

Propaganda masowego rażenia. Rosyjska telewizja w obliczu wojny

Katarzyna Chawryło

Agresja Rosji przeciwko Ukrainie toczy się nie tylko w wymiarze militarnym, lecz także informacyjnym. Głównym orężem Kremla w walce na tym polu jest rozbudowany aparat propagandowy, który reżim Władimira Putina wykorzystuje, żeby zdobyć i utrzymać poparcie milionów Rosjan, uzasadnić wojnę oraz usprawiedliwić prześladowania i ludobójstwo Ukraińców. Najważniejszym kanałem oddziaływania propagandy wojennej wewnątrz Rosji jest telewizja państwowa, która dociera do znacznej części mieszkańców i ma decydujący wpływ na ich poglądy. W dobie wojny kremlowska propaganda przybrała charakter totalny – przekaz rządowych mediów został całkowicie poświęcony wojnie i skoordynowany z przekazem administracji państwowej oraz głównych instytucji jak armia czy Cerkiew. Państwowe media w Rosji uzyskały monopol na relacjonowanie wydarzeń na Ukrainie, gdyż wraz z początkiem inwazji na nieliczne niezależne źródła funkcjonujące dotąd w Rosji nałożono cenzurę i doprowadzono do ich likwidacji bądź zawieszenia działalności w kraju. W rezultacie nowych restrykcyjnych przepisów ograniczono wolność słowa w Internecie. Dotychczas za pomocą różnorodnych technik i metod propagandowych Kremlowi udawało się osiągać cele stawiane przed propagandą wewnątrz Rosji. Jednak brak wyraźnych sukcesów na froncie połączony z rosnącą liczbą poległych i rannych żołnierzy po stronie rosyjskiej, a także rzutujące niekorzystnie na poziom życia społeczeństwa problemy gospodarcze wynikające z sankcji sprawiają, że przed propagandą stoi kluczowe wyzwanie utrzymania poparcia społecznego dla władz i akceptacji dla wojny. Od jej skuteczności zależeć będzie stabilność społeczno-polityczna dyktatury.

Główne instrumenty propagandy, organizacja przekazu, finansowanie

Głównym narzędziem rosyjskiej propagandy jest telewizja państwowa, która stanowi podstawowe źródło informacji dla ponad 60% Rosjan, przede wszystkim osób starszych i spoza wielkich miast¹. Szczególne znaczenie dla kształtowania opinii mają najpopularniejsze kanały telewizyjne² Rossija 1 i Rossija 24 należące do holdingu WGTRK, który jest głównym nadawcą radiowo-telewizyjnym w kraju, a także rządowy Pierwyj Kanał oraz należący do państwowej spółki Gazprom Media kanał NTV.

¹ *Российский медиаландшафт – 2021*, Левада Центр, 5.08.2021, levada.ru.

² Według rankingu Mediascope za rok 2021 najpopularniejsze kanały telewizyjne w Rosji to Rossija 1, Pierwyj Kanał i NTV. *Как изменились рейтинги десяти крупнейших телеканалов за 2021 год*, AdIndex, 10.01.2022, adindex.ru.



Po rozpoczęciu wojny z Ukrainą zmieniono ramówkę głównych kanałów – ograniczono nadawanie treści rozrywkowych i seriali, wydłużono czas trwania programów informacyjnych i publicystycznych. Ważną zmianą było wydłużenie nadawanych na kanałach Rossija programów stanowiących esencję przekazu propagandowego Kremla i prowadzonych przez kluczowe postaci rosyjskiej telewizji. Wydłużono podsumowujące cały tydzień wydanie „Wiadomości tygodnia”³ z komentarzem prowadzącego ten program Dmitrija Kisielowa – szefa rządowej agencji informacyjnej Rossija Siegodnia, emitowanego dwa razy dziennie w dni powszednie programu „60 minut” prowadzonego przez małżeństwo Olgę Skabiejewą i Jewgienija Popowa oraz codziennego programu „Wieczór z Władimirem Sołowjowem”. Długość każdego z tych programów dochodzi nawet do trzech godzin.

