Polsko-Ukraińskie Studia Interdyscyplinarne
2024, nr 1 (12), s. 43–52

https://czasopisma.marszalek.com.pl/en/10–15804/pom
DOI: 10.15804/PPUSI.2024.01.04

dr Myroslava Rudyk
Lwowski Narodowy Uniwersytet im. Iwana Franki, Uniwersytet Szczeciński
ORCID: 0000-0003-3612-100X
e-mail: myroslava.rudyk@usz.edu.pl

MEDIA JAKO NARZĘDZIE I ZASÓB W ROSYJSKIEJ PROPAGANDZIE PODCZAS WOJNY ROSYJSKO-UKRAIŃSKIEJ

Streszczenie: Element propagandy zawsze był częścią polityki Federacji Rosyjskiej. Sięgając jeszcze czasów Związku Radzieckiego, media były wykorzystywane do wzmacniania polityki państwowej, nawet jeśli była ona niezgodna z prawem. Dziennikarze byli traktowani jak tuby systemu. Z biegiem czasu tradycje rosyjskiej polityki się nie zmieniły. Podczas rosyjsko-ukraińskiej wojny, którą Rosja rozpoczęła przeciwko Ukrainie 24 lutego 2022 roku, media są również wykorzystywane do promowania „właściwych" narracji, jawnej dezinformacji, a czasem i kłamstw, aby wspierać politykę agresji. Rosyjskie media są częścią wojny, gdzie wojna informacyjna odgrywa równie ważną rolę, co wojna na polu bitwy.

Słowa kluczowe: media, propaganda, wojna rosyjsko-ukraińska, wojna informacyjna, dezinformacja

dr Myroslava Rudyk
Lwowski Narodowy Uniwersytet im. Iwana Franki, Uniwersytet Szczeciński
ORCID: 0000-0003-3612-100X
e-mail: myroslava.rudyk@usz.edu.pl

MEDIA AS A TOOL AND MEANS IN RUSSIAN PROPAGANDA DURING THE RUSSO-UKRAINIAN WAR

Abstract: The propagandistic component has always been a part of Russian Federation policy. Dating back to the Soviet Union era, media were used to reinforce state policies, even if they were unlawful. Journalists were treated as mouthpieces of the system. Over time, the traditions of Russian politics have not changed. During the Russo-Ukrainian war, which Russia started against Ukraine on February 24, 2022, media are also used to promote "correct" narratives, outright disinformation, and sometimes even lies to support aggressive policies. Russian media are an integral part of the war, where information warfare is equally essential as the battle on the field.

Keywords: media, propaganda, Russo-Ukrainian war, information warfare, disinformation

МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ І РЕСУРС У РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДІ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Анотація: Елемент пропаганди завжди був частиною політики Російської Федерації. Ще з часів Радянського Союзу медіа використовувалися для зміцнення державної політики, навіть якщо вона суперечила закону. Журналістів сприймали як рупори системи. З часом традиції російської політики не змінилися. Під час російсько-української війни, яку Росія розпочала проти України 24 лютого 2022 року, медіа також використовуються для просування «правильних» наративів, явної дезінформації, а іноді й брехні, щоб підтримати політику агресії. Російські медіа є частиною війни, де інформаційна війна відіграє таку ж важливу роль, як і війна на полі бою.

Ключові слова: медіа, пропаганда, російсько-українська війна, інформаційна війна, дезінформація.

Wprowadzenie

Propaganda jest niezbędnym narzędziem władzy w Rosji. Rosyjska propaganda wykorzystuje różne metody, takie jak kontrola mediów, szerzenie fałszywych informacji, kampanie dezinformacyjne w mediach społecznościowych, infiltracja grup i organizacji pozarządowych, wykorzystanie agentów wpływu oraz stworzenie alternatywnych narracji i teorii spiskowych. Rosja posiada wiele instrumentów i kanałów, które wykorzystuje do szerzenia swojej wizji świata. Propaganda w czasach radzieckich została rozwinięta i wzbogacona o nowoczesne narzędzia (Włodkowska-Bagan, 2018, s. 111; zob. także Marszałek-Kawa, Plecka, Hołub 2018; Marszałek-Kawa, Plecka, 2019).

