



Wpływ dezinformacji na wizerunek Polski na Ukrainie



Rzeczpospolita Polska
Ministerstwo
Spraw Zagranicznych

**Zadanie publiczne finansowane przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP
w konkursie „Dyplomacja publiczna 2021”.**

**Publikacja wyraża jedynie poglądy jej autorów i nie może być utożsamiana
z oficjalnym stanowiskiem MSZ RP.**



Niniejsza praca podlega licencji publicznej Creative Commons 3.0 Poland License. Niektóre prawa zastrzeżone dla autorów i Fundacji Instytut Studiów Wschodnich. Wykorzystanie treści jest dozwolone pod warunkiem przyjęcia i zgody na związanie postanowieniami niniejszej licencji oraz identyfikacji autorów a także Fundacji Instytut Studiów Wschodnich, jako posiadaczy praw autorskich. Zawartość licencji jest dostępna na stronie: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl>.

Wstęp:	Khrystyna Vlodek , Manager Programowy ds. Ukrainy, Fundacja Instytut Studiów Wschodnich	4
---------------	---	---

Artykuły:

1.	Wpływ dezinformacji na wizerunek Polski na Ukrainie Paweł Bobołowicz	5
2.	Propaganda cyfrowa nowym trendem wojen informacyjnych Artem Bidenko	9
3.	„Dezinformacja oparta na ignorancji”. Jak ukraińskie media wpływają na wizerunek Polski na Ukrainie i czy robią to świadomie Mykola Siruk	13
4.	Polska – jeden z największych wrogów Rosji. Analiza przekazów propagandowych Michał Marek	16
5.	Impotencja przywództwa – nowa narracja Moskwy w ramach kampanii informacyjnej w Europie Środkowo-Wschodniej: Polska i Ukraina na ostrzu Yaroslav Matiychuk	18
6.	Dezinformatorzy VIP: nowy-stary rosyjski instrument wojny hybrydowej przeciwko Ukrainie i Polsce Sergiy Gerasymchuk	21
7.	Antidotum na poziomie państwowym Yevgen Mahda	24
8.	Przeciwdziałanie dezinformacji rosyjskiej: wykorzystanie podejścia integralnego Mykhailo Samus	26
9.	Cyberataki Kremla w Polsce i na Ukrainie Dmytro Zolotukhin	31
10.	Polska, Ukraina, dezinformacja: jest dobrze, ale trzeba być czujnym Piotr Pogorzelski	35

Wstęp

Propaganda i dezinformacja w dobie społeczeństwa informacyjnego stała się narzędziem walki informacyjnej w rywalizacji wewnętrznej i międzynarodowej. Dla Polski, która od wielu lat walczy z dezinformacją, konieczność budowy własnej pozytywnej narracji jest przedmiotem szczególnego zainteresowania. Jednym z kluczowych elementów kampanii dezinformacyjnych, prowadzonych wobec Polski jest kreowanie jej negatywnego wizerunku, co bezpośrednio przekłada się na podważanie jej związków z innymi państwami unijnymi, USA, a przede wszystkim z państwami sąsiadującymi. A poprzez kształtowanie opinii publicznej w różnych sprawach, ma to wpływ i na sytuację geopolityczną.

Ze względu na postęp nowych technologii mamy dziś do czynienia z rozwojem technik, co otwiera nowe pola dezinformacji. W związku z tym, powstał projekt, mający na celu ocenić wpływ dezinformacji wobec wizerunku Polski na Ukrainie, z analizą doświadczeń państw Europy Środkowo-Wschodniej. Badania propagandy i dezinformacji w kontekście walki informacyjnej ma nie tylko akademicki charakter, ale także praktyczny wymiar m.in. w zakresie przeciwdziałania wrogiemu oddziaływaniu, co ma istotne znaczenie dla bezpieczeństwa informacyjnego nie tylko Polski, ale także innych państw regionu.

Do grona uczestników projektu zaproszono wybitnych ekspertów: Dmytra Zołotuchina, wiceministra Ministerstwa Polityki Informacyjnej Ukrainy w latach 2017-2019, Jarosława Matijczyka, dyrektora wykonawczego Strategic and Security Studies Group, Mykołę Siruka, Pierwszego Zastępcy Szefa Rady Ekspertkiej Centrum Studiów Wojskowych, Konwersji Armii i Rozbrojenia, Jewgena Mahdę, dyrektora Instytutu Polityki Światowej, Michała Marka, założyciela Centrum Badań nad Współczesnym Środowiskiem Bezpieczeństwa, dziennikarzy Pawła Bobołowicza i Piotra Pogorzelskiego, Mychajła Samusia, dyrektora New Geopolitics Research Network, byłego wiceministra polityki informacyjnej Ukrainy a obecnie - dyrektora Instytutu Bezpieczeństwa Informacyjnego Artema Bidenka, Sergija Gerasymczuka - wiceprezesa zarządu i kierownika Studiów Europy Południowo-Wschodniej Rady Polityki Zagranicznej „Ukraińska Pryzma”, dr hab. Agnieszkę Legucką - analityka ds. Rosji w programie Europa Wschodnia PISM, wybitnego dziennikarza Jurija Banachewycza – korespondenta Ukrinform oraz Justynę Olędzką - doktora nauk humanistycznych w zakresie nauki o polityce i pracownika naukowego Instytutu Historii i Nauk Politycznych Uniwersytetu w Białymstoku.

Z opiniami ekspertów można było się zapoznać w trakcie debaty, która została zorganizowana na początku września w ramach jubileuszowego, XXX Forum Ekonomicznego w Karpaczu oraz dyskusji online, która odbyła się pod koniec października 2021 r. Ponadto, został przygotowany szereg publikacji, dostępny na Polsko-Ukraińskiej Platformie Opinii. Wybrane artykuły oraz podsumowania debat przedstawiamy Państwu w tym magazynie.

Liczymy, że zaprezentowane artykuły, jako źródło informacji o przeciwdziałaniu dezinformacji i jej wpływie na wizerunek Polski zachęcą do dialogu, wymiany doświadczeń i dalszych działań na rzecz rozwoju współpracy polsko-ukraińskiej.

Życzymy Państwu przyjemnej lektury!

Khrystyna Vlodek

*Manager Programowy ds. Ukrainy
Fundacja Instytut Studiów Wschodnich*

Wpływ dezinformacji na wizerunek Polski na Ukrainie

Paweł Bobołowicz

Zjawisko wpływu dezinformacji na wizerunek Polski na Ukrainie należy rozpatrywać w kontekście zmian, które nastąpiły w tym kraju w wyniku Rewolucji Godności i w okresie, który po niej nastąpił. Wojna z Rosją, jednoznaczne ukierunkowanie polityki zagranicznej Ukrainy na zachód, wybór integracji euroatlantycznej jako strategicznego, cywilizacyjnego kierunku rozwoju tego państwa od początku natrafiło na opór Federacji Rosyjskiej.

Rosja bardzo szybko rozwinęła działania o charakterze dezinformacyjnym, manipulacji i propagandy przeciwko zmianie kursu politycznego Ukrainy. I tym samym wytwarzała negatywny obraz struktur zachodnich na Ukrainie. Polska jako część tzw. kolektywnego zachodu tym negatywnym obrazem została oczywiście objęta – czyli w pewnym sensie elementy negatywnego (w wyniku dezinformacji i manipulacji) obrazu Unii Europejskiej i NATO po części dotyczyły i dotyczą Polski. Należy zauważyć, że negatywny obraz UE i NATO w obszarze informacyjnym Ukrainy pojawiał się już przed Majdanem i był wspierany przez prorosyjskie środowiska polityczne na Ukrainie. Jego głównymi elementami było przedstawianie UE jako zdemoralizowanej, nieefektywnej struktury zarządzanej przez międzynarodowy kapitał dążący do wyeksploatowania Ukrainy i jej społeczeństwa. NATO przedstawiano jako narzędzie agresywnej, amerykańskiej polityki, której celem jest podporządkowanie, a właściwie podbicie innych państw.

Tak formułowane twierdzenia pojawiały się jeszcze w trakcie trwania Rewolucji Godności, a ich nośnikami były prorosyjskie media, chociaż stosowano też na szeroką skalę i inne środki: kampanie ulotkowe, outdoorowe, a jednocześnie był to stały element wypowiedzi polityków Partii Regionów, czy działaczy i środowisk z nią związanych. Polska w tym kontekście była przedstawiana jako kraj, który sprzedał się Amerykanom, zdradził tradycyjne wartości, zdradził słowiańskie korzenie. Należy zauważyć, że ta narracja pojawiała się też już wcześniej np. w czasie wojny w Gruzji w 2008 roku. I oczywiście pierwotnymi źródłami dezinformacji w tym zakresie są źródła rosyjskie i w zdecydowanym stopniu to one starała się wypaczyć wizerunek Polski, czy szerzej Zachodu. Należy podkreślić, że rosyjska dezinformacja swobodnie przedostawała się do ukraińskiego świata medialnego ze względu na olbrzymią popularność mediów rosyjskich i ich nieskrępowaną, a nawet może czasem uprzywilejowaną obecność w ukraińskiej przestrzeni publicznej. Oprócz rosyjskich mediów w ukraińskiej przestrzeni medialnej przeważały również treści rosyjskie (prezentowane w mediach ukraińskich) i dotyczyło to zarówno materiałów informacyjnych, ale też produkcji filmowej. Najbardziej popularnym medium społecznosciowym były rosyjskie VK i Odnoklasniki. To oczywiście ułatwiało rosyjskiej dezinformacji na przedostawanie się do ukraińskiego obszaru medialnego, czy wręcz stawanie się jego częścią. Należy zatem podkreślić, że próba formowania negatywnego obrazu Polski najczęściej powstawała w rosyjskiej, a nie ukraińskiej przestrzeni informacyjnej, ta z kolei stawała się dla niej ważnym miejscem odbioru i dystrybucji treści.

W tym czasie właśnie szczególnym obszarem dezinformacji były kwestie związane z euroatlantyczną integracją. Podważano możliwość nadania Ukrainie ruchu bezwizowe-

go (co ostatecznie stało się przecież faktem), a wciąż powracającym fejkami (ma to miejsce też obecnie, chociaż zdecydowanie rzadziej) była rzekoma obecność wojsk NATO na wschodzie Ukrainy. W latach 2014 – 2015 regularnie pojawiały się „wrzutki” o obecności polskich wojsk, lub polskich ochotników w strefie prowadzenia tzw. operacji antyterrorystycznej, którzy mieliby walczyć razem, czy w szeregach ukraińskiej armii. Należy jednak podkreślić, że tego typu dezinformacja raczej nie przedostawała się do głównych ukraińskich mediów. Wyjątek stanowią tu jawnie prorosyjskie media, które jednak w ostatnim czasie po prostu zastały zmuszone do zaprzestania swojej działalności (np. kanały telewizyjne News One, czy 112).

Kluczowym momentem, który doprowadził do zablokowania bezpośredniego wpływu rosyjskich mediów na ukraińską przestrzeń medialną, a tym samym kształtowania np. wizerunku Polski, było wprowadzanie sankcji wobec rosyjskich mediów w 2015 roku i zablokowanie rosyjskich sieci i portali w 2017 roku. Oczywiście do dzisiaj duża część społeczeństwa korzysta z tych zasobów wykorzystując VPN, czy oglądając telewizję przez satelitę. Część rosyjskich mediów bez problemu pozostaje też dostępna u operatorów kablowych. Jednak niewątpliwie działania podejmowane na szczeblu państwa ukraińskiego stanowią pewnego rodzaju zaporę dla prostej transmisji rosyjskiej narracji do ukraińskiej przestrzeni publicznej. Inną zaporą dla rosyjskiej dezinformacji jest też wprowadzenie norm dotyczących języka ukraińskiego i praktyczne wymuszanie na nadawcach jego powszechnego wykorzystywania. Należy zauważyć, że takie działania budzą też sprzeciw części ukraińskiego społeczeństwa i grup politycznych.

Co ciekawe badania opinii publicznej wskazują, że bez względu na siłę działań dezinformacyjnych na Ukrainie, których obiektem był Zachód w tym samym czasie znacząco zwiększył się odsetek osób popierających wstąpienie do NATO (w 2012 roku tylko 14 % badanych chciało przystąpienia do NATO, ostatnie badania wskazują, że dziś taką decyzję poparłoby 54% Ukraińców). Przystąpienie do UE obecnie popiera 54 % Ukraińców, w 2014 roku odsetek ten wyniósł 41 procent.