Wśród gości zapraszanych do komentowania wydarzeń znajdują się kremlowscy politycy, eksperci i naukowcy z Rosji oraz przedstawiciele innych krajów występujący

w roli tzw. zawodowych obcokrajowców, uosabiających najczęściej zbiór stereotypów na temat danej narodowości funkcjonujący w Rosji. Taki dobór uczestników ma stwarzać pozory pluralizmu i obiektywnej dyskusji, która uwzględnia opinie różnych stron. Główną zasadą obowiązującą w programach jest formułowanie wypowiedzi pod określone wcześniej tezy zgodne z linią Kremla oraz niedopuszczalność krytyki prezydenta Władimira Putina. Umiarkowana krytyka rządu czy pojedynczych polityków bywa dozwolona. W ramach powyższych zasad w programach niejednokrotnie przedstawiane są opinie skrajne, ksenofobiczne i pseudonaukowe, co ma na celu poszerzenie ram dyskusji i odwracanie uwagi od realnych problemów w państwie. Charakterystyczny jest wysoki poziom agresji werbalnej mówców, którzy przekrzykują się nawzajem. Były również przypadki, gdy na wizji dochodziło do przemocy fizycznej pomiędzy uczestnikami.

» Główną zasadą obowiązującą w programach jest formułowanie wypowiedzi pod tezy zgodne z linią Kremla oraz niedopuszczalność krytyki prezydenta Putina.

Zgodnie z decyzją agencji ds. nadzoru nad mediami Roskomnadzor telewizja państwowa przedstawia wojnę na Ukrainie tylko i wyłącznie opierając się na państwowych źródłach⁴. Kluczowe miejsce w przekazie zajmują komunikaty Ministerstwa Obrony oraz wypowiedzi przedstawicieli władz – zwłaszcza prezydenta Władimira Putina i jego rzecznika prasowego Dmitrija Pieskowa – które stają się wykładnią dla interpretacji wydarzeń. Zwraca uwagę, że wypowiedzi te nie tylko nadają ton propagandzie, lecz są jej aktywną częścią, będąc pierwotnym źródłem dezinformacji. W narrację propagandy wpisuje się także patriarcha Cyryl – zwierzchnik Rosyjskiego Kościoła Prawosławnego, popierający napaść Rosji na Ukrainę i uzasadniający ją jako konflikt religijny.

Rosyjska machina propagandowa jest sownie finansowana przez Kreml, a nakłady na media państwowe w ostatnich latach rosną. W roku 2022 na ich funkcjonowanie ogółem przeznaczono z budżetu państwa ponad 115 mld rubli⁵, tj. ok. 1,5 mld dolarów. Według danych Ministerstwa Finansów w I kwartale 2022 r. realne wydatki z budżetu federalnego na państwowe media wzrosły niemalże o 200% w stosunku do I kwartału roku 2021⁶. Nie są to jedyne środki na utrzymanie telewizji, choć trudno określić pełną skalę i kanały jej finansowania. Podmioty działające w sferze mediów są bowiem zwolnione z upubliczniania sprawozdań finansowych. O skali finansowania kremlowskiej telewizji mogą

³ Według rankingów oglądalności programów telewizyjnych prowadzonych przez Mediascope, „Wiadomości tygodnia” z Dmitrijem Kisielowem w pierwszych tygodniach wojny regularnie zajmowały pierwsze miejsca wśród najpopularniejszych programów w Rosji, dwa pozostałe wymienione programy zyskały na popularności i również sytuowały się wysoko w zestawieniu. *Рейтинги*, Mediascope, mediascope.net.

⁴ *Новости Роскомнадзора*, Роскомнадзор, 24.02.2022, rkn.gov.ru.

⁵ *О федеральном бюджете на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов*, Министерство финансов Российской Федерации s. 49, minfin.gov.ru.

⁶ *Экономическая Экспертная Группа, Обзор Экономических Показателей*, EEG, 18.04.2022, s. 20, eeg.ru.

świadczyc pośrednio olbrzymie majątki zgromadzone przez głównych propagandystów – np. Władimir Sołowjow według mediów posiada trzy luksusowe wille we Włoszech, z czego wartość jednej położonej nad jeziorem Como jest szacowana na 8 mln euro⁷. W niezależnych mediach pojawiają się doniesienia, że również goście programów publicystycznych są wysoko wynagradzani.