Od czasu wybuchu inwazji Rosji na Ukrainę w lutym 2022 r. propaganda rosyjska działa jeszcze mocniej. Celem propagandy z początku wojny na Ukrainie jest usprawiedliwienie działań wojennych na terytorium Ukrainy pod pozorem wyzwalania rosyjskojęzycznych obywateli. Propaganda maskuje prawdziwe intencje Rosji. Warto zaznaczyć, że w Rosji rząd kontroluje wiele mediów i ogranicza wolność słowa, co prowadzi do jednostronnego przekazu informacji i utrudnia dostęp do niezależnych źródeł informacji dla obywateli. Jak pisał Bernard Shaw „Propaganda nie robi z ludzi idiotów. Propaganda wycelowana jest w idiotów". Jest w tym swój sens, bo propaganda rosyjska przede wszystkim skierowana do obywateli Rosji. Jednakże propaganda oddziaływuje również i na osoby z innych krajów, ale dla tego już jest zbudowana zupełnie inna narracja w zależności od konkretnego państwa. W odpowiedzi na rosyjską propagandę wiele krajów podejmuje działania mające na celu ochronę swoich systemów demokratycznych i zwiększenie świadomości społecznej na temat zagrożeń propagandowych. Środki te obejmują wzmocnienie cyberbezpieczeństwa, regulacje dotyczące mediów społecznościowych, badania i analizę dezinformacji oraz współpracę międzynarodową w celu zwalczania rosyjskiej propagandy.

Rosyjska propaganda w perspektywie badawczej

Propaganda rosyjska stała się obiektem zainteresowania badawczego wielu naukowców. Badanie treści propagandowych, które okazują się w mediach, ma na celu przeanalizować mechanizmy propagandy i zasoby, które ona stosuje.

Ukraiński badacz propagandy prof. Georgij Poczepcow twierdzi, że propaganda jest naturalną formą komunikacji ze strony państwa. To instytucjonalny przepływ, który nie może być taki sam, jak komunikacja interpersonalna. Instytucje nie potrafią prosić, lepiej wychodzi im wydawanie rozkazów. Kiedy zaczynają mówić nie do pojedynczych osób, ale do wszystkich jednocześnie, powstaje propaganda, ponieważ komponent ideologiczny będzie w tym przekazie obecny automatycznie (Poczepcow, 2018 s.10).

„Doskonałym przykładem wykorzystania sfery informacyjnej do szerzenia nieprawdy jest także tocząca się od 24 lutego 2022 r. wojna w Ukrainie. Równolegle do działań zbrojnych za polską wschodnią granicą internet zalewa bowiem fala fake newsów" (Kowalska-Chrzanowska, Krysiński, 2023, s. 12). Badacze podają liczne przykłady nieprawdziwych i świadomie sfałszowanych informacji, które mają na celu wywoływać negatywne emocje i poczucie niebezpieczeństwa.

Łukasz Małecki, który bada *fake newsy* jako front wojny w Ukrainie twierdzi: „Najwięcej fake newsów pojawia się na płaszczyźnie politycznej – nie tylko ze względu na napiętą atmosferę sporów i głębokie podziały społeczne, ale także dlatego, że o wiele łatwiej wywołać tu określone emocje oraz antagonizować konkretne grupy" (Małecki, 2023, s. 59).

Ukraińska badaczka Nataliya Hado przedstawia rosyjską propagandę w obszarze religijnym: „Posługiwanie się koncepcjami chrześcijańskimi w połączeniu z ideologią raszizmu pozwala stwierdzić, że wiara prawosławna staje się środkiem propagandy, a Rosyjska Prawosławna Cerkiew jej rzecznikiem i reprezentantem" (Hado, 2022 s. 50).

Ważnym jest badanie Iriny Tkeshelashvili, które pokazuje główne propagandowe metody Rosji, co jest bardzo podobne do tego, co się obecnie dzieje w Ukrainie. (Tkeshelashvili, 2021, s. 55–71).

O rosyjskiej propagandzie pisze też badaczka Olga Wasiuta: „Rosyjska propaganda rządzi masową świadomością za pomocą symboli emocjonalnych, które wciąż się zmieniają, mieszając symbole religijne i pogańskie, prawicowe i nacjonalistyczne – np. swastykę słowiańską z krzyżem katolickim. Kreml wykorzystuje emocje, aby zmienić sposób myślenia w sprawach podstawowych. To również element manipulacji podświadomej, zasada: rozpuść, zamieszaj i związ z powrotem

po swojemu. Symbolika ujawnia mechanizmy agresji i synkretyzmu. I czym ich więcej, tym większy zasięg" (Wasiuta, 2017, s. 21).

Jak widać z przeglądu źródeł naukowych propaganda rosyjska nie tylko ma wiele wątków: historyczny, polityczny, religijny, ideologiczny, kulturowy, estetyczny itd., a także dysponuje współczesnymi narzędziami komunikacyjnymi. Europa Środkowa, zwłaszcza w ostatnich latach, jest szczególnie wrażliwym obszarem narażonym na oddziaływanie propagandy.

Propaganda jako narzędzie walki

Propaganda obecna jest wśród nas pod wieloma postaciami. Zdecydowana większość odbiorców kultury masowej nie posiada umiejętności i odpowiednich narzędzi weryfikacji potoków informacji, które otrzymują, co pozwala na coraz szerszy wpływ propagandy, która zakorzenia się w miliardach ludzi na całym świecie. Środki masowego przekazu, od gazet, poprzez tradycyjne media jak radio i telewizja, kończąc na mediach internetowych i mediach społecznościowych stały się, na przestrzeni ostatnich lat, źródłem nieustającej propagandy, która przybiera wszelakie postacie, często także białej propagandy, która nawet nie ukrywa swoich prawdziwych zamiarów.