Nie ulega wątpliwości, że jednym z pól dezinformacji pozostają polsko-ukraińskie relacje historyczne. Na bazie historii sformułowały się na Ukrainie negatywne stereotypy dotyczące Polski i Polaków. Polskość była i czasem jest wiązana z takimi określeniami jak: „polski pan”, „wyższość”, „wyzysk”. Te elementy pojawiały się w ostatnich latach w mediach związanych z niektórymi ukraińskimi środowiskami nacjonalistycznymi. W tych mediach pojawiały się też materiały straszące Polską jako krajem, który może być zainteresowany potencjalnym udziałem w rozbiorach Ukrainy (razem z Węgrami i Rosją), wykorzystującym różnego rodzaju polskie akcje historyczne do ilustrowania rzekomych chęci odebrania części terenów ukraińskich. Materiały te pojawiały się w gorącej fazie polsko-ukraińskiego sporu o pamięć historyczną, co dodatkowo potęgowało wrażenie wrogości i miało kreować wizerunek niebezpieczeństwa płynącego ze strony Polski. Należy jednak zauważyć, że również ta narracja, podobnie jak wcześniej omawiana transmisja rosyjskiej dezinformacji rzadko przebiegała się do głównych mediów, a jeśli tak było to raczej w formie jednej z wielu opinii, czy stanowiska politycznego ostatecznie bez widocznego efektu społecznego. Szczególnym przykładem działania dezinformacyjnego, którego pośrednim obiektem była też Polska był lipcowy artykuł prezydenta Rosji Władimira Putina „O historycznej jedności Rosjan i Ukraińców”, który stanowi właściwie zbiór mitów historycznych i fałszywych tez podważających prozachodni kierunek Ukrainy. Warto zwrócić uwagę, że chociaż Putin próbuje w nim kwestionować odrębność ukraińską artykuł opublikował także w języku ukraińskim. Niewątpliwie jest on i będzie jeszcze materiałem wyjściowym dla

szeregu materiałów dezinformacyjnych o charakterze nie tylko historycznym.

Potencjalnie najbardziej dogodnie pole do dezinformacji i prób budowania negatywnego wizerunku Polski i Polaków stwarza kwestia migracji zarobkowej Ukraińców do Polski. Przy liczbie nawet 1.5 mln pracowników z Ukrainy oczywiście pojawiają się różnego rodzaju sytuacje negatywne wynikające z praw statystyki. W takiej grupie ludzi i w stosunku do osób w tej grupie mogą zaistnieć wszelkiego rodzaju zjawiska też kryminalne, łącznie z tymi najcięższymi: morderstwami, gwałtami, kradzieżami, czy wykorzystywaniem pracowników. Nie ulega wątpliwości, że i w jednej i w drugiej przestrzeni medialnej nawet zwykłe wykroczenie drogowe staje się interesującym tematem jeśli doda się do niego w tytule narodowość sprawcy. Czynią tak media nie kierując się w tym przypadku strategicznymi celami dezinformacji, lecz kwestiami czysto komercyjnymi: klikalność, oglądalność, która oczywiście przekłada się na wyniki finansowe mediów. Ukraińskie media faktycznie silnie akcentują każdy przypadek nieuczciwego polskiego pracodawcy, czy przemocy wobec obywateli Ukrainy znajdujących się na terenie RP. Nie ulega też wątpliwości, że podobnie, tylko z innym wektorem czynią polskie media. Sytuacje te o ile same w sobie nie są dezinformacją (bez względu na ocenę np. zasadności konstruowania tytułów z naciskiem na narodowość sprawcy), to mogą stać się jej elementem.

W maju 2017 roku cały szereg ukraińskich mediów, w tym poważnych agencji informacyjnych rozpowszechnił informację o tym jak w Gdańsku uczennice pobiły swoją ukraińską koleżankę, a podstawą ich działania miała być właśnie jej narodowość. Bijąc dziewczynę miały używać wulgaryzmów połączonych z określeniem „banderowska”. Do wielu materiałów był dołączony film ze zdarzenia z oryginalnym dźwiękiem w języku polskim. W rzeczywistości wydarzenie miało miejsce, ale nie miało ono żadnego podłoża narodowościowego, wśród sprawczyń nie było Ukrainek, Ukrainką nie była też ofiara. Cytowane w tekstach sformułowania nie padały na nagraniu. Mimo tego materiał bardzo szybko rozchodził się w ukraińskiej i rosyjskiej przestrzeni informacyjnej wzbudzając olbrzymie wzburzenie czytelników. Niestety żadne z ukraińskich mediów zamieszczając ten materiał nie dokonało podstawowego sprawdzenia jego wiarygodności np. dzwoniąc do ukraińskiego konsula w Gdańsku, czy chociażby sprawdzając polski Internet i materiały źródłowe. Taka prosta weryfikacja doprowadziłaby do wniosku, że wydarzenie rozegrało się kilka dni wcześniej i nie uczestniczył w nim nikt z obywateli Ukrainy, czy ukraińskiej narodowości. Jedna z ukraińskich agencji informacyjnych pomimo otrzymania opisu całej sytuacji jeszcze przez wiele godzin nie ściągała materiału ze swojej głównej strony, inne z czasem usunęły materiał, a niektóre w to miejsce opublikowały informacje o rozpowszechnianym fejku. Ta prosta sytuacja wskazuje jak wrażliwa może być przestrzeń informacyjna, szczególnie w dobie mediów społecznościowych, szybkości przekazywania informacji, bez jej rzetelnej weryfikacji. W omawianym przypadku z dużym prawdopodobieństwem można mówić, że nie była to jedynie kwestia braku rzetelności dziennikarskiej. W sposób celowy fabrykowano informację, sprytnie wykorzystując autentyczne wydarzenia i podsunęto ją do jednej z największych agencji informacyjnych Ukrainy. Później faktycznie wystarczył brak czujności i rzetelności dziennikarskiej i fejk zaczął żyć własnym życiem. Do dzisiaj zresztą można bez problemu odnaleźć te informacje w niesprostowanej formie z emocjonalnymi komentarzami czytelników.

Pożywką dla dezinformacji, także w ukraińskim obszarze medialnym jest kwestia niewystarczającej wiedzy i małej liczby ekspertów do spraw polskich. Skutkuje to prostym kopiowaniem treści z polskich mediów do ukraińskich. W połączeniu z przez lata ukształtowanym przekonaniem, że w Polsce funkcjonują jako wiarygodne tylko media

liberalne doprowadziło to do sytuacji, gdy polskie życie polityczne w mediach ukraińskich przedstawiane jest obecnie praktycznie tylko przez obraz mediów opozycyjnych. Do kuriozalnej sytuacji doszło podczas wyborów prezydenckich w 2015 roku po wygranej Andrzeja Dudy, gdy olbrzymia część ukraińskich dziennikarzy po prostu nie wiedziała kim jest nowy prezydent, a wcześniej relacjonując wybory nie dopuszczała myśli, że może je przegrać Bronisław Komorowski. Niestety silne określenie ideowe osób, które przekazują informacje z Polski i ich związenie z liberalną częścią polskiej części przestrzeni politycznej przenosi polskie spory polityczne na obraz Polski na Ukrainie tworząc wrażenie kraju oddalającego się od zasad demokratycznych, nie słuchającego swojego społeczeństwa (przerysowując spory ideowe np. tzw. strajk kobiet i lekceważąc faktyczne nastroje polskiego społeczeństwa). Niechęć do polskich władz ze względu na ich otwarcie konserwatywny charakter może powodować niedoinformowywanie o polskich działaniach na rzecz Ukrainy. Zaskakującym na przykład jest fakt słabego relacjonowania wizyty ministra spraw zagranicznych prof. Zbigniewa Raua w kwietniu tego roku na Ukrainie. Ta nadzwyczajna wizyta została przeprowadzona w sytuacji zwiększonej agresji rosyjskiej wobec Ukrainy i w zamierzeniu miała być wyrazem wsparcia dla Ukrainy w tak skomplikowanej sytuacji. Większość ukraińskich mediów potraktowała wizytę bardzo zdawkowo, a jedno z wydań specjalizujących się w kwestiach europejskich tego dnia opublikowało materiał dotyczący jakiegoś rzekomego kryzysu w koalicji rządowej w Polsce, a sam fakt wizyty właściwie ignorując. Zaskakująco słabo relacjonowane były też wizyty wiceprzewodniczących parlamentów Polski i Litwy w ramach Trójkąta Lubelskiego. Pierwsza wizyta z inicjatywy wicemarszałek Sejmu RP Małgorzaty Gosiewskiej przebiegała w strefie frontowej właśnie w momencie wzrostu napięcia pomiędzy Rosją a Ukrainą. Niestety należy zauważyć, że to „niedowartościowanie” polskiej aktywności na Ukrainie może być też związane ze słabą, mało aktywną polityką informacyjną realizowaną przez polską placówkę na Ukrainie, nie odpowiadającą skali, wielkości działań podejmowanych przez Polskę. Co ciekawe, w tym zakresie o wiele lepiej wypada Litwa, której życzliwość do Ukrainy jest niepodważalna, jednak z oczywistych względów udzielana pomoc i działania mają obiektywnie mniejsze znaczenie, a mimo wszystko są o wiele lepiej przedstawiane w ukraińskich mediach, niż analogiczne działania polskie. Nie należy oczywiście w tym dopatrywać się celowej polityki dezinformacji, ale jednak w szczególnej sytuacji, w której znalazły się nasze kraje jest to element niezrozumiały.

Na koniec należy jeszcze raz podkreślić, że dezinformacja w ukraińskim obszarze informacyjnym ma przede wszystkim rosyjskie źródła pochodzenia. Jednak pożywką dla niej mogą być zadawnione stereotypy, czy też brak odpowiedniej wiedzy. Pomimo istnienia tych negatywnych elementów należy pamiętać, że od lat Polacy są wymieniani w trójce najlepiej ocenianych narodów przez Ukraińców (razem z Litwinami i Białorusinami), Ukraińcom najbardziej podoba się polska polityka zagraniczna i pozytywnie oceniają naszą gospodarkę. Aż 82% Ukraińców ma pozytywny lub bardzo pozytywny stosunek do Polaków. Słabiej natomiast wygląda sytuacja w drugą stronę – tylko 48 % Polaków ocenia pozytywnie naszych wschodnich sąsiadów. Przy czym należy zaznaczyć, że i tak jest to olbrzymia poprawa w porównaniu z latami 90. I jak się zestawili to z innymi badaniami, widać, że na pozytywne oceny mają wpływ właśnie bezpośrednie relacje wynikające z kontaktów zawodowych. Prowadzi to do wniosku, że chociaż mamy do czynienia z działaniami o charakterze dezinformacji, za którymi bez wątpienia stoi Rosja i siły z nią związane, to nie przynoszą one w pełni zakładanych efektów. Może warto przy tej okazji wspomnieć, że Ukraina aktywnie chroni swoją przestrzeń informacyjną, a szczególne znaczenie mają w tym takie społeczne inicjatywy jak Stop Fake, czy InformNapalm.

Propaganda cyfrowa nowym trendem wojen informacyjnych

Artem Bidenko

Fake newsy — wkrótce staną się nieistotne, nieskuteczne i nieciekawe. Podobnie jak fałszywi eksperci, fałszywe organizacje, fałszywe badania. To będą gry dla nastolatków i początkujących technologów politycznych. Wkrótce propaganda cyfrowa (computational propaganda) będzie miała realny wpływ na agendy państw, społeczności i jednostek, łącząc możliwości obliczeniowe komputerów, szybkość przetwarzania informacji, big data — i konieczność manipulowania znaczeniami.

Żyjemy w mrocznych czasach epoki informacyjnej. Ekstaza dostępności, wiedzy i globalności została zastąpiona przez zamieszanie, wynijające z ogromnej ilości śmieci informacyjnych. Internet i „technologie chmurowe” z niekwestionowanymi możliwościami rozwoju stały się bagnem z pseudo-wiadomościami na temat leczenia raka czosnkiem, sodą i aloesem. Banalne cytaty o rozwoju; reklamowanie zbędnych produktów; teorie spiskowe; Photoshop i dip-fake. Wydawało się, że znowu mieszkamy w średniowiecznej wiosce, dokąd doczołgał się zakrwawiony żołnierz, powiedział: „Uciekajcie, bo wszyscy zginiemy” i umarł. I żadna edukacja medialna, żadne szkolenia w zakresie umiejętności korzystania z mediów nie pomogą sprawdzić jego słów. Dziś zmiernają się z tym wszyscy naukowcy – myślenie krytyczne nie może zostać stworzone przy pomocy online lekcji czy quizów.

