by official IDF accounts on two social networking sites. Content analysis using open coding included 150 posts published on Twitter and 55 posts on Facebook. Referring to the leading themes and categories selected in this way, the main features of the Israeli narrative on the conflict and target audience were identified, and the role of social media in the IDF's strategic communication was described. The conclusions regarding the IDF's use of social media presented in the article can be seen as a model of effective practices for other countries, as well as a basis for further research on the role of the information dimension in armed conflicts.

Keywords: Israel, strategic communication, social media, armed conflict, Gaza Strip

Wstęp

„Drogi świecie: dziś rano zabiliśmy dowódcę Palestyńskiego Islamskiego Dżihadu w Gazie. Oto dlaczego powinno cię to obchodzić...” (Israel Defense Forces [IDF], 2019a). W taki sposób 12 listopada 2019 r. Siły Obronne Izraela informowały na swoim oficjalnym profilu na portalu Twitter o śmierci Baha Abu Al-Aty, który zginął podczas izraelskiego nalotu. Do wpisu dołączono film ze scenami zamachów w Wielkiej Brytanii, Stanach Zjednoczonych, we Francji, w Szwecji, Indonezji, Indiach, Nigerii i na Sri Lance. W ostatnich klatkach pojawiły się nagrania z zamachów w Tel Awiwie i ostrzału raketowego prowadzonego ze Strefy Gazy oraz komentarz, że za wszystkie przedstawione ataki odpowiada globalny ruch islamskiego dżihadu, którego częścią jest Palestyński Islamski Dżihad w Strefie Gazy¹. Przekaz był prosty i czytelny: Izraelczycy wyeliminowali właśnie człowieka, który dla wszystkich państw doświadczonych przez ataki terrorystyczne powinien być wspólnym wrogiem. Według statystyk serwisu Twitter, film wyświetliło 145,5 tys. użytkowników. Wpis zyskał 13,2 tys. „polubień”, został podany dalej 5 tys. razy i skomentowany 752 razy (IDF, 2019a). Przez kolejne trzy dni wymiany ognia między Siłami Obronnymi Izraela² a PIJ na samym Twitterze umieszczono 78 takich cieszących się popularnością wpisów. Dzięki wykorzystaniu mediów społecznościowych Izraelczycy dotarli do setek tysięcy odbiorców za granicą, skutecznie forsując własną narrację na temat przyczyn eskalacji konfliktu na długo przed przekazaniem jakichkolwiek informacji przez światowe media. Nie był to pierwszy przypadek wykorzystania

¹ Palestyński Islamski Dżihad – ang. *Palestinian Islamic Jihad*, dalej: PIJ.

² Siły Obronne Izraela – ang. *Israel Defense Forces*, dalej: IDF.

przez IDF mediów społecznościowych do kreowania własnej narracji o konflikcie. Od 2008 r. Izraelczycy (z różnym skutkiem) poszukują metod kształtowania korzystnego dla IDF przekazu o wojnie za pośrednictwem Internetu. Z roku na rok media społecznościowe odgrywają w tych działaniach coraz większą rolę (Malhotra, 2016, s. 26).

Na temat komunikacji strategicznej powstało już wiele monografii. Wartościowe prace na ten temat napisali Paul (2011), Falkheimer i Heide (2018), Zaharna (2010), Cornish, Lindley-French i Yorke (2011). W języku polskim warte uwagi artykuły opublikowali m.in. Szymańska (2014), Jachimowski (2016) oraz Nowicka, Załoga i Ciekankowski (2018). Na gruncie polskim wartościową publikację na temat militarnych aspektów komunikacji strategicznej wydał niedawno Modrzejewski (2020). W ostatnich latach pojawiły się również publikacje naukowe na temat wykorzystania mediów społecznościowych przez siły zbrojne. Można tu wymienić m.in. opracowania Malhotry'ego (2016) oraz Walinskiego (2015). Zagadnienia związane z wykorzystaniem mediów społecznościowych przez Siły Obronne Izraela poruszają w swoich opracowaniach m.in. Shavit (2017) oraz El Zein i Abusalem (2015). Wymienieni autorzy przedstawiają wartościowe analizy na temat ewolucji podejścia IDF do mediów społecznościowych jako narzędzia osiągnięcia celów politycznych i wojskowych. Nie podejmują się jednak dokładnej analizy treści prezentowanych za pośrednictwem poszczególnych kanałów komunikacji w odniesieniu do prowadzonych w danym czasie działań zbrojnych. Stąd też idea szczegółowego zbadania treści, form przekazu oraz kontekstu, w jakim oficjalne konta IDF publikują wpisy w mediach społecznościowych.

Celem niniejszego artykułu jest ustalenie, w jaki sposób Siły Obronne Izraela wykorzystują wybrane serwisy społecznościowe w ramach komunikacji strategicznej podczas działań zbrojnych. Bazując na studium przypadku, autorka stara się udzielić odpowiedzi na następujące pytania: jakie motywy i wątki tematyczne dominują w narracji IDF w mediach społecznościowych? Do kogo jest ona skierowana? W jaki sposób media społecznościowe służą komunikacji strategicznej IDF? W tym celu szczegółowej analizie poddano aktywność Sił Obronnych Izraela w międzynarodowych portalach społecznościowych podczas eskalacji konfliktu z Hamasem i PIJ w maju i w listopadzie 2019 r. Analiza treści badanych wpisów przeprowadzona została za pomocą metody kodowania otwartego. Polega ona na generowaniu kodów (etykiet), powtarzających się w zebranych materiałach, przypisywaniu do nich konkretnych sformułowań/

wyrażeń lub motywów wizualnych. Następnie są one grupowane w kategorie i hierarchizowane (Böhm, 2014, s. 271). W badaniu uwzględniono 150 archiwalnych wpisów na oficjalnym koncie IDF w serwisie Twitter oraz 55 wpisów w serwisie Facebook. W odniesieniu do postawionych pytań badawczych, przeprowadzono pierwszą rundę kodowania otwartego, po której stworzono klucz kodowy. Po drugiej rundzie kodowania wyselekcjonowano kategorie – wątki tematyczne w narracji IDF najczęściej pojawiające się w mediach społecznościowych w badanym okresie. Wyłonione w ten sposób wątki tematyczne i ich kategorie przedstawione zostały na tle toczących się działań zbrojnych oraz w odniesieniu do teoretycznych założeń komunikacji strategicznej.

Komunikacja strategiczna – założenia teoretyczne

W literaturze przedmiotu odnaleźć można wiele definicji komunikacji strategicznej, których częścią wspólną jest planowe budowanie pozytywnego wizerunku wybranego podmiotu, aby stworzyć korzystne warunki do realizacji jego celów strategicznych (Zaharna, 2010, s. 6). Pojęcie to wykorzystywane jest najczęściej w naukach o zarządzaniu (w odniesieniu do podmiotów gospodarczych czy handlowych), w naukach o polityce i naukach o bezpieczeństwie (w odniesieniu do państw lub ich organów, instytucji i organizacji). W niniejszym opracowaniu mowa będzie o komunikacji strategicznej realizowanej przez państwo – a dokładnie przez jeden z jego organów, jakim są siły zbrojne. Niezależnie od podmiotu, który prowadzi komunikację strategiczną, wyróżnia się jej dwa rodzaje: wewnętrzną i zewnętrzną. W przypadku państwa wewnętrzna skierowana jest do jego mieszkańców, zewnętrzna natomiast do społeczeństw za granicą (Modrzejewski, 2020, s. 121). Zawarta w dalszej części opracowania analiza skupia się na aspekcie zewnętrznym komunikacji strategicznej, a więc narracji adresowanej przez IDF do odbiorców za granicą.

