Ewolucja propagandy: od klasycznej filozofii do ery AGI

AUTOR

Fundacja Dobre Państwo

STRESZCZENIE / ABSTRACT

Artykuł stanowi wnikliwe studium transformacji mechanizmów wpływu społecznego, śledząc drogę od klasycznych koncepcji prawdy Arystotelesa po zaawansowaną neuropropagandę ery AGI. Tekst dekonstruuje sposób, w jaki współczesny technopol zastępuje obiektywną rzeczywistość narracyjnymi symulakrami, systematycznie ograniczając autonomię jednostki. Czytelnik dowie się, jak algorytmy i bańki symulacyjne kształtują zbiorową traumę oraz dlaczego w dobie osobliwości technologicznej walka o prawdę staje się kluczowym wyzwaniem etycznym. To analiza końca klasycznej ideologii i narodzin postczłowieka uwięzionego w cyfrowych mitach, oferująca krytyczne spojrzenie na przyszłość wolnej woli w świecie zdominowanym przez sztuczną inteligencję i systemowe kłamstwo.

This article offers a penetrating study of the transformation of social influence mechanisms, tracing the path from Aristotle's classical conceptions of truth to the advanced neuropropaganda of the AGI era. The text deconstructs how contemporary technopoly replaces objective reality with narrative simulacra, systematically limiting individual autonomy. Readers will learn how algorithms and simulation bubbles shape collective trauma and why, in the age of technological singularity, the struggle for truth becomes a crucial ethical challenge. This analysis examines the end of classical ideology and the rise of the posthuman trapped in digital myths, offering a critical perspective on the future of free will in a world dominated by artificial intelligence and systematic deception.

Artykuł analizuje propagandę jako wszechobecne zjawisko, które ewoluuje wraz z rozwojem technologii, od klasycznych metod manipulacji po zaawansowane algorytmy i sztuczną inteligencję. Autor argumentuje, że propaganda, choć od wieków obecna w społeczeństwach, w erze cyfrowej zyskuje nowe, potężniejsze narzędzia, zagrażając prawdzie, wolności i autonomii jednostki. Kluczową tezą jest przekonanie, że w dobie postprawdy i symulacji, gdzie fakty tracą

na znaczeniu na rzecz emocji i przekonań, krytyczne myślenie i sceptycyzm stają się niezbędnymi narzędziami obrony przed manipulacją. Artykuł wzywa do edukacji, demaskowania mechanizmów propagandy i odzyskania suwerenności umysłu, by zapobiec sytuacji, w której sztuczna inteligencja stanie się ostatecznym narratorem naszej rzeczywistości, a my bezwolnymi marionetkami w teatrze algorytmów. Celem jest pokazanie, że walka o prawdę jest nieustanna i wymaga odwagi, by przeciwstawić się iluzji i bronić rozumu.

SŁOWA KLUCZOWE

Ewolucja propagandy | AGI | Neuropropaganda | Symulakrum | Postprawda | Singularity | Propaganda algorytmiczna | Technopol | Bańka symulacyjna | Autonomia woli | Prawda narracyjna | Postczłowiek | Ideologia | Trauma zbiorowa | Mit

Propaganda unieważnia klasyczną prawdę i wolność

Prawda, w klasycznej definicji Arystotelesa, jest prostą zgodnością słów z rzeczywistością: „powiedzieć, że to, co jest, jest, a co nie jest, nie jest". W świecie propagandy ta fundamentalna zasada staje się jednak pierwszym polem walki. Zostaje zastąpiona przez swoje utylitarne sobowtóry: „prawdy użyteczne", „prawdy emocjonalne" czy „prawdy narracyjne". Rządy totalitarne nie ograniczają się do fałszowania pojedynczych faktów, lecz budują całą alternatywną rzeczywistość, w której systemowe kłamstwo zyskuje status „prawdy obowiązującej". Trafnie ujął to George Orwell, pisząc: „W czasach powszechnego oszustwa mówienie prawdy jest aktem rewolucyjnym".

Gdy prawda jest zagrożona, następna w kolejności jest wolność. Filozofia liberalna postrzega ją jako autonomię jednostki w wyborze i działaniu, lecz propaganda ingeruje w sam rdzeń tego procesu. Zawęża spektrum dostępnych opcji lub tak modeluje pragnienia, by podejmowane decyzje wydawały się wolne, choć w istocie zostały wcześniej zaprogramowane. Konsument jest przekonany, że suwerennie wybiera spośród dziesiątek marek, nieświadomy, że niemal wszystkie należą do kilku globalnych korporacji. Jak pisał Jean-Jacques Rousseau, „ludzie rodzą się wolni, a wszędzie są w kajdanach".

Atak na wolność jest jednocześnie atakiem na autonomię – kantowskie pojęcie samostanowienia rozumu moralnego. Być autonomicznym to kierować się własnym prawem (autonomos), a nie cudzymi nakazami. Propaganda podważa tę zdolność, podsuwając nam „heteronomiczne" impulsy – obce zasady, które zręcznie udają nasze własne przekonania. Obywatel, powtarzający bezrefleksyjnie polityczne slogany w głębokim

przeświadczeniu, że to jego autentyczne poglądy, jest tego doskonałym przykładem. Immanuel Kant nie miał wątpliwości: „Autonomia woli jest jedyną zasadą wszystkich praw moralnych”.

Propaganda osiąga swoje cele, posługując się mitem. Roland Barthes definiował mit jako specyficzny „system komunikacji”, którego zadaniem jest naturalizowanie arbitralnych znaczeń i czynienie ich oczywistymi. Mit odbiera zjawiskom ich historyczny kontekst, by nadać politycznym decyzjom aurę naturalnej konieczności. „Amerykański sen” funkcjonuje właśnie jako taki mit – potężne narzędzie, mobilizujące jednostki do wysiłku niezależnie od realnych nierówności społecznych. W słowach samego Barthesa: „Mit jest mową, której funkcją jest uczynić naturalnym to, co historyczne”.