Podobnie jak w średniowieczu, nowe technologie wykorzystują różne grupy interesów (państwa, społeczności lokalne lub poszczególnych osób), które są zainteresowane szerzeniem chaosu za wszelką cenę. W szczególności dla Ukrainy istnieje konkretny wróg, Rosja, która wydaje ogromne środki na przekształcenie naszego pola informacyjnego w kosz na śmieci. Aby to zrobić, używa różnych metod – od operacyjnych do tworzenia memów, w których ukryte potrzebne dla nich informacje (co wywiera wpływ przede wszystkim na młodych ludzi).

W tej chwili znajdujemy się w pewnym złamie technologicznym. Aby zastąpić kreatywność, indywidualne rozwiązania, geniusze propagandy tworzą bezduszne algorytmy maszynowe, które pracują na ogromną liczbą użytkowników w tym samym czasie, dzieląc je na klastry, wykorzystując informacje prywatne i przekształcając je w odbiorców docelowych.

Fake news w klasycznym znaczeniu to „ukrzyżowany chłopiec”: wiadomość, fikcyjna i rozpowszechniana w mediach poprzez absurd i arogancję. I dużo pieniędzy. Oczywiście, są ludzie, którzy uwierzą w tę wiadomość, ale przekazy tego typu mają efekt krótkoterminowy, a liczba osób, która w to wierzy stale maleje. Pokolenia Internetu bardzo szybko nauczyło się rozróżniać i wyśmiewać absurdalne wiadomości tego typu, tworząc alternatywne memy i negując wszelkie wysiłki twórców takich wiadomości.

Dlatego propagandyści cyfrowi działają zupełnie inaczej. Zbierają informacje o swoich grupach docelowych, maksymalnie rozdzielając je na różne kategorie. Historia Cambridge Analytica to nie tylko hasła wyborcze; chodzi również o to, kto polubi obraz z Kurtem Cobainem, a kto — z Allą Pugaczową. Następnie niezbędne słowa i znaczenia są umieszczane w tak zwaną „czarną skrzynkę”, a algorytmy konwertują je na różne formaty wiadomości dla różnych grup. Tak więc, dla młodych ludzi, mogą zostać wygenerowane

tysiące memów z ich ulubionymi wyrazami, które pomogą przekazać pewien stosunek do sytuacji. Dla osób starszych — artykuły o zdrowiu z dyskretnymi opisami pożądaných stanów (rozzczarowanie, depresja, agresja).

Oczywiście, w to jest trudno uwierzyć, ale już teraz można pobrać w Telegramie chat-bota, który zamieni każde twoje zdjęcie w mem. Czasami jest to całkiem zabawne. A wkrótce pojawi się bot, który będzie pisać literackie teksty. Istnieją też inne narzędzia – Boto-metr, sprawdzanie wpisów na Twitterze itd. Wszystko jest zautomatyzowane, a wszystko działa miliony razy szybciej niż zwykli ludzie. Uważajcie, pracują boty!

Oczywiście istnieje pewna dyskusja terminologiczna. Używamy słowa „bot” na różne sposoby. W ukraińskich mediach botoferma to technologia, po której prawdziwa osoba rejestruje 15-20 różnych fikcyjnych profili przy pomocy numerów telefonów i fałszywych paszportów. Człowiek loguje się na te profile i pisze statusy, komentarze w celu przekazania pewnej opinii. Działalność ta jest spisywana do określonej tabeli i przekazywana jako raport do klienta: w ciągu miesiąca taka osoba może zamieścić kilka tysięcy komentarzy z niezbędnymi informacjami.

Dla zachodnich naukowców i mediów, botoferma jest „matrycą”. Algorytm maszynowy, który zamienia pracę prawdziwej osoby w drugorzędną. Komputer jest w stanie zarejestrować dziesiątki tysięcy profili, generując nazwy, dane paszportowe, korzystając z wygenerowanych numerów telefonów. Profile te działają w określonych grupach, generując miliony wiadomości, polubień i hashtagów. Oczywiście, te wpisy nie będą tak jakościowe jak teksty, napisane przez prawdziwego człowieka. Ale liczba takich wpisów w tym przypadku jest tylko plusem, iż algorytmy sieci społecznościowych mają również pewne mechanizmy wyświetlania komentarzy, polubień itp. Obecnie zautomatyzowane systemy są najskuteczniejsze właśnie w kształtowaniu trendów (czyli agendy), wywieraniu presji na przeciwników, spamowaniu komunikatów czy tworzeniu negatywnych treści.

Jeszcze dziesięć lat temu boty były narzędziem pomocniczym: masowo rozpowszechniały treści opracowane przez „trolle” i zwykłych użytkowników. Jednak w różnych krajach rządy lub siły polityczne zaczęły wydawać coraz więcej środków na dominację w przestrzeni cyfrowej, a do tego nie wystarczy mieć zwolenników, potrzeba mocy nowoczesnych komputerów i milionów wiadomości.

Tak, na przykład, wraz z powrotem Putina do prezydentury w 2012 roku, rosyjska propaganda państwowa stała się ostrzejsza i bardziej agresywna, a boty okazały się o wiele skuteczniejszym środkiem. W końcu, gdy celem jest zablokowanie alternatywnych myśli, a nie angażowanie ich w dyskusję, ataki ilościowe botów mają zdecydowaną przewagę. Rosyjscy propagandyści zaczęli wykorzystywać cyfrowe techniki propagandowe, aby wpływać na równowagę opinii w sieciach społecznościowych na całym świecie, na przykład promując treści lub tworząc listy trendów. Oczywiście największy wpływ jest wywierany na Europę Wschodnią.

Ale odegrali swoją rolę, na przykład i podczas wyborów w USA w 2016 roku, podczas tak zwanej afery Pizzagate – teorii spiskowej o Demokratach rzekomo porywających dzieci i zabijających je w pizzeriach. Ogromna liczba fałszywych profili udostępniała fałszywe memy na ten temat, tworząc negatywne treści przeciwko Hillary Clinton. Co więcej, geograficznie, profile te znajdowały się na całym świecie, na Cyprze, w Czechach, Wietnamie, a większość z nich była zautomatyzowana. Jednym z wykorzystywanych narzędzi było wykorzystywanie pozytywnych hashtagów w negatywnych wiadomościach o przeciwniku. Tak więc, nawet zwolennicy Clinton mogli widzieć negatywne wiadomości przeglądając sieci społecznościowe.

Oczywiście boty nadal nie mogą komunikować się z prawdziwymi ludźmi na wystarczającym poziomie. Musimy jednak zdać sobie sprawę, że jest to tylko kwestia czasu, kwestii rozwoju AI i stworzenia wystarczającej liczby scenariuszy dla komunikacji.

Metody propagandy obliczeniowej codziennie progresują i coraz częściej powtarzają ludzkie zachowania. Obecnie globalna tendencja do ich wykrycia polega na analizie danych pochodnych. Oznacza to, że określamy krytyczne znaczenie dla systemu, a nie pojedynczych graczy, którzy tworzą treści manipulacyjne. Bierzymy pod uwagę sytuację, w której duża liczba profili zaczyna działać w skoordynowany sposób, rozpowszechniając podobne informacje. Tak więc powinna to być analiza dużych zbiorów danych – regionalnych, grupowych, finansowych itp. I nie może to być klasyczna analiza treści dostarczona przez 30 analityków z instytutu badawczego. Powinno to być przede wszystkim narzędzie programowe, które może uogólniać duże zbiory danych i wydobywać odpowiednie trendy.

Analizowanie zachowania grup, a nie treści poszczególnych osób, jest dziś kluczowym narzędziem dla przeciwdziałania dezinformacji. Podstawą tego podejścia jest to, że zachowanie żywych ludzi jest niejednorodne i mniej zorganizowane niż zachowanie botów. Takie podejście można dziś uznać za priorytetowe wśród naukowców i badaczy w wielu państwach. Jednak potrzebne są programy, które będą mogły łączyć możliwości sztucznej inteligencji, rozwoju sieci, pracy z big data. W rzeczywistości boty powinny być tworzone w celu zwalczania innych botów, oraz takie narzędzia jak wspomniany wyżej Botometer – system wykrycia botów w Twitterze, który przetwarza ponad 1200 znaków i może ustalić, czy profil jest prowadzony przez realną osobę.

Podobnie uczestnicy europejskiego projektu SOMA pracowali nad systemem Truly Media, który będzie w stanie zweryfikować informacje za pomocą setek kryteriów, z których wiele jest niezależnych od treści. Na Tajwanie w 2016 r. Został uruchomiony bot 的假的 (w języku polskim nazwa jest tłumaczona jako „Narpawdę?”), który ma na celu identyfikację fałszywych wiadomości. Użytkownik wysłał mu link, a bot zwraca go z komentarzami na temat zawartości. Bot jest nadal w fazie rozwoju, ale jest już bardzo popularny w lokalnych mediach.

Naukowcy Oxfordzkiego Instytutu Internetu wymienili kilka ważniejszych wyzwań, z którymi będziemy musieli się zmierzyć w najbliższej dekadzie:

1. Tekst już od dawna nie jest jedynym sposobem narzucenia propagandy. Czasami obrazy niosą silniejsze przekazy niż teksty. W związku z tym kluczowe znaczenie ma analizowanie różnych form danych i tylko złożone kompleksy programowe mogą skutecznie to zrobić.
2. Logika, wyjaśnienie jest pożądaną oznaką systemu wykrywania propagandy, ponieważ ważne jest, aby dalsze działania władz (na przykład blokowanie niektórych stron) opierały się na konkretnych liczbach i mieli wyraźne podstawy.
3. Dziś, nawet specjalnie wyszkolona osoba nie zawsze potrafi odróżnić sztucznie stworzony tekst od prawdziwego. Dlatego, aby wykryć dezinformację, potrzebne są ilościowe metody gromadzenia big data, które działają nie tylko na podstawie konkretnych kryteriów. Często, informacja „kto, kiedy i w jakich profilach coś napisał” jest o wiele ważniejsza niż „to, co było napisane”.
4. Automatyzacja rozwiąże problem ochrony danych i cenzury, ponieważ wyeliminuje wpływ ludzi czy polityków na sprawozdania końcowe. W tym celu konieczne jest oczywiście, aby samo oprogramowanie powstało z udziałem konsorcjum niezależnych orga-

nizacji (w tym międzynarodowych), z utworzeniem Rady Nadzorczej oraz na podstawie klarownych standardów ochrony informacji prywatnych.

Łączenie wysiłków różnych organizacji, grup badawczych, ośrodków decyzyjnych pozwoli porzucić spory w przeszłości i stworzyć narzędzia, które ułatwią przeciwdziałanie dezinformacji i ochronią suwerenność państw.

„Dezinformacja oparta na ignorancji” Jak ukraińskie media wpływają na wizerunek Polski na Ukrainie i czy robią to świadomie

Mykola Siruk

W ostatnich latach dezinformacja i fake newsy stały się głównymi metodami rosyjskiej wojny informacyjnej przeciwko Zachodowi – NATO, Unii Europejskiej, poszczególnym państwom członkowskim bloku wojskowo-politycznego i wspólnocie gospodarczej, a w szczególności przeciwko Ukrainie. W odpowiedzi na to wyzwanie, na Ukrainie, zapewne z dużym opóźnieniem dopiero w marcu tego roku, z inicjatywy Prezydenta Ukrainy utworzono Centrum Przeciwdziałania Dezinformacji przy Radzie Bezpieczeństwa Narodowego i Obrony.

Co ciekawe, dosłownie zaraz po podjęciu tej decyzji, pojawiła się wiadomość o porozumieniu między Ukrainą a Polską w sprawie nawiązania współpracy wyspecjalizowanych ekspertów w tej dziedzinie. Porozumienie to zostało ogłoszone przez Ihora Żowkwę – zastępcę Szefa Biura Prezydenta Ukrainy po XXIX posiedzeniu Komitetu Konsultacyjnego Prezydentów Ukrainy i Rzeczypospolitej Polskiej. Wyjaśnił on że w przypadku Kijowa i Warszawy „jednym z potężnych elementów wojny hybrydowej są fake newsy i dezinformacja”.

Niewykluczone, że w ramach wspomnianego spotkania, oprócz wspólnego problemu walki z rosyjską dezinformacją i fałszerstwami, strona polska poruszyła kwestię zniekształceń z powodu dezinformacji w ukraińskich mediach na temat wizerunku Polski na Ukrainie. Okazuje się, że temat ten jest dość istotny dla rządzącej w Polsce formacji, która ma problemy z krytyką we własnym kraju ze strony miejscowych mediów sympatyzujących z opozycją. Podjęto próbę wygaszenia koncesji niezależnego kanału telewizyjnego „TVN”, którego właścicielem jest amerykańska firma Discovery. Przygotowano nawet specjalną ustawę – tzw. „lex tvn”, która chociaż nie została jeszcze ostatecznie przyjęta, wywołała w Polsce wielki oddźwięk.