Przed przejściem do dalszych rozważań warto przybliżyć ogólną charakterystykę zewnętrznej komunikacji strategicznej, której nadawcą jest państwo (lub jego organy). Według Szymańskiej (2014, s. 278) zewnętrzna komunikacja strategiczna państwa to „całość założeń oraz zakres działań o charakterze strategicznym, koncepcyjnym, analitycznym, koordynacyjnym i wykonawczym, które za pomocą narzędzi komunikacyjnych i kreacji symbolicznej wartości kraju wpływają na realizację jego interesów w świecie poprzez kształtowanie postaw i opinii publicznej za granicą”. Ingram (2016, s. 34) definiuje ją z kolei jako

„wszelkie komunikaty, tworzone i upubliczniane z intencją informowania lub perswadowania czegoś konkretnej grupie odbiorców w celu wsparcia realizacji polityki strategicznej i/lub celów polityczno-militarnych”. Zaharna (2010, s. 29) nazywa ją wprost „walką o serca i umysły”. Definicję najlepiej odpowiadającą wojskowemu aspektowi komunikacji strategicznej proponuje *Słownik terminów i definicji NATO* (AAP-6, 2017, s. 427). Według jego autorów jest to „integracja zdolności komunikacyjnych oraz funkcji informacyjnych z innymi działaniami wojskowymi w celu zrozumienia i kształtowania środowiska informacyjnego w ramach wspierania celów strategicznych”. Choć definicja ta stworzona została na potrzeby Sojuszu Północnoatlantyckiego, to z powodzeniem można ją wykorzystać do analizy militarnego aspektu komunikacji strategicznej państw spoza NATO. Szczególnie istotna jest kwestia integracji działań w sferze informacyjnej (przekazu, narracji) z innymi działaniami wojskowymi. Ta „zgodność czynów ze słowami” uznawana jest współcześnie za jeden z głównych warunków skutecznej komunikacji strategicznej w wymiarze wojskowym. Nie oznacza to jednak, że do celów komunikacji strategicznej nie są w ogóle wykorzystywane zabiegi mające na celu ukrycie niektórych informacji, ich przeinaczenie czy wręcz manipulację. Zwłaszcza w przypadku komunikatów pojawiających się w trakcie działań zbrojnych nieujawnianie niektórych informacji i eksponowanie tylko wybranych może być koniecznością wynikającą z tajemnicy wojskowej.

W literaturze dotyczącej promowania państwa (w tym działań wojskowych) poza jego granicami obok komunikacji strategicznej pojawia się często pojęcie dyplomacji publicznej (*public diplomacy*). Ich zakres znaczeniowy, jak twierdzi Szymańska (2014, s. 275), jest zbliżony. Oba pojęcia odnoszą się do kreowania korzystnego wizerunku państwa. Dyplomacja publiczna skierowana jest do odbiorców zewnętrznych, a jej celem jest zdobycie poparcia zagranicznych społeczeństw, organizacji i instytucji dla polityki państwa. Jest narzędziem uzupełniającym tradycyjną dyplomację międzypaństwową. Manheim (1994, s. 5) dyplomację publiczną określa jako „rządowy proces komunikacji ze społeczeństwami z zagranicy, którego celem jest pozyskanie zrozumienia dla idei i ideałów własnego państwa, jego instytucji i kultury, a także celów narodowych i bieżącej polityki”. Dyplomacja publiczna może więc służyć osiągnięciu wszystkich celów polityki państwa (nie tylko tych uznawanych za strategiczne). W publikacji Modrzejewskiego (2020, s. 120) odnaleźć można zestawienie, w którym dyplomacja publiczna przedstawiona jest jako jeden z obszarów komunikacji

strategicznej (obok komunikacji społecznej, operacji informacyjnych i operacji psychologicznych). Analizowane w artykule działania w sferze informacyjnej z powodzeniem można powiązać z dyplomacją publiczną Izraela. Wielu autorów w takim właśnie kontekście analizuje działania organów państwa w mediach społecznościowych.

Przed przejściem do dalszych rozważań należy też wskazać różnicę między pojęciami komunikacji strategicznej i propagandy. Nie są one jednoznaczne, choć służą osiągnięciu podobnych celów. Jak wskazuje Wilbur (2017, s. 209–210), propaganda to „celowe, systematyczne działania, których zamiarem jest kształtowanie percepcji i manipulowanie nią w celu uzyskania pożądaných reakcji odbiorców”. Do głównych cech propagandy można zaliczyć jednostronny przekaz, celowe manipulowanie faktami, danymi czy obrazami, oddziaływanie na emocje odbiorców, używanie określeń wartościujących, odrzucenie racjonalnych kontrargumentów, dominację nadawcy nad odbiorcą i stosowanie socjotechniki (Walton, 1997, s. 396–400). Czy komunikacja strategiczna również może mieć te cechy? Owszem, ale nie musi. Według Wilbura (2017, s. 210) propaganda jest jedną z form komunikacji strategicznej. Podobne stanowisko prezentuje Romarheim (2005, s. 6), który określa ją jako „technikę prowadzenia komunikacji strategicznej”. Mull i Wallin (2013, s. 2) z kolei propagandę nazywają „narzędziem wywierania wpływu na zagranicznych odbiorców komunikacji strategicznej”. Można więc przyjąć, że komunikacja strategiczna wiąże się z uprawianiem przez konkretne podmioty propagandy – nie musi jednak odbywać się z jej wykorzystaniem. Warto nadmienić, że granica między propagandą i tym, co nią nie jest, bywa trudna do zidentyfikowania. Zwłaszcza w przypadku narracji dotyczącej działań zbrojnych trudno jest jednoznacznie wskazać, co jest celową manipulacją bądź pomijaniem informacji do celów propagandowych, a co wynika z konieczności zachowania tajemnicy wojskowej. Należy mieć to na uwadze, analizując jakiegokolwiek oficjalne komunikaty pojawiające się w trakcie konfliktów zbrojnych.

IDF w mediach społecznościowych

Konflikt izraelsko-palestyński jest współcześnie jednym z najbardziej medialnych konfliktów na świecie. Obie strony zdają sobie z tego sprawę i podejmują szeroko zakrojone działania z użyciem wszystkich dostępnych kanałów komunikacji, aby forsować własną wersję przekazu o przyczynach i przebiegu działań zbrojnych. W ostatnich dwóch dekadach Izraelczycy szczególną

wagę przywiązują do wpływania na narrację kreowaną przez zagraniczne media podczas kolejnych faz konfliktu w Strefie Gazy. Nie tylko ograniczają dziennikarzom dostęp do strefy działań zbrojnych i izraelskich obszarów przygranicznych, ale także podejmują działania mające na celu zablokowanie przeciwnikowi możliwości przekazywania własnej narracji na zewnątrz (Ben-David, 2014, s. 741). Najbardziej wymownym przykładem takich działań jest obieranie za cel nalotów kontrolowanej przez Hamas telewizji Al-Aksa (jej siedziba w Gazie została zbombardowana w 2008, 2014 i w 2018 r.) oraz telewizji Al-Kuds (zbombardowana w 2012 r.).

