

WYKORZYSTANIE MAP W PROPAGANDZIE EKOLOGICZNEJ

Tomasz Olenderek

Streszczenie

Autor podejmuje próbę zdefiniowania pojęcia mapy propagandowej i określa miejsce tego rodzaju prezentacji w kartografii. Podstawową część artykułu stanowi omówienie najbardziej typowych cech map propagandowych związanych z ich postacią, zakresem treści oraz grafiką. Cechy te określono na podstawie przeglądu literatury naukowej. Następnie zostały one zilustrowane przykładami map wykorzystywanych w propagandzie ekologicznej. W tekście zawarte są nie tylko wskazówki dla autorów map, ale także znaleźć można praktyczne rady pomocne ich użytkownikom.

Słowa kluczowe: mapa, propaganda

MAPS IN ECOLOGICAL PROPAGANDA

Abstract

Author makes the attempt to define term 'propaganda map' and determines place of such kind of presentation in cartography. The main part of the article is the discussion of the most typical features of propaganda maps. These features are dependent on map's form, scope of contents and graphics and were determined based on review of domain literature. Features are then illustrated with maps which are used in ecological propaganda. Both, directions for map authors, and practical advices for maps users can be found in the article.

Key words: map, propaganda

Problemy terminologiczne

Na początku należy stwierdzić, że obecnie wiele kontrowersji budzi znaczenie pojęcia propaganda. W szczególności, różnie pojmowane są jego relacje z innymi „pokrewnymi” pojęciami, jak reklama, public relations, promocja czy manipulacja. Jako podstawę przyjętej w tekście terminologii autor wybrał definicję Michała Szulczewskiego (za: Gajlewicz 1989), według której propaganda to „celowe, perswazyjne, motywowane politycznie oddziaływanie na zbiorowość zmierzające przez kształtowanie ludzkich postaw do wywoływania określonych zachowań”. Jeżeli przyjąć ten sposób

rozumowania, wtedy za innego rodzaju „celowe, perswazyjne oddziaływanie na zbiorowość” można uznać:

- ▶ reklamę, gdy celem oddziaływania jest „wywoływanie określonego zachowania” polegającego na zakupie reklamowanego produktu,
- ▶ public relations, gdy celem oddziaływania jest „kształtowanie ludzkich postaw” w odniesieniu do firmy lub instytucji,
- ▶ promocję, gdy celem oddziaływania jest „kształtowanie ludzkich postaw” (ale tylko pozytywnych) w odniesieniu do osoby lub grupy osób.

Wszystkie cztery opisane powyżej, oczywiście w znacznym uproszczeniu, rodzaje działalności mają, w mniejszym lub większym stopniu, perswazyjny charakter. W praktyce komunikacji społecznej nie da się jednoznacznie rozdzielić perswazji i informacji. Nie ma też, moim zdaniem, większych podstaw twierdzenie (co prawda, bardzo popularne w ostatnim czasie), że reklama, public relations czy promocja są, w odróżnieniu od propagandy, wolne od manipulacji – celowego działania o podstępnym charakterze. Jest to raczej potwierdzenie faktu, że zarówno pojęcie, jak i cała teoria propagandy same często stawały się obiektem manipulacji (Gajlewicz 1989).

Z drugiej jednak strony wydaje się, że przyjęte przez Szulczewskiego zawężenie zakresu pojęcia „propaganda” wyłącznie do oddziaływania „motywowanego politycznie” wymaga korekty. Przecież myśli czy idee nie muszą mieć charakteru wyłącznie politycznego, jak to często przyjmowano w okresie PRL (ochronie środowiska nadawano wówczas znacznie mniejsze znaczenie niż obecnie). Przecież sam termin propaganda pochodzi od łacińskiego słowa „propagare”, oznaczającego zabiegi zmierzające do... bujnego rozkrzewiania się roślin. Dlatego, w pełni uzasadnionym wydaje się być wyróżnienie propagandy ekologicznej – motywowanej koniecznością ochrony przyrody (choć zestawienie tych obu pojęć może budzić wątpliwości), zaś cytowaną we wstępnej części rozdziału definicję przypasować raczej pojęciu propaganda polityczna.

Zdaję sobie sprawę z faktu, że określony dla potrzeb niniejszego artykułu zakres niektórych określeń nie jest jeszcze powszechnie uznany. Przyjęte rozwiązania należy potraktować jako próbę uporządkowania dosyć skomplikowanej i wieloznacznej terminologii.

Przegląd literatury naukowej

Problematyka wykorzystania map w propagandzie ekologicznej jest zagadnieniem interesującym stosunkowo wąską grupę badawczy. Wynika to, z jednej strony, z konieczności znajomości zasad kartografii – co stanowi barierę znacznie utrudniającą prowadzenie tego rodzaju badań przez przyrodników. Z drugiej strony, mapy propagandowe o tematyce ekologicznej są stosunkowo rozproszone. Kartografowie nie

znajdą ich w swoich bibliotekach w przeciwieństwie do np. atlasów geograficznych, map topograficznych, turystycznych czy planów miast. Nie bez znaczenia jest też fakt stosunkowo słabej świadomości problemów związanych z ochroną przyrody (szczególnie na terenach leśnych) wśród przedstawicieli tej dyscypliny.