Tezy propagandy wojennej i jej cele

Kilka tygodni przed inwazją media zwiększyły ilościowo przekaz dotyczący stosunków z Ukrainą, zmienił się również jego język na bardziej agresywny i napastliwy wobec Ukrainy i Zachodu, co było elementem przygotowania rosyjskiego społeczeństwa do planowanej napaści. Do ostatniej chwili utrzymywano jednak przekonanie, że Rosja nie dąży do eskalacji i nie zaatakuje pierwsza. Już po inwazji przekaz telewizji koncentrował się na wojnie i obejmował kilka tez. Po pierwsze, że Rosja prowadzi na Ukrainie „wojskową operację specjalną”, użycie słów „wojna” i „inwazja” w kontekście Ukrainy spenalizowano. Po drugie, propaganda przekonuje, że celem Rosji jest obrona ludności rosyjskojęzycznej w Donbasie, która przez osiem lat, w toku rozpętanego przez reżim w Kijowie „ludobójstwa”, była prześladowana. Kolejna ważna teza głosi, że prawdziwym wrogiem Rosji, odpowiedzialnym za eskalację sytuacji na Ukrainie, jest Zachód – rozumiany jako NATO z USA na czele, który na Ukrainie, z daleka od własnych granic, próbuje wykrwawić Rosję i doprowadzić do jej rozpadu. W narracji propagandy Rosja stara się wyrwać spod wpływów Zachodu, który traktuje „globalne mocarstwo” jako swoją kolonię. Wplatanie są tu wątki odnoszące się do wojny cywilizacji czy wojny religijnej, w których Rosja jest przedstawiana jako obrończyni wartości chrześcijańskich, przeciwstawiająca się „zgniłemu” Zachodowi. Celem Zachodu ma być rozbięcie jedności narodu rosyjskiego, do którego w opinii Kremla zalicza się również naród ukraiński⁸. Ponadto jako oficjalne cele agresji wymienia się demilitaryzację i denazyfikację Ukrainy, gdzie w opinii Kremla odrodził się – zwalczany przez Rosję podczas II wojny światowej – faszyzm. Dzięki tej historycznej paraleli walka z Ukrainą jest przedstawiana jako kontynuacja misji ojców i dziadów, walka egzystencjalna z absolutnym złem⁹. Państwo ukraińskie przedstawiane jest jako wybryk historii, państwo upadłe, pozbawione prawa do istnienia, „marionetka Zachodu”, a nawet „słudzy szatana”. Dominuje przekaz, że Moskwa, inicjując „operację”, ubiegła ukraiński atak na Donbas, a władze Ukrainy przygotowywały się do wielkiej wojny z Rosją, opracowując na tę okazję broń biologiczną pod egidą USA oraz dążąc do odbudowy arsenału jądrowego. Wojna ma więc charakter obronny, a tym samym jest moralnie uzasadniona. Wątek walki z faszyzmem i konieczność obrony łączą się w tezie, że Rosjanie to ofiary wojny z Zachodem – „współcześni Żydzi”, a wyolbrzymiana przez rosyjskie media rusofobia jest przyrównywana do Holokaustu.

Obserwowana jest pewna ewolucja tez propagandy. W pierwszych tygodniach wojny stosowano wyraźne rozgraniczenie, kto jest wrogiem

» Obecne w rosyjskiej propagandzie wątki walki z faszyzmem i konieczności obrony łączą się w tezie, że Rosjanie to ofiary wojny z Zachodem.

na Ukrainie, głosząc, że reżim w Kijowie zasługuje na obalenie, podczas gdy ludność cywilna, bliska Rosji kulturowo i językowo, jest jej przychylna i czeka na „wyzwolenie”¹⁰. Dlatego też operację opisywano jako działanie prowadzone „z chirurgiczną precyzją”, tak by nie stwarzać zagrożenia dla niewinnych cywili. W toku walk, które nie przyniosły Rosji oczekiwanego szybkiego zwycięstwa, zaczęła dominować teza, że cała ludność Ukrainy zasługuje na denazyfikację nawet najbardziej brutalnymi sposobami.

⁷ Willa została zaarrestowana w związku z objęciem Sołowjowa sankcjami UE. *В Италии заявили об аресте виллы Соловьева на озере Como*, РБК, 5.03.2022, rbc.ru.