Propaganda była pierwotnie używana do opisywania rozpowszechniania informacji w sposób neutralny, ale później coraz częściej nabierała znaczenia pejoratywnego, kojarzonego z manipulacją i dezinformacją (Welch, 2014, s. 3). Propaganda ma jeden cel – przekonać masy do prawdy potrzebnej propagandyście. Aby osiągnąć cel, wykorzystuje się kilka narzędzi – media, dostarczanie rzekomo wiarygodnych informacji oraz sieci społecznościowe i Internet. Dlatego nie możemy ignorować treści propagandowych, ponieważ one zbyt mocno wkraczają w nasze codzienne życie i wywierają wpływ nie tylko na wielką politykę, a przede wszystkim na decyzje poszczególnych jednostek. G. Poczepcow jest przekonany, że wojna propagandowa jest tak samo ważna, jak wojna na polu bitwy. Ale podczas gdy na polu bitwy toczą się między zawodowymi żołnierzami, propaganda jest skierowana nie tylko do wojska, ale także do ludności cywilnej (Pochepcow, 2024). Zdaniem naukowca propaganda buduje swój świat. Rzeczywiście rosyjska propaganda buduje świat alternatywny, gdzie za pomocą mediów wojna jest reprezentowana w wygodnym świetle dla władz rosyjskich (zob. Marszałek-Kawa, Wawrzyński, Dahl, 2024). Ze 100 przykładów 88 informacji propagandowych to usprawiedliwienie działań wojennych na terenach Ukrainy. Według danych organizacji Woks Chek Rosja w krajach Europy stosuje 13 tys. rodzajów propagandy i co raz wzmacnia próby wpływu na państwa, dopasowując narracje do poszczególnych krajów. Na przykład w Polsce propaganda jest zbudowana na tle historycznym, żeby przez wyciąganie trudnych tematów związanych z wydarzeniami na Wołyniu siać nienawiść między Polakami a Ukraińcami. W Niemczech i Włoszech popularna jest narracja o nacyzmie w Ukrainie i niebezpiecznym zachowaniu sił patriotycznie nastawionych. W Czechach i Słowacji szerzono mity o zamiarach Polski, by okupować tereny Zachodniej Ukrainy. Dla wszystkich krajów często powtarza się w mediach o korupcji w Ukrainie, o niewłaściwej władzy, o tym, że nie wolno przekazywać do Ukrainy broni, bo wszystko sprzedaje się organizacjom terrorystycznym.

Propaganda Rosji zbyt aktywnie wykorzystuje wszelkie zasoby, aby skutecznie wyjaśnić swoje działania i usprawiedliwić swoją agresję wojskową. Ważne jest, aby uświadomić sobie, że ataki informacyjne szkodzą bezpieczeństwu narodowemu każdego państwa tak samo jak broń, dlatego ich ignorowanie nie jest rozwiązaniem problemu. Już 30 państw UE w celach obronnych podjęło decyzje o sankcjach dotyczących rosyjskich dziennikarzy i propagandzistów, również i przedsiębiorstw medialnych odpowiedzialnych za szerzenie dezinformacji związanej z wojną w Ukrainie. Podmioty objęte zakazem nadawania w UE, a także zamrożenie aktywów firm lub zakaz wjazdu osób do UE. Na liście rosyjskich mediów i firm objętych sankcjami UE znalazły się m.in. Sputnik, Russia Today i jednostki zależne pracujące dla nadania w innych krajach (Russia Today English, Russia Today UK, Russia Today Germany, Russia Today France, Russia Today Spanish, Russia Today Arabic), Rossija 24, Rossija 1, Voice of Europe, RIA Nowosti, Izwiestia, Rossijskaja Gazieta, Instytut Diaspory Rosyjskiej, Fundacja Russkij Mir, Strategiczna Fundacja Kultury. Ogólnie ponad 18 mediów tradycyjnych i około 15 rosyjskich organizacji medialnych.

Jednakże wyzwaniem w realizacji sankcji jest możliwość upowszechniania dezinformacji w tani i szybki sposób w mediach społecznościowych, które w różnym stopniu blokują zakazane treści. O ile w 2022 r. niektóre z nich, np. Meta, LinkendIn i Pinterest, usuwały linki kierujące do domen RT i Sputnika, o tyle Whatsapp,

Telegram i Disqus nie podejmowały takich działań (ISD). W 2023 r. Youtube pozostawał siecią z największą liczbą abonentów udostępniających wideo zakazanych rosyjskich mediów (według KDD). Choć przepisy DSA wzmacniają kontrolę UE nad platformami mediów społecznościowych w dziedzinie zwalczania dezinformacji, ich skuteczność będzie zależała od praktyki ich egzekwowania (Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, 2024).