Jak podają El Zein i Abusalem (2015, s. 113), Izraelczycy po raz pierwszy na dużą skalę wykorzystali media społecznościowe do wsparcia działań zbrojnych w czasie operacji „Płynny Ołów” na przełomie 2008 i 2009 r. Z kolei Singer i Brooking (2019, s. 236–237) zauważają, że w 2012 r. (w czasie operacji „Filar Obrony”), konfrontacja w mediach społecznościowych stała się już jednym z trzech „wymiarów” walki, obok działań kinetycznych i ataków cybernetycznych. Aktywność IDF w mediach społecznościowych przyjęła dwa kierunki. Pierwszym z nich było wykorzystanie społecznego poparcia oraz aktywności wolontariuszy (użytkowników międzynarodowych serwisów społecznościowych, blogerów, komentatorów) do promowania izraelskiej narracji o konflikcie (Ben-David, 2014, s. 741). Z czasem zaczęto organizować na uniwersytetach zespoły wolontariuszy (tzw. *war rooms*), których członkowie bronili wizerunku swojego państwa w Internecie, komentując artykuły i wpisy w mediach społecznościowych (Singer, Brooking, 2019, s. 240). Drugi kierunek, który rozwijano w kolejnych latach, to zakładanie w najpopularniejszych serwisach społecznościowych oficjalnych kont IDF, relacjonujących „na żywo” przebieg konfliktu z własnej perspektywy (El Zein, Abusalem, 2015, s. 113–114). Największy nacisk położono na skierowane do zagranicznych odbiorców profile anglojęzyczne. W kolejnych latach wykorzystywano je jako jeden z głównych (oficjalnych) kanałów komunikacji IDF, stopniowo zastępujący pojawiające się rzadko oświadczenia rzecznika czy niecieszące się popularnością wystąpienia polityków. Obecnie Siły Obronne Izraela posiadają oficjalne konta anglojęzyczne w czterech popularnych serwisach społecznościowych:

1. Twitter – konto „IDF” [@IDF], obserwowane przez 1,2 mln użytkowników;
2. Facebook – konto „Israel Defense Forces” [@idfonline], obserwowane przez 2,4 mln użytkowników;

3. YouTube – kanał „Israel Defense Forces”, obserwowany przez 140 tys. użytkowników;
4. Instagram – konto „Israel Defense Forces” [@idf], obserwowane przez 540 tys. użytkowników³.

Za ich prowadzenie odpowiadają żołnierze z komórki ds. mediów społecznościowych w biurze rzecznika prasowego IDF (Livio, Cohen-Yechezkel, 2018, s. 698). Jak można zauważyć na podstawie liczby obserwujących, anglojęzyczne profile IDF w mediach społecznościowych cieszą się dużą popularnością. Dla porównania, oficjalne konto Wojska Polskiego w serwisie Facebook obserwuje tylko 47 tys. użytkowników, a profil Sił Powietrznych (najpopularniejsze konto należące do Sił Zbrojnych RP) – 156 tys. osób. Duże zainteresowanie materiałami publikowanymi przez oficjalne konta IDF przekłada się na ich szybkie rozpowszechnianie. Dzięki temu, że osoby obserwujące je udostępniają, komentują lub w inny sposób reagują na zamieszczone wpisy, docierają one do tysięcy innych użytkowników portali społecznościowych. Oprócz tego coraz częściej stają się źródłem informacji dla prasy, telewizji czy internetowych portali informacyjnych, które – pozbawione dostępu do niezależnych relacji dziennikarskich – przekazują komunikaty IDF zamieszczone w mediach społecznościowych (Ben-David, 2014, s. 741).

Kontekst: działania zbrojne w Strefie Gazy w maju i listopadzie 2019 r.

W 2019 r. doszło do dwóch większych eskalacji konfliktu izraelsko-palestyńskiego: między 3 a 6 maja oraz między 12 a 14 listopada. 3 maja działania zbrojne rozpoczęły się podczas odbywających co piątek od 30 marca 2018 r. protestów Palestyńczyków pod barierą graniczną między Izraelem a Strefą Gazy. Jak niemal co tydzień od ponad roku, demonstracje przerodziły się w próby sforsowania granicy i starcia Palestyńczyków z izraelskim wojskiem. W ich trakcie dwóch żołnierzy IDF zostało postrzelonych przez snajpera, należącego do Palestyńskiego Islamskiego Dżihadu. W odpowiedzi Izraelskie Siły Powietrzne przeprowadziły naloty na pobliskie pozycje Hamasu, który (jako ugrupowanie sprawujące kontrolę nad Strefą Gazy) obarczono odpowiedzialnością za atak snajpera. Odpowiedzią Hamasu było wystrzelenie w kierunku Izraela ok. 650 rakiet i pocisków moździerzowych (Mladenov, 2019a). Izraelczycy w odwecie

³ Liczba subskrybentów/obserwujących aktualna na dzień 28.04.2020.

za ostrzał przeprowadzili naloty na ponad 300 pozycji Hamasu i Palestyńskiego Islamskiego Dżihadu w Strefie Gazy. Według oświadczeń izraelskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych celami były siedziby przywódców obu organizacji, składy broni lub amunicji, warsztaty produkujące uzbrojenie, tunele przemytnicze i wyrzutnie rakiet (Israel Ministry of Foreign Affairs, 2019). 5 maja Izraelczycy przemieścili pod granicę dwie dodatkowe brygady. Rano 6 maja, dzięki mediacjom Egiptu, strony uzgodniły zawieszenie broni. Według raportów Specjalnego Koordynatora ONZ ds. Procesu Pokojowego na Bliskim Wschodzie w wyniku ostrzału raketowego zginęło 4 izraelskich cywilów, a ok. 200 zostało rannych. Rakiety, których nie przechwycił izraelski system obrony powietrznej Żelazna Kopuła, uderzyły m.in. w domy mieszkalne, fabrykę, dwa przedszkola, szkołę i szpital. Pozostałe spadły na przestrzeniach otwartych. Z kolei po stronie palestyńskiej w wyniku izraelskich nalotów zginęło 25 osób, a ponad 150 zostało rannych (Mladenov, 2019a). W raporcie nie podano informacji o zniszczonej infrastrukturze w Gazie ani rozróżnienia na zabitych lub rannych cywilów oraz bojowników Hamasu i PIJ4.