Polscy eksperci, którzy nieustannie interesują się relacjami z Ukrainą i stale czytają ukraińskie media, twierdzą, że istnieje celowa dezinformacja na temat wizerunku Polski. Tłumaczą to faktem, że w przypadku ukraińskich mediów często dochodzi do tego w wyniku godnej pożałowania niekompetencji podczas zbierania materiałów i ich opracowania. W rezultacie – społeczeństwo otrzymuje fałszywe informacje. Jednocześnie mój rozmówca zastrzegł, że jego zdaniem jest mało prawdopodobne, aby było to ze strony dziennikarzy działanie celowe.

Oczywiste jest, że najtrudniejszymi kwestiami między Ukrainą a Polską po dojściu PiS do władzy były kwestie historyczne, w szczególności wydarzenia na Wołyniu w czasie II wojny światowej. I tu polscy eksperci widzą dezinformację dotyczącą wizerunku Polski na Ukrainie – w tym, że ukraińskie media nie próbowały nawet przedstawić swoim odbiorcom innego punktu widzenia tego problemu niż stanowisko ukraińskiego Instytutu Pamięci Narodowej.

Trzecim przykładem dezinformacji na temat wizerunku Polski na Ukrainie przywołanym przez naszych polskich kolegów był sposób, w jaki ukraińskie media relacjonowały protesty Polek przeciwko zakazowi aborcji. W rzeczywistości niektóre kobiety protesto-

wały, ale duża część akceptowała ten zakaz. Badania opinii publicznej pokazały, że duża część Polaków nie chce liberalizacji prawa aborcyjnego. Jednocześnie rozmówca przyznał, że ukraińskie tytuły: „Dzierkało Tyżnia” i „Ukraińska Prawda” piszą o Polsce tak samo jak media niemieckie czy liberalne media anglojęzyczne.

Inny rozmówca, polski dyplomata, zauważył jednak, że wspomniane artykuły w prasie ukraińskiej o „strajku kobiet” nie były zbalansowane, a tym samym – nie były bezstronne. Według niego ten rodzaj dezinformacji jest bardziej wyrafinowanym sposobem przekształcania wizerunku Polski i taka dezinformacja jest skuteczniejsza niż czysta czarna propaganda.

Paweł Bobołowicz, polski dziennikarz Radia Wnet, który od siedmiu lat pracuje na Ukrainie, również zauważył w ukraińskich mediach elementy dezinformacji, które wpływają na wizerunek Polski na Ukrainie. Tłumaczy to przede wszystkim tym, że bardzo często ukraińskie media i ukraińscy dziennikarze korzystają z rosyjskojęzycznych źródeł informacji lub tych, które są w jakiś sposób związane z Rosją.

Po drugie, niektóre ukraińskie media mogą być pod wpływem Moskwy i po prostu korzystać z tej i pomysłów pochodzących z Moskwy.

Po trzecie, niektóre media i portale na zachodniej Ukrainie nierzadko publikują materiały, które pokazują Polskę jako potencjalne zagrożenie i państwo, które jest zainteresowane słabością Ukrainy.

Polska w tym ujęciu przedstawiana jest jako państwo, które może chcieć zabrać niektóre terytoria Ukrainy, które ktoś w Polsce może uznawać za należące do Polski ze względu na ich przeszłość.

„Ta abstrakcyjna teza nie ma potwierdzenia w Polsce” – powiedział Bobołowicz. Jednocześnie dodał, że Polska jest głównym państwem, które wspiera integrację euroatlantycką Ukrainy i jej przystąpienie do NATO.

Po czwarte, kontynuuje dziennikarz Radia Wnet, dotychczasowy poziom zainteresowania zarówno państw, jak i narzędzi rozpowszechniania informacji nie odpowiada potrzebom. Bardzo niewielu jest polskich korespondentów na Ukrainie, mało jest również ukraińskich korespondentów w Polsce.

Na Ukrainie jest bardzo niewielu ekspertów specjalizujących się w sprawach polskich. A rezultatem słabego zainteresowania sytuacją u sąsiada jest niezrozumienie dużej liczby zjawisk i procesów. Tylko niewielka liczba ukraińskich ekspertów na Ukrainie może powiedzieć, że zna i rozumie polską scenę polityczną, a to powoduje ogromny problem.

I okazuje się, że niewielka liczba ukraińskich dziennikarzy tworzy wizerunek Polski na Ukrainie.

Piąta kwestia, zauważa Bobołowicz, przez wiele lat na Ukrainie głównym źródłem informacji o Polsce była Gazeta Wyborcza, niegdyś bardzo poważny tytuł. Obecnie jej rola jest znacznie mniej istotna.

A do tego Gazeta Wyborcza, podobnie jak wiele innych polskich gazet, reprezentuje kierunek lewicowo-liberalny i kojarzy się ze środowiskiem opozycyjnym w Polsce.

Kiedy prawica doszła do władzy w Polsce, wyżej wspomniane środowisko bardzo ją krytykowało. I ten krytyczny obraz został natychmiast przełożony na Ukrainę, gdzie wydawało się, że władza w Polsce, tj. „Prawo i Sprawiedliwość” w każdym wypadku oznacza coś złego. A jednocześnie nie pojawiła się na Ukrainie żadna osobna analiza, stąd ukraińskie media natychmiast napisały, że rządząca w Polsce prawica jest zła.

Jako kolejny przykład dezinformacji, która wpłynęła na wizerunek Polski na Ukrainie, dziennikarz Radia Wnet wymienił sytuację, która miała miejsce po zwycięstwie Andrzeja Dudy w czasie jego pierwszej kadencji. „Wśród moich ukraińskich dziennikarzy spowodowało to niezrozumienie. Po prostu nie mogli uwierzyć, jak taki człowiek może wygrać wybory. Jednak dla osoby, która rozumiałaby polskie życie polityczne oraz sekwencję wszystkich wydarzeń w Polsce na przestrzeni lat byłoby jasne, że jest on kandydatem, który może wygrać wybory” – powiedział Bobołowicz.

Nie oznacza to, powiedział, że był to proces celowej dezinformacji, była to dezinformacja oparta na ignorancji. Gdy brakuje odpowiedniego poziomu wiedzy, pojawiają się oceny i opinie, które nie odpowiadają rzeczywistości. Dlatego konieczne jest zrozumienie, że niewiedza na temat sytuacji u sąsiada jest poważnym problemem – podsumował dziennikarz Radia Wnet.

Pozostaje mieć nadzieję, że ukraińscy dziennikarze piszący o Polsce wezmą pod uwagę następującą obserwację swojego polskiego kolegi: „kiedy w mediach ukraińskich omawiane są jakieś wewnętrzne procesy polityczne w Polsce, często ponownie pojawia się krytyczny stosunek do tych procesów, bez żadnej próby ich analizy i próby zrozumienia jak to jest postrzegane w samej Polsce”.

Polska – jeden z największych wrogów Rosji. Analiza przekazów propagandowych

Michał Marek

Okres pomiędzy kwietniem i lipcem 2021 roku przyniósł aktywizację rosyjskich ośrodków propagandowych na kierunku polskim w kontekście kreowania RP na źródło napięć oraz bezpośrednie zagrożenie dla bezpieczeństwa Rosji oraz Białorusi. W ramach emitowanych przekazów skoncentrowano się na budowie skrajnie negatywnego obrazu Polski w oparciu o eksponowanie wątku przygotowań Polski oraz NATO do prowokacji napięć w regionie oraz do przygotowania bezpośredniej agresji na obwód kaliningradzki oraz Rep. Białoruś.

W rosyjskiej wizji rzeczywistości, Polska nie tylko staje się miejscem przeprowadzania przez NATO swoich manewrów wojskowych (które kreowane są na prowokację wojskowe), lecz jest bazą wykorzystywaną przez Sojusz do gromadzenia jednostek wojskowych mających w przyszłości odegrać kluczową rolę w „ofensywie NATO”. Rosyjskie ośrodki propagandowe kreują zatem, z jednej strony obraz Polski jako marionetki NATO, która wykorzystywana jest przez Zachód jako platforma umożliwiająca realizację swoich „agresywnych” zamierzeń. Z drugiej strony, Polska kreowana jest na siłę, która z własnej woli oraz za własne środki stymuluje napięcia i przygotowuje się do prowokacji. Przekazy na ten temat dotyczyły w wspomnianym okresie m.in. zakupów przez Polskę tureckich aparatów bezzałogowych Bayraktar, rzekomego przygotowywania lotnisk do nagromadzenia potencjału uderzeniowego NATO u granic Białorusi czy przygotowywania specjalnych grup dywersyjno-zwiadowczych. Równolegle strona rosyjska eksponowała wątek rozlokowywania w Polsce amerykańskiego systemu obrony przeciwrakietowej „Aegis Ashore”, co również przedstawiono jako zagrożenie dla bezpieczeństwa Rosji i Białorusi. Strona rosyjska prowadzi zatem działania dezinformacyjne w oparciu o sprzężenie tych dwóch przekazów: z jednej strony Polska sama przygotowuje się do agresji i nakłania kraje Zachodu do kroków „rusofobicznych”, z drugiej natomiast jest marionetką USA wykorzystywaną do realizacji agresywnych zamierzeń Kremla.

Powyższe przekazy wpisują się w dwa konteksty. Pierwszym z nich wydaje się być tworzenie bazy informacyjnej potrzebnej do realizacji celów rosyjskiej polityki zagranicznej oraz wewnętrznej. Oznacza to, że kreowanie obrazu istnienia „bliskiego wroga” służy stymulowaniu konsolidacji rosyjskiego społeczeństwa wokół silnego lidera, armii i służb. Drugim z kontekstów dotyczy manewrów Zapad 2021. Zgodnie z tym założeniem, strona rosyjska poprzez działalność swoich ośrodków propagandowych stymuluje na Białorusi strach przed agresją ze strony Polski i NATO. Jest to forma budowy w społeczeństwie zapotrzebowania na „ochronę”. „Opiekę” przed wymyślanym atakiem zapewnić może oczywiście jedynie Rosja. Poprzez tego rodzaju zabieg strona rosyjska nie tylko buduje pozytywny obraz Rosji na Białorusi, ale również inicjuje w białoruskim społeczeństwie potrzebę obecności w kraju wojsk SZ FR. W tym kontekście strona rosyjska wspiera równolegle białoruskie ośrodki propagandowe oraz białoruskie środowiska polityczne w kampanii kreowania Polski na wroga, który rzekomo prowadzi przeciwko temu państwu operacje o charakterze destabilizacji sytuacji wewnętrznej. Ten wątek służy przede wszystkim kreowaniu Polski na siłę odpowiedzialną za „antypaństwowe” działania opozycji białoruskiej.

Kreowanie Polski na zasadniczego wroga Federacji Rosyjskiej łączone jest z przekazami budującymi negatywny obraz Ukrainy. Zgodnie z rosyjskimi przekazami, zagrożeniem dla Białorusi oprócz Polaków są „ukraińscy nacjonaliści” oraz Ukraińskie Siły Zbrojne. Coraz mocniej kładziony jest akcent na przetrzymanie się Ukrainy w bazę NATO oraz na rzekome przygotowania Ukrainy do destabilizacji sytuacji na Białorusi (m.in. przygotowywanie grup dywersyjnych, które mają przedostawać się na Białoruś). Wątek polski wykorzystywany jest m.in. do kreowania obrazu wsparcia militarnego jakie Polska ma udzielać Ukrainie w przygotowaniach do „ofensywy na Donbas”. Działanie to przejawia się m.in. poprzez emitowanie fake-newsów o pojawieniu się polskich oddziałów na Donbasie, które mają świadczyć o agresywnych zamiarach Kijowa i NATO. Warto dostrzegać również to, że stro- na rosyjska kreuje Ukrainę na zagrożenie dla swoich wpływów na obszarze Morza Czarnego. W tym kontekście realizowano kampanię propagandową odnoszącą się do manewrów Sea Breeze 2021, w ramach których przedstawiono Ukrainę jako „bazę” umożliwiającą NATO prowadzenie antyrosyjskich prowokacji. Wątek ten uzupełniany jest o przekazy stymulowania przez Ukrainę NATO do działań zaczepnych (zachęcanie do prowadzenia manewrów w tym regionie). Podobnie przedstawiana jest Polska w kontekście stymulowania obecności sił NATO na Ukrainie oraz w Polsce i krajach bałtyckich.