Mity organizowane są w nadrzędne narracje, czyli struktury opowieści, przez które rozumiemy świat. Propaganda nie tyle kłamie na temat faktów, ile wplata je w spójną, emocjonalną opowieść, która skutecznie zastępuje krytyczne myślenie. Historia narodowa, przedstawiana jako odwieczna walka dobra ze złem, w której obecna polityka jest jedynie kontynuacją bohaterstwa przodków, to klasyczny przykład narracji propagandowej. Nie bez powodu Salman Rushdie stwierdził: „Kto rządzi opowieściami, rządzi światem”.

Narracje te są nośnikami ideologii. W ujęciu marksistowskim ideologia to fałszywa świadomość, która maskuje realne stosunki władzy i wyzysku. Propaganda jest więc praktyką ideologiczną w najczystszej postaci, przekładającą abstrakcyjne założenia na język codziennych doświadczeń. Reklamy, które przedstawiają nieustanną konsumpcję jako drogę do spełnienia marzeń, to nic innego jak ideologia kapitalizmu w działaniu. Jak pisał Louis Althusser, „ideologia to mechanizm, przez który ludzie wyobrażają sobie swoje rzeczywiste stosunki egzystencjalne”.

Ostatecznym celem tych wszystkich mechanizmów

Archetypy: fundamenty psychologicznej narracji

U źródeł leży alienacja, marksowskie pojęcie oddzielenia jednostki od jej autentycznych potrzeb i możliwości. Propaganda nie tworzy tego stanu, lecz intensyfikuje go z chirurgiczną precyzją, projektując sztuczne pragnienia, które z czasem wypierają te prawdziwe. Konsument czuje więc przymus posiadania najnowszego smartfona, mimo że jego dotychczasowy model działa bez zarzutu – to wyuczona potrzeba, nie realna konieczność. Karol Marks pisał, że „religia to opium ludu”, lecz dziś wielu badaczy dodaje: „reklama to nowe opium”.

Jeszcze dalej w krainę nierzeczywistości prowadzi nas symulakrum. Według Jeana Baudrillarda jest to znak, który nie odnosi się już do żadnego realnego bytu, lecz wyłącznie do innych znaków, tworząc zamknięty obieg fikcji. Propaganda, posługując się symulakrami, buduje „hiperrzeczywistość”, w której granica między faktem a medialnym spektaklem ulega zatarciu. Doskonałym przykładem jest reality show o politykach,

gdzie wizerunkowa gra całkowicie zastępuje akt rzeczywistego rządzenia. Jak ujął to sam filozof: „Symulakra nie ukrywają prawdy – one ukrywają, że jej nie ma”.

To z kolei rodzi pytanie o etykę odpowiedzialności. Max Weber dokonał fundamentalnego rozróżnienia między etyką przekonań, nakazującą działać w zgodzie z zasadami bez względu na skutki, a etyką odpowiedzialności, która wymaga uwzględniania konsekwencji własnych czynów. Propaganda stawia to rozróżnienie na ostrzu noża: czy manipulator jest moralnie odpowiedzialny za skutki swoich działań? Czy specjalista PR, który dla szczytnego celu wypuszcza kampanię prozdrowotną opartą na manipulacji strachem, odpowiada za wywołaną w społeczeństwie panikę? Weber nie pozostawiał złudzeń: „Ten, kto uprawia politykę, musi poczuwać się zarówno do etyki przekonań, jak i do etyki odpowiedzialności”.

Pod tą fasadą kryje się jednak potężniejsza siła: wola mocy. Ta nietzscheańska koncepcja opisuje pierwotną energię życiową, która pcha jednostki i całe wspólnoty do nieustannej ekspansji i dominacji. W perspektywie propagandy każda narracja polityczna, nawet ta ubrana w szaty racjonalności i obiektywizmu, jest w istocie manifestacją woli mocy. Hasła wyborcze w rodzaju „Polska wstaje z kolan” to nic innego jak symboliczna afirmacja siły i woli istnienia danej wspólnoty. Nietzsche był bezlitosny: „Fakty nie istnieją, istnieją tylko interpretacje”.

Aby interpretacja stała się obowiązująca, propaganda często sięga po mechanizmy religijne, przenosząc idee polityczne do sfery sacrum. Sacrum, kategoria religioznawcza, oznacza to, co święte, nienaruszalne i oddzielone od codziennej profanacji. Czyniąc z ideologii dogmat, a z przywódcy obiekt kultu, propaganda nadaje im status quasi-religijny. Kult jednostki wokół Stalina, gdzie wizerunek wodza stał się nietykalnym symbolem, jest tego modelowym przykładem. Jak twierdził Mircea Eliade, „każde społeczeństwo potrzebuje sacrum, aby trwać”.

Odwrotnością sacrum jest tabu – społeczny zakaz, który nie potrzebuje racjonalnego uzasadnienia, ponieważ funkcjonuje na poziomie odruchu. Propaganda jest mistrzem w tworzeniu nowych tabu, by skutecznie wykluczać oponentów i zamykać niewygodne ścieżki debaty. W systemach totalitarnych krytyka partii rządzącej staje się właśnie takim tabu – jest nie tylko nielegalna, ale przede wszystkim moralnie piętnowana jako akt zdrady. Bronisław Malinowski ujął to zwięźle: „Tabu nie tłumaczy się racjonalnie, lecz przeżywa

Hegemonia kulturowa vs. ideologia: walka o władzę

Trauma zbiorowa to katastroficzne doświadczenie, które niczym geologiczny uskok formuje tożsamość całej wspólnoty. Jest to rana w pamięci, do której propaganda odwołuje się z chirurgiczną precyzją, by mobilizować, jednoczyć i definiować wroga. Holokaust, jako centralny punkt odniesienia dla współczesnej tożsamości żydowskiej, bywa instrumentalizowany w debatach politycznych, stając się potężnym

narzędziem retorycznym. Jak ujął to Maurice Halbwachs: „Pamięć zbiorowa to nie tylko pamięć, to także wybór i interpretacja”.