Do kolejnej eskalacji działań zbrojnych doszło pół roku później. O świcie 12 listopada 2019 r. Izraelskie Siły Powietrzne przeprowadziły nalot na dom dowódcy Północnej Brygady Al-Kuds Palestyńskiego Islamskiego Dżihadu w Strefie Gazy. Baha Abu Al-Ata, w ostatnich latach uznawany przez władze Izraela za jednego z najgroźniejszych palestyńskich terrorystów, zginął wraz ze swoją żoną, a pięć innych osób (w tym ich dzieci) zostało rannych. W odwecie za śmierć dowódcy członkowie PIJ wystrzelili w kierunku izraelskich miejscowości ponad 500 rakiet i pocisków moździerzowych (Mladenov, 2019b). Izraelskie Siły Powietrzne odpowiedziały nalotami na obiekty wojskowe organizacji i siedziby jej przywódców. Tym razem Hamas pozostał na uboczu i nie zaangażował się w walki. 14 listopada rano (znów dzięki mediacjom egipskich dyplomatów) zawarto zawieszenie broni. W ciągu tego samego dnia zostało ono zerwane przez PIJ cztery razy, na co Izraelczycy ponownie odpowiedzieli pojedynczymi nalotami. W kolejnych dniach zawieszenie broni było już przestrzegane przez obie strony. W przedstawionym 20 listopada 2019 r. raporcie Specjalny Koordynator ONZ

⁴ Raport nie wyszczególnia też rannych lub zabitych przez wadliwe rakiety wystrzelone ze Strefy Gazy, które nie dotarły do Izraela i spadły po palestyńskiej stronie granicy (takie oskarżenia pojawiły się 4 maja 2019 r. w stosunku do Palestyńskiego Islamskiego Dżihadu i były wysuwane zarówno przez Izraelczyków, jak i przez Hamas).

ds. Procesu Pokojowego na Bliskim Wschodzie podawał, że ponad 90% rakiet PIJ, które dotarły do izraelskich miejscowości, zostało przechwyconych przez izraelską obronę powietrzną; pozostałe 10% spadło na budynki mieszkalne lub publiczne. Do szpitali z powodu odniesionych ran lub traumy trafiło 78 izraelskich cywilów. Nie było ofiar śmiertelnych. Z kolei w Strefie Gazy w wyniku izraelskich nalotów oraz rakiet PIJ, które spadły po palestyńskiej stronie granicy, zginęły 34 osoby, a rannych zostało 109 osób. Raport, powołując się na dane IDF, podaje, że 20 z ofiar śmiertelnych stanowili zidentyfikowani członkowie Palestyńskiego Islamskiego Dżihadu; pozostałe ofiary to cywile (Mladenov, 2019b).

W maju 2019 r. po raz pierwszy od pięciu lat doszło do tak poważnej eskalacji działań zbrojnych. Choć między zakończeniem izraelskiej operacji „Ochronny Brzeg” 26 sierpnia 2014 r. a 3 maja 2019 r. konflikt nie był zamrożony, to intensywność działań zbrojnych była dużo niższa. W obu analizowanych przypadkach, dzięki stosunkowo szybkiemu zawieszeniu broni, liczba ofiar cywilnych (po obu stronach) była dużo niższa niż w czasie poprzednich wojen w Strefie Gazy (zob.: UN OCHA, b.d.). W czasie wymiany ognia w maju i listopadzie 2019 r. Siły Obronne Izraela prowadziły ożywione działania w zakresie komunikacji strategicznej, mające na celu przekazanie światu własnej narracji o konflikcie i wyprzedzenie w tych wysiłkach przeciwnika. Warto podkreślić, że już w poprzednich latach Hamas i Palestyński Islamski Dżihad prowadziły szeroko zakrojoną „walkę o serca i umysły” – zwłaszcza z wykorzystaniem Internetu. O ile na polu militarnym żadna z tych organizacji nie może się mierzyć z IDF, o tyle z powodzeniem walczą one o poparcie zagranicznej opinii publicznej. Podobnie jak strona izraelska, wykorzystują do tego celu mass media, w tym coraz częściej media społecznościowe (Abdelal, 2016, s. 149–151). Rozpatrując działania Izraelczyków na tym polu, warto pamiętać, że są one nie tylko próbą przedstawienia własnej narracji o konflikcie, ale także odpowiedzią na działania w sferze informacyjnej podejmowane przez przeciwnika.

Analiza aktywności IDF w mediach społecznościowych w czasie działań zbrojnych w dniach 3–6 maja i 12–14 listopada 2019 r.

W celu prześledzenia sposobów wykorzystania mediów społecznościowych do forsowania izraelskiej narracji o działaniach zbrojnych analizie poddano aktywność dwóch najpopularniejszych anglojęzycznych kanałów IDF (na portalach Twitter i Facebook) między 3 a 6 maja oraz między 12 a 14 listopada 2019. W dalszej

analizie treści pominięto aktywność mniej aktywnych kont IDF na portalach YouTube i Instagram – nieliczne publikowane tam materiały (filmy i grafiki) za każdym razem powielane były przez konta IDF na Twitterze i Facebooku, czasem z dodatkowym komentarzem. W badaniu uwzględniono tylko wpisy pojawiające się podczas działań zbrojnych w Strefie Gazy. Pominięte zostały więc wpisy opublikowane w dniach 3 maja oraz 12 listopada jeszcze przed rozpoczęciem walk, a także te opublikowane 6 maja lub 14 listopada już po zawieszeniu broni.

Podczas eskalacji konfliktu między 3 a 6 maja 2019 r. najaktywniej działało konto IDF na portalu Twitter. Przez niecałe 4 dni opublikowano tam 72 wpisy, zawierające tekst, grafiki i zdjęcia z komentarzem bądź filmy i animacje. Na profilu IDF w serwisie Facebook pojawiły się w tym czasie 24 wpisy. Kanał na portalu YouTube opublikował 5 filmów, które później powieliły konta IDF w innych mediach społecznościowych. Z kolei w serwisie Instagram, który Siłom Obronnym Izraela służy przede wszystkim do celów wewnętrznej komunikacji strategicznej (promowanie służby wojskowej wśród Izraelczyków), pojawiło się 5 grafik, pochodzących z innych oficjalnych kont IDF w mediach społecznościowych. Szczegółowe zestawienie liczby wpisów w poszczególnych kanałach komunikacji w kolejnych dniach konfliktu prezentuje poniższa tabela 1.

Tabela 1. Liczba wpisów na oficjalnych kontach IDF w mediach społecznościowych podczas działań zbrojnych między 3 a 6 maja 2019 r.

	Twitter	Facebook	YouTube	Instagram
3 maja	3	0	0	0
4 maja	31	10	2	4
5 maja	30	11	2	1
6 maja	8	3	1	0
SUMA	72	24	5	5

Źródło: opracowanie własne.

12 listopada 2019 r. informacje o śmierci Baha Abu Al-Aty zaczęły się pojawiać w mediach społecznościowych IDF we wczesnych godzinach porannych (ok. godz. 5:30 w lokalnej strefie czasowej), kilkanaście minut po izraelskim nalocie. W kolejnych dniach eskalacji działań zbrojnych konta IDF na Facebooku i Twitterze działały bardzo aktywnie. Do czasu zawieszenia broni na Twitterze pojawiło się 78 wpisów, a na Facebooku 31. Podobnie jak w maju, kanał IDF w serwisie YouTube opublikował 5 filmów, powielonych następnie w innych

mediach społecznościowych. Na portalu Instagram w ogóle nie publikowano treści odnoszących się do konfliktu (Tabela 2).

Tabela 2. Liczba wpisów na oficjalnych kontach IDF w mediach społecznościowych podczas działań zbrojnych między 12 a 14 listopada 2019 r.

	Twitter	Facebook	YouTube	Instagram
12 listopada	33	14	3	0
13 listopada	32	14	1	0
14 listopada	13	3	1	0
SUMA	78	31	5	0

Źródło: opracowanie własne.

Konta IDF w serwisach Twitter i Facebook można uznać za kluczowe dla forsowania w mediach społecznościowych izraelskiej narracji o konflikcie. Analizując treści wpisów publikowanych za pośrednictwem tych dwóch kanałów w czasie działań zbrojnych w maju i listopadzie 2019 r., można wskazać najczęściej pojawiające się w nich motywy (Tabela 3). Zostały one uszeregowane zgodnie z częstotliwością występowania w analizowanych przedziałach czasowych. W wielu wpisach łączono co najmniej dwa z wymienionych motywów.