Autorowi znane są dwa zaledwie kilkunastu-stronicowe teksty poruszające omawianą tematykę. W pierwszym (Olenderek 2000), stanowiącym rozdział popularnego „Poradnika użytkownika leśnej mapy numerycznej” opisano wybrane, typowe cechy map propagandowych. Zilustrowano je paroma przykładami map wydanych przez Stowarzyszenie „Pracownia na rzecz wszystkich istot” – ale bez szczegółowego ich omówienia. W drugim opracowaniu (Grzegorzewicz 2002) przedstawiono, również w dość dużym skrócie, możliwości wykorzystania różnych rodzajów map w edukacji przyrodniczo-leśnej.

Na Wydziale Leśnym SGGW, w Katedrze Urządzania Lasu, Geomatyki i Ekonomiki Leśnictwa, w ciągu ostatnich kilku lat obronionych zostało kilka prac magisterskich poświęconych wykorzystaniu map w public relations jednostek organizacyjnych Lasów Państwowych (regionalnych dyrekcji oraz nadleśnictw). Ze względu na postać map oraz ich elementy, autorzy poszczególnych prac zajmowali się kolejno:

- ▶ analizą zakresu treści map zamieszczonych w folderach drukowanych (Grzegorzewicz 2000),
- ▶ analizą szaty graficznej map zamieszczonych w folderach drukowanych (Wierciszewska 2004),
- ▶ analizą zakresu treści map zamieszczonych na stronach internetowych (Górowski 2005).

Ostatnia praca, w założeniu zamykająca cały cykl, poświęcona badaniu szaty graficznej map zamieszczonych na stronach internetowych jednostek organizacyjnych Lasów Państwowych nie została, niestety, ukończona.

Przeprowadzone analizy wykazały, że badane mapy charakteryzowały się dużą różnorodnością. Z trudem udawało się wybrać najczęściej występujące elementy treści czy sposoby ich prezentacji, aby następnie znaleźć najbardziej „typowe” mapy charakteryzujące się tymi cechami. Cechy badanych map okazały się ogólnie zbliżone do, określanych na podstawie literatury, cech map perswazyjnych. Mimo stosowania niemal wyłącznie stosunkowo prostych metod prezentacji kartograficznej – czyli metod prezentacji danych jakościowych, głównie metody sygnatur i metody zasięgów – praktycznie wszystkie mapy zawierały mniej lub bardziej liczne błędy redakcyjne. Szczęśliwie, zdaniem autorów opracowań, na ogół błędy te nie uniemożliwiały właściwego użytkowania map – czyli zgodnego z ich przeznaczeniem.

Podsumowując, mapy są wykorzystywane w public relations Lasów Państwowych. Przeważnie są to dość proste opracowania, wykorzystujące niektóre tylko techniki charakterystyczne dla map perswazyjnych. W porównaniu z innymi elementami treści folderów bądź stron internetowych (np. tekstu lub zdjęć) poziom map nie jest zbyt

wysoki. Jednak z drugiej strony, samo wykorzystanie tej formy przekazu informacji w istotnym stopniu podnosi stopień atrakcyjności całego komunikatu.

Pozostaje otwartą kwestia sensowności podejmowanych prób standaryzacji tego typu wydawnictw – dotyczy to przede wszystkim map zamieszczanych na stronach internetowych. Wiele zależy tutaj od jakości proponowanych rozwiązań, w tym między innymi od ich wrażliwości na lokalną specyfikę poszczególnych nadleśnictw.

Ponieważ dorobek naukowy w zakresie wykorzystania map w propagandzie ekologicznej jest bardzo ubogi, warto posiłkować się pozycjami literatury z zakresu wykorzystania map w propagandzie politycznej. Pozycji tych również nie jest zbyt wiele. Najciekawsze z nich ukazywały w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat w Niemczech, Związku Radzieckim i Stanach Zjednoczonych. Były to przede wszystkim artykuły w czasopiśmie, chociaż na szczególną uwagę zasługuje książka M. Monmoniera (1991). Co ciekawe, sam przedmiot badań był różnie określany, na przykład: „Suggestive Karte” (Haushofer 1928), „Subjective Map” (Wright 1942), „Agitacyjna Karta” i „Propagandistskaja Karta” (Kamienieckij 1970) czy „Persuasive Map” (Herb 1989).

W polskiej literaturze, sporo publikacji poświęconych problematyce map propagandowych ukazywało się w przedwojennych numerach „Polskiego Przeglądu Kartograficznego”. Były to na ogół recenzje „tendencyjnych” map niemieckich. Później problematykę poruszano rzadko: poświęcono jej między innymi krótki rozdział w podręczniku Ratajskiego i Winida (1963), pracę magisterską autora artykułu (Olederek 1994), czy opublikowany w ubiegłym roku tekst Doroty Borowicz (2007). Tym niemniej, wystarczyło to, aby pojęcie „mapa propagandowa” jako tako utrwaliło się, przynajmniej w środowisku kartografów.

Definicja, cele i cechy mapy propagandowej

Na podstawie literatury poświęconej wykorzystaniu map w propagandzie politycznej można spróbować przedstawić propozycję definicji mapy propagandowej, wymienić najważniejsze jej cele oraz określić typowe jej cechy. W dalszej części tekstu, dzięki omówieniu kilku przykładów wykorzystania map w propagandzie ekologicznej spróbuję pokazać, że oba rodzaje map charakteryzują się podobnymi cechami.

Mapa propagandowa to mapa w sposób celowy, perswazyjny, motywowany ideologicznie oddziaływująca na zbiorowość, zmierzająca przez kształtowanie ludzkich postaw do wywoływania określonych zachowań.

