
Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	15
Działalność wywiadowcza	15
1.1. Pojęcie wywiadu	18
1.2. Działalność wywiadowcza	20
1.3. Wywiad jako organizacja	22
1.4. Produkt wywiadowczy	23
1.5. Klasyczny cykl wywiadowczy	24
1.6. Dyscypliny wywiadowcze	28
Rozdział 2	33
Wywiad jawnoźródłowy w zarządzaniu bezpieczeństwem	33
2.1. Informacja w procesie komunikacji	34
2.2. Funkcje informacji	38
2.3. Wartość i użyteczność informacji	41
2.3.1. Jakość informacji	41
2.3.2. Użyteczność informacji	42
2.3.3. Wartość informacji	44
2.4. Wywiad jawnoźródłowy (<i>open source intelligence</i>)	45
2.5. Przykłady otwartych źródeł informacji	57
2.5.1. Pierwotne i wtórne źródła informacji	57
2.5.2. Prasa	64
2.5.3. Radio i telewizja	66
2.5.4. Internet	67
2.5.5. Geoinformacja	69
2.5.6. System ekspercki w procesie decyzyjnym	72
2.6. Proces opracowania jawnoźródłowego materiału wywiadowczego	75
2.7. Wartościowanie źródła i wiarygodność informacji	85
2.8. Zagrożenie dla wiarygodności wywiadu jawnoźródłowego – propaganda i dezinformacja	86

Rozdział 3	95
Geneza wyodrębnienia samodzielnej dyscypliny wywiadowczej opartej na źródłach jawnych	95
3.1. Początki działalności wywiadowczej	95
3.2. Pierwsze jawne źródła informacji	96
3.3. Technologie informacyjne	97
3.4. Tworzenie struktur wywiadu jawnoźródłowego na przykładzie Stanów Zjednoczonych	98
Rozdział 4	102
Wywiad jawnoźródłowy w polskich służbach specjalnych	102
4.1. Historyczne przykłady stosowania wywiadu jawnoźródłowego w Polsce	102
4.2. Organizacja i ustawowe zadania polskich służb specjalnych	109
4.2.1. Wywiad wojskowy	111
4.2.2. Wywiad cywilny	112
4.2.3. Kontrwywiad wojskowy	114
4.2.4. Kontrwywiad cywilny	115
4.2.5. Centralne Biuro Antykorupcyjne	117
4.2.6. Podstawy prawne stosowania wywiadu jawnoźródłowego przez służby specjalne	120
4.2.7. Koordynacja i współpraca służb specjalnych	121
4.2.8. Wymiana informacji	123
Rozdział 5	128
Wywiad gospodarczy	128
5.1. Przedmiot i cel wywiadu gospodarczego	130
5.2. Potrzeby informacyjne podmiotu gospodarczego	132
5.3. Źródła informacji w wywiadzie gospodarczym	133
5.4. Wsparcie informatyczne wywiadu gospodarczego	137
5.4.1. Internet jako narzędzie wywiadu gospodarczego	138
5.4.2. Ogólne narzędzia wsparcia informatycznego dla wywiadu gospodarczego	140
5.4.3. Kryteria oceny narzędzi wsparcia analitycznego	140
Zakończenie	142
Bibliografia	144
Spis rysunków	150
Spis tabel	150