Tabela 3. Główne motywy w narracji IDF w mediach społecznościowych 3–6 maja i 12–14 listopada 2019 r.

Motyw	Opis	Przykładowe wyrażenia
Izraelscy cywile, dzieci	Izraelscy cywile przedstawiani jako ofiary ataków rakietowych; obrona cywilów podawana jako uzasadnienie nalotów w Strefie Gazy. Często wykorzystywany wizerunek dziecka-ofiary.	„celem terrorystów są cywile, celem Izraela są terroryści” „izraelskie dzieci śpią w schronach przeciwrakietowych” „będziemy bronić izraelskich cywilów” „dzieci w Izraelu uciekają do schronów” „ponad 200 rakiet spadło na domy izraelskich rodzin”

Skala ataków raketowych	Dane liczbowe na temat ilości wyrzucanych i przechwyconych rakiet, częstotliwości ataków, alarmów raketowych.	„690 rakiet wyrzucanych z Gazy w kierunku Izraela” „w ostatnich 24 godzinach 430 rakiet wyrzucanych z Gazy spadło na izraelskich cywilów” „12 godzin nieustannych ataków raketowych” „ciągłe alarmy raketowe w południowym Izraelu”
Aktualizacje (<i>operational updates</i>)	Przedstawiane najczęściej w formie ikonografik lub krótkich komunikatów tekstowych informacji o działaniach IDF w Strefie Gazy i ich efektach.	„ostatnie 48 godzin w Izraelu” „podsumowanie działań operacyjnych” „obecnie bombardujemy cele PIJ w Gazie” „zniszczyliśmy następujące cele terrorystów”
Terroryzm, terroryści	Wszystkie działania przeciwnika przedstawione jako akty terroryzmu, członkowie Hamasu i PIJ opisywani jako terroryści, których należy wyeliminować.	„grupy terrorystyczne w Gazie” „gazański terrorysta” „ataki terrorystyczne Hamasu” „cele terrorystów w Strefie Gazy” „zabiliśmy 20 terrorystów” „terrorysta został wyeliminowany”
Wspólnota wartości i odczuć	Odwołania do wspólnoty wartości i odczuć społeczeństw doświadczonych przez terroryzm; wezwania do postawienia się odbiorcy na miejscu Izraelczyków; poparcie dla działań Izraela przedstawiane jako wsparcie słusznej sprawy	„co byś zrobił, gdyby sąsiedzi wyrzucili w twoim kierunku 700 rakiet?” „żadne państwo by na to nie pozwoliło” „co byś zrobił, gdyby rakietka eksplodowała w szkole twojego dziecka?”

System obronny Izraela	Pochwały efektywności systemu obronnego Izraela, zwłaszcza obrony powietrznej i wysiłków żołnierzy.	„system obrony powietrznej Żelazna Kopuła przechwycił dziesiątki rakiet” „nasze czołgi ostrzeliwują cele wojskowe w Gazie” „będziemy dalej bronić izraelskich rodzin” „Żelazna Kopuła przechwytuje ponad 90% rakiet”
Precyzja nalotów	Dokładne rozpoznanie celów wojskowych i ich precyzyjne rażenie przedstawiane jako dowód zgodności działań IDF z MPHKZ	„nasze uderzenie z chirurgiczną precyzją” „IDF działa zdecydowanie i precyzyjnie”

Źródło: opracowanie własne.

Wpisy uzasadniające konieczność prowadzenia działań zbrojnych w Strefie Gazy pojawiały się zdecydowanie najczęściej. Ich głównym motywem było przedstawienie izraelskich cywilów jako ofiar ataków rakietowych, a odpowiedzi militarnej IDF jako koniecznej obrony ludności. Dla przykładu, w pierwszych godzinach eskalacji przemocy 4 maja 2019 r. na Twitterze IDF pojawił się wpis: „Właśnie zaczęliśmy bombardować cele wojskowe Hamasu w Gazie w odpowiedzi na ponad 90 rakiet wystrzelonych dzisiaj rano z Gazy w kierunku izraelskich cywilów” (IDF, 2019b). W tym samym dniu opublikowano fotografię Izraelczyków uciekających do schronów publicznych z komentarzem: „Nasze czołgi kontynuują ostrzał celów Hamasu w Gazie. Będziemy bronić Izraela” (IDF, 2019c). W obu analizowanych przedziałach czasowych wizerunki izraelskich dzieci pojawiały się dużo częściej niż w poprzednich latach. Można założyć, że jest to odpowiedź na narrację prezentowaną przez przeciwnika. Jak podają El Zein i Abusalem (2015, s. 115), epatowanie obrazami palestyńskich dzieci-ofiar izraelskich nalotów jest głównym elementem strategii komunikacji Hamasu, która skutecznie wpływa na międzynarodową percepcję konfliktu w Strefie Gazy. W 2019 r. konta IDF w mediach społecznościowych również wielokrotnie wykorzystywały ten oddziałujący na emocje motyw. Publikowano m.in. fotografie dzieci spędzających całe dnie w schronach (IDF, 2019d) czy też dzieci

na boisku piłkarskim, leżących płasko na ziemi podczas alarmu raketowego (IDF, 2019e). Wielokrotnie pojawiały się materiały filmowe i fotograficzne autorstwa mieszkańców najbardziej narażonego na ostrzał rejonu przygranicznego. Przykład mogą tu stanowić nagrania i zdjęcia dzieci w schronach (np. wpisy z 6 maja (IDF, 2019f) i 12 listopada (IDF, 2019g), czy też zdjęcia z ewakuacji noworodków z oddziału dziecięcego szpitala w Aszkelonie (Ilustracja 1).

Ilustracja 1. Motyw dzieci-ofiar konfliktu w narracji IDF na Twitterze.



Źródło: Israel Defense Forces [@IDF]. (2019, 6 May). *IDF soldiers helped evacuate the children...* [Tweet]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/119430305616857088> [3.05.2020].

Motyw dzieci wykorzystywano także do ukazywania przeciwnych wartości, jakimi kierują się strony. Przykładem może tu być wpis na koncie IDF na Facebooku z 5 maja, do którego dołączono fotografie kilkuletnich palestyńskich dzieci, ubranych w mundury i oznaczenia Hamasu, pozujących z plastikowymi karabinami. Podpis głosił: „kiedy dzieci w Izraelu uciekały do schronów przed raketami, te dzieci w Gazie kończyły właśnie naukę w przedszkolu. Hamas odbiera dzieciom w Gazie przyszłość i próbuje odebrać ją dzieciom w Izraelu. Nie pozwolimy im na to. Żadne państwo by na to nie pozwoliło” (IDF, 2019i). Stosunek walczących do dzieci oraz do ochrony własnej ludności cywilnej wykorzystywano w wielu wpisach na zasadzie skrajnych przeciwieństw w celu wskazania „dobrej”

i „złej”, czy też „moralnej” i „niemoralnej” strony konfliktu.