Podstawową własnością mapy propagandowej jest to, że reprezentuje ona zawsze tylko jeden punkt widzenia na jakiś (zwykle sporny) problem lub temat. Inne punkty widzenia mogą być przedstawiane na takiej mapie, ale jedynie w celu wykazania ich niesłuszności.

Jako dwa podstawowe cele mapy propagandowej należy wymienić:

- ▶ Zwrócenie na siebie uwagi potencjalnego odbiorcy – czytelnika mapy,
- ▶ Przekonanie odbiorcy do propagowanej idei.

Oczywiście, praktycznie nie jest możliwe zredagowanie prezentacji kartograficznej o wyłącznie perswazyjnym charakterze. Każda mapa pełni bowiem wielorakie funkcje – zwykle podstawowym jej przeznaczeniem jest dostarczanie informacji, wiele map zaspokaja ponadto nasze potrzeby estetyczne. Funkcje te pełnione są również i przez mapy propagandowe. Jednakże, w odróżnieniu od innych map, podstawowym kryterium oceny map propagandowych jest skuteczność oddziaływania przejawiająca się w zmianach (lub utrzymaniu) odpowiednich postaw w społeczeństwie, skutkujących w efekcie określonymi zachowaniami.

Spełnianie obu ogólnych, wymienionych wyżej przez mapy propagandowe celów umożliwiają poniżej wymienione ich cechy. Pogrupowane one zostały w następujący sposób:

- ▶ cechy związane z postacią (formą) mapy,
- ▶ cechy związane z zakresem treści mapy,
- ▶ cechy związane z szatą graficzną mapy.

Postać mapy propagandowej powinna być odpowiednio atrakcyjna lub nietypowa tak, aby mapa mogła przyciągnąć uwagę jak największej liczby odbiorców. Można to osiągnąć na przykład wydając mapy propagandowe jako mapy turystyczne lub zamieszczając je w atlasach geograficznych pomiędzy innymi mapami o bardziej obiektywnym charakterze. Często mapy propagandowe zamieszczane są w środkach masowego przekazu: w prasie lub w telewizji. Można je również znaleźć na znaczkach pocztowych, widokówkach, ulotkach, plakatach lub wielkich tablicach demonstracyjnych.

Warto nadmienić, że redakcja map w każdej z tych postaci przebiegać powinna według nieco odmiennych zasad. Na wielu rodzajach map z reguły nie umieszcza się takich elementów jak skala (podziałka), siatka kartograficzna czy nawet legenda. Zabiegi takie czynione są niezależnie od przeznaczenia mapy. Chodzi o to, aby usunąć te elementy, z których zwykły użytkownik nie będzie musiał (legenda) lub nie będzie umiał (siatka kartograficzna) zrobić pożytku. Sprzyja to skuteczności przekazu propagandowego o tyle, że nie rozprasza uwagi odbiorcy. Zdarzają się oczywiście przypadki celowego zniekształcania na mapach propagandowych położenia obiektów, odległości czy pól powierzchni. Analiza tego rodzaju manipulacji, w sumie dość rzadkich, wychodzi jednak poza zakres niniejszego opracowania.

W wielu przypadkach istotny jest nie sam wygląd mapy, ale to w jaki sposób współgra ona z innymi elementami przekazu propagandowego. Bardzo często w nagłówku mapy umieszczone jest hasło. Ma to ułatwić przyswojenie całego przekazu osobom słabo zorientowanym w sztuce czytania (użytkowania) map, a takie osoby stanowią przecież zdecydowaną większość. Zwykle treść prezentacji kartograficznej uzasadnia słuszność głoszonego hasła. Niekiedy przy tym zdarza się, że samą mapę trudno jest uznać za propagandową. Hasła nie zawsze zamieszczane są w tytule mapy. Czasami redaktorzy maskują swoje zamiary, w odpowiedni sposób opracowując opisy znaków w legendzie.

Zakres treści mapy propagandowej również powinien być dobierany według odpowiednich reguł. Przede wszystkim mapa powinna poruszać aktualny temat, gdyż pomoże to zwrócić uwagę odbiorców. Po drugie, mapy propagandowe charakteryzuje specyficzne podejście do generalizacji kartograficznej. Jako celowe uogólnienie treści, generalizacja jest etapem stanowiącym integralną część procesu redakcyjnego niemal każdej mapy. Kartograf ma przy tym dość znaczną swobodę związaną z określeniem jej reguł, co przejawia się między innymi w ustaleniu, które obiekty powinny znaleźć się na danej mapie, a które nie. W przypadku map propagandowych, niejako korzystając z okazji, ustala się czasami takie kryteria generalizacji, aby mieć pretekst do usunięcia obiektów, których istnienie mogłoby poddać w wątpliwość prawdziwość głoszonej idei.

Ogólnie, mapy propagandowe charakteryzują się dość ubogą treścią. Poza obiektami niewygodnymi, znacznie częściej usuwa się obiekty niepotrzebne (np. miejscowości, drogi, ale także opisy) po to tylko, aby nie skupiały one na sobie uwagi odbiorców, aby mapa stała się bardziej przejrzysta.