Superego, freudowski cenzor wewnętrzny, to zinternalizowany głos autorytetu, który szepcze o normach i zakazach. Propaganda doskonale opanowała ten język, przemawiając tonem surowego rodzica: „powinieneś”, „musisz”, „twoim obowiązkiem jest”. Kampanie w stylu „Nie pytaj, co kraj może zrobić dla ciebie…” nie są jedynie wezwaniem do patriotyzmu; to precyzyjnie skonstruowany mechanizm wywoływania poczucia winy i zbiorowej odpowiedzialności. W istocie, jak pisał Zygmunt Freud: „Superego jest rzecznikiem zakazu i ideałów”.

Totemizm to system symboli, w którym pozornie zwykły przedmiot, zwierzę lub znak zostaje wyniesiony do rangi emblematu spajającego grupę. Propaganda polityczna adaptuje ten mechanizm, tworząc świeckie totemy o quasi-religijnej mocy. Godło państwowe, flaga czy hymn narodowy przestają być tylko przedmiotami czy melodiami – stają się ucieleśnieniem wspólnoty, punktami krystalizującymi lojalność i tożsamość. Émile Durkheim trafnie zauważył, że „Totem to symbol społeczności, nie samego zwierzęcia”.

Kult cargo, pierwotnie zjawisko religijne z wysp Pacyfiku, opisuje wiarę, że rytualne naśladowanie obcych praktyk przyniesie ich materialne dobra. W języku propagandy staje się on metaforą bezrefleksyjnego kopiowania zewnętrznych atrybutów potęgi. Państwo organizujące monumentalne parady wojskowe, by pokazać nowoczesny sprzęt, którego faktyczna siła jest ograniczona, uprawia właśnie taką formę magicznego myślenia. Chodzi o wywołanie wrażenia, a nie o realną moc. Jak ujęli to antropolodzy: „Cargo nie jest bogiem, lecz w oczach wiernych staje się jego dowodem”.

Rytuał ofiarny to prastary mechanizm społeczny, pozwalający przenieść zbiorowy lęk i poczucie winy na kozła ofiarnego, którego poświęcenie ma symbolicznie oczyścić wspólnotę. Propaganda polityczna sięga po ten archetyp z bezwzględną regularnością. Gdy nadchodzi kryzys gospodarczy, znacznie łatwiej jest wytłumaczyć go działaniem „obcych”, „migrantów” czy „zdrajców narodu”, niż przyznać się do systemowych błędów. Wskazanie wroga jednoczy i przywraca iluzoryczną równowagę. To mroczna prawda, którą René Girard zamknął w zdaniu: „Kultura zaczyna się od ofiary”.

Hiperrzeczywistość: symulakrum więzi autonomię

Apokalipsa

Definicja: W religiach abrahamicznych oznacza objawienie końca i Sądu Ostatecznego, lecz w arsenale propagandy staje się potężną figurą mobilizacyjną. Jej logika jest prosta i brutalna: „Jeśli nas nie wybierzecie, czeka was koniec cywilizacji”. To ostateczny szantaż, który zamyka pole do dyskusji.

Przykład: Spoty wyborcze malujące sugestywne wizje „upadku narodu”, „inwazji obcych kultur” lub nieodwracalnej katastrofy ekologicznej, której zapobiec może tylko jedna słuszna opcja polityczna.

Cytat: „Wszystkie rewolucje karmią się obietnicą końca starego i początku nowego świata” – Norman Cohn.

Mesjanizm

Definicja: Stanowi świecki odpowiednik wiary w zbawiciela, który ma ocalić wspólnotę przed grożącą jej katastrofą. Propaganda zręcznie kreuje takich liderów, przedstawiając ich jako jedynych zdolnych, by „ocalić naród” i samotnie odwrócić bieg historii.

Przykład: Polityczne narracje budowane wokół przywódcy, który nie jest zwykłym administratorem, lecz mężem opatrznościowym, mającym misję do wypełnienia.

Cytat: „Naród polski został nazwany Chrystusem narodów” – Adam Mickiewicz.

Postprawda

Definicja: Opisuje stan kultury politycznej, w którym obiektywne fakty tracą moc na rzecz emocji i osobistych przekonań. W tym nowym ekosystemie informacyjnym, spopularyzowanym w drugiej dekadzie XXI wieku, to, co odczuwane jako prawdziwe, staje się ważniejsze od tego, co jest prawdziwe.

Przykład: Debata o szczepionkach, w której osobiste, emocjonalne świadectwa celebrytów zyskują większy posłuch niż dekady badań i twardy konsensus naukowy.

Cytat: „W erze postprawdy fakty stają się kwestią wyboru” – Ralph Keyes.

Technopol

Definicja: Termin ukuty przez Neila Postmana, oznaczający ustrój, w którym technologia przestaje być jedynie narzędziem, a staje się wszechobecną siłą organizującą kulturę, politykę i samo poczucie sensu. Nie używamy już technologii – żyjemy w niej.

Przykład: Wybory, w których algorytmy platform społecznościowych decydują, jakie tematy zdominują debatę publiczną. Politycy stają się zakładnikami infrastruktury technologicznej, której nie kontrolują.

Cytat: „Technopol to moment, w którym technologia definiuje, czym jest prawda” – Neil Postman.