⁸ Według Kremla tzw. trójjedyny naród rosyjski obejmuje Rosjan, Białorusinów i Ukraińców.

⁹ Szerzej zob. J. Rogoża, M. Domańska, *Naprzód, w przeszłość! Rosyjska polityka historyczna w służbie „wiecznego” autorytaryzmu*, Warszawa 2021, osw.waw.pl.

¹⁰ W lutym 2021 r. 55% Rosjan dobrze odnosiło się do Ukrainy, w marcu 2022 r. pozytywny stosunek deklarowało już tylko 30% badanych. *Украина и Донбасс*, Левада Центр, 24.02.2022, levada.ru.

Eksperci i dziennikarze goszczący w programach zaczęli mówić wprost o potrzebie fizycznej eliminacji „nazistów”, „ewakuacji” wyselekcjonowanych cywili w głąb Rosji¹¹ oraz niemożności zawarcia jakiegokolwiek porozumienia pokojowego z „faszystowskim” rządem w Kijowie. Znamienne w tym względzie było oświadczenie Margarity Simonian, szefowej rządowej agencji RT, która na antenie kanału NTV przyznała, że na Ukrainie jest więcej nazistów, niż Rosjanie zakładali¹². Gdy na jaw zaczęły wychodzić zbrodnie na ludności cywilnej popełniane przez rosyjską armię m.in. w Buczy, Borodziance, Kramatorsku oraz okrutne szczegóły występków rosyjskich wojskowych, media w Rosji winą za nie obciążły siły ukraińskie. W programach prezentowano „dowody”, że przekaz ukraińskich i zachodnich mediów jest sfałszowany i krzywdzący dla Rosji oraz ma na celu doprowadzenie do zwiększenia nakładanych na nią sankcji. Za jej wrogów w propagandzie uznano także Rosjan krytykujących Kreml, osoby występujące przeciwko wojnie czy nawet niepopierające inwazji otwarcie. Eksperci w studiach domagali się zaostżenia prawa wymierzonego w „zdrajców” i „V kolumnę”.

Przed inwazją celem propagandy było przygotowanie społeczeństwa do wojny oraz wykreowanie takich nastrojów społecznych, by

„Celem propagandy jest utrzymanie wysokiego poparcia dla władz i wojny oraz rozłożenie odpowiedzialności za zbrodnie wojenne na społeczeństwo.

decyzja o rozpoczęciu inwazji nie tylko została zaakceptowana przez większość obywateli, lecz także zaowocowała konsolidacją społeczeństwa wokół Putina. Obecnie celem propagandy wojennej pozostaje utrzymanie wysokiego poparcia społecznego dla władz i samej operacji. Dodatkową intencją jest rozłożenie odpowiedzialności za zbrodnie wojenne na całe społeczeństwo, którego znaczna część pod wpływem agresywnej retoryki władz i mediów popiera i usprawiedliwia brutalne poczynania rosyjskiej armii na Ukrainie, domagając się bezkompromisowego zwycięstwa na froncie (postrzeganego w skrajnej formie jako siłowe podporządkowanie Rosji całej Ukrainy). Uniwersalnym celem propagandy jest zakwestionowanie faktów dotyczących relacji międzynarodowych, przedstawienie korzystnej dla Rosji wersji wydarzeń oraz wzbudzenie u odbiorców przekonania, że prawda jest wartością relatywną i jej obiektywna wersja nie istnieje. Zadaniem propagandy jest także podtrzymanie w społeczeństwie przeświadczenia o braku wpływu na rzeczywistość społeczno-polityczną w kraju, utrwalenie postaw apatii i bierności charakterystycznych dla rosyjskiego społeczeństwa. Ważnym celem jest wpojenie odbiorcom przekonania, że mityczna „większość” populacji popiera Kreml, a poglądy opozycyjne jako niszowe nie mają prawa być wyrażane. W ten sposób propaganda paraliżuje ewentualny sprzeciw społeczny i gwarantuje obecnym rządzącym pozostanie u sterów państwa.