Kolejnym często przewijającym się wątkiem była skala ataków raketowych, przeprowadzanych przez Hamas i PIJ. We wpisach pojawiały się dane liczbowe dotyczące wystrzelonych i przechwyconych rakiet, mapy, czy też animacje z „licznikami”, odliczającymi liczbę rakiet spadających na Izrael. Publikowane materiały odwoływały się do emocji i do powszechnie rozpoznawalnych motywów. Jako przykład można tu podać udostępnioną 13 listopada animację, wzorowaną na popularnej aplikacji mobilnej z prognozą pogody. W wersji IDF prognoza dla Izraela, zamiast chmur czy słońca, pokazywała animowany deszcz rakiet (IDF, 2019j). Zarówno na Facebooku, jak i na Twitterze, podczas działań zbrojnych pojawiały się zestawienia liczbowe, które miały unaocznic odbiorcom skalę i powagę zagrożenia ostrzałem raketowym. Na przykład 6 maja na koncie IDF na Twitterze pojawił się wpis dotyczący sytuacji w Izraelu w ostatnich 48 godzinach: „690 rakiet wystrzelonych z Gazy w kierunku izraelskich cywilów; 240 przechwyconych przez system obrony powietrznej Żelazna Kopuła; 210 000 dzieciom odwołano zajęcia w szkołach; 4 Izraelskich cywilów zabitych” (IDF, 2019k). Można zauważyć, że i w tym przypadku przewijały się hasła-klucze: „cywile” i „dzieci”.

Trzeci typ powtarzających się wątków stanowiły tzw. *operational updates* – grafiki lub zwięzłe informacje tekstowe, zawierające aktualizacje dotyczące działań zbrojnych IDF. Umieszczano w nich szczegóły dotyczące liczby nalotów, wymieniano zniszczone cele Hamasu lub PIJ czy też nazwiska zabitych członków obu organizacji. Pojawiały się także wpisy zawierające zdjęcia satelitarne lub lotnicze zbombardowanych celów. Tu również można zauważyć dążenie do uprzedzenia przeciwnika w sferze komunikacji – publikując niemal „na żywo” szczegółowe informacje o celach, Izraelczycy ograniczali przeciwnikowi możliwość manipulowania przekazem na ten temat (np. przedstawiania nalotów na cele militarne jako bezprawnego ataku na infrastrukturę cywilną). Przykładem może tu być wpis na Twitterze z 5 maja, w którym tuż po nalocie informowano zagranicznych odbiorców o zniszczeniu siedziby komórki Hamasu, zlokalizowanej podczas próby ataku cybernetycznego przeciwko Izraelowi. Przy okazji tego wpisu można też wskazać charakterystyczną cechę komunikacji IDF w mediach społecznościowych, jaką jest nieoficjalny, czasem dosadny, kąśliwy język. Wpis, zawierający fotografie lotnicze wspomnianego budynku oraz opis nalotu, zakończono komunikatem: „HamasCyberHQ.exe został usunięty”

(IDF, 2019l). Aluzja przyrównująca komórkę hakerów Hamasu do złośliwego wirusa komputerowego była dla odbiorców oczywista. W obu analizowanych okresach aktualizacje o działaniach zbrojnych publikowano wielokrotnie w formie czytelnych, rzucających się w oczy ikonografik. Jak można zauważyć na poniższym przykładzie (Ilustracja 2), były one rozpowszechniane przez tysiące użytkowników Facebooka.

Ilustracja 2. Ikonografika prezentująca skalę ataków rakietowych i działań IDF.



Źródło: Israel Defense Forces [@idfonline]. (2019, 5 May). *An update about ongoing Gaza...* [Facebook]. Dostęp: https://facebook.com/story.php?story_fbid=2385190928170430&id=125249070831305 [4.05.2020].

Kolejnym wątkiem w izraelskiej narracji była wspólnota wartości i odczuć wszystkich społeczeństw, doświadczonych przez terroryzm. Oprócz filmu, wspomnianego we wstępie do artykułu, publikowano też inne materiały, przedstawiające islamski terroryzm jako globalne zagrożenie, którego zwalczanie powinno być wspólnym celem wszystkich państw. We wpisach często odwoływano się do odczuć odbiorców, np. słowami „Co byś zrobił, gdyby...”

(na twój dom spadały rakiety, rakietą uderzyła w szkołę twojego dziecka). Na podstawie wpisów odwołujących się do wspólnych wartości najłatwiej można zidentyfikować docelowego odbiorcę komunikacji strategicznej IDF w mediach społecznościowych. Są to zdecydowanie mieszkańcy państw zachodnich, doświadczonych w ostatnich latach przez terroryzm islamski. Może o tym świadczyć także utworzenie dwóch pomocniczych kont IDF na Twitterze w języku francuskim i hiszpańskim, które tłumaczą najpopularniejsze treści z konta anglojęzycznego⁵.

Dwa ostatnie motywy (które rzadko pojawiały się w odrębnych wpisach, ale powtarzały się przy okazji aktualizacji dotyczących działań zbrojnych), to skuteczność systemu obronnego Izraela oraz precyzja nalotów na cele w Strefie Gazy. Podkreślano w nich efektywność systemu obrony powietrznej i rozpoznania wojskowego. Z wpisów wyłaniał się obraz IDF jako niemal niezwyciężonej armii, która dosięgnie swoich wrogów gdziekolwiek się znajdują. 13 listopada tak skomentowano nalot na pozycje PIJ: „Kolejny terrorysta Islamskiego Dżihadu przygotowywał się do wystrzelenia rakiet w kierunku Izraela. Nie wiedział jednak, że Izrael go obserwuje. Terrorysta został wyeliminowany” (IDF, 2019n). W komunikatach IDF przewijały się też określenia nalotów na cele w Strefie Gazy jako „precyzyjnych” czy przeprowadzonych „z chirurgiczną precyzją” (IDF, 2019o; IDF, 2019p). Jest to wątek powtarzający się w izraelskiej narracji od ponad dekady, do którego szczególnie dużą wagę przywiązywano podczas operacji „Ochronny Brzeg” w 2014 r. (Goodman, 2015, s. 7–30). Precyzyjne rozpoznanie celów oraz minimalizowanie dzięki temu strat cywilnych po stronie palestyńskiej przedstawiane jest jako dowód na przestrzeganie przez IDF międzynarodowego prawa humanitarnego konfliktów zbrojnych.

Analizując wpisy IDF w serwisach społecznościowych między 3 a 6 maja i między 12 a 14 listopada 2019 r., można odnieść wrażenie, że stopniowo zastępują one oficjalne oświadczenia rzecznika prasowego IDF. W obu analizowanych przypadkach konta IDF w serwisach Facebook i Twitter udostępniły transmisje wystąpień rzecznika tylko raz (odpowiednio 5 maja i 12 listopada). Cieszyły się one dużo mniejszą popularnością wśród użytkowników niż pozostałe, proste w odbiorze materiały. Warto też zauważyć, że w analizowanych przedziałach

⁵ Od niedawna Izraelczycy prowadzą także na Twitterze konto IDF w języku perskim (@IDFFarsi) – treści tam publikowane są jednak odmienne od tych skierowanych do szeroko rozumianego „świata zachodniego”. W trakcie działań zbrojnych aktywność tego konta jest bardzo ograniczona.

czasowych we wpisach IDF ani razu nie pojawiły się wizerunki członków rządu czy innych postaci ze świata polityki, które nie cieszą się dużym zaufaniem i polaryzują odbiorców.