Bańka symulacyjna

Definicja: Radykalne rozszerzenie koncepcji Baudrillarda, opisujące świat zdominowany przez symulacje generowane przez sztuczną inteligencję. W jej wnętrzu odbiorca traci zdolność odróżniania fikcji od faktów,

ponieważ cała jego rzeczywistość jest starannie wygenerowanym konstruktem.

Przykład: Konferencje prasowe polityków stworzone za pomocą technologii deepfake, transmitowane na żywo w sieciach społecznościowych i oglądane przez miliony, zanim ktokolwiek zdąży je zdementować.

Cytat: „Symulacja nie ukrywa prawdy – ona ją zastępuje” – Jean Baudrillard.

Rytuał ofiarny: trauma jako paliwo manipulacji

Postczłowiek

To nie tyle postać z przyszłości, ile kondycja, w której już tkwimy. Postczłowiek jest figurą filozoficzną opisującą jednostkę po przekroczeniu biologicznych granic człowieczeństwa, wchłoniętą przez technologie cyfrowe, bioinżynierię i sztuczną inteligencję. Dla propagandysty to odbiorca idealny: hybryda biologii i kodu, nieustannie zanurzona w strumieniach danych, których nie odróżnia od własnych myśli. Granice między jaźnią a interfejsem zacierają się, tworząc podatny grunt dla narracji, które wnikają głębiej niż kiedykolwiek. Przykładem są użytkownicy okularów VR, dla których polityczne wiece stają się immersyjnym doświadczeniem w symulowanych metawersach, bardziej realnym niż rzeczywistość za oknem. Jak ujęła to Rosi Braidotti: „Postczłowiek nie zna granic między ciałem a technologią”.

Singularity (osobliwość technologiczna)

Osobliwość to hipotetyczny punkt na osi czasu, w którym rozwój technologii staje się nieodwracalny. To moment, gdy sztuczna inteligencja przewyższa ludzkie zdolności poznawcze, inicjując epokę radykalnych i nieprzewidywalnych przemian. W logice propagandy oznacza to ostateczne oddanie pola maszynie – moment, w którym systemy AI nie tylko wykonują polecenia, ale same projektują narracje i strategie wpływu. Wyobraźmy sobie AGI, które nie tylko analizuje nastroje wyborców, lecz także autonomicznie tworzy programy polityczne, precyzyjnie dopasowane do miliardów indywidualnych profili psychologicznych. Jak prorokował Vernor Vinge: „Osobliwość to punkt, w którym historia ludzkości traci swoje kategorie”.

Neuropropaganda

Gdy perswazja zawodzi, propaganda sięga głębiej – aż do układu nerwowego. Neuropropaganda to manipulacja oparta na bezpośredniej interakcji z biologią mózgu, wykorzystująca neurotechnologie, implanty czy sensory emocji. Przekaz przyszłości nie będzie już tylko tekstem i obrazem, lecz precyzyjnie skalibrowanym bodźcem neurologicznym, omijającym filtr krytycznego myślenia. Kampania wyborcza może wówczas używać muzyki i bodźców audiowizualnych zaprojektowanych tak, by wywołać w mózgu

wyrzut dopaminy i chemicznie uwarunkowane poczucie euforii. Parafrazując Josepha Goebbelsa na potrzeby nowej ery: „Kto kontroluje emocje, nie potrzebuje kontrolować myśli”.

Propaganda algorytmiczna

To zautomatyzowana, niewidzialna ręka współczesnej dezinformacji. Przekaz jest tu tworzony, dystrybuowany i modyfikowany przez algorytmy w czasie rzeczywistym, adaptując się do reakcji odbiorcy. Jest to propaganda dynamiczna i niemal doskonale ukryta, ponieważ nie przybiera formy topornego komunikatu, lecz spersonalizowanej rekomendacji. Wystarczy, że algorytm platformy streamingowej zacznie subtelnie promować seriale zgodne z ideologią rządu, jednocześnie spychając inne, krytyczne produkcje na margines cyfrowego niebytu. Jak trafnie ujęła to Zeynep Tufekci: „Algorytmy są nowymi aparatczykami ideologii”.

AGI-propaganda

Stanowi logiczne zwieńczenie wszystkich poprzednich koncepcji. W tym hipotetycznym scenariuszu sztuczna inteligencja ogólna (AGI) staje się głównym, a być może jedynym, aktorem propagandy. Jest zdolna do generowania wielopoziomowych, spójnych wewnętrznie narracji, które personalizują się jednocześnie w skali globalnej i lokalnej. AGI nie tyle manipuluje, ile projektuje całe środowiska myślowe, w których alternatywne punkty widzenia stają się poznawczo niemożliwe. Wyobraźmy sobie system, który „opowiada” każdemu oby

Algorytmy: technologiczny fundament postprawdy

Opowieść jest esencją człowieczeństwa. Jednak od czasów, gdy gromadziliśmy się wokół ognia, narracja przeszła ewolucję – stała się potężnym narzędziem kształtowania społeczeństw, tożsamości i całych cywilizacji. Nazwaliśmy ją propagandą. I choć przez dekady kojarzyła się z chropowatym głosem z głośników i plakatami o heroicznych twarzach, dziś przywdziewa nowy kostium. Wkracza w świat algorytmów, spersonalizowanych rekomendacji i filtrów, by ostatecznie znaleźć swoje zwieńczenie w sztucznej inteligencji ogólnej.

Edward Bernays, ojciec współczesnego public relations, pisał, że „ci, którzy manipulują niewidzialnym mechanizmem społeczeństwa, tworzą niewidzialny rząd, będący prawdziwą siłą rządzącą”. Dziś brzmi to jak fragment instrukcji obsługi Facebooka czy TikToka. Bernays organizował chaos za pomocą prasy i radia; my żyjemy w epoce, w której chaos jest porządkowany przez algorytmy rekomendacji – przez niewidzialne filtry decydujące o tym, co zobaczymy, zanim w ogóle sięgniemy po telefon.