Za pomocą mediów toczy się bitwa w strefie informacyjnej, co wzmacnia pozycję na froncie i w geopolityce. Wojna informacyjna może być zjawiskiem autonomicznym lub elementem wspierającym działania militarne, a narzędziami są propaganda, agitacja, dyplomacja, działania psychologiczne, manipulacja, dezinformacja, kontrola mediów, filtrowanie sieci komputerowych (Kaźmierczak, 2017, s. 112).

Propagandę wykorzystuje się w wielu dziedzinach, od tych najbardziej oczywistych – polityka, operacje wojskowe i ekonomia, po te mniej oczywiste, jak kultura i nauka. Ukraina dla zwalczania propagandy rosyjskiej podejmuje szereg działań, przede wszystkim w zakresie informowania o propagadzie i dezinformacji, poszerzenia wiedzy o kłamstwach Rosji, która wykorzystuje nawet sport i kulturę dla usprawiedliwenia swoich okrutnych działań. Narracja ofiary pomaga poprawić wizerunek Rosjan, wytłumaczyć logicznie ostrzały teatrów i szpitali jako objektów, gdzie ukrywają się ukraińscy nacjonaliści. Wrzucanie treści o dobrych ruskich, którzy cierpią z powodu niesprawiedliwej wojny, pomaga pokonać izolację Rosji w świecie.

Projekt „Wielkie rosyjskie kłamstwo”[1] opiera się na materiałach dokumentalnych, które pokazują, potwierdzają i ukazują wpływ propagandy. To cykl filmów stworzony w celu obalenia narracji rosyjskiej propagandy o tym, jak transformuje się i jakie formy przybiera rosyjski wpływ w dziedzinie dyplomacji kulturalnej, sztuki i nauk humanistycznych, a także na arenie sportowej.

Inny projekt „Kroniki wojny informacyjnej”[2] w telewizji „Espreso” prowadzi komentatorka polityczna Olga Leń, gdzie analizuje poszególne treści propagandowe i ujawnia kłamstwa dziennikarzy rosyjskich. Instytut Masowej Informacji od początku wojny prowadzi monitoring pt. „Medialne zbrodnie Rosji w wojnie przeciwko Ukrainie”[3] – ujawnia ataki zbrojne i hakerskie na media ukraińskie, opowiada o dziennikarzach, który zginęli podczas wojny rosyjsko-ukraińskiej, o działaniach prawnych przeciwko osobom, ktore nie popierają reżimu Putina.

Dziennikarz Witalij Portnykow prowadzi codzienny przegląd najważniejszych wydarzeń w Ukrainie i na świecie. Jest to kanał na platformie YouTube autorskich komentarzy jako eksperta medialnego i analityka politycznego. W ramach tego programu pt. „Punkt widzenia”[4] dziennikarz również analizuje prapagandę rosyjską i często w sposób ironiczny stara się przewidzieć, co z niej wynika i jaki wpływ tych działań będzie na przyszłość Ukrainy i polityki świata.

Detektor Media[5] też ma dział pt. „Propaganda i wpływy” dla skutecznego informowania o dezinformacji. Na stronie można znaleźć badania propagandy rosyjskiej i szkolenia dla skutecznego korzystania z mediów.

O fenomenie państwa rosyjskiego pisał dziennikarz i specjalista od współczesnej propagandy rosyjskiej Piter Pomarancew w swojej książce „Nic prawdziwego i wszystko jest możliwe”. „Rosjan bardziej przeraża więźniarka niż brak wolności słowa. Nie uważają, że mają możliwość coś zmienić. Jest to bardzo oczywisty rezultat wpływu propagandy, która zakorzeniła myśl, że wszystkie rewolucje nie są wynikiem woli narodu, a robione na zamówienie zainteresowanej tym władzy. Dlatego czekają, aż zjawi się jakiś polityczny bohater i rozwiąże wszystkie problemy w państwie. Rezultat – pasywny naród, który wspiera kult dyktatora” (Ukraïner, 2022).

W wywiadzie w „Gazecie Wyborczej” P. Pomarancew pisze o przeciętym obywatelu Rosji: „Zdezorientowany rosyjski widz ma siedzieć w domu, wypić kielicha i w nic się nie mieszać” (Miecik, 2016). Bo tak jest przez lata wychowany propagandą swojego państwa przez media, że sprzeciwiających się zawsze zwalczają, nie ma szansy na opinię alternatywną, jest przekonany,

[1] https://www.youtube.com/watch?v=aEbDpcyTOD0 (dostęp: 11.07.2024).

[2] https://www.youtube.com/playlist?list=PLCPC7CzMu-8otPV4zWWcYPO_9XfDr0iyn7 (dostęp: 12.07.2024).

[3] https://imi.org.ua/monitorings/medijni-zlochyny-rosiyi-u-vijni-proty-ukrayiny-onovlyuyetsya-i44098 (dostęp: 12.07.2024).