Często pozostawione na mapie propagandowej obiekty przedstawione są w mało dokładny sposób. Skoro przekazywanie informacji jako takiej jest jedynie ubocznym celem mapy, to nie ma większego znaczenia, jak dokładnie pokazane zostaną na przykład granica zasięgu lasu czy bieg rzeki. Jest to sprawa drugorzędna tak dla redaktora mapy, jak i dla jej odbiorcy.

Wypada w tym miejscu zastanowić się nad etyczną oceną wyżej opisanych metod. Dokonanie takiej oceny nie jest proste, gdyż dopuszczalne granice manipulacji łatwo jest przekroczyć. Warto w tym miejscu wskazać, że zbyt natarczywa propaganda określonych poglądów może doprowadzić do powstania tzw. „efektu bumerangowego”. Mapa traci wtedy wiarygodność w oczach odbiorcy, co może skutkować nawet jego zwróceniem się przeciwko propagowanej idei. Często jednak efekt ten powstaje nie tyle wskutek nieumiejętnego posługiwania się technikami propagandowymi, co z powodu niezajomości podstawowych zasad redakcji map i to zarówno przez autora jak i użytkownika mapy.

Wreszcie, na końcu omówię bardzo ciekawy sposób prezentacji walorów określonych projektów lub rozwiązań poprzez tworzenie porównawczych zestawień całych map lub wybranych elementów ich treści. Zestawienia takie, ukazujące ten sam obszar w różnym czasie lub dwa różne obszary, mają za cel wykazanie, że dawniej (lub gdzie indziej) było (lub jest) lepiej niż „u nas”. Dobrym przykładem jest mapa, uzupełniająca przed laty jeden z artykułów w tygodniku „Wprost”. Przedstawiała ona przedzieloną granicą państwową puszcę białowieską. Po stronie polskiej jedynie niewielka jej część była objęta ochroną, po stronie białoruskiej zaś park narodowy obejmował cały (czego nie omieszkało dodatkowo podkreślić w legendzie) obszar puszczy. Celem artykułu zatytułowanego „Ostatnia puszcza Europy” była krytyka zbyt ostrożnych, zdaniem autorów, planów poszerzenia Białowieskiego Parku Narodowego.

Szata graficzna mapy propagandowej jest często bardzo charakterystycznym jej elementem. Przyciągnięciu uwagi odbiorcy służy zwykle zastosowanie niestandardowej kompozycji mapy lub też agresywnych, jaskrawych barw. Często do prezentacji kartograficznej wprowadzane są elementy dynamiki, mające za zadanie ożywienie „martwej” mapy, stworzenia wrażenia, że coś się na niej dzieje. Chodzi tutaj nie tylko o tzw. mapy animowane, chociaż i one, odpowiednio wykorzystane, mogą wiele przyczynić się do skuteczności przekazu propagandowego. Redaktorzy tradycyjnych map również mają do dyspozycji pewne metody prezentacji, które sprawiają wrażenie ruchu w przestrzeni. Chodzi tutaj między innymi o znaki w formie strzałek, pędzących czołgów lub szybujących samolotów albo... opadających liści.

Sam wybór metody prezentacji jest często niezwykle istotny dla powodzenia przekazu kartograficznego. Podobnie, jak w przypadku generalizacji kartograficznej, twórcy mapy dysponują pewną (choć ograniczoną) swobodą, mogąc wybrać jedną z siedmiu podstawowych metod (metoda chorochromatyczna, zasięgów, sygnatur, kropkowa, kartodiagram, kartogram oraz metoda izolinii) oraz kilkudziesięciu podstawowych ich odmian. Ewentualna, fachowo dokonana manipulacja na tym polu zazwyczaj może być wykryta jedynie przez doświadczonego użytkownika map.



Mapa 1. Fot. M. Pluciński. Źródło: Strona internetowa „Pracowni na Rzecz Wszystkich Istot”
Map 1. Photo. M. Pluciński. Source: Internet website of “Workshop for All Beings”

Na mapach propagandowych częściej niż zwykle zamieszczane są sygnatury obrazkowe. Ułatwiają one zrozumienie treści mniej wprawnym użytkownikom. Niewątpliwie, bardziej uatrakcyjniają cały przekaz niż „geometryczne” koła czy

kwadraty. Ponadto taka obrazkowa mapa może być łatwo czytana bez legendy, której pomijanie jest, jak już wspomniano, również typową cechą map propagandowych. Teoretycznie, wadą znaków obrazkowych mogą być nieco większe ich rozmiary, przez co na mapie pozostaje mniej miejsca na inne oznaczenia. Poza tym, trudniej jest określić dokładne położenie, na przykład, pomnika przyrody na podstawie znaku w kształcie drzewa (podstawa? środek ciężkości znaku? środek korony?) niż znaku geometrycznego (środek koła). W praktyce jednak, na mapach propagandowych problemy te nie mają większego znaczenia, gdyż charakteryzują się one, jak stwierdzono powyżej, istotną redukcją treści oraz mniejszą dokładnością.

Na mapach propagandowych bardzo istotną rolę odgrywa dobór barw. Są one zwykle jaskrawe, wyraziste. Często mają ukryte, symboliczne znaczenie, co zresztą jest charakterystyczne nie tylko dla kartografii propagandowej. Niekiedy odpowiednie zestawienia barw budzą pozytywne lub negatywne skojarzenia. Przykładowo, na mapach bitew w wielu atlasach historycznych zgrupowania „własnych” wojsk przedstawiane są ciepłą barwą (czerwona, różowa), zaś armie „wrogie” – barwą chłodną (niebieska, granatowa). Czy jest to już perswazja, czy też nie? Na tego rodzaju pytanie nie zawsze łatwo jest znaleźć jednoznaczną odpowiedź.