Techniki działania propagandy

Aby osiągnąć zamierzone cele, rosyjska propaganda wykorzystuje szereg technik i metod. Przede wszystkim opiera się na półprawdach, kłamstwach oraz dezinformacji, stosując przy tym uogólnienia i uproszczenia, tak by przedstawić rzeczywistość w sposób korzystny dla Kremla. Na przykład mając na uwadze silne obawy przed wojną w rosyjskim społeczeństwie¹³, władze zdecydowały o wyrugowaniu tego słowa z przestrzeni publicznej i zastąpieniu go terminem „wojskowa operacja specjalna”. Ta manipulacja słowna stała się symbolem wejścia Rosji i społeczeństwa rosyjskiego w alternatywny wobec rzeczywistości świat oparty na podważaniu faktów i na fałszu. Kluczową techniką propagandy jest odwracanie związków przyczynowo-skutkowych i podmiana sprawstwa zniszczeń i zbrodni na Ukrainie, które nie są ukrywane. Ich dokonanie przypisuje się siłom ukraińskim i krajom NATO. W programach telewizyjnych stwierdzono np. że zbombardowanie szpitala położniczego w Mariupolu

¹¹ W rzeczywistości chodzi o deportację ludności wyselekcjonowanej w sieci obozów filtracyjnych, gdzie przed przymusowym przesiedleniem do Rosji Ukraińcy są przesłuchiwani i rewidowani.

¹² *Российская пропагандистка Симоньян сменила риторику на фоне провала армии РФ в Украине: ее высмеяли. Видео, Obozrevatel, 26.03.2022, obozrevatel.com.*

¹³ W styczniu 2022 r. aż 56% Rosjan obawiało się wojny. *Страхи*, Левада Центр, 12.01.2022, levada.ru.

to inscenizacja przygotowana przez Ukraińców, by oczernić Rosję, a domniemane ofiary ataku – ciężarne kobiety, z których jedna zginęła tragicznie wraz z noworodkiem – to w rzeczywistości ucharakteryzowane modelki. Rzecznik prezydenta Pieskow z kolei stwierdził wbrew faktom, „że Rosja nigdy na nikogo nie napadała jako pierwsza”¹⁴. Wielokrotne powtarzanie tej prostej wypowiedzi w mediach sprzyjało utrwalaniu w społeczeństwie przekonania, że Rosja ma dobre intencje nie tylko wobec Ukrainy, ale zawsze w historii odgrywała pozytywną rolę.

Komunikaty i pokazywane historie są tak skonstruowane, by wywoływać emocje takie jak współczucie, strach, złość czy frustracja i tłumić krytyczną ocenę przekazu. W tym

Wzbudzenie strachu i dehumanizacja wroga mają prowadzić do sytuacji, gdy każde działanie rosyjskich wojsk na Ukrainie będzie dozwolone i akceptowane jako neutralizacja zagrożenia.

celu przytacza się np. historie ludzi z Donbasu prześladowanych przez „reżim kijowski”, którzy, płacząc przed kamerami, opowiadają o doświadczanych z rąk Ukraińców krzywdach i dziękują Rosjanom za „wyzwolenie”. Ma to stworzyć przeświadczenie, że rosyjska inwazja na Ukrainę jest moralnie uzasadniona i konieczna. Z drugiej strony wzniesany jest strach przed wrogiem – Ukrainą i Zachodem – oraz poczucie „oblężonej twierdzy”. Walka z „faszystami” na Ukrainie jest ukazywana jako walka dobra ze złem, walka o egzystencję Rosji w duchu „albo oni, albo my”. Za pomocą inwektyw, kpin i fałszywych oskarżeń, a więc przy wykorzystaniu mowy nienawiści, niszczone jest reputacja prezydenta Zełenskiego, rządu i Sił Zbrojnych Ukrainy, wzbudzana jest pogarda oraz nienawiść odbiorców do poszczególnych grup społecznych czy nawet całego etnosu ukraińskiego. Dodatkowo ma miejsce etykietowanie: Ukraińcy to zgodnie z kremlowską narracją „naziści” i „sługusy Zachodu”. Komunikaty uderzające w Ukraińców padają na podatny grunt, bo współgrają ze stałym wysokim poziomem przekonań nacjonalistycznych w społeczeństwie rosyjskim, notowanym w sondażach opinii publicznej, oraz sentymentem imperialistycznym¹⁵. Wraz z trwaniem walk język przekazu ulega coraz większej brutalizacji – pojawiają się tezy, że Ukraińcy to „faszystowskie bydło”, „zezwierzęceni naziści”, „bestie” czy „sataniści”. Stosowanie takiego języka ma na celu poszerzenie ram społecznej akceptacji dla brutalnych rosyjskich działań na froncie i usprawiedliwienie okrucieństwa. Wzbudzenie strachu i dehumanizacja wroga mają prowadzić do sytuacji, gdy każde działanie rosyjskich wojsk wobec Ukraińców będzie dozwolone i akceptowane jako neutralizacja zagrożenia – nawet wobec cywilów, w tym kobiet i dzieci¹⁶.