W rosyjskiej wizji rzeczywistości Polska stanowi siłę generującą problemy zarówno dla Rosji jak i całego NATO i UE. Oprócz sektora bezpieczeństwa, Polska ma prowokować napięcia na linii Francja-Niemcy-Rosja oraz Niemcy-Rosja (kwestia Nord Stream 2). Zgodnie z bieżącymi przekazami, Warszawa w efekcie swojej „rusofobicznej” polityki ma stymulować kraje UE do wyrzucania Polski poza margines swojej polityki zagranicznej. Budowany jest obraz marginalizacji Polski w ramach UE oraz wzrastającej otwartości UE na ponowienie „dialogu” z Moskwą. Celami strony rosyjskiej jest nie tylko konsolidowanie swojego oraz Białoruskiego społeczeństwa wokół istnienia „zagrożenia” ze strony Polski i NATO, ale również usprawiedliwianie swoich niepowodzeń z zakresu polityki międzynarodowej (m.in. kwestia sankcji) twardą „rusofobiczną” postawą państw takich jak Polska.

Impotencja przywództwa – nowa narracja Moskwy w ramach kampanii informacyjnej w Europie Środkowo-Wschodniej: Polska i Ukraina na ostrzu

Yaroslav Matiychuk

Dramatyczne wydarzenia w Afganistanie dały Rosji nowe narzędzie do promowania własnych narracji. Moskwa wykorzystała wycofanie wojsk amerykańskich, ekstrapolując ten fakt w szerszym kontekście polityki propagandowej na płaszczyźnie Europy, żeby mówić o kolejnej klęsce Zachodu. O pokonaniu tzw. „partii rusofobów”, a także o pokonaniu tych państw i sił politycznych zorientowanych na Zachód. Rosyjscy prelegenci w różnych środkach masowego przekazu podkreślają ze złośliwością: wielobiegunowy świat się ustalił, Rosja definiuje geopolityczny porządek w Eurazji, słabsi nie mogą dyktować warunków i wywierać wpływu na politykę państw silniejszych. Właściwie mówiąc, Rosja powraca do długoletniej narracji, której korzenie sięgają jeszcze XIX wieku – duże państwa mają prawo do wykorzystania swojej potęgi i użycia siły.

Autokratyczny świat ponownie stara się zawładnąć światem demokratycznym. Jeśli nie chodzi o takie zwycięstwo, to przede wszystkim o stworzenie poczucia takiego zwycięstwa. Jest to główny nurt rosyjskiej propagandy, którego pierwszym kielkiem była teza, że „Putin przechrzył wszystkich”. Nadmuchując żagle swojego zwycięstwa (nawet jeśli jego cena jest zbyt wysoka, lub istnieje ono tylko w umysłach i „materiałach metodycznych” rosyjskich propagandystów) grają „niskimi kartami”, potęgując uczucie własnej słabości i rozpacz tych, którzy niby przegrali.

Afganistan jest jednym z najbardziej uderzających przykładów z ostatnich lat (w dodatku do tego, jak UE i USA „połknęły” rosyjskie przygody w Gruzji i Syrii). Dla regionu Europy Środkowo-Wschodniej na tle koncentracji militarnej Rosji na wschodnim obwodzie granicy UE nie mniej dotkliwa jest sprawa Nord Stream 2. Umowy amerykańsko-niemieckie o zakończeniu prac nad tym projektem przedstawiane są jako strata, zwłaszcza dla Polski i Ukrainy – największych antagonistów NS2. Jednocześnie Moskwa robi wszystko, co możliwe, aby zdemoralizować europejskie (głównie zachodnie) kręgi elit.

To świadczy także o dominacji rosyjskiej gry geopolitycznej, w której Ukraina i Polska są postrzegane jako rozpaczający buntownicy, których niepodległość jest rozumiana jako tymczasowy separatyzm, który wkrótce zostanie naprawiony przez rosyjskie wysiłki.

Z jednej strony Rosja korumpuje, szantażuje, zastrasza bronią, a z drugiej wyśmiewa i chce pokazać nieudolność tych, którzy próbują oprzeć się działaniom Moskwy. W rosyjskich narracjach Ukraina i Polska przedstawiane są jako niezdarni entuzjaści i idealści, których wysiłki idą na marne. „Czy Kijowowi warto wspierać nieudaną politykę Warszawy? Czy Warszawie warto wspierać inicjatywy Kijowa?” – pytają z ekranów rosyjscy propagandyści. „Czy nie czas, aby politycy w Warszawie zmęczeni się Ukrainą? Czy nie czas, aby Kijów odwrócił się od bezsilnego Zachodu i zwrócił się o wsparcie do „słowiańskich braci z Moskwy, albo chociaż z Chin?” – zaczynają się zastanawiać politycy na Ukrainie i w Polsce. Pomysł wciąż jest na marginesie, ale już dojrzewa.

Należy podkreślić, że siła rosyjskiej propagandy została przejawiona już wtedy, kiedy 20 lat temu dyskutowało się kwestię dywersyfikacji energetycznej w Europie. Oparta na analitycznych i korupcyjnych wysiłkach propaganda zniekształciła istotę dywersyfikacji jako takiej, kiedy zaczęto ją rozumieć w Europie nie tyle jako dywersyfikację źródeł, dróg dostaw (przesyłki) i dostawców – ale przede wszystkim, jeśli nie wyłącznie, tylko jak dywersyfikację dróg dostaw surowca. Już wtedy, Rosja zasiała ziarno narracji o niezaradności i nieprzewidywalności operatorów sieci gazociągów. Ukraiński System Gazociągów Transportowych (GTS Ukrainy) za każdym razem był oznaczany jako technicznie niewydajny. Również niejednokrotnie były atakowane na płaszczyźnie informacyjnej projekty „Sarmatia” i Odessa-Brody-Gdańsk. Polacy i Ukraińcy byli nazywani „rusofobami”, którzy kwestionują interesy bogatych krajów Europy Zachodniej. A Warszawie i Kijowowi uparczywie, z przykładami, udowodniano, że łatwiej jest kapitulować, zaniedbać własne ambicje i godność oraz bezboleśnie i nie bez osobistej korzyści „poruszać się po rosyjskich torach”.

Przy tym warto zauważyć, że ukończenie Nord Stream 2 było wynikiem działań propagandowych, a nie celowości uzasadnionej ekonomicznie dla Unii Europejskiej. Jednocześnie efektem ubocznym stało uwidocznienie braku solidarności w Unii Europejskiej i stworzenie podstaw do dalszego ośmieszenia Ukrainy i Polski. NS2 wykazał również wrażliwość polityki energetycznej UE i jej systemu prawnego. A aspekty bezpieczeństwa generalnie były wykluczone z kryteriów zatwierdzenia projektu. W efekcie tylko częściowo pojawiły się one w tekście wspólnego niemiecko-amerykańskiego oświadczenia w sprawie zakończenia budowy gazociągu. Pytanie, dlaczego Moskwa musiała zbudować Nord Stream 2, a Berlin na to się zgodzić, pozostało bez odpowiedzi. W końcu szukanie odpowiedzi na to pytanie nie należało do zadań rosyjskich propagandystów.

Oni mają inne zadania. Na tle nowego, rozdętego zwycięstwa w sprawie Nord Stream 2 ugruntować wizerunek Polski jako przegranej w wojnie informacyjnej, która nie znajduje porozumienia ani z Waszyngtonem, ani z Brukselą, a tym samym nie ma szans na pełną realizację własnych inicjatyw regionalnych, takich jak Trójmorze, zachowanie przywództwa w Czwórcie Wyszehradzkiej oraz na nową inicjatywę – na przykład Trójkąt Lubelski. Ten obraz koncentruje się zarówno na konsumentach rosyjskich, jak i zachodnich. Jakby mówiąc: mimo wszystkich ambicji – bez szans.

Podobny wzorzec jest stosowany wobec Ukrainy: biorąc pod uwagę, że Berlin i Waszyngton prowadzą wielką politykę z Rosją, czy ma sens, by Ukraina polegała na nieprzekonującej Polsce? Przecież zarówno Polacy, jak i Ukraińcy działają w koordynatach idealistycznej polityki, a ona jest zabawna i skazana na zagładę. Rosyjska propaganda wskazuje Kijowowi, że nie warto pokładać nadziei w takich jak Polska, jeśli Waszyngton nie jest już w stanie odnieść sukcesu, a jeśli Ukraina nie zgodzi się poddać i dołączyć do „rosyjskiego świata”, to i nią czeka los Afganistanu. Już teraz Moskwa udowadnia słabość Kijowa przez rozpowszechnianie w międzynarodowym obszarze informacyjnym i w swoich środkach masowego przekazu na Ukrainie oceny ukraińskiej inicjatywy Platformy Krymskiej (w ramach polityki anty-okupacyjnej) jako niedołącznej – pod względem samego formatu, jak i jego uczestników i poziomu przedstawicielstwa. Bezustannie wyśmiewane są: ukraińskie wysiłki na rzecz integracji z Unią Europejską i NATO, znaczenie statusu głównego sojusznika USA poza granicami NATO, przeprowadzenie wspólnych szkoleń w ramach NATO, itp. Niestety to wszystko ma demoralizujący wpływ na społeczeństwo ukraińskie – a wizerunek i stosunek do Polski nie są wyjątkiem. Brak szacunku dla innych w polityce międzynarodowej Moskwy od dawna jest normą, nic więc dziwnego, że nawet sprawność intelektualna Warszawy i Kijowa (zarówno jak innych) są przedmiotem rosyjskich ataków.

Główną tezą rosyjskiej propagandy w nowej odsłonie jest to, że wszyscy rusofobowie stają się przegrani, a przegrani nie tylko nie mogą realizować swoich idei i polityki, ale także nie mogą się wzajemnie wspierać, a co więcej, nie są godni wzajemnego wsparcia; dotyka ich impotencja przywództwa.

Wyzwanie stawiane przez Moskwę w utrwalaniu negatywnego wizerunku międzynarodowego wszystkich tych, którzy się z nią nie zgadzają wymaga poważnej postawy zarówno całego establishmentu europejskiego i zachodniego, jak i regionalnego i narodowego, w tym polskiego i ukraińskiego. Lansowane treści i narracje kremlowskich strategów opierają się na głębokiej znajomości wad i niedoskonałość środowiska politycznego, prawnego, historycznego i kulturowego, w którym pracują. Ofiary takiej agresji muszą brać pod uwagę zarówno tę okoliczność, jak i fakt, że wady muszą zostać zdecydowanie wyeliminowane, muszą stać się mniej podatne na zagrożenia i bardziej odporne; robić to we wszystkich formatach, w których one są – odpowiedź musi być całkowita, podobna do samego charakteru agresji. W kontekście Ukrainy i Polski kwestia uwzględniania zasady proporcjonalności szans z inicjatywami również pozostaje aktualna.

W ramach rozwoju stosunków dwustronnych i współpracy na arenie międzynarodowej Warszawa i Kijów potrzebują wzmocnienia poziomu zaufania politycznego, rozwijania dialogu opartego na zaufaniu oraz wprowadzenia praktyki bieżących konsultacji. Warto zaprosić do takich konsultacji strony rumuńską i turecką oraz inicjować powstanie kwartetu Ukraina-Polska-Rumunia-Turcja, państwa, które są najpoważniej narażone na rosyjskie zagrożenia woluntarystyczne. Rozumie się, że również warto dołączyć do tego kwartetu sąsiadów państw: stale prowadzone konsultacje dyplomatyczne pozwolą na uniknięcie intryg, przejrzysty rozwój wspólnej polityki i jej transmisję na platformach międzynarodowych. W dłuższej perspektywie kwartet mógłby stać się nie tylko instrumentem wojny narracji, ale także czymś znacznie większym – sojuszem bezpieczeństwa, który w szczególności odgrywałby rolę wspierającą na wschodniej flance NATO i byłby nie tylko organicznym uzupełnieniem do Bukaresztańskiej Dziewiątki, ale też gwarantem „wolnej strefy bezpieczeństwa bez wykluczeń i ograniczeń” dla jej uczestników, co z kolei miałyby otrzeźwiający wpływ na zapalne rosyjskie plany ekspansji na Europę – obalenie demokracji i wolności, zniszczenie Unii Europejskiej, NATO, itp.

Reasumując wszystko, widzimy, że badanie europejskiego środowiska politycznego wskazuje, że mimo powszechnego uznawania, cenna godność i poczucie własnej wartości stają się deficytem. A bez godności wszystkie inne sensory również tracą znaczenie. Niewelacji podlegają bezpieczeństwo, demokracja, wolność i solidarność. Godności nie można kupić – trzeba jej bronić intelektualnie, ideologicznie, politycznie; mieć straty – ale nie dać się sprzedać, nie zdradzić, nie stać się cynicznym. To są główne składniki przepisu na wytrwałość, zabezpieczenie rozwoju i perspektywy historycznej. Tylko wspólnie stawiając czoła temu wyzwaniu Polska i Ukraina mogą stać się wzorem dla regionu i udowodnić swoją przywódczą rolę.