Przykłady wykorzystania map w propagandzie ekologicznej

Zadaniem pierwszych dwóch map (mapa 1, mapa 2) jest przekonanie czytelników o szkodliwości dla środowiska przyrodniczego planowanego przebiegu obwodnicy Augustowa. Całkiem niedawno, w 2007 r., sprawa ta budziła wielkie emocje, napisano na ten temat wiele publikacji i nie jest zmiarem autora ponowne wyważanie argumentów obu stron. Ograniczę się zatem jedynie do opisu oraz oceny prezentacji kartograficznych.

Mapa nr 1 uwieczniona została na fotografii M. Plucińskiego zamieszczonej na stronie internetowej „Organizacji na Rzecz Wszystkich Istot”. Mapa ta spełnia wiele cech typowej mapy propagandowej.

Po pierwsze, mapa wyróżnia się nietypową postacią. Została namalowana na białym płótnie i wywieszona na otwartym terenie w okolicy Doliny Rospudy. Powiewający na wietrze (element dynamiki!), przypominający prześcieradło pomalowany materiał przykuwa z daleka uwagę przechodzących osób.

Po drugie, obok przedstawienia kartograficznego eksponowane jest gigantycznej wielkości hasło tytułowe „NIE TĘDY DROGA”. Poprzez odpowiednie wykorzystanie barw, hasło to jest znakomicie uzupełnione przez treść mapy.

Po trzecie, mapa nie zawiera żadnych elementów poświęconych osnowie matematycznej (skali, podziałki, siatki kartograficznej). Nie zawiera ona również legendy, co nie przeszkadza w prawidłowym odbiorze treści, gdyż wykorzystano oznaczenia powszechnie znane.

Po czwarte, mapa charakteryzuje się znacznym uproszczeniem treści. Oznaczone na niej zostały jedynie dwie miejscowości z opisami (Augustów, Suwałki), sporne warianty planowanego przebiegu drogi, rzeka Rospuda wraz z jednym z jezior, zielony obszar znacznych rozmiarów (przedstawiający zasięg terenów Natura 2000) oraz jeszcze parę, niezbyt wyraźnie przedstawionych na zdjęciu, obiektów. Już na pierwszy rzut oka, dokładność przedstawienia na mapie wyżej wymienionych elementów treści pozostawia wiele do życzenia.

Po piąte, na mapie pokazano klasyczne zestawienie porównawcze. Przedstawiony na czerwono wariant planistów (nazywany niezupełnie słusznie „rządowym”) przecina na znacznej długości zielony obszar, zaś przedstawiony na czarno wariant „ekologów” omija go szerokim łukiem. Dodatkowo, obu trasom przypisano słowa: czerwone „NIE!” – wariantowi odrzucanemu oraz czarne „TAK!” – wariantowi popieranemu przez autorów mapy. Wreszcie, oba warianty w udany sposób powiązано z tytułowym hasłem: pierwszy jego wyraz celowo pokazano czerwoną barwą, zaś pozostałe – barwą czarną.

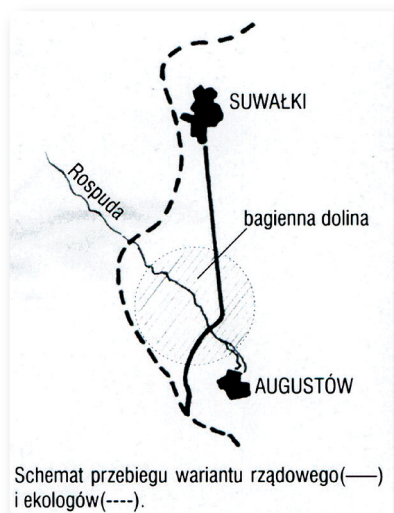
Po szóste, na mapie wykorzystano podstawowe, wyraźnie odróżniające się od siebie barwy: niebieską (dla oznaczenia wód) zieloną (dla oznaczenia obszaru chronionego) i czarną (dla oznaczenia miast oraz prawidłowego przebiegu trasy). Wątpliwości może budzić zastosowanie czerwieni dla odrzucanego wariantu – w teoretycznej części tekstu wymieniono bowiem tę barwę, jako postrzeganą pozytywnie. Kolor czerwony należy jednak do najbardziej wieloznacznych. W kontekście komunikacyjnym budzi on raczej skojarzenia negatywne – czerwona światło zmusza nas do zatrzymania się, jest to także najczęściej spotykana barwa na drogowych znakach zakazu.

Podsumowując, należy ocenić mapę nr 1 jako bardzo udaną. Jest to już kolejna, ciekawa mapa propagandowa wykorzystywana przez „Pracownię na Rzecz Wszystkich Istot” (Olenderek 2000). Zgodnie z podaną na wstępie definicją, przedstawia ona wyłącznie argumenty organizacji ekologicznych. Obiektywnie informująca mapa przedstawiałaby także argumenty drugiej strony, na przykład zestawienie czasu potrzebnego na sfinalizowanie inwestycji w obu wariantach. Mapa nie jest jednak manipulacją, gdyż przedstawia fakty, chociaż jedynie te wybrane.