Propaganda odwołuje się także do uniwersalnych, zakorzenionych w ludziach wartości – potrzeby akceptacji, szacunku, poczucia wyjątkowości. W programach telewizyjnych często pojawiają się komunikaty, podkreślane przez prowadzących, że Rosjanie są narodem wyjątkowym, uprzywilejowanym i dobrym. Władimir Sołowjow często kończy swój program stwierdzeniem „Jesteśmy Rosjanami, Bóg jest z nami” lub „Zwycięstwo będzie nasze”. Pielęgnowane jest przeświadczenie, że Rosjanie mają ogromne zasługi dla świata, gdyż Związek Radziecki pokonał faszyzm w Wielkiej Wojnie Ojczyźnianej (w latach 1941–1945). Zwycięstwo to jest obecnie fundamentem rosyjskiej tożsamości państwowej, źródłem dumy i poczucia wyższości nad innymi narodami, co podkreśla zwłaszcza Władimir Putin, który, odwołując się do historii, konsolidował swój kapitał społeczny w ciągu ostatniej dekady¹⁷. Odnosząc się do zwycięstwa nad faszyzmem, kremlowska propaganda, w ślad za władzami, rości sobie prawo, żeby określać, kto jest „faszystą” współcześnie – są to Ukraińcy oraz wszystkie państwa wspierające Ukrainę podczas wojny i występujące przeciwko Rosji.

¹⁴ Песков: Россия никогда ни на кого не нападала первой, Коммерсантъ, 25.12.2021, kommersant.ru.

¹⁵ Szerzej zob. J. Strzelecki, *Rosyjski nacjonalizm trzy lata po aneksji Krymu*, „Komentarze OSW”, nr 246, 8.08.2017, osw.waw.pl.

¹⁶ W telewizji brutalne rosyjskie działania są określane jako „konieczne” i kwitowane powiedzeniem „na wojnie, jak na wojnie”, co oznacza tyle, co „cel uświęca środki” i jest jednocześnie nawiązaniem do popularnego sowieckiego filmu.

¹⁷ Zob. przypis 9.

Cechą przekazu propagandowego jest także jego wybiórczość – w sposób zdawkowy komentuje się skalę strat w ludziach poniesionych podczas wojny (np. nie ujawniono liczby marynarzy poległych na zatopionym krążowniku „Moskwa”), pomija się liczbę rannych, podkreśla natomiast bohaterskość indywidualnych żołnierzy, którzy zginęli. Nie eksponuje się także niepowodzeń rosyjskich sił na froncie, zwłaszcza oporu społecznego wobec okupanta (przez pierwsze tygodnie walk podtrzymywano przekonanie, że ludność cywilna wita rosyjskich żołnierzy kwiatami) i problemów z powołaniem lokalnych prorosyjskich administracji na zajętych terenach. Nie prezentuje i nie komentuje się niektórych zjawisk niekorzystnych dla Rosji w otoczeniu międzynarodowym – np. wskazując Chiny jako alternatywny wobec Zachodu kierunek dla współpracy gospodarczej, nie wspomina się o ryzykach związanych ze zbytym podporządkowaniem Moskwy Pekinowi. Wszelkie informacje niekorzystne dla Rosji są dementowane w ramach walki z „fejk newsami” rozpowszechnianymi przez Ukrainę i Zachód, która zajmuje znaczną część przekazu telewizyjnego¹⁸.

» W wymiarze wewnętrznym o wysokiej skuteczności propagandy wojennej świadczy fakt, że dotychczas Kremlowi udaje się osiągać postawione przed nią cele.