Dezinformatorzy VIP: nowy-stary rosyjski instrument wojny hybrydowej przeciwko Ukrainie i Polsce

Sergiy Gerasymchuk

Propaganda i dezinformacja zawsze były skutecznym elementem rosyjskiej wojny hybrydowej. Wśród sposobów zastosowania tego narzędzia są fałszywe wiadomości, zastraszanie przeciwników i zniekształcanie ich wizerunku w oczach światowej publiczności, wykorzystywanie teorii konspiracyjnych w celu utworzenia ogólnej i kompleksowej nieufności.

Od początku agresji rosyjskiej w 2014 r., a nawet wcześniej, Ukraina cierpiała z powodu rosyjskich fake newsów. Chodziło zarówno o jawne kłamstwo o «ukrzyżowanym chłopcu» z Doniecka, które miało wywołać nienawiść do ukraińskich żołnierzy, jak i fałszywej informacji o ukraińskim samolocie wojskowym, który rzekomo spowodował katastrofę lotu MH-17, mającą na celu zniesławienie Ukrainy, jako państwa.

Przez lata rosyjska propaganda próbowała piętnować Ukrainę jako państwo-pomyłkę, państwo, które się nie udało, „failed state”. Czasami wykonawcą operacji informacyjnych był sam rosyjski przywódca — Władimir Putin. Jeszcze w 2008 roku podczas szczytu NATO w Bukareszcie rzekomo stwierdził, że Ukraina wcale nie jest państwem, ale «geopolitycznym nieporozumieniem». Iż część ukraińskich terytoriów to wschodnia część Europy, a druga część — jest podarowana przez Rosję.

A już w 2014 r. pojawił się kolejny wzór rosyjskiej propagandy — list wiceprzewodniczącego Dumy Państwowej Rosji Władimira Żyrinowskiego do Polski, Rumunii i Węgier z propozycją podziału Ukrainy między te państwa a Rosję.

Wreszcie w lipcu 2021 r. ukazał się artykuł rosyjskiego prezydenta na temat jedności narodu rosyjskiego i ukraińskiego.

Audytoria rosyjskich narzędzi propagandowych zawsze było różnorodne. Przede wszystkim składało się z konsumentów wewnętrznych. Rosyjskie audytoria trzeba było odwrócić od wewnętrznych problemów gospodarczych i politycznych zagrożeniami na granicy, walką z fikcyjnym «fasyzmem» w sąsiednich państwach, zwycięstwami «zbiera-cza ziem rosyjskich» Władimira Putina.

Ponadto, rosyjskie fałszywki (fake newsy), i operacje informacyjne były kierowane do sąsiednich państw. Z jednej strony Ukraińcy byli demonizowani, z drugiej – wykazywali nieudolność państwa ukraińskiego. Swoją publiczność rosyjskie wiadomości znalazły także wśród Ukraińców. Przede wszystkim na wschodzie Ukrainy, gdzie nadal dominują rosyjskie media, ukształtował się obraz słabego i ultranacjonalistycznego Kijowa. Dla pozostałych regionów przygotowano wiadomość, że Ukraina nie ma skutecznego wsparcia ze strony państw Zachodu, a sąsiedzi starają się wykorzystać słabość Kijowa, aby na wzór rosyjski odebrać sobie część terytoriów ukraińskich, z kolei Stany Zjednoczone próbują narzucić swoje panowanie zewnętrzne. Wszystkie te wiadomości miały wywołać u Ukraińców rozpacz i demoralizację.

Jednak pomimo znacznych wysiłków Kremla wojna informacyjna przeciwko Ukrainie nie przyniosła odpowiednich rezultatów. Państwa sąsiadujące nie tylko nie przyjęły komunikatów Moskwy, ale nadal pogłębiają współpracę z Kijowem. Większość sąsiednich państw miała swoją reprezentację na szczycie «Platformy krymskiej» (Polska była reprezentowana na najwyższym szczeblu – przez prezydenta Andrzeja Dudę). Powstają nowe sojusze regionalne jak trójkąt Lubelski, do którego oprócz Ukrainy weszły Polska i Litwa. Kijów ma również szansę dołączyć do projektów Trójmorza – regionalny sojusz, który łączy Państwa Morza Bałtyckiego, Adriatyku i Morza Czarnego.

Obserwując taką dynamikę, oceniając ją jako zagrażającą własnym planom geopolitycznym, a także starając się zneutralizować perspektywę tworzenia regionalnych inicjatyw, które mogłyby ograniczyć wpływy rosyjskie, Moskwa postanowiła zastosować nową taktykę.

Nowym rosyjskim agitatorom VIP został Aleksander Łukaszenka. Podczas masowych protestów na Białorusi, związanych z niechęcią społeczeństwa białoruskiego do uznania kolejnego zwycięstwa Łukaszenki w ubiegłorocznych wyborach prezydenckich, władze białoruskie zastosowały zbyt brutalny mechanizm represyjny, który doprowadził do masowych aresztowań, śmierci protestujących i emigracji politycznej.

Białoruś znalazła się w nowej izolacji politycznej, która nasiliła się dopiero po tym, jak przymusowo lądował na lotnisku w Mińsku samolot linii Ryanair, który leciał z Aten do Wilna. Jednym z pasażerów był opozycyjny aktywista Raman Pratasiewicz. Został on w Mińsku zatrzymany. Jedynym państwem jednoznacznie popierającym reżim Łukaszenki jest Rosja. Cena takiego wsparcia jest dla Białorusi wysoka, a jednym z jej wymiarów jest to, że teraz jej samozwańczy prezydent sam stał się kolejnym rosyjskim narzędziem wpływów propagandowych. Łącząc interesy własne i rosyjskie Łukaszenka został nadawcą stosunkowo nowych narracji rosyjskiej propagandy. Jeśli do tej pory Rosjanie próbowali wystawić Ukrainę jako państwo-pomyłkę, a Polsce proponowali podzielenie ukraińskich terytoriów, to teraz gra jest bardziej subtelna.

Stanowisko Łukaszenki jest takie, że przede wszystkim Polska stoi za protestami na Białorusi, a jej celem jest obalenie ustroju konstytucyjnego. Wygłaszając takie stwierdzenia powtarza tezy rosyjskiej propagandy, że większość rewolucyjnych wydarzeń na Wschodzie Europy jest inspirowana z zewnątrz. Jedyną różnicą jest to, że obecnie, zdaniem Łukaszenki, nie jest to dalekie USA czy Bruksela, ale sąsiednia Warszawa, która stara się uczynić Białoruś swoją prowincją. Po drugie, traktując Polskę jako głównego rywala, Łukaszenka nie wstydzi się też oskarżać o „kołysanie Białorusi” zarówno Ukrainę, jak i Litwę.

Trzy państwa «Trójkąta Lubelskiego» są zatem podawane jako siedlisko ekstremizmu, dążące do rozprzestrzeniania swoich wpływów na „stabilne autokracje”. Nie można wykluczyć, że w przyszłości taką narrację Rosja będzie próbowała wykorzystać do użytku wewnętrznego: podsycając wrogie nastawienie do «Trójkąta Lubelskiego», a także próbując przekonać Brukselę i Berlin, że państwa na obrzeżach Unii Europejskiej grają w swoją grę. Kwestia zdyskredytowania rewolucji została wspomniana wcześniej, a znaczenie tego komunikatu dla Moskwy będzie rosło w przyszłości.

Przeciwdziałać takiemu rozwojowi wydarzeń można w następujący sposób:

1. Trójkąt Lubelski ma być mediatorem informacyjnym między białoruską opozycją a Brukselą i Waszyngtonem. Warszawa, Wilno i Kijów powinny postawić kwestię przeciwdziałania rosyjskiej dezinformacji na czele porządku obrad trójkąta Lubelskiego.

2. Państwa trójkąta Lubelskiego powinny nie tylko reagować na fałszywe wypowiedzi Łukaszenki, ale także ostrzegać. Bruksela musi zrozumieć, że reżim jest w stanie agonii i wszystkie wypowiedzi Łukaszenki na temat teorii spiskowych są tylko jej przejawem i narzędziem realizacji rosyjskich interesów. W związku z tym Trójkąt Lubelski w swoje działania informacyjne wobec Białorusi powinien angażować przedstawicieli odpowiednich służb Unii Europejskiej.
3. Pomimo tego, że Kijów z zastrzeżeniami odnosi się do liderki białoruskiej opozycji Swiełłany Tichonowskiej, państwa trójkąta Lubelskiego muszą wypracować wspólne stanowisko w sprawie tego, z kim na Białorusi będą prowadzić dialog.
4. Uważa się również za stosowne, aby w imieniu Trójkąta Lubelskiego w ramach OBWE został złożony odpowiedni wniosek i wszczęto procedurę monitorowania sytuacji praw człowieka na Białorusi.
5. W imieniu Trójkąta Lubelskiego w ramach Rady Europy nie byłoby zbędne inicjowanie przesłuchań i stosownej rezolucji dotyczącej treści wypowiedzi politycznych Aleksandra Łukaszenki.
6. W końcu Polska i Ukraina muszą promować własną narrację, że tezy Aleksandra Łukaszenki są identyczne z tezami Władimira Putina i są tylko jednym z elementów rosyjskiej wojny informacyjnej z wykorzystaniem agitatorów VIP.

Antidotum na poziomie państwowym

Yevgen Mahda

Dezinformacja była wykorzystywana przez ludzkość od dawnych czasów. Jednak w ostatnich latach, wykorzystywana wcześniej w celach wojskowych, stała się elementem życia publicznego. Intensywność tego procesu jest uzasadniona m.in. zwiększeniem wyzwań hybrydowych.

Gotowość do tego, żeby wprowadzić przeciwnika w błąd jest tłumaczona żądaniem zwycięstwa uratowania życia swoich wojskowych. Cel jest jasny i racjonalny. Jednak w wielobiegowym świecie, zasady wykorzystania dezinformacji przekraczają granice działań wojennych.

Jeśli informacja już dawno stała się towarem, to dezinformacja stała się instrumentem nacisku na konkurentów na arenie politycznej. Możemy obserwować prostą zależność: im mniej kierownictwu państwa zależy na wynikach wyborów krajowych, tym mniej wykorzystywane są takie narzędzia jak dezinformacja w wewnętrznej i zewnętrznej polityce państwa. Czyli cel uświęcia środka.

Produkowanie i rozprzestrzenianie fake newsów jest jednym z kluczowych elementów dezinformacji. Na tyle kluczowych, że wśród aktywnych użytkowników sieci społecznościowych i odbiorców produktów informacyjnych prawie nie ma osób, którzy przynajmniej raz nie padły ofiarą fake newsów. Produkcja i rozprzestrzenianie ich stało się elementem polityki państwowej Rosji, która w ten sposób pragnie zwalczyć fantomowe bóle własnej wzniosłości.

Czy dezinformacja ma miejsce w relacjach polsko-ukraińskich? Niestety tak. I wynika to z kilku przyczyn:

- Masowa migracja zarobkowa z Ukrainy do Polski.
- Dynamiczny rozwój obrotów handlowych, wzmacniający konkurencję a wraz z nią – chęć do wykorzystania różnych instrumentów przez konkurentów.
- Obecność sporów we wspólnej historii, nierównomierne podejście do znaczenia i wpływu historii w społeczeństwie polskim i ukraińskim.
- Dążenie Rosji do sprowokowania pogorszenia relacji pomiędzy Polską a Ukrainą, które opiera się na uświadomieniu perspektyw tego sojuszu.
- Zaniepokojenie poszczególnych polityków europejskich wobec perspektyw zbliżenia Polski i Ukrainy w kontekście integracji europejskiej i euroatlantyckiej.

Historia relacji polsko-ukraińskich nie zawsze była pozytywna. Dziś Ukraińcy w Polsce są zauważalną grupą wśród dość jednorodnego społeczeństwa polskiego. Nie zawsze udaje się uniknąć problemów z migrantami zarobkowymi i zapewnić równy dialog. Pacyfikacja i operacja „Wisła” z jednej strony, rzeź wołyńska z drugiej, tworzą podstawę dla dezinformacji i fake newsów. Konserwatywny charakter obu społeczeństw, pamięć o wspólnych krzywdach również sprzyjają ich rozprzestrzenieniu. Oczywistym jest, że głównym kanałem rozprzestrzeniania się dezinformacji są sieci społecznościowe.