Mapa nr 2 zamieszczona została w komiksie R. Dąbrowskiego „Likwidator nad Rospudą”, wydanego przez „Zielony Front” (Białystok 2007). Jego treść sprowadza się, w największym skrócie, do pogoni zamaskowanego osobnika za wszelkiego rodzaju zwolennikami budowy obwodnicy Augustowa przez dolinę Rospudy i masakrowaniu ich seriami z karabinu maszynowego. Komiks uzupełniony jest paroma stronami tekstu objaśniającego „O co chodzi z tą Rospudą”. Do tekstu dołączonych jest kilka zdjęć oraz zamieszczona mapa.

Mapa ta również charakteryzuje się kilkoma cechami typowej mapy propagandowej. Wśród najważniejszych wymienić należy: dołączenie jej do atrakcyjnej publikacji o masowym charakterze, duże uproszczenie treści oraz zastosowanie zestawienia

porównawczego. Pewnym ograniczeniem są niewielkie rozmiary mapy (oryg. 6x7 cm), czarno-biała kolorystyka i nienajlepsza reprodukcja.



Mapa 2. Rysunek R. Dąbrowski.

Źródło: komiks „Likwidator nad Rospudą”

Map 2. Drawing R. Dąbrowski. Source:

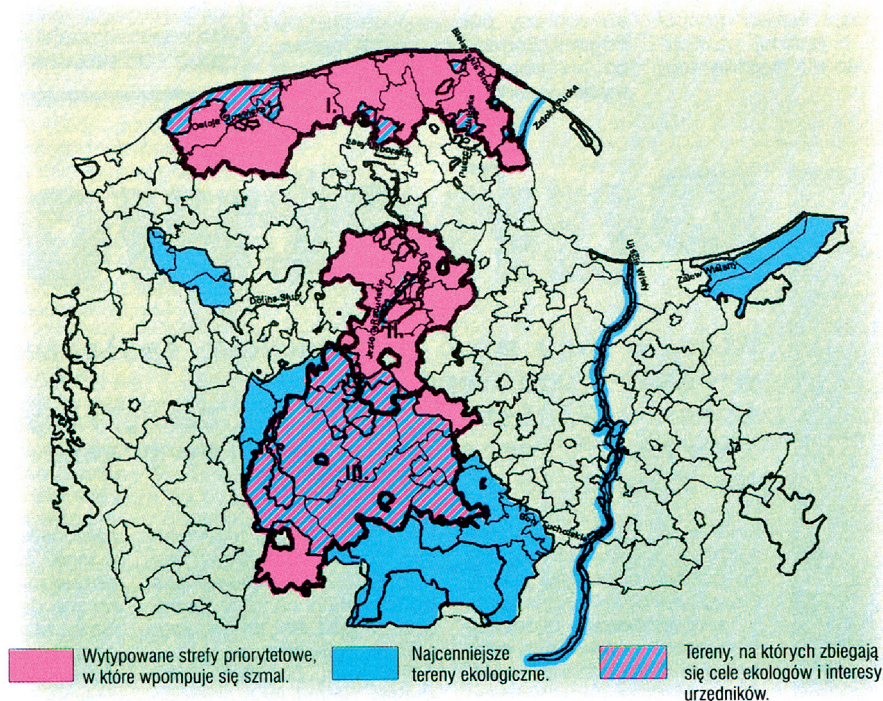
“Liquidator at Rospuda” cartoon

Mapę należy ocenić negatywnie. Decydujący wpływ na tę ocenę mają dwa poniższe argumenty:

Po pierwsze, dla przedstawienia bagiennej doliny zastosowano niewłaściwą metodę prezentacji. W tej skali mapy ukształtowana wzdłuż rzeki dolina powinna być pokazana metodą zasięgów. Zamiast tego przedstawiono ją za pomocą znacznie zwiększonej sygnatury punktowej (w kształcie zakresowanego koła). Dzięki temu stworzono wrażenie, że przebieg trasy w wariantcie „rządowym” przecina dolinę na znacznie większej długości, niż faktycznie ma to miejsce. Wykorzystanie sygnatury punktowej dla przedstawienia doliny rzeki jest poważnym błędem metodycznym, w dodatku nienaturalnym oraz niezwykle rzadko spotykanym – pozwala to zatem domniemywać, że w tym przypadku zabieg ten został zastosowany celowo;

Po drugie, niezgodnie z rzeczywistością został pokazany fragment obwodnicy według wariantu „rządowego” w okolicy Suwałk. Jak widać chociażby na mapie nr 1 również ten projekt przewidywał ominięcie tego miasta przez drogę tranzytową. W ten sposób cały wariant jest dodatkowo dezawuowany.

Należy stwierdzić, że właśnie w tym miejscu przekroczona została, trudna niekiedy do określenia, granica etycznego postępowania w kartografii propagandowej. Granica, poza którą mamy już do czynienia z ewidentną manipulacją. Pozostaje mi wyrazić głębokie oburzenie, że tego rodzaju prezentacja kartograficzna znalazła swoje miejsce w powszechnie dostępnym wydawnictwie, którego głównym adresatem są dzieci i młodzież, a więc grupa o naturalnie słabiej jeszcze rozwiniętym poczuciu krytycyzmu.