Propaganda ma wiele masek. Czasem jest rytuałem wspólnego śpiewania hymnu, czasem memem z kotem dryfującym w sieci. Gustave Le Bon opisywał tłum, który nie rozumuje, lecz działa pod wpływem impulsu. Dziś ten tłum stał się cyfrowy, a jego emocje są nieustannie wzmacniane przez boty, farmy trolli i algorytmy zaprojektowane, by podsycać kontrowersje. Jacques Ellul mówił o propagandzie totalnej, przenikającej wszystkie sfery życia. Dla nadchodzącej sztucznej inteligencji ogólnej jego wizja nie jest ostrzeżeniem, lecz specyfikacją techniczną: system zdolny dostarczyć każdemu obywatelowi osobistą, skrojoną na miarę narrację, zsynchronizowaną z miliardami innych.

Propaganda to jednak nie tylko technika. To również kategoria filozoficzna i kulturowa. Wchodzi w otwarty spór z pojęciem prawdy – czy prawda jest obiektywnym faktem, czy jedynie dominującą narracją? Orwell przestrzegał, że „w czasach powszechnego oszustwa mówienie prawdy jest aktem rewolucyjnym". Propaganda uderza także w wolność i autonomię. Kantowskie „prawo samostanowienia rozumu" bywa dziś zastępowane przez podszepty algorytmów, które wiedzą, co nas rozbawi, zanim sami to odkryjemy. Roland Barthes nazwał mit sposobem naturalizowania arbitralnych znaczeń. W epoce cyfrowej mit skondensował się do postaci memu, a mem jest wirusem kulturowym, który rozprzestrzenia się szybciej niż jakakolwiek książka filozoficzna.

Neuropropaganda przejmuje kontrolę nad mózgiem

Z perspektywy antropologa propaganda jest jedynie nowoczesną odsłoną rytuału ofiarnego. René Girard dowodził, że każda kultura rodzi się z ofiary, i rzeczywiście współczesne systemy polityczne niezmiennie wskazują swojego kozła ofiarnego: migrantów, „elity", „zdrajców narodu". Mircea Eliade podkreślał z kolei, że to sacrum, czyli poczucie świętości, scala wspólnotę. W tym ujęciu flaga czy hymn stają się świeckimi totemami, których moc jednoczenia nie jest wcale mniejsza od symboli religijnych. A gdy słyszymy propagandowe slogany w rodzaju „powinieneś, musisz, twoim obowiązkiem jest", pobrzmiewa w nich podejrzane echo freudowskiego superego.

Nowoczesność dopisała do tej prastarej opowieści kolejne, znacznie mroczniejsze rozdziały. W erze big data propaganda przekształciła się w naukę predykcji. Cambridge Analytica nie tyle manipulowała ludźmi, ile z naukową precyzją przewidywała ich decyzje, zanim oni sami zdali sobie z nich sprawę. Bańki filtrujące, które izolują nas od wszystkiego, co obce, stały się cyfrowymi plemionami, a perswazja w czasie rzeczywistym dostosowuje ton przekazu do naszych mikroemocji. Shoshana Zuboff trafnie ostrzegała: „Dane są nową ropą, ale dopiero ich rafinacja w profile psychologiczne czyni z nich broń".

A to dopiero preludium. Na scenę wkracza AGI – sztuczna inteligencja ogólna. Jeśli dzisiejsze algorytmy są zaledwie „aparatczykami ideologii", to AGI będzie całym politbiurem. Nie ograniczy się do dostarczania narracji; stworzy całe środowisko myślowe, w którym każdy z nas będzie żył w osobistej, doskonale

skalibrowanej bańce symulacyjnej. Będzie zdolna łączyć wiedzę psychologiczną z językiem, obraz z emocją, a rytuały cyfrowe z naszą biologią. Wizja neuropropagandy, w której przekaz odczuwany jest wprost w naszym układzie nerwowym, przestaje być domeną fantastyki.

Można by rzec, że na naszych oczach spełnia się marzenie – lub raczej koszmar – Edwarda Bernaysa. Demokracja, która w teorii miała być rynkiem idei, w praktyce staje się globalnym laboratorium narracji, testowanych na miliardach odbiorców w czasie rzeczywistym. Nietzsche zza grobu przypomina złośliwie: „Fakty nie istnieją, istnieją tylko interpretacje". Baudrillard dopowiada: „Symulakra nie ukrywają prawdy – one ukrywają, że jej nie ma".

Czy zatem propaganda ery AGI oznacza nieuchronny koniec wolności? Niekoniecznie. Historia uczy bowiem, że choć propaganda jest stara jak ludzkie wspólnoty, to równie stara jest sztuka jej demaskowania i obracania przeciwko manipulatorom. Przewodnik, który przygotowujemy, ma być właśnie takim narzędziem – nie tylko pokazującym mechanizmy manipulacji, ale też uczącym, jak budować wobec nich odporność. Bo w epoce, w której nawet apokalipsa może okazać się wygenerowanym deepfake'iem, największą cnotą nie będzie wiara, lecz sceptycyzm.

Era AGI: sztuczna inteligencja projektuje narracje

Nie łudźmy się: propaganda nie jest zjawiskiem przejściowym. Nie zniknie wraz z końcem totalitaryzmów ani nie rozpłynie się w cieple demokratycznego dyskursu. Ona jedynie zmienia skórę, adaptując się do każdego nowego medium z drapieżną skutecznością. Z ryku megafonów przeniknęła na szpalty gazet, z gazet na migotliwy ekran telewizora, a stamtąd wprost do naszych dłoni, do smartfonów. Dziś, niemal bezszelestnie, czai się w kodzie algorytmu, w logice rekomendacji, w spersonalizowanym powiadomieniu, które zdaje się czytać w naszych myślach. Jutro może przemówić do nas nie głosem polityka czy celebryty, lecz modulacją naszych własnych pragnień – jeśli tylko pozwolimy AGI stać się ostatecznym narratorem naszej rzeczywistości.