Skuteczność propagandy wojennej w Rosji

W wymiarze wewnętrznym o wysokiej skuteczności propagandy świadczy fakt, że dotychczas Kremlowi udaje się osiągać postawione przed nią cele. Poparcie społeczne dla działań Putina jako prezydenta wyrażone w sondażach opinii publicznej po inwazji znacząco wzrosło i w marcu dosięgło ponad 80% (w styczniu przed inwazją wynosiło 69%)¹⁹. Wysoki jest również deklarowany w sondażach poziom poparcia dla działań rosyjskich sił zbrojnych na Ukrainie – w marcu wynosił 81%, w kwietniu – 74%²⁰. W dobie wojny do sondaży należy odnosić się z ostrożnością, gdyż z powodu cenzury oraz wzrostu represji wobec społeczeństwa wyniki mogą nie odzwierciedlać w pełni poglądów obywateli, jednak z całą pewnością można stwierdzić, że większość społeczeństwa popiera lub milcząco akceptuje rządy Putina i wojnę. Aktywni przeciwnicy władz są w mniejszości. Za sukcesem Kremla stoi propaganda, która przygotowała społeczeństwo do konfliktu i wpoila mu potrzebę bezwzględnej walki z krajem, który jeszcze do niedawna był przez Rosjan postrzegany jako bliski i przyjazny. W związku z eskalacją w relacjach z Ukrainą wzrasta odsetek Rosjan, którzy mają do niej negatywny stosunek – w listopadzie zeszłego roku wrogię nastawienie do Ukrainy deklarowało 43% respondentów, w marcu br. już 57%²¹. Pośrednio o konsensusie społecznym wobec „operacji” świadczy także wysoki poziom nastrojów antyzachodnich w społeczeństwie rosyjskim, które winą za konflikt z Ukrainą obarcza kolektywny Zachód, na czele z USA²². Dowodem jest także niewielka skala publicznych protestów przeciwko Kremlowi i wojnie, zdecydowanie tłumionych przez władze od początku inwazji²³. W środowisku dziennikarzy zajmujących się propagandą panuje konsolidacja – odnotowano zaledwie kilka publicznych aktów sprzeciwu wobec zafałszowywania przekazu. Najgłośniejszy z nich protest redaktorki Mariny Owsiannikowej na antenie stacji Pierwyj Kanał wzbudził kontrowersje w środowiskach opozycyjnych. Po tym, jak zyskała rozgłos, Owsiannikowa wypowiadała się dla zagranicznych mediów, postulując złagodzenie sankcji wobec Rosji, co zostało odebrane jako lobbowanie interesów Kremla.

¹⁸ W celu dementowania tzw. ukraińskich fejków założono specjalne rządowe strony internetowe, np. <https://объясняем.рф/>.

¹⁹ *Одобрение институтов, рейтинги партий и политиков*, Левада Центр, 30.03.2022, levada.ru.

²⁰ *Конфликт с Украиной*, Левада Центр, 28.04.2022, levada.ru. Według ośrodka FOM o słuszności przeprowadzenia „operacji” jest przekonanych 73% Rosjan: *Украина. Опрос 20 марта. Представления о целях России на Украине*, FOM, 28.03.2022, fom.ru.

²¹ *Международные отношения*, Левада Центр, 15.04.2022, levada.ru.

²² W lutym 2022 r. 60% Rosjan winiło USA i NATO za eskalację napięcia pomiędzy Rosją a Ukrainą. W kwietniu 57% badanych twierdziło, że USA i NATO odpowiadają za śmierć ludności i zniszczenia na Ukrainie, zob. przypis 20.

²³ Szerzej zob. M. Domańska, K. Chawryło, *Dyktatura wojenna: władza i społeczeństwo w Rosji*, „Komentarze OSW”, nr 433, 22.03.2022, osw.waw.pl.