Mówiąc o wpływie dezinformacji na państwa sąsiadujące, które mają sporne kwestie we wspólnej historii warto pamiętać o tym, że fake newsy w tej dziedzinie nie tylko pobudzają wrogość w życiu codziennym, ale też umożliwiają wywieranie wpływu na wybor-

ców, którzy, pośrednio czy bezpośrednio, mają wpływ na elitę polityczną. Więc nieprzypadkowe jest, że podczas wyborów lub kryzysów politycznych, wykorzystanie narzędzi dezinformacyjnych przekształca się w ataki fake newsami i fałszywymi narracjami.

Chciałbym również podkreślić, że w społeczeństwie demokratycznym nie da się uniknąć rozpowszechnienia dezinformacji. O tym dobrze wiedzą w Rosji i Chinach, które, między innymi, sprzyjały tzw. „infodemii” na tle pandemii koronawirusa, która stała się wielkim wyzwaniem dla ludzkości. W związku z tym, najlepszym antidotum na truciznę dezinformacji jest myślenie krytyczne oraz szybkie reagowanie państwa na objawy dezinformacji.

Chciałbym podkreślić, że Trójkąt Lubelski, który został założony w lipcu 2020 roku przez Litwę, Polskę i Ukrainę, wśród swoich celów ma też przeciwdziałanie różnorodnym zagrożeniom hybrydowym, w tym – dezinformacji. Uświadomienie tego zagrożenia na poziomie państwowym już jest pierwszym krokiem do jego przeciwdziałania.

W jaki sposób my możemy zminimalizować wpływ dezinformacji na relacje polsko-ukraińskie? Oczywiście jest, że nie możemy tego zrobić poprzez zakazy. Przede wszystkim, powinniśmy pozbyć się iluzji, dotyczących między innym tego, że Polacy dobrze znają Ukraińców, a Ukraińcy Polaków. Zaczynając od regionów przygranicznych powinniśmy rozszerzać programy pomocy humanitarnej, tworzyć miejsca dla spotkań liderów opinii publicznej, tłumaczyć literaturę i sprzyjać emisji filmów dokumentalnych i fabularnych. Dezinformacja aktywnie działa w pustkach informacyjnych, w związku z tym Ukraina i Polska muszą wspólnie działać na rzecz ich wypełnienia.

Przeciwdziałanie dezinformacji rosyjskiej: wykorzystanie podejścia integralnego

Mykhailo Samus

Od początku agresji Rosji na Ukrainę w 2014 roku, wykorzystanie przez Rosję informacji i operacji psychologicznych oraz dezinformacji stało się standardową i integralną praktyką zarówno „hybrydowej” wojny Rosji z Ukrainą, jak i „hybrydowej” polityki zagranicznej Kremla w skali światowej.

Ogólnie rzecz biorąc, skuteczność rosyjskich masowych ataków dezinformacyjnych jest dyskutowana. Często naukowcy przeceniają wyniki i rzeczywisty wpływ rosyjskich działań dezinformacyjnych, wierząc, że rosyjska dezinformacja zawsze ma niewątpliwie silny wpływ na przestrzeń informacyjną w Europie. W rzeczywistości, ilość i intensywność rosyjskiej dezinformacji nie zawsze oznacza skuteczność i rzeczywiste konsekwencje dla konkretnych wydarzeń. Zarówno Ukraina, jak i świat są już przyzwyczajone do tego, że rosyjskie media i „farmy botów” w sieciach społecznościowych nie tylko zniekształcają poszczególne wiadomości, ale również tworzą całościowe warstwy informacyjne, mające na celu dezinformowanie, manipulację, korozję demokracji. Jednotypowość, schematyzm, nieprawda i fałszowanie „informacji” stworzonych, modelowanych i rozpowszechnianych przez rosyjskich propagandzistów, z reguły nie mają już tego efektu, który był w 2014 roku, kiedy Rosja rozpoczęła aktywną fazę „hybrydowej” agresji na Ukrainę i Zachód. Teraz Rosja prawie nie ukrywa tego, że prowadzi działalność propagandową, nie próbuje ukryć ani uczestników, ani kanałów dystrybucji, ani również celów.

Weźmiemy dla przykładu ostatnie wypowiedzi Putina o Rosjanach i Ukraińcach jako „jednym narodzie”, a także roli Polski w rozdzieleniu „narodu rosyjskiego”: „Nie sądzę, że naród ukraiński jest nieprzyjazny. Uważam, że Ukraińcy i Rosjanie to jeden naród. Żydzi przyjeżdżają do Izraela z Afryki, Europy i innych krajów świata. Z Afryki w ogóle przyjeżdżają »czarni Żydzi«... Wydaje nam się, że nie wyglądają podobnie, ale naród żydowski pielęgnuje swoje powiązania... Przez wieki pod działaniem czynników zewnętrznych rozdrabniano naród ruski. Jeszcze od średniowiecza zajmowała się tym Rzeczpospolita, dążąc do tego aby stać się wielkim państwem, a potem Austro-Węgry. To się dzieje od czasów średniowiecza – od Rzeczypospolitej, bo sama Polska chciała stać się wielkim państwem, więc próbowała rozdzielić wszystkich dookoła. Potem, przed I wojną światową ideę przechwyciły Austro-Węgry”. Ten cytat Putina jest kwintesencją jednej z głównych struktur dezinformacyjnych neoimperialnej Rosji: wszyscy wokół są wrogami, którzy chcą podzielić jeden „naród rosyjski”; Ukraina nie istnieje, a zatem w rzeczywistości nie było okupacji ani aneksji – poprzez swoje działania Moskwa pomaga swoim braciom pozbyć się „zachodniego jarzma”. Wygląda to dość prymitywne i głupio.

Ale w rzeczywistości rosyjska dezinformacja nie stała się mniej niebezpieczna. Głównym strategicznym celem Kremla przez te wszystkie lata było nie tylko rozpowszechnianie informacji i deformowanie przestrzeni informacyjnej, ale też zniszczenie ogólnego zaufania do mediów, rządów, polityków, osób publicznych, działaczy w społeczeństwach demokratycznych. Takie komunikaty jak: „Tak, kłamiemy, ale inni też kłamią; nie ma jednej prawdy, istnieją tylko różne interpretacje rzeczywistości; Zachód ma swoje stanowisko, Rosja ma swoje; RT nie różni się od CNN” i inne, stale promowane przez rosyjskich propa-

gandzistów, są najbardziej groźne. Podważanie solidarności narodów demokratycznych, odporności demokracji, tworzenia luk między instytucjami państwowymi a społeczeństwem obywatelskim – to są cele, które Rosja próbuje osiągnąć, i w niektórych przypadkach jej się to udaje.

Podczas rosyjskiej kampanii dezinformacyjnej na tle pandemii koronawirusa, strategiczny cel Kremla stał się jeszcze bardziej kontrastowym. Fale rosyjskiej dezinformacji na tle pandemii miały różne tematy (głównie na temat teorii spiskowych dotyczących zaprzeczenia istnienia COVID-19, sztucznego pochodzenia COVID-19, nieskuteczności szczepionek, niebezpieczeństwa związanego z zachodnimi szczepionkami i fenomenalną skutecznością rosyjskiej szczepionki Sputnik), ale ich głównym celem było rozpalenie konfliktów w społeczeństwach demokratycznych, rozpalenie konfliktów wewnętrznych pomiędzy rządem a społeczeństwem na tle wprowadzanych ograniczeń, szczepień, wprowadzania paszportu szczepień, itp. Szczepionka Sputnik, bez względu na jej zalety czy wady, stała się narzędziem wojny hybrydowej, która destabilizuje społeczeństwa demokratyczne zarówno w poszczególnych krajach świata, jak i wśród państw członkowskich UE i NATO.

W związku z tym warto wspomnieć o kryzysie rządowym na Słowacji, który miał miejsce w marcu tego roku, z powodu konfliktu, spowodowanego zakupem rosyjskiej szczepionki. W końcu, gdy słowacki system polityczny został poważnie „zachwiany” z powodu Sputnika, okazało się, że w kraju było zaledwie kilka tysięcy osób, które chciały dostać rosyjską szczepionkę, nie uznaną ani przez WHO, ani przez UE, a cała historia zakończyła się tym, że słowacki rząd zwrócił Rosji 160 tysięcy dawek „Sputnika”, które okazały się niepotrzebne¹.

Jednak pomimo oczywistej porażki Sputnika, rosyjska kampania dezinformacyjna w tym przypadku była udana i skuteczna, iż osiągnęła najważniejsze cele – spowodowała kryzys polityczny na Słowacji, osłabiając politycznie zarówno ten kraj, jak i Unię Europejską jako całość.

Warto zauważyć, że jeszcze w połowie 2020 r. UE wyraźnie oświadczyła o bezpośrednim zagrożeniu, wynikającym z rosyjskiej dezinformacji w kontekście pandemii COVID-19, zarówno dla zdrowia Europejczyków, jak i odporności europejskiej demokracji. W swoim oficjalnym raporcie na temat dezinformacji podczas COVID-19 Biuro Wysokiego Przedstawiciela UE do spraw zagranicznych i polityki bezpieczeństwa oświadczyło, że „podmioty zagraniczne i niektóre państwa trzecie, w tym Rosja i Chiny, były zaangażowane w operacje i kampanie dezinformacyjne na temat COVID-19 w UE, państwach sąsiedzkich i innych państwach na całym świecie... Rosja i Chiny dążą do wzmocnienia polaryzacji społecznej i poprawy swojego wizerunku w kontekście COVID-19”. Wysoko oceniane są działania platform internetowych, takich jak Google, Facebook i Twitter, które usuwają miliony fałszywych reklam i działają na rzecz niedopuszczenia rozprzestrzeniania się dezinformacji.

UE potwierdziła, że Action Plan Against Disinformation przyjęty w 2018 r. jest podstawą, na której powinny opierać się działania przeciwko rosyjskiej dezinformacji w kontekście pandemii. Zauważono, że skuteczność dezinformacji jest znacznie mniejsza, jeśli do walki z nią jest stosowane „whole-of-society approach”, a także stymulowana jest współpraca między agencjami rządowymi, dziennikarzami, naukowcami, działaczami obywatelskimi, platformami internetowymi i innymi przedstawicielami społeczeństwa obywatelskiego. Jednocześnie potwierdzono znaczenie grupy zadaniowej East StratCom i systemu wczesnego ostrzegania, który został uruchomiony w 2019 roku. Dokument rów-

1 «Słowacja zwróciła Rosji 160 tys dawek szczepionki Sputnik V», <https://www.5.ua/svit/slovachchyna-nazad-prodala-rosii-160-tys-doz-vaktsyny-sputnyk-v-248673.html> [03.07.2021]

niez podkreśla znaczenie rozwijania współpracy międzynarodowej w celu przeciwdziałania dezinformacji w ramach G7 i NATO.

Jednak w przyszłości sytuacja na Słowacji, a także w innych krajach UE (w tym, dotycząca sztucznych konfliktów związanych z rosyjską szczepionką Sputnik) pokazała, że środki zaproponowane w planie działania przeciwko dezinformacji i nowym dokumentom Biura Wysokiego Przedstawiciela do Spraw Zagranicznych i Polityki Bezpieczeństwa UE nie wystarczą, aby zapewnić skuteczne przeciwdziałanie rosyjskim atakom dezinformacyjnym w krytycznych warunkach pandemicznych.

Moim zdaniem, głównym problemem niewystarczającej efektywności przeciwdziałania dezinformacji jest to, że państwa reagują na konkretne akcje dezinformacyjne, nie opracowując integralnego podejścia, które może zawierać zarówno rządowe działania na rzecz niedopuszczenia transmitowania telewizyjnych kanałów propagandowych w przestrzeni informacyjnej UE, jak i działalności różnych platform, które będą łączyć społeczeństwo obywatelskie, dziennikarzy i ekspertów, którzy będą szukać i wykrywać rosyjskie akcje dezinformacyjne.