[4] https://www.youtube.com/@portnikov (dostęp: 12.07.2024).

[5] https://detector.media/category/propahanda_vplyvy (dostęp: 12.07.2024).

że wszyscy kłamią. Jak powiedziała w jednym z wywiadów rosyjska propagandystka Margaryta Symuńjan, nie ma żadnej prawdy, a jest tylko opowieść i kto lepiej opowiada, ten zwycięża. Właśnie tym kieruje się Rosja w szerzeniu informacji propagandowej.

Wnioski

Na podstawie powyższej informacji wnioskujemy, że propaganda jest narzędziem prowadzenia polityki zarówno wewnętrznej, jak i w stosunkach międzynarodowych Rosji. Dlatego Rosja stosuje wszelkie możliwe zasoby, od mediów tradycyjnych po farmy botów i trolle. Od początku inwazji Rosji na Ukrainę propaganda jeszcze bardziej się nasiliła. Od 2022 r. organizacja Roskomnadzor zamknęła ponad 1 mln stron internetowych w Rosji i ukarała 8 tys. osób za dyskredytację armii rosyjskiej. Propaganda jest wdrażana również przez historię, kulturę, sztukę, sport. Propagandy rosyjskiej nie warto nie doceniać, ponieważ nie zawsze działa, rzucając szokujące informacje o tym, że Ukraina przez 8 lat bombarduje Donbas. Dezimformacja wkracza pod pozorem prestrzegania standardów dziennikarskich chociażby w pracy BBC jako metoda przedstawienia dwóch punktów widzenia. Celem tych działań jest tworzenie zamieszania, podważanie zaufania do instytucji demokratycznych, wprowadzanie destabilizacji i podziałów w społeczeństwach oraz osiąganie strategicznych celów politycznych.

Вступ

Пропаганда є необхідним інструментом влади в Росії. Російська пропаганда використовує різні методи, такі як контроль медіа, поширення фальшивої інформації, кампанії дезінформації в соціальних мережах, інфільтрація груп та неурядових організацій, використання агентів впливу, а також створення альтернативних наративів і теорій змов. Росія має безліч інструментів і каналів, які використовує для поширення своєї візії світу. Пропаганда в часи Радянського Союзу була розвинута та збагачена сучасними інструментами (Włodkowska-Bagan, 2018, с. 111; побачити теж Marszałek-Kawa, Plecka, Hołub, 2018; Marszałek-Kawa, Plecka, 2019).

З моменту початку вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року російська пропаганда діє ще активніше. Мета пропаганди на початку війни в Україні полягає в виправданні військових дій на території України під приводом визволення російськомовних громадян. Пропаганда маскує справжні наміри Росії. Варто зазначити, що в Росії уряд контролює багато медіа і обмежує свободу слова, що призводить до одностороннього висвітлення інформації та ускладнює доступ громадян до незалежних джерел інформації. Як писав Бернард Шоу: «Пропаганда не робить з людей ідіотів. Пропаганда націлена на ідіотів». У цьому є свій сенс, адже російська пропаганда перш за все спрямована на громадян Росії. Однак пропаганда також впливає на людей з інших країн, але для цього вже будуються зовсім інші наративи залежно від конкретної держави. У відповідь на російську пропаганду багато країн вживають заходів, спрямованих на захист своїх демократичних систем і підвищення обізнаності суспільства щодо загроз пропаганди. Ці заходи включають зміцнення кібербезпеки, регулювання соціальних медіа, дослідження та аналіз дезінформації, а також міжнародну співпрацю для боротьби з російською пропагандою.

Російська пропаганда в дослідницькій перспективі

Російська пропаганда стала об›єктом дослідження багатьох науковців. Вивчення пропагандистських матеріалів, які з›являються в медіа, має на меті проаналізувати механізми пропаганди та ресурси, які вона використовує.

Український дослідник пропаганди проф. Georgij Poczepcow стверджує, що пропаганда є природною формою комунікації з боку держави. Це інституційний потік, який не може бути таким самим, як міжособистісна комунікація. Інституції не вміють просити, їм краще вдається віддавати накази. Коли вони починають говорити не до окремих осіб, а до всіх одночасно, виникає пропаганда, оскільки ідеологічний компонент буде присутній у цьому посланні автоматично (Poczepcow, 2018, с. 10).

«Чудовим прикладом використання інформаційної сфери для поширення неправди є також триваюча з 24 лютого 2022 року війна в Україні. Паралельно з бойовими діями за польським східним кордоном інтернет заливає хвиля фейкових новин» (Kowalska-Chrzanowska, Krysiński, 2023, с. 12). Дослідники наводять численні приклади неправдивої інформації та свідомо спотворених даних, які мають на меті викликати негативні емоції та почуття небезпеки.

Łukasz Małecki, який вивчає фейкові новини як фронт війни в Україні, стверджує: «Найбільше фейкових новин з'являється в політичній площині – не тільки через напружену атмосферу суперечок і глибокі соціальні розділи, але й тому, що значно легше викликати тут певні емоції та антагонізувати конкретні групи» (Małecki, 2023, с. 59).