O skuteczności propagandy wewnątrz Rosji decyduje fakt, że jej przekaz odnosi się do uczuć i potrzeb większości Rosjan, przez co komunikaty zyskują indywidualne znaczenie dla zwykłych ludzi, a wszelkie informacje nieprzyjemne w odbiorze są wypierane w ramach mechanizmów obronnych. Siłą rosyjskiej propagandy jest to, że prezentuje ona relatywnie spójny, konsekwentnie rozbudowywany obraz świata, który zakorzenia się w świadomości społecznej. Pojedyncze informacje niespójne z przekazem, nawet jeśli – mimo wprowadzonej cenzury – przedostaną się do przestrzeni publicznej, nie są w stanie go podważyć i obalić. Większość Rosjan w takie doniesienia nie wierzy lub nie chce wierzyć, bo uznanie ich za prawdę zniszczyłoby ich światopogląd, z którym czują się bezpiecznie. Efekt ten potęgują paraliżujący strach przed represjami oraz bierność, która jest silnie zakorzeniona w społeczeństwie, jak również brak nawyków i niechęć do weryfikowania informacji i udziału w życiu społeczno-politycznym kraju, które pozwalają przekazowi propagandowemu dominować.

Wyzwania dla propagandy wojennej

Wraz z upływem czasu i w zależności od rozwoju sytuacji na froncie rosyjska propaganda stanie przed istotnymi wyzwaniami. Przede wszystkim jej zadaniem będzie długofalowe podtrzymanie poparcia społecznego dla władz i wojny wbrew spodziewanemu pogorszeniu nastrojów społecznych, które może się pojawić w związku z pogłębianiem się kryzysu gospodarczego wywołanego przez sankcje. Inflacja w ujęciu rocznym w kwietniu osiągnęła w Rosji poziom 17%²⁴, co już teraz oznacza istotny spadek dochodów społeczeństwa, niebezpieczny zwłaszcza dla grup najbiedniejszych i najbardziej uzależnionych od pomocy państwa²⁵. Wzrost niezadowolenia może uwidocznić się za kilka miesięcy, a jego skala zależeć będzie przede wszystkim od działań zapobiegawczych rządu oraz przebiegu wojny.

Niewygodnym tematem dla propagandy, którego dotąd kremlowskie media starają się nie eksploatować, jest rosnąca liczba ofiar i rannych po stronie rosyjskiej. Wraz z przedłużaniem się walk informacje o poległych będą coraz trudniejsze do ukrycia i ze względu na skalę będą stanowić istotną kwestię społeczną wewnątrz Rosji, również z tego względu, że do tamtejszych odbiorców przesączają się doniesienia strony ukraińskiej na ten temat mówiące nawet o 26 tys. poległych. Triumfalistyczny przekaz propagandy o dokonaniach rosyjskiej armii będzie coraz bardziej kontrastować z doświadczeniami indywidualnych Rosjan, którzy stracili bliskich w wojnie i są zmuszeni swoją żałobę przechodzić w atmosferze tajemnicy i strachu.

Tuż po ataku propaganda przekonywała, że „operacja” przebiegnie szybko i przyniesie Rosji zwycięstwo, rozbudzając tym samym oczekiwania społeczeństwa. Goście w studiach telewizyjnych stanowczo odrzucali możliwość podpisania jakiegokolwiek porozumienia pokojowego z Ukrainą. Krytykowano rozmowy pokojowe, domagając się pełnej kapitulacji Kijowa, a biorących w nich udział rosyjskich delegatów określano nawet mianem zdrajców. Aby zapobiec narastaniu rozczarowania wśród społeczeństwa, propaganda będzie musiała zaprezentować obywatelom, jaki sukces osiągnięto, co może być problematyczne w przypadku braku ewidentnego zwycięstwa na froncie, fiaska postulowanej denazyfikacji i demilitaryzacji Ukrainy.

W wymiarze wewnętrznym problemem w znacznej mierze wygenerowanym przez propagandę będzie wzrost tolerancji wobec agresji i przemocy wśród Rosjan na skutek ekspozycji na brutalny i fałszywy przekaz. Takie postawy mogą przelożyć się na dalszą demoralizację społeczeństwa i eskalację problemów społeczno-politycznych w Rosji po zakończeniu wojny (jak np. wzrost przestępczości i skali popadania w uzależnienia), co może spowodować degradację więzi społecznych i utrudnić zarządzanie państwem.

²⁴ Одовая инфляция в России ускорилась до 16,7%, *Ведомости*, 6.04.2022, [vedomosti.ru](https://www.vedomosti.ru).

²⁵ Szerzej o sytuacji gospodarczej Rosji zob. I. Wiśniewska, *Gospodarcze skutki wojny: widmo głębokiego kryzysu w Rosji*, „Komentarze OSW”, nr 434, 23.03.2022, osw.waw.pl.