Często okazuje się, że podczas gdy projekty antydezinformacyjne, zarówno na szczeblu UE, jak i w poszczególnych krajach UE, skrupulatnie wykrywają rosyjskie podróbki, obalają fałszywe mity i próbują przekazać wyniki swojej pracy maksymalnej liczbie konsumentów informacji, europejscy politycy mówią o potrzebie dialogu z Federacją Rosyjską, złagodzeniu sankcji i dyskusji na temat możliwości wznowienia szczytów UE-Rosja. Taka pozornie pragmatyczna i deeskalacyjna polityka UE wobec Federacji Rosyjskiej sama w sobie wywołuje konflikt: z jednej strony Rosja okupowała Krym i Donbas, celowo niszczy prawo międzynarodowe, prowadzi agresywne działania dezinformacyjne i cyberataki mające na celu zniszczenie europejskich wartości i podstawowych zasad Unii Europejskiej, a z drugiej strony jest ważnym partnerem w biznesie, energetyce (przede wszystkim chodzi o projekt Nord Stream) oraz w prowadzeniu polityki regionalnej (w szczególności w Syrii, Libii, Azji Środkowej). Takie „hybrydowe” podejście UE ma bezpośredni wpływ na skuteczność działań, mających na celu zwalczanie rosyjskiej dezinformacji. Przeciętny obywatel UE, który czerpie informacje z mediów i sieci społecznościowych, może być w dużej mierze zdezorientowany sprzecznością wiadomości, które często pochodzą z tych samych źródeł.

Co więcej, niezbyt klarowne stanowisko europejskich polityków przemawia na korzyść Kremla. Rosyjscy propagandyści mogą zapytać: jeśli Rosja jest tak zła, dlaczego europejskie projekty biznesowe są finansowane przez rosyjskich oligarchów? Jeśli Rosja jest agresorem i okupantem, a także krajem, który prowadzi politykę dezinformacyjną i cyberataki wobec państw demokratycznych, dlaczego europejscy politycy nadal z nią współpracują i opowiadają się za dialogiem z Moskwą? To pozwala Rosji mówić, że w rzeczywistości to właśnie Zachód wprowadza w błąd swoich obywateli, a w rzeczywistości to kraje europejskie łamią prawo międzynarodowe i próbują pozbawić Rosję prawa do suwerennej polityki.

Pod tym względem doświadczenia Ukrainy (pomimo poważnych niedociągnięć) mogą być pozytywnym przykładem: to od momentu, gdy zarówno stanowisko rządu, polityka informacyjna państwa, jak i środki sankcji wobec rosyjskich i prorosyjskich mediów zaczęły być określane wspólnymi podejściami i zasadami, wpływ rosyjskiej dezinformacji znacznie spadł. Konsekwentne i systematyczne ograniczenie obecności rosyjskich mediów, sieci społecznościowych i usług na Ukrainie doprowadziło do spadku korzystania z informacji tworzonych w Rosji. Ostatnim krokiem w tym kierunku było wprowadzenie

nie w lutym 2021 r. sankcji Rady Bezpieczeństwa Narodowego i Obrony Ukrainy wobec prorosyjskich kanałów telewizyjnych związanych z bliskim Putinowi Wiktoorem Medwedczukiem. Blokowanie kanałów 112 Ukraina, NewsOne i ZIK, które systematycznie rozpowszechniają rosyjską dezinformację w ukraińskiej przestrzeni informacyjnej (w tym podczas pandemii), było ostatnim etapem zestawu działań rządowych, które trwają od 2014 roku w celu zwalczania rosyjskiej propagandy i dezinformacji.

Choć ukraińskie podejście do walki z rosyjskimi propagandzistami jest trudne do bezpośredniego zastosowania w krajach UE (ponieważ sytuacja na Ukrainie, która jest rzeczywistością w stanie wojny z Rosją, różni się od postrzegania bieżących wydarzeń w większości krajów europejskich), model zintegrowany (gdy zarówno rząd, społeczeństwo obywatelskie, dziennikarze, jak i zwykli obywatele działają w ramach jednolitego podejścia koncepcyjnego), który przewiduje jasną definicję Rosji jako kraju agresora, kraju, który przekształcił dezinformację w swoją oficjalną politykę państwową, oraz kraju, który celowo niszczy prawo międzynarodowe, próbując przekształcić stosunki międzynarodowe w chaos, może być wykorzystany w różnych państwach europejskich.

Oczywistym jest, że każdy naród powinien mieć własne algorytmy budowania zrównoważonego systemu zwalczania agresywnej propagandy. Trudno jest zastosować ukraińskie doświadczenie bezpośrednio do krajów europejskich. Teraz ukraiński rząd działa przeciwko rosyjskiej propagandzie, w rzeczywistości przebywając w stanie wojennym, koncentrując się na „twardych” narzędziach (na przykład zakazie funkcjonowania niektórych rosyjskich stron internetowych, sieci społecznościowych i usług). Państwa europejskie, które wciąż starają się uniknąć konfrontacji z Rosją, w tym przypadku, nie będą mogły przejąć ukraińskiego podejścia do reagowania na rosyjską wojnę informacyjną.

Tymczasem możliwe jest opracowanie ogólnych zaleceń, które mogą być stosowane przez każde państwo europejskie w celu zwiększenia skuteczności przeciwdziałania rosyjskiej dezinformacji:

- Należy jasno zrozumieć, że Rosja prowadzi politykę dezinformacji i że polityka ta ma na celu nie tyle szerzenie fałszywych informacji, ale prowokowanie konfliktów, rozłamów, niszczenie jedności narodów europejskich.
- Warto spróbować zbudować „mieszany” system odporności informacyjnej, który z zasady obejmie zarówno struktury rządowe, jak i projekty i inicjatywy pozarządowe. Taki system „mieszany” nie może być scentralizowanym, jednak powinien posiadać centrum dla koordynowania realizacji poszczególnych zadań.
- „Twarde” środki rządowe mające na celu zwalczanie rosyjskiej dezinformacji powinny być częścią wspomnianego systemu „mieszanego”. Mogą one służyć jako „szkielet” dla systemu antyinformacyjnego, podczas gdy „miękkie” narzędzia społeczeństwa obywatelskiego będą „mięśniami” tego systemu (są bardziej elastyczne, łatwiej dostosowują się do konkretnej sytuacji, mogą szybko zwiększyć intensywność i cele).
- Dla stworzenia trwałego systemu przeciwdziałania dezinformacji konieczne jest prowadzenie szkoleń dla dziennikarzy, analityków, urzędników w celu jednolitego podejścia do realizacji projektów na rzecz przeciwdziałania dezinformacji.
- Ponadto, skuteczną metodą jest stworzenie różnych „klubów dyskusyjnych” z udziałem ekspertów, naukowców, dziennikarzy, celem których byłoby omówienie całego zakresu tematów związanych ze zwalczaniem dezinformacji i opracowywaniem nowych, niestandardowych metod jej przeciwdziałania.

- Rządy powinny wspierać wszelkie nowe inicjatywy i projekty społeczeństwa obywatelskiego, mające na celu przeciwdziałanie dezinformacji.
- Rządy powinny stworzyć wspólne centra koordynacyjne w zakresie komunikacji, planowania i koordynacji konkretnych działań z projektami wolontariackimi społeczeństwa obywatelskiego w celu zwalczania propagandy. Jednak niezwykle ważne jest unikanie centralizacji i biurokracji, która może stać się słabym punktem tego przedsięwzięcia.

I jeszcze jedna rekomendacja – pod żadnym względem nie należy kopiować rosyjskiego podejścia do propagandy i dezinformacji. Nie warto próbować przewyciężyć Rosję w rozprzestrzenianiu własnej propagandy – to niewłaściwa droga, która tylko wzmocni rosyjskie działania dezinformacyjne, i w rzeczywistości tylko pomoże Kremlowi. Ponieważ każdy fakt rozprzestrzeniania się fejków przez kraje europejskie będzie wykorzystywany przez Rosję do wykazania, że „wszyscy kłamią”, i między Rosją a Europą nie ma różnicy. Będzie to główne zwycięstwo dezinformacji Kremla.

Cyberataki Kremla w Polsce i na Ukrainie

Dmytro Zolotukhin

Współczesne wydarzenia społeczne i polityczne od dawna zamieniają się w scenariusze szpiegowsko-detektywistycznych opowieści występujących w Hollywood lub na platformie Netflix.

Pewnego dnia anonimowy kanał Telegram wdzierza się do przestrzeni informacyjnej pewnego kraju, publikując dane uzyskane ze zhakowanej skrzynki poczty elektronicznej należącej do wysokiego rangą urzędnika, który nie tylko wykonuje swoje obowiązki publiczne, ale ma także znaczenie polityczne w kontekście nadchodzących wyborów.

W związku z tym on sam uosabia wrażliwe miejsce w obszarze społecznej i politycznej stabilności państwa i ma ogromne znaczenie dla normalnego przebiegu demokratycznych procedur. Między innymi, z działań tego urzędnika nie jest zadowolony Kreml, ponieważ działa on wbrew jego interesom.

Z anonimowego kanału Telegram informacje są ponownie publikowane najpierw na marginalnych platformach medialnych. Następnie, również znani dziennikarze zwracają uwagę na te informacje. Dyskusja o skandalu przenosi się na ekrany czołowych kanałów telewizyjnych. Teraz cały kraj dyskutuje już nie o zasadach i priorytetach rozwoju demokratycznego i gospodarczego, a jedynie o dowodach skandalu i próbach wyjaśnień i zaprzeczeń podejmowanych przez oficjalne władze.

Scenariusz znany polskim obywatelom, prawda?

9 czerwca 2021 r. na anonimowym kanale Telegram opublikowano dane ze zhakowanej skrzynki szefa kancelarii premiera Michała Dworczyka i jego żony. Według Dworczyka, włamywacze przeniknęli również do jego kont w mediach społecznościowych.

Niestety, premiera tego „serialu” nie odbyła się w Polsce. I na długo przed 2021 rokiem. W marcu 2019 r., krótko przed wyborami prezydenckimi na Ukrainie, w komunikatorze Telegram pojawił się anonimowy kanał, który publikował linki i informacje ze strony internetowej zawierającej informacje ze zhakowanych skrzynek e-mailowych ukraińskich urzędników, politologów i doradców politycznych, którzy byli w otoczeniu ówczesnego prezydenta Petra Poroszenki.

W tym kanale zostały opublikowane teksty, zrzuty ekranu i linki do zarchiwizowanych plików oraz listy mailingowe. Wśród opublikowanych materiałów były zarówno teksty samych e-maili, jak i inne pliki tekstowe i graficzne, które zostały dołączone do wiadomości e-mail jako załączniki.

Wśród plików dostępnych do pobrania ze strony odkryłem również format pliku Microsoft Word o nazwie (po rosyjsku!!!) „Общее описание всех документов, со ссылками на них + пометки”, czyli w tłumaczeniu: „Ogólny opis wszystkich dokumentów z linkami do nich + notatki”). Dokument ten powstał pięć miesięcy wcześniej zanim pojawił się w sieci kanał Telegramu promujący informacje uzyskane z hakerskiego włamania i publikujący wykradzione dane. Oto ten plik:

Сведения

!!! Общее описание всех документов, со ссылками на них + пометки

D: LEAKS - UArap - Gladkoskiy_TEAM_ZAYATS_LITVINETS - ФЛЕШ_ЛЮБИ ДРУЗИ

Преобразовать

Режим ограниченной функциональности

Некоторые новые возможности отключены во избежание проблем при работе с предыдущими версиями Office. Преобразование этого файла позволит включить эти возможности, но может вызвать изменение разметки.

Защита документа *

Защита документа

Все могут открывать, копировать и изменять любую часть этого документа.

Поиск проблем *

Инспектор документов

Перед публикацией этого файла не забудьте, что он содержит:

- Свойства документа
- Содержимое, которое не смогут прочесть люди с ограниченными возможностями

Управление документом *

Управление документом

Возврат, извлечение файла и восстановление несохраненных изменений.

Нет несохраненных изменений.

Свойства *


Размер	32,0Кбайт
Число страниц	11
Число слов	3090
Общее время правки	3 мин
Название	Добавить название
Теги	Добавить теги
Примечания	Добавить примечания

Связанные даты

Изменено	23.10.2020 18:29
Создано	23.10.2020 18:27

Напечатано

Связанные пользователи

Автор	Добавить автора
Кем изменено	 Admin

Связанные документы

Открыть расположение файла

[Показать все свойства](#)

Dokument zawierał także propozycje, jak najlepiej przedstawić publiczności wyniki włamania do skrzynek pocztowych należących do urzędników i osób bliskich prezydentowi Petrowi Poroszence.

Предлагаю следующие направления по публикациям этих материалов:

- **Персоналии (Офшорные генералы)**. Разбор людей (украинцев) стоящих в тени за управлением или контролем работы офшоров. Кто они, как и с кем во власти связаны, и какие потоки, компании контролируют, что имеют в Украине и какие у них отношения с властью. Сколько им платят, и кто?
- **Финансовые схемы (Офшорная копилка)**. Кто кого кредитует, кто и как выплачивает долги, как их вписывают и перепродают своим же компаниям...
- **Россия**. Взаимоотношения фигурантов с российским бизнесом, продажа предприятий во время войны (кто покупает и по каким ценам). Треугольник Россия-офшоры - Украина.