Mapa 3. Źródło: tygodnik „Nie”

Map 3. Source: NIE weekly

Mapa nr 3 ukazała się numerze 23 tygodnika „Nie” z 2004 roku. Stanowi ona uzupełnienie artykułu Bożeny Durat „Tam gdzie rośnie euro”. Autorka tekstu porusza problem wyróżnionych w województwie pomorskim tzw. stref priorytetowych, które miały otrzymać dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej w ramach wspierania „właścicieli gleb cennych przyrodniczo, by wymusić na nich zachowania przyjazne środowisku”. Krytykowany jest zasięg terytorialny tych stref, który w części jedynie pokrywa się z terenami Natura 2000, częściowo zaś odpowiada wpływom jednej z partii w terenie. Z tego powodu mapa może zostać uznana również za formę propagandy politycznej.

Na przedstawionej mapie zastosowano zestawienie porównawcze. Barwą różową oznaczono strefy, dla których przewidziano dofinansowanie, barwą niebieską – najcenniejsze tereny ekologiczne. Warto tutaj zwrócić uwagę na specyficzną konstrukcję legendy. Gdyby mapa nie miała propagandowego charakteru, wówczas

w legendzie opisane zostałyby jedynie dwa (wyżej wymienione) oznaczenia. Aby jednak wzmocnić skuteczność przekazu, pojawiło się trzecie objaśnienie różowo-niebieskiego desenia stanowiącego część wspólną obu wydzielen. Zadaniem mapy jest pokazanie, że „tereny, na których zbiegają się cele ekologów i interesy urzędników” zajmują stosunkowo niewielką powierzchnię.

Ciekawe jest również samo zestawienie pojęć „cele ekologów” oraz „interesy urzędników”, jednoznacznie określające sympatie i antypatie autorów przekazu. Zapewne, podobna mapa przedstawiona przez przeciwną stronę, zestawiałaby „interesy ekologów” oraz „cele urzędników” albo jeszcze lepiej, „cele samorządowców”. Być może jednak podjęte decyzje są w jakiś sposób przestrzennie uzasadnione – ale o tym z mapy, z założenia reprezentującej jeden punkt widzenia, nigdy nie będzie można się dowiedzieć.

Zasługuje na uwagę znaczna redukcja pozostałych elementów treści. Interesujący jest też fakt, że nie podano danych redaktora mapy, tak jak to uczyniono w przypadku niemal wszystkich pozostałych ilustracji (fotografii i rysunków) zamieszczonych w czasopiśmie.

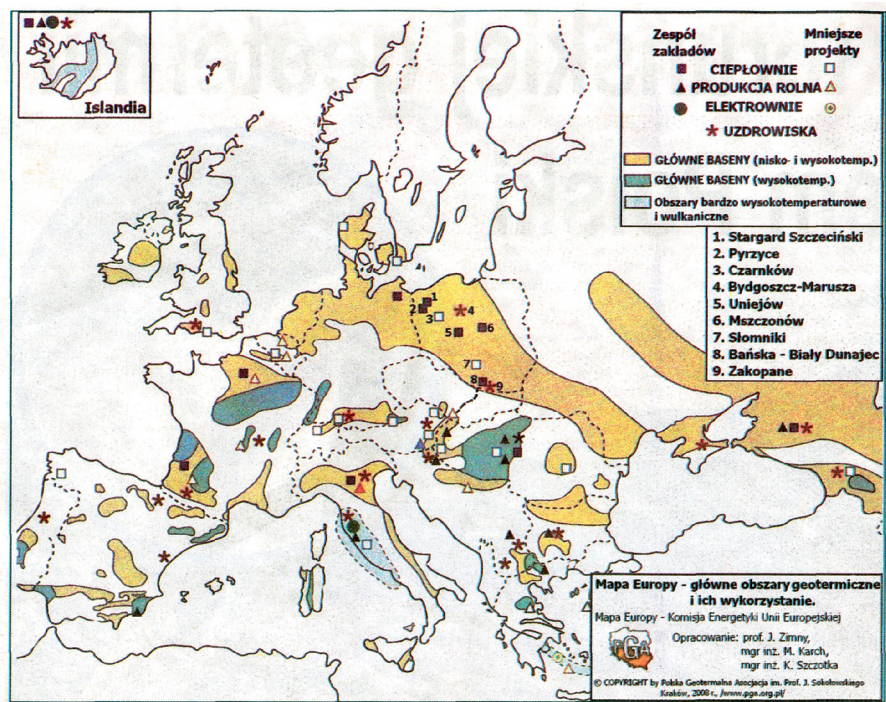
Mapa nr 4 ukazała się w numerze 273 dziennika „Nasz Dziennik” z 2008 roku. Jest to jedna z trzech map uzupełniających długi artykuł Ryszarda Kozłowskiego pt. „Sukces toruńskiej geotermii sukcesem Polski”. Jak wiadomo, gazeta od dawna sprzyja koncepcji o. Tadeusza Rydzyka związanej z wykorzystaniem wód geotermalnych jako źródła energii. W tekście pokazano, jak bogate są w naszym kraju złoża wód geotermalnych i w jak niewielkim stopniu są one aktualnie użytkowane.

Dołączona mapa nie jest mapą propagandową, jej głównym celem jest przekazanie informacji. Została ona jednak wykorzystana w propagandzie i to właśnie – w propagandzie ekologicznej. To często stosowana przez propagandzistów metoda. Z jednej strony, być może, zdają sobie oni sprawę z tego, że redagowanie map jest stosunkowo trudne i łatwiej jest po prostu sięgnąć po już gotowe opracowania. Z drugiej strony wiedzą też, że umieszczenie na mapie nazwy międzynarodowej organizacji lub instytucji albo nazwisk uznanych naukowców z pewnością doda jej wiarygodności, a zarazem zwiększy szanse na skuteczne oddziaływanie całego przekazu propagandowego.