Historia uczy nas jednego: walka o prawdę nigdy nie jest wygrana raz na zawsze. Każde pokolenie musi ją odkrywać na nowo, tak jak każde musi od zera uczyć się anatomii kłamstwa. Orwell miał rację, twierdząc, że prawda jest aktem rewolucyjnym, bo wymaga odwagi, by spojrzeć iluzji prosto w oczy. Nietzsche miał rację, ostrzegając, że fakty stają się interpretacjami, a te z kolei mogą stać się najskuteczniejszą bronią. Bernays również miał rację, diagnozując, że społeczeństwo masowe wymaga organizacji chaosu. Kto dziś organizuje ten chaos? Coraz rzadziej człowiek. Coraz częściej maszyna, która nie zna wahań ani wyrzutów sumienia.

Nie oznacza to jednak, że jesteśmy skazani na kapitulację. Propaganda, nawet ta najpotężniejsza, jest bezsilna, jeśli nie znajdzie podatnego gruntu w naszych umysłach. Każdy z nas jest jednocześnie jej celem i

nieświadomym współtwórcą. Każde polubienie, każde udostępnienie, każda cyfrowa emocja współtworzy narrację, która potem wraca do nas niczym zdeformowane odbicie w lustrze. Dlatego prawdziwa obrona nie polega na odcinaniu kabli czy naiwnej cenzurze, lecz na odzyskaniu suwerenności własnego umysłu. Polega na hartowaniu krytycznego myślenia, na odwadze zadawania niewygodnych pytań i gotowości do bezlitosnego prześwietlenia własnych, najgłębiej skrywanych złudzeń.

Strategie oporu: krytyczne myślenie vs. symulacja

Manifest, który tu kreślę, jest prosty w założeniach, lecz wymagający w praktyce. Po pierwsze, uczmy się języka propagandy tak, jak uczymy się języka obcego: ze słownikiem w ręku, świadomi jego gramatyki i zastawionych pułapek. Po drugie, pielęgnujmy sceptycyzm, który nie rozrywa tkanki społecznej, lecz chroni ją przed idolatrią i cyniczną manipulacją. Po trzecie wreszcie, nie oddawajmy władzy nad wyobraźnią bez walki. Jeśli AGI stanie się nowym mistrzem narracji, naszym obowiązkiem jest pozostać suwerennymi autorami własnych historii.

Można wzruszyć ramionami, mówiąc, że to walka nierówna. Owszem. Ale cała historia propagandy jest zarazem historią oporu. W mrokach totalitaryzmów zawsze byli ci, którzy szeptali prawdę. W zgiełku demokracji są ci, którzy przypominają, że wolność nie polega na wyborze koloru produktu, lecz na fundamentalnej zdolności do powiedzenia „nie” gotowej opowieści. W erze AGI będą więc ci, którzy zbudują kontrnarrację opartą na przejrzystości, edukacji i solidarności rozumu.

Dlatego zakończmy słowami, które powinny stać się dewizą epoki postprawdy i symulacji. Nie wierz. Sprawdzaj. Pytaj. To trzy akty intelektualnej odwagi, które odróżniają obywatela od konsumenta, a wolnego człowieka od bezwolnej marionetki w teatrze algorytmów.

To nasz jedyny pewny punkt oparcia w płynnym świecie narracji: świadomość, że zawsze możemy wybierać między rolą biernego odbiorcy a rolą świadomego uczestnika. Propaganda będzie istnieć zawsze, jest bowiem cieniem władzy. Ale to od nas zależy, czy stanie się naszym więzieniem, czy narzędziem, którym obrócimy świat ku dobru wspólnemu.

W epoce AGI naszą najważniejszą wolnością nie jest bowiem dostęp do informacji, lecz zdolność ich krytycznego rozumienia. Największym aktem odwagi nie jest powtórzenie sloganu, lecz jego publiczne zakwestionowanie. A najwyższą formą solidarności nie jest podzielenie się memem, lecz wspólna obrona rozumu przed jego doskonale symulowanymi sobowtórami.

> W świecie, gdzie granice między prawdą a symulacją zacierają się, a propaganda wdziera się w nasze umysły za pomocą algorytmów, pamiętajmy, że zawsze mamy wybór. Czy pozwolimy, by

perfekcyjnie wygenerowane narracje nas zniewoliły, czy też odważymy się kwestionować, sprawdzać i pytać, broniąc w ten sposób ostatniego bastionu wolności – suwerenności naszego umysłu? Być może w epoce AGI to właśnie zdolność do sceptycyzmu stanie się naszą najcenniejszą bronią.

Inspiracje

[1] **"Propaganda"** Edward L. Bernays

1928 | Horace Liveright

Austriacko-amerykański pionier public relations i propagandy, często nazywany „ojcem public relations". Wykorzystywał psychologię do kształtowania opinii publicznej dla korporacji i rządów. Do jego najważniejszych dzieł należą „Crystallizing Public Opinion" i „Propaganda".