Українська дослідниця Наталія Гадо представляє російську пропаганду в релігійній сфері: «Використання християнських концепцій у поєднанні з ідеологією расизму дозволяє стверджувати, що православна віра стає засобом пропаганди, а Російська Православна Церква – її речником і представником» (Гадо, 2022, с. 50).

Важливим є дослідження Ірини Ткешелашвілі, яке показує основні пропагандистські методи Росії, що дуже схоже на те, що відбувається в Україні. (Ткешелашвілі, 2021, с. 55–71).

Про російську пропаганду також пише дослідниця Ольга Васюта: «Російська пропаганда керує масовою свідомістю за допомогою емоційних символів, які постійно змінюються, змішуючи релігійні та язичницькі символи, праві та націоналістичні – наприклад, слов'янську свастику з католицьким хрестом. Кремль використовує емоції, щоб змінити спосіб мислення в основних питаннях. Це також елемент підсвідомої маніпуляції, принцип: розчини, змішай і зв'яжи знову на свій лад. Символіка виявляє механізми агресії та синкретизму. І чим більше їх, тим більший охоплення» (Васюта, 2017, с. 21).

Як видно з огляду наукових джерел, російська пропаганда має багато тем: історичну, політичну, релігійну, ідеологічну, культурну, естетичну тощо, а також володіє сучасними комунікаційними інструментами. Центральна Європа, особливо в останні роки, є особливо вразливою областю, схильною до впливу пропаганди.

Пропаганда як інструмент боротьби

Пропаганда присутня серед нас у багатьох формах. Значна більшість споживачів масової культури не має навичок і відповідних інструментів для перевірки потоку інформації, яку вони отримують, що дозволяє пропаганді все більше впливати на мільярди людей по всьому світу. Засоби масової інформації – від газет, через традиційні медіа, такі як радіо і телебачення, до інтернет-медій та соціальних мереж – стали, протягом останніх років, джерелом безперервної пропаганди, яка приймає різноманітні форми, часто в тому числі й «білої пропаганди», яка навіть не приховує своїх справжніх намірів.

Пропаганда спочатку використовувалася для опису розповсюдження інформації в нейтральний спосіб, але згодом все частіше набувала пейоративного значення, асоційованого з маніпуляцією і дезінформацією (Welch, 2014, с. 3). Пропаганда має одну мету – переконати маси в правді, необхідній пропагандисту. Для досягнення цієї мети використовуються кілька інструментів: медіа, надання нібито достовірної інформації, а також соціальні мережі та Інтернет. Тому ми не можемо ігнорувати пропагандистські матеріали, оскільки вони надто сильно входять у наше повсякденне життя і впливають не лише на велику політику, а, перш за все, на рішення окремих осіб. Г. Почеков переконаний, що війна пропагандистська є такою ж важливою, як і війна на полі бою. Але поки на полі бою бої ведуть професійні солдати, пропаганда націлена не лише на армію, а й на цивільне населення (Почепцов, 2024). На думку науковця, пропаганда будує свій світ. Дійсно, російська пропаганда створює альтернативний світ, де за допомогою медіа війна представляється в зручному світлі для російських влади (побачити Marszałek-Kawa, Wawrzyński, Dahl, 2024). З 100 прикладів 88 пропагандистських інформацій – це виправдання військових дій на території України. Згідно з даними організації Woks Chek, Росія в країнах Європи використовує 13 тисяч видів пропаганди та постійно посилює спроби впливу на держави, підлаштовуючи наративи під окремі країни. Наприклад, у Польщі пропаганда збудована на історичному тлі, щоб, піднімаючи важкі теми, пов'язані з подіями на Волині, сіять ненависть між поляками та українцями. У Німеччині та Італії

популярна наратив про нацизм в Україні і небезпечну поведінку патріотично налаштованих сил. У Чехії та Словаччині ширилися міфи про наміри Польщі окупувати території Західної України. Для всіх країн часто повторюється в медіа про корупцію в Україні, про неналежну владу, про те, що не можна передавати Україні зброю, бо все продається терористичним організаціям.

Пропаганда Росії занадто активно використовує всі ресурси, щоб ефективно пояснити свої дії та виправдати свою військову агресію. Важливо усвідомити, що інформаційні атаки шкодять національній безпеці кожної держави так само, як і зброя, тому їх ігнорування не є рішенням проблеми. Вже 30 країн ЄС у оборонних цілях ухвалили рішення про санкції щодо російських журналістів та пропагандистів, а також підприємств медіа, відповідальних за поширення дезінформації, пов'язаної з війною в Україні. Підприємства, які підпадають під заборону на мовлення в ЄС, а також замороження активів компаній або заборона на в'їзд осіб до ЄС. У списку російських медіа та компаній, що підпадають під санкції ЄС, опинилися зокрема Sputnik, Russia Today та підрозділи, що працюють для мовлення в інших країнах (Russia Today English, Russia Today UK, Russia Today Germany, Russia Today France, Russia Today Spanish, Russia Today Arabic), Россія 24, Россія 1, Voice of Europe, RIA Novosti, Известия, Российская газета, Інститут Діаспори Російської, Фундація Руський мир, Стратегічна Фундація Культури. Загалом понад 18 традиційних медіа та близько 15 російських медіа-організацій.