Podsumowanie

Na podstawie omówionych powyżej przykładów można wysnuć ogólne wnioski dotyczące narracji o konflikcie, prezentowanej przez IDF w mediach społecznościowych podczas działań zbrojnych w 2019 r. Przede wszystkim oparta jest ona na prostych w odbiorze formach przekazu: ikonografikach, fotografiach, krótkich komunikatach tekstowych czy filmach. Od docelowego odbiorcy nie wymaga się większego wysiłku, czy też zgłębiania tematu. Dobrze obrazują to publikowane przez IDF filmy, dostosowane do odtwarzania w telefonach, do których dodawane są napisy i rozpoznawalne symbole, aby użytkownik mógł zrozumieć przekaz nawet bez odsłuchania ścieżki dźwiękowej. Materiały graficzne i filmowe przygotowane są w sposób profesjonalny, są krzykliwe i zachęcają do interakcji (poprzez „polubienia”, komentarze czy udostępnienia). W obu analizowanych przypadkach utrzymano tę samą linię informacyjną. Przekaz pozostawał niezmienny od początku do końca trwania działań zbrojnych, a po ich zakończeniu od razu wracano do wpisów o innej tematyce. Co równie istotne, większość relacji dotyczących działań zbrojnych IDF w Strefie Gazy pojawiała się niemal w czasie rzeczywistym – dzięki temu izraelska wersja wydarzeń miała szansę dotrzeć do zagranicznych odbiorców, zanim media przeciwnika zdążyły opublikować jakiegokolwiek materiały na ten sam temat.

Wykreowana przez IDF narracja o konflikcie oparta została na czarno-białym obrazie stron: armii broniącej cywilów, walczącej przeciwko terrorystom. W niemal wszystkich wpisach podkreślano, że przyczyną nalotów w Strefie Gazy jest obrona izraelskiej ludności. Jednocześnie kreowano obraz IDF jako silnej, skutecznej armii, z którą nie może się mierzyć żadna organizacja terrorystyczna. Z jednej strony więc przyjęta narracja w sposób jednoznaczny prezentowała Izraelczyków jako ofiary terroryzmu, z drugiej – jako stronę posiadającą skuteczne środki ochrony ludności i zwycięską armię, która błyskawicznie i precyzyjnie odpowiada na ataki Hamasu i Palestyńskiego Islamskiego Dżihadu. W analizowanych przedziałach czasowych niemal w ogóle nie pojawiał się temat ofiar cywilnych po stronie przeciwnika. Jeśli już się odnosiło do palestyńskich cywilów, to przedstawiano ich jako ofiary organizacji terrorystycznych, celowo umieszczających składy

amunicji czy wyrzutnie raket wśród osiedli mieszkalnych i zmieniających je w cele wojskowe. W myśl zasady, że „tylko winny się tłumaczy”, nie próbowano przedstawiać wyjaśnień dotyczących przypadkowych ofiar cywilnych, które zginęły w wyniku nalotów (Kubovich, Khoury, 2019)⁶. Bazując na przeanalizowanych wpisach na Twitterze i Facebooku, można postawić wniosek, że głównym celem komunikacji strategicznej IDF w mediach społecznościowych była legitymizacja własnych działań zbrojnych w oczach obserwatorów zewnętrznych (przede wszystkim społeczeństw zachodnich). Równie ważnym celem było nakłonienie odbiorców do rozpowszechniania izraelskiej narracji, dzięki czemu w mediach społecznościowych dominowała ona nad przekazem przeciwnika.

Niektóre z prezentowanych przez IDF materiałów spełniają kryteria propagandy: opierają się na jednostronnym przekazie, pełne są wartościujących określeń, odwołują się do emocji odbiorców i przekazują tylko te treści, które stawiają IDF w pozytywnym świetle. Ze względu na rosnące (w tym również dzięki mediom społecznościowym) możliwości weryfikacji informacji przez odbiorców, twórcy stojący za wpisami IDF rzadko sięgali jednak po celową manipulację danymi. Wiele z analizowanych wpisów miało charakter czysto informacyjny – podawano w nich np. dane liczbowe dotyczące ostrzału raketowego czy listę celów nalotów, bez żadnego dodatkowego komentarza. Przykład ten potwierdza założenie, że propaganda jest tylko jednym z wielu narzędzi komunikacji strategicznej – a warunkiem skuteczności tej komunikacji jest mimo wszystko maksymalna „zgodność czynów ze słowami”. Choć media społecznościowe nie są jedynym polem do forsowania izraelskiej narracji o konflikcie, niewątpliwie odgrywają w ostatnich latach kluczową rolę w „walce o serca i umysły” międzynarodowej opinii publicznej. W sytuacji gdy dużo słabszy militarnie przeciwnik ma na tym polu niemal nieograniczone możliwości działania, walka o przewagę w Internecie staje się kolejnym, bardzo poważnie traktowanym wymiarem izraelsko-palestyńskiej konfrontacji.

⁶ Dochodzenia w sprawie ofiar cywilnych prowadzono już po zakończeniu działań zbrojnych, ale nie zostały one nagłośnione za granicą i nie pojawiły się w mediach społecznościowych IDF. Jako przykład można tu podać sprawę 8-osobowej rodziny, która zginęła podczas izraelskiego nalotu 14 listopada 2019 r. W IDF przeprowadzono dochodzenie, w wyniku którego ustalono, że doszło do pomyłki w rozpoznaniu – celem nalotu miała być infrastruktura Palestyńskiego Islamskiego Dżihadu, a budynek w trakcie ataku miał być pusty. Izraelczycy przyznali się do popełnienia błędu i zniszczenia obiektu cywilnego. Szczegóły dochodzenia opisała izraelska prasa.

Bibliografia

- AAP-6 (2017). *Słownik terminów i definicji NATO, zawierający wojskowe terminy i ich definicje stosowane w NATO*. Wojskowe Centrum Normalizacji, Jakości i Kodyfikacji. Dostęp: https://wcnjik.wp.mil.pl/u/AAP6PL_na_2020_07.pdf [15.03.2020].
- Abdelal, W. (2016). *Hamas and the Media: Politics and Strategy*. London: Routledge.
- Ben-David, A. (2014). *Israeli-Palestinian Conflict*. W: K. Harvey (Ed.), *Encyclopedia of Social Media and Politics* (Vol. II). New York: SAGE Publications.
- Böhm, A. (2004). *Theoretical Coding: Text Analysis in Grounded Theory*. W: U. Flick, E. Kardoff, I. Steinke (Eds.), *A Companion to Qualitative Research* (pp. 270–275). London: SAGE Publications.
- Cornish, P., Lindley-French, J., Yorke, C. (2011). *Strategic Communications and National Strategy*. London: Chatham House. Dostęp: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/r0911es%20%80%93stratcomms.pdf> [15.03.2020].
- El Zein, H., Abusalem, A. (2015). Social Media and War on Gaza: A Battle on Virtual Space to Galvanise Support and Falsify Israel Story. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 1(2), 109–120. DOI: <https://doi.org/10.30958/ajmmc.1-2-2>.
- Falkheimer, J., Heide, M. (2018). *Strategic Communication: An Introduction*. Abingdon: Routledge.
- Goodman, H. (2015). *Israel's Narrative – An Overview*. W: H. Goodman, D. Gold (Eds.), *The Gaza War 2014: the War Israel Did Not Want and the Disaster It Averted* (pp. 7-28). Jerusalem: Jerusalem Center for Public Affairs. Dostęp: <https://jcpa.org/pdf/The-Gaza-War-2014-Site.pdf> [13.02.2020].
- Ingram, H.J. (2016). *A Brief History of Propaganda During Conflict: Lessons for Counter-Terrorism Strategic Communications* (ICCT Research Paper). Hague: International Centre for Counter-Terrorism. DOI: <https://doi.org/10.19165/2016.1.06>.
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019a, November 12). *Dear world, this morning we killed...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1194361097832325120> [13.04.2020]
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019b, May 4). *We have just started targeting Hamas military...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1124589778865987584> [4.05.2020].
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019c, May 4). *Men, women and children are running into bomb shelters...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1124602159629254657> [2.05.2020].
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019d, May 6). *Israeli children sleep in fortified bomb shelters...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1125158943116939264> [3.05.2020].
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019e, May 4). *A Saturday morning little-league soccer game...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1124626008085270529> [3.05.2020].
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019f, May 5). *Noy lives in Ashkelon, an Israeli city right near Gaza...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1125137790667251712> [2.05.2020].
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019h, May 6). *IDF soldiers helped evacuate the children...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/119430305616857088> [3.05.2020].

- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019j, November 13). *Imagine your weather app said it was raining rockets...* [Tweet]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1194660032136327168> [4.05.2020].
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019k, May 6). *The last 48 hours in Israel: 690 rockets fired...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1125258137936826368> [6.05.2020].
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019l, May 5). *Cleared for release: We thwarted an attempted...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1125066395010699264> [4.05.2020].
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019n, November 13). *Another Islamic Jihad terrorist in Gaza...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1194635642635816962> [5.05.2020].
- Israel Defense Forces [@IDF]. (2019p, November 12). *Precision strike: This is the building we surgically targeted...* [Tweet. Video file]. Dostęp: <https://twitter.com/IDF/status/1194118576027971584> [5.05.2020].
- Israel Defense Forces [@idfonline]. (2019o, November 12). *The barrage of rockets...* [Facebook. Video file]. Dostęp: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=2738641586158694&id=125249070831305 [5.05.2020].
- Israel Defense Forces [@idfonline]. (2019g, November 12). *Today is Shoham's 6th birthday...* [Facebook. Video file]. Dostęp: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=2739481892741330&id=125249070831305 [4.05.2020].
- Israel Defense Forces [@idfonline]. (2019i, May 5). *While children in Israel...* [Facebook. Video file]. Dostęp: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=2383816814974508&id=125249070831305 [3.05.2020].
- Israel Defense Forces [@idfonline]. (2019m, May 5). *An update about ongoing Gaza...* [Facebook. Video file]. Dostęp: https://facebook.com/story.php?story_fbid=2385190928170430&id=125249070831305 [4.05.2020].
- Israel Ministry of Foreign Affairs. (2019). *Behind the Headlines: Massive rocket barrages launched from Gaza*. Dostęp: <https://mfa.gov.il/MFA/ForeignPolicy/Issues/Pages/Massive-rocket-barrages-launched-from-Gaza-4-May-2019.aspx> [22.05.2020].
- Jachimowski, M. (2016). Komunikacja strategiczna a dziennikarstwo. *Rocznik Prasoznawczy*, 10, 11–27.
- Kubovich, Y., Khoury, J. (2019). Israeli Army Admits to Killing Eight Gaza Family Members: We Thought the House Was Empty. *Haaretz Daily Newspaper*. Dostęp: <https://www.haaretz.com/middle-east-news/palestinians/.premium-israeli-army-admits-strike-that-killed-palestinian-family-intended-for-empty-house-1.8129435> [6.05.2020].
- Livio, O., Cohen-Yechezkel, S. (2018). Copy, Edit, Paste: Comparing News Coverage of War with Official Military Accounts. *Journalism Studies*, 20(5), 696–713. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1417054>.
- Malhotra, D. (2016). *Social Media and the Armed Forces*. New Delhi: Centre for Joint Warfare Studies (CENJOWS). Dostęp: <https://web.archive.org/web/20200127011231/https://cenjows.gov.in/pdf/Social-Media-Armed-Forces.pdf> [15.03.2020].
- Manheim, J.B. (1994). *Strategic Public Diplomacy and American Foreign Policy: The Evolution of Influence*. New York: Oxford University Press.

- Mladenov, N. (2019a, May 22). *Briefing to The Security Council On The Situation In The Middle East*. United Nations. Dostęp: https://unsco.unmissions.org/sites/default/files/security_council_briefing_-_22_may_2019.pdf [22.04.2020].
- Mladenov, N. (2019b, November 20). *Briefing to the Security Council on the Situation in The Middle East, Including the Palestinian Question*. United Nations. Dostęp: https://unsco.unmissions.org/sites/default/files/security_council_briefing_-_20_november_2019_1.pdf [24.04.2020].
- Modrzejewski, Z. (2020). *Militarne obszary komunikacji strategicznej*. Warszawa: Akademia Sztuki Wojennej.
- Mull, C., Wallin, M. (2013). *Propaganda: a Tool for Strategic Influence?* Washington: American Security Project. Dostęp: <https://www.americansecurityproject.org/ASP%20Reports/Ref%200138%20-%20Propaganda%20-%20A%20tool%20of%20strategic%20influence%20-%20%20Fact%20Sheet.pdf> [10.03.2020].
- Nowicka, J., Załoga, W., Ciekankowski, Z. (2018). Komunikacja strategiczna w naukach o zarządzaniu i jakości oraz w naukach o bezpieczeństwie. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania Ochroną Pracy w Katowicach*, 14(1), 193–202. DOI: <https://doi.org/10.32039/WSZOP/1895-3794-2018-17>.
- Paul, C. (2011). *Strategic Communication. Origins, Concepts and Current Debates*. Santa Barbara: Praeger.
- Romarheim, A.G. (2005). *Definitions of strategic political Communications* (NUPI Working Paper No. 689). Oslo: Norwegian Institute of International Affairs. Dostęp: <https://nupi.brage.unit.no/nupi-xmlui/handle/11250/2396205> [15.03.2020].
- Shavit, M. (2017). *Media Strategy and Military Operations in the 21st Century. Mediatizing the Israel Defence Forces*. London: Routledge.
- Singer, P.W., Brooking, E.T. (2019). *Nowy rodzaj wojny: media społecznościowe jako broń*. Kraków: Vis-à-vis Etiuda.
- Szymańska, A. (2014). Znaczenie mediów w strategicznej komunikacji zewnętrznej państwa – szkic teoretyczny. *Zeszyty Prasoznawcze*, 57(2/218), 273–292. DOI: <https://doi.org/10.4467/2299-6362PZ.14.015.2336>.
- UN OCHA. (b.d.). *Occupied Palestinian Territory. Data on Casualties*. United Nations Office for Coordination of Humanitarian Affairs. Dostęp: <https://www.ochaopt.org/data/casualties> [26.04.2020].
- Walinski, R.G. (2015). *The U.S. Military and Social Media*. Alabama: Air Command and Staff College Air University „Maxwell Air Force Base”. Dostęp: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a626009.pdf> [15.03.2020].
- Walton, D. (1997). What is Propaganda and What Exactly is Wrong With It? *Public Affairs Quarterly*, 11, 4, 383–413. Dostęp: <https://ssrn.com/abstract=2189875> [12.03.2020].
- Wilbur, D. (2017). Propaganda's Place in Strategic Communication: The Case of ISIL's Dabiq Magazine. *International Journal of Strategic Communication*, 11(3), 209–223. DOI: <http://doi.org/10.1080/1553118X.2017.1317636>.
- Zaharna, R. (2010). *Battles to Bridges: US Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11*. New York: Palgrave Macmillan.