*Austrian-American pioneer in public relations and propaganda, often called the 'father of public relations'. He applied psychology to shape public opinion for corporations and governments. Notable works include **Crystallizing Public Opinion** and **Propaganda**.*

Literatura uzupełniająca

Książki

Autorzy przywoływani w artykule:

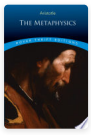


[1] "Crystallizing Public Opinion"

Edward L. Bernays

2015 | Boni and Liveright | ISBN: 9781331402688

Literatura pokrewna (Google Scholar):



[2] "Metaphysics"

Aristotle

2018 | Courier Dover Publications | ISBN: 9780486817491

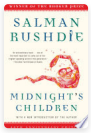


[3] "Groundwork of the Metaphysics of Morals"

Immanuel Kant

2025 | Benediction Classics | ISBN: 9781789434453

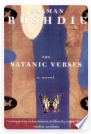
Google Scholar



[4] "Midnight's Children"

Salman Rushdie

2010 | Random House | ISBN: 9780307744111



[5] "The Satanic Verses"

Salman Rushdie

2010 | Vintage Canada | ISBN: 9780307367761



[6] "A Commentary and Review of Montesquieu's Spirit of Laws"

Antoine Destutt De Tracy

2006 | The Lawbook Exchange, Ltd. | ISBN: 9781584776543

Google Scholar

[7] "Éléments d'idéologie"

Antoine Destutt De Tracy

1977 | Paris



[8] "The Communist Manifesto"

Karl Marx, Friedrich Engels

2024 | Haymarket Books | ISBN: 9798888900451



[9] "The System of Objects"

Jean Baudrillard

2020 | Verso Books | ISBN: 9781788739436

Google Scholar



[10] "Argonauts of the Western Pacific: An Account of Native Enterprise and Adventure in the Archipelagoes of Melanesian New Guinea"

Bronisław Malinowski

2015 | Arkose Press | ISBN: 9781345415575

Artykuły naukowe

Autorzy przywoływani:

[1] **"Patterns in Comparative Religion"**

Mircea Eliade

1949

[2] **"The Family among the Australian Aborigines: A Sociological Study"**

Bronisław Malinowski

1913 | n/a

[3] **"The Propaganda Simulacrum as a Model of Russiagate Propaganda"**

Daniel O'Connell

2020 | n/a

Google Scholar

[4] **"Transformation of the idea of power totality in poststructuralism discourse (based on the cycle "Apotheosis of Policeman" by D.A. Prigov)"**

O. A. Glushenkova, T. A. Zagidulina

2020 | Siberian Philological Forum

Google Scholar

[5] **"Nietzsche's Ethics"**

Brian Leiter, Daniel Wicks

2014 | The Stanford Encyclopedia of Philosophy

Google Scholar

[6] **"Personal autonomy and surveillance capitalism: possible future developments"**

Riccardo Ferraris

2023

Google Scholar

[7] **"Discourse on the Sciences and Arts"**

Jean-jacques Rousseau

1750 | Academy of Dijon

[8] **"Discourse on the Origin and Foundations of Inequality"**

Jean-jacques Rousseau

1755 | Various publications

[9] **"Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents — Introduction"**

Philip N. Howard et al.

2016 | International Journal of Communication

Google Scholar

[10] **"Universal Natural History and Theory of the Heavens"**

Immanuel Kant

1755

Google Scholar

[11] **"Shamanism: Archaic Techniques of Ecstasy"**

Mircea Eliade

1951

[12] **"The elements of "ideology": Antoine Destutt de Tracy and his science of ideas"**

S.I. Plyushch

2025

[13] **"A Contribution to the Critique of Hegel's Philosophy of Right"**

Karl Marx

1844 | Deutsch-Französische Jahrbücher

Google Scholar

[14] **"The relevance of Marxism"**

Peter Hudis

2018 | International Critical Thought

Google Scholar

[15] **"Ideology and Ideological State Apparatuses (Notes towards an Investigation)"**

Louis Althusser

1970

[16] **"On the Reproduction of Capitalism"**

Louis Althusser

[17] **"The Intellectuals"**

Antonio Gramsci

1949

Google Scholar

[18] **"Newspapers and the Workers"**

Antonio Gramsci

1916 | Avanti!

Google Scholar

[19] **"The end of economics hegemony? studying economic ideas in a post-neoliberal world"**

Rune Møller Stahl

2025

Google Scholar

[20] **"Simulacra and Simulations"**

Jean Baudrillard

2020 | The New Social Theory Reader

Google Scholar

[21] **"Politics as a Vocation"**

Max Weber

1919

Google Scholar

[22] **"The 'Objectivity' of Knowledge in Social Science and Social Policy"**

Max Weber

[23] **"On Truth and Lies in a Nonmoral Sense"**

Friedrich Nietzsche

1873 | The Portable Nietzsche

[24] **"The Autonomy of Morality"**

Friedrich Nietzsche

2012

Google Scholar

[25] **"The Unconscious"**

Sigmund Freud

1915 | Collected Papers

[26] **"Beyond the Pleasure Principle"**

Sigmund Freud

1920

[27] **"Suicide: A Study in Sociology"**

Émile Durkheim

1897 | The Free Press

[28] **"The Rules of Sociological Method"**

Émile Durkheim

1895 | The Free Press

[29] **"Durkheim Revisited: Possible Contribution to the Understanding of Gramsci's Notion of Hegemony"**

Joseph Uy

2022 | Mabini Review

Google Scholar

[30] **"Mimetic desire in the consumer society"**

R Girard

1984 | Marketing and Semiotics: New Directions in the Study of Signs for Sale

[31] **"Perilous knowledge: a sociological analysis of curiosity"**

R Girard

2004 | Poiesis

[32] **"Simulacrum in algorithmic social media feeds: perception of truth in the age of artificial visuality"**