Проте викликом у реалізації санкцій є можливість поширення дезінформації дешевим і швидким способом у соціальних мережах, які в різному ступені блокують заборонений контент. Якщо в 2022 році деякі з них, наприклад, Meta, LinkedIn та Pinterest, видаляли посилання, що ведуть до доменів RT та Sputnik, то WhatsApp, Telegram та Disqus не вжили таких заходів (ISD). У 2023 році YouTube залишався мережею з найбільшою кількістю підписників, які поширювали відео заборонених російських медіа (за даними KDD). Хоча положення DSA зміцнюють контроль ЄС над платформами соціальних медіа в сфері боротьби з дезінформацією, їх ефективність буде залежати від практики їх виконання (Польський Інститут Міжнародних Справа, 2024).

Засобами медіа ведеться битва в інформаційній сфері, що зміцнює позиції на фронті та в геополітиці. Інформаційна війна може бути автономним явищем або елементом, що підтримує військові дії, а її інструментами є пропаганда, агітація, дипломатія, психологічна діяльність, маніпуляція, дезінформація, контроль медіа, фільтрація комп'ютерних мереж (Kaźmierczak, 2017, c. 112).

Пропаганда використовується в багатьох сферах, від найбільш очевидних – політики, військових операцій і економіки, до менш очевидних, таких як культура і наука. Україна для боротьби з російською пропагандою здійснює низку заходів, перш за все в сфері інформування про пропаганду і дезінформацію, розширення знань про брехню Росії, яка використовує навіть спорт і культуру для виправдання своїх жорстоких дій. Наратив жертви допомагає покращити імідж росіян, логічно пояснити обстріли театрів і лікарень як об'єктів, де ховаються українські націоналісти. Поширення контенту про хороших росіян, які страждають від несправедливої війни, допомагає подолати ізоляцію Росії у світі.

Проект «Велика російська брехня» базується на документальних матеріалах, які демонструють, підтверджують і показують вплив пропаганди. Це цикл фільмів, створений для спростування наративу російської пропаганди про те, як трансформується і які форми приймає російський вплив у сфері культурної дипломатії, мистецтва та гуманітарних наук, а також на спортивній арені.

Інший проєкт «Хроніки інформаційної війни» на телеканалі «Espreso» веде політична коментаторка Ольга Лень, де вона детально аналізує пропагандистський контент і викриває брехню російських журналістів. Інститут масової інформації з початку війни проводить моніторинг під назвою «Медійні злочини Росії у війні проти України», який викриває збройні атаки та злочини проти українських медіа, розповідає про журналістів, які загинули під час російсько-української війни, а також про юридичні дії проти осіб, які не підтримують режим Путіна.

Журналіст Віталій Портніков веде щоденний огляд найважливіших подій в Україні та світі. Це канал на платформі YouTube з авторськими коментарями як медіаексперта і політичного аналітика. У рамках цієї програми під назвою «Пункт зору» журналіст також аналізує російську пропаганду і ча-

сто в іронічній формі намагається спрогнозувати, що з цього випливає і який вплив ці дії матимуть на майбутнє України та світову політику.

Детектор медіа також має розділ під назвою «Пропаганда та впливи» для ефективного інформування про дезінформацію. На сайті можна знайти дослідження російської пропаганди та тренінги для ефективного використання медіа.

Про феномен російської держави пише журналіст і спеціаліст з сучасної російської пропаганди Пітер Помаранцев у своїй книзі «Нічого правдивого і все можливо». «Росіян більше лякає в'язниця, ніж відсутність свободи слова. Вони не вважають, що можуть щось змінити. Це дуже очевидний результат впливу пропаганди, яка укоренила думку, що всі революції не є результатом волі народу, а здійснюються на замовлення зацікавленої у цьому влади. Тому вони чекають, поки з'явиться якийсь політичний герой і вирішить усі проблеми в державі. Результат – пасивний народ, який підтримує культ диктатора» (Ukraïner, 2022).

У інтерв'ю «Gazecie Wyborczej» П. Помаранцев пише про середнього громадянина Росії: «Знедолений російський глядач має сидіти вдома, випити келиха і ні в що не втручатися» (Мєцик, 2016). Бо його так виховали роками пропаганда його держави через медіа, що незгодних завжди переслідують, немає шансів на альтернативну думку, він переконаний, що всі брешуть. Як сказала в одному з інтерв›ю російська пропагандистка Маргарита Симонян, немає жодної правди, є тільки оповідь, і хто краще розповідає, той і перемагає. Саме цим керується Росія в поширенні пропагандистської інформації.