Przy doborze map pochodzących z innych źródeł również należy jednak zachować ostrożność. Szczególnie wtedy, gdy, owszem, do powstania mapy przyczyniły się autorytety, ale z innej dziedziny niż kartografia. Mapa taka może zawierać elementarne błędy, które od razu spostrzeże jako tako zorientowany odbiorca.

Tak jest, niestety, w tym przypadku. Na mapie wykorzystano nieaktualny podkład kartograficzny. W tle mamy pokazane stare granice państw europejskich. Nieco grubszą linią dorysowano jedynie granicę pomiędzy Czechami i Słowacją. Co ciekawe, nie oznaczono granic państw bałtyckich, które uzyskały niepodległość jeszcze przed podziałem Czechosłowacji! Nie ma też granic państw byłej Jugosławii, państw

kaukaskich, Białorusi i Ukrainy. A przecież mapa opatrzona jest datą 2008. W efekcie jest wielce prawdopodobne, że czytelnik, zamiast skupić się na (skądinąd interesującej) treści tematycznej, zajmie się wyszukiwaniem licznych błędów.



Mapa 4. Źródło: dziennik „Nasz Dziennik”

Map 4. Source: NASZ DZIENNIK daily

Podsumowanie

Jeżeli pominąć sporne kwestie terminologiczne, to nie ulega wątpliwości, że podstawowe cechy map wykorzystywane w propagandzie ekologicznej mogą zostać w miarę jednoznacznie określone. W tym celu należy jednak posiłkować się literaturą poświęconą wykorzystaniu map w propagandzie politycznej, gdyż jest ona bogatsza i łatwiej dostępna. Zasady redakcji obu rodzajów map są bardzo podobne. Mimo pozornej ich prostoty, przy opracowywaniu map w celu wykorzystania ich w propagandzie ekologicznej należy zachować szczególną ostrożność. Wskazane jest rozwijanie badań w tym kierunku oraz upowszechnianie ich wyników, między innymi w celu ograniczania zdarzających się przypadków manipulacji za pośrednictwem map.

Literatura

- Borowicz D. 2007. *Elementy propagandowe w kartografii*. W: Sirko M., Cebrykow P. (red.) *Prace i Studia Kartograficzne*. Tom I. Współczesne problemy metodyki kartograficznej, Lublin.
- Gajlewicz M. 1989. *Techniki perswazyjne w dobie nowych mediów*. Maszynopis powielany, Warszawa.
- Górowski K. 2005. *Wykorzystanie map w promocji jednostek organizacyjnych Lasów Państwowych – analiza treści map zamieszczonych na stronach WWW*. Praca magisterska wykonana na kierunku leśnictwo w Katedrze Urządzania Lasu, Geomatyki i Ekonomiki Leśnictwa na Wydziale Leśnym SGGW pod kierunkiem T. Olenderka. Maszynopis.
- Grzegorzewicz E. 2000. *Analiza treści map promocyjnych wykorzystywanych w leśnictwie*. Praca magisterska wykonana na kierunku leśnictwo w Katedrze Urządzania Lasu, Geomatyki i Ekonomiki Leśnictwa na Wydziale Leśnym SGGW pod kierunkiem H. Olenderka. Maszynopis.
- Grzegorzewicz E. 2002. *Mapa w edukacji przyrodniczo-leśnej*. *Studia i materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej* 1: 46-49.
- Haushofer K. 1928. *Die suggestive Karte*. W: *Bausteine zur Geopolitik*. K. Vowinckel, Berlin.
- Herb H., 1989: *Persuasive cartography in Geopolitik and national socialism*. *Political Geography Quarterly* 3: 289-303.
- Kamienieckij A. 1970. *O tipach agitacyjno-propagandystycznych kart*. *Gieodezija i Kartografija* 8: 56-60.
- Monmonier M. 1991. *How to lie with maps*. The University of Chicago Press, Chicago, Londyn.
- Olenderek T. 1994. *Mapy propagandowe*. Praca magisterska wykonana na kierunku geografia w Katedrze Kartografii na Wydziale Geografii i Studiów Regionalnych Uniwersytetu Warszawskiego pod kierunkiem W. Grygorenki. Maszynopis.
- Olenderek T. 2000. *Metody przekazywania społeczeństwu informacji o lesie*. W: Okła K. (red.) *System Informacji Przestrzennej w Lasach Państwowych*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Ratajski L., Winid B. 1963. *Kartografia ekonomiczna. Metody opracowania map gospodarczych*. Państwowe Przedsiębiorstwo Wydawnictw Kartograficznych, Warszawa.
- Wierciszewska M. 2004. *Analiza szaty graficznej map promocyjnych wykorzystywanych w leśnictwie*. Praca magisterska wykonana na kierunku leśnictwo w Katedrze Urządzania Lasu, Geomatyki i Ekonomiki Leśnictwa na Wydziale Leśnym SGGW pod kierunkiem T. Olenderka. Maszynopis.
- Wright J. 1942. *Map makers are human. Comments on the subjective maps*. *The Geographical Review* 1: 527-544.

Tomasz Olenderek

Wydział Leśny SGGW w Warszawie

tomasz.olenderek@wl.sggw.pl