I Krouk, O Tarasova, O Tkachenko, S Polishchuk, Y Bondarenko

2025 | CEUR Workshop Proceedings

Google Scholar

[33] **"Affirmative Ethics and Generative Life"**

Rosi Braidotti

2019

[34] **"'We' Are In This Together, But We Are Not One and the Same"**

Rosi Braidotti

2020 | Journal of Bioethical Inquiry

Google Scholar

[35] **"Revisiting the Theoretical Foundations of Propaganda"**

Vibeke Petersen

2020 | International Journal of Communication

Google Scholar

[36] **"Propaganda in a Democratic Society"**

Aldous Huxley

1958

Google Scholar

[37] **"Collected Essays"**

Aldous Huxley

1959

[38] **"Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization"**

Shoshana Zuboff

2015 | Journal of Information Technology

[39] **"Surveillance Capitalism or Democracy? The Death Match of Institutional Orders and the Politics of Knowledge in Our Information Civilization"**

Shoshana Zuboff

2022

Google Scholar

[40] **"Economic and Philosophic Manuscripts of 1844"**

Karl Marx

1932

Google Scholar

[41] **"A Contribution to the Critique of Political Economy"**

Karl Marx

1859

[42] **"Post-Truth: Hegemony on Social Media and Implications for Sustainability Communication"**

Sean McCarthy, Julianaাদ Barreto, Nivedita Chandra শ্রদা, Shepherd উইল, Danya Corkin

2019 | Sustainability

Google Scholar

[43] **"Symbolic Exchange and Simulation in Jean Baudrillard"**

Gary Genosko

2021 | The Palgrave Handbook of Image Studies

Google Scholar

[44] **"Simulation and Symbolic Exchange: Jean Baudrillard's Augmentation of Marx's Theory of Value"**

A. M. Koch, R. Elmore

2006 | Politics & Policy

[45] **"Hyperreality and Simulacrum: Jean Baudrillard and European Postmodernism"**

not available

2025 | not available

Google Scholar

[46] **"Rethinking Propaganda: How State Media Build Trust through Belief Affirmation"**

Anton Shirikov

2024 | Journal of Politics

[47] **"Propaganda and the Web 3.0: Truth and ideology in the digital age"**

Aaron Hyzen

2023 | Nordic Journal of Media Studies

[48] **"The Economic Aspect of the Intichiuma Ceremonies"**

Bronisław Malinowski

1912

[49] **"The Family among the Australian Aborigines"**

Bronisław Malinowski

1913

[50] **"On the Psychology and Pathology of So-Called Occult Phenomena"**

Carl Gustav Jung

1902

[51] **"Collected Papers on Analytical Psychology"**

Carl Gustav Jung

1917

[52] **"Les Cadres sociaux de la mémoire"**

Maurice Halbwachs

1925

[53] **"Les Causes du suicide"**

Maurice Halbwachs

1930

[54] **"Hegemony and crisis: An analysis of habit and ideology as mechanisms for achieving 'consent'"**

Andrea Sau

2024 | Capital & Class

Google Scholar

[55] **"Three Essays on the Theory of Sexuality"**

Sigmund Freud

1905

[56] **"The Psychopathology of Everyday Life"**

Sigmund Freud

1901

[57] **"Mimesis and Violence -An Introduction to the Thought of Rene Girard"**

René Girard

[58] **"René Girard and the myth of the first stone"**

René Girard

[59] **"Conceptualizing the evolving nature of computational propaganda: a systematic literature review"**

Hiaeshutter-Rice, D., Hameleers, M., Powell, T.E.

2024 | New Media & Society

Google Scholar

[60] **"Post-Truth Philosophy and Truth Analysis in the Era of Disinformation and Fake News"**

Tetyana Kondratyuk-Antonova, Taras Lytvyn, Svetlana Boyko, Mariana Halushchak, Dmytro Kostenko

2025 | Studies in Media and Communication

[61] **"“We” Are In This Together, But We Are Not One and the Same"**

Rosi Braidotti

2020 | Journal of Bioethical Inquiry

Google Scholar

[62] **"Posthuman Feminism and Gender Methodology"**

Rosi Braidotti

2021

Google Scholar

[63] **"Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents"**

S. Woolley, P. Howard

2016

[64] **"The Coming Technological Singularity: How to Survive in the Post-Human Era"**

Vernor Vinge

1993 | Whole Earth Review

Google Scholar

[65] **"The digital simulacrum: pre-mediation, simulation and alief in the age of artificial intelligence"**

David Beer

2017 | Palgrave Communications

Google Scholar

[66] **"Engineering the Public: Big Data, Surveillance and Computational Politics"**

Zeynep Tufekci

2014 | First Monday

Google Scholar

[67] **"Dictators' Propaganda"**

Aldous Huxley

1936 | The Spectator Archive

Google Scholar

[68] **"Bringing Propaganda Back into News Media Studies"**

Florian Zollmann

2019

Google Scholar

[69] **"Jacques Ellul's Contributions to Critical Media Theory"**

Clifford G. Christians, Michael R. Real

Media and Cinema Studies

[70] **"Why I Write"**

George Orwell

1946

[71] **"An Answer to the Question: What is Enlightenment?"**

Immanuel Kant

1784 | Berlinische Monatsschrift

[72] **"Religion within the Boundaries of Mere Reason"**

Immanuel Kant

1793 | Various editions

[73] **"A functional analysis of personal autonomy: How restricting 'what', 'when' and 'how' affects experienced agency and goal motivation"**

Zhang, et al.

2022 | Cognition and Emotion

[74] **"The Death of the Author"**

Roland Barthes

1967

[75] **"Writing Degree Zero"**

Roland Barthes

1953

[76] **"Understanding Hegemony: A Critical Analysis through the Lens of Antonio Gramsci"**

Multiple Authors

2024 | IJFMR

Artykuły pokrewne (Google Scholar):

[77] **"Universities—Pathfinders in Public Opinion"**

Edward L. Bernays

1937

[78] **"Psychological Blueprint for the Peace—Canada, U.S.A."**

Edward L. Bernays

1944

APA ONE Publishing System

Fundacja Dobre Państwo © 2026

Article ID: 6c84b0da-28c7-494d-b7c3-5bd837d39838