Висновки

На основі вищезазначеної інформації ми можемо зробити висновок, що пропаганда є інструментом ведення політики як внутрішньої, так і у міжнародних відносинах Росії. Тому Росія використовує всі можливі ресурси – від традиційних медіа до ферм ботів і тролів. З початку вторгнення Росії в Україну пропаганда ще більше посилилася. З 2022 року організація Роскомнадзор закрила понад 1 мільйон вебсайтів у Росії і покарала 8 тисяч осіб за «дискредитацію» російської армії. Пропаганда також вкоренилася в історії, культурі, мистецтві та спорті. Не варто недооцінювати російську пропаганду, оскільки вона діє не завжди через шокуючу інформацію про «постраждалого хлопчика» або про те, що Україна вісім років бомбила Донбас. Дезінформація проникає під виглядом дотримання журналістських стандартів, наприклад, у роботі BBC, як метод представлення двох точок зору. Метою цих дій є створення плутанини, підрив довіри до демократичних інститутів, введення дестабілізації та поділів у суспільствах, а також досягнення стратегічних політичних цілей.

Literatura

1. Hado, N. (2022). Rosyjska propaganda religijna podczas wojny w Ukrainie: historia powstania i mechanizmy oddziaływania. *Media i Społeczeństwo, 17*(2). 44–50. DOI: 10.5604/01.3001.0016.3045.
2. Kaźmierczak, D. (2017). Walka informacyjna we współczesnych konfliktach i jej społeczne konsekwencje. *Studia de Securitate et Educatione Civili 7*, 111–129. DOI: 10.24917/20820917.7.7.
3. Kowalska-Chrzanowska, M., Krysiński, P. (2023). Fake newsy na temat wojny w Ukrainie w świetle projektu „Zgłoś Trolla". *Zeszyty Prasoznawcze, 66*(1), 11–32. DOI: 10.4467/22996362PZ.23.002.17194.
4. Marszałek-Kawa, J., Plecka, D. (red.) (2019). *The Dictionary of Political Knowledge*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
5. Marszałek-Kawa, J., Plecka, D., Hołub, A. (red.) (2018). *Social Security. Selected Aspects*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
6. Marszałek-Kawa, J., Wawrzyński, P., & Dahl, M. (2024). Zelensky: Words as a Weapon. President Volodymyr Zelensky's Addresses to International Audiences during the First Year of the Invasion of Ukraine. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
7. Małecki, Ł. (2023). Fake news jako front wojny w Ukrainie. *Studia Ukrainica Posnaniensia, 11*(2), 57–70. DOI: 10.14746/sup.2023.11.2.04.
8. Miecik, I.T. (2016, 2 kwietnia). Peter Pomerancew: Tak działa kremlowska propaganda. *Gazeta Wyborcza*. URL: https://wyborcza.pl/magazyn/7,124059,19853957,peter-pomerancew-tak-dziala-kremlowska-propaganda.html (dostęp: 15.07.2024).
9. Poczepcow, G. (2018). *Propaganda 2.0.* Folio.
10. Poczepcow, G. (2024). *Propaganda buduje świat, jednocześnie go niszcząc*. URL: https://www.aup.com.ua/news/propaganda-stroit-mir-odnovremenno-r (dostęp: 3.07.2024 r.).

11. Polski Instytut Spraw Międzynarodowych (2024, 28 maja). *Znaczenie sankcji UE w przeciwdziałaniu rosyjskiej dezinformacji*. URL: https://www.pism.pl/publikacje/znaczenie-sankcji-ue-w-przeciwdzialaniu-rosyjskiej-dezinformacji (dostęp: 11.07.2024).
12. Tkeshelashvili, I. (2021). Rosyjska propaganda w przestrzeni informacyjnej Gruzji przed i po konflikcie w sierpniu 2008 roku. *Wschodnioznawstwo, 15*, 55–71. DOI: 10.4467/20827695WSC.21.003.14710.
13. Ukraïner (2022, 10 czerwca). *Jak działa rosyjska propaganda w mediach*. URL: https://www.ukrainer.net/rosyjska-propaganda-w-mediach (dostęp: 13.07.2024 r.).
14. Wasiuta, O. (2017). System symboliczny rosyjskich działań propagandowych. *Wisnyk Uniwersytetu Lwowskiego. Seria Stosunki Międzynarodowe, 41*, 19–31 DOI: 10.30970/vir.2017.41.0.6344.
15. Welch, D. (2014). Opening Pandora's box': propaganda, power and persuasion. W: D. Welch (red.), *Propaganda, Power and Persuasion: From World War I to Wikileaks* (3–18). London.
16. Włodkowska-Bagan, A. (2018). Rosyjska ofensywa propagandowa. Casus Ukrainy. *Studia Politologiczne, 49*, 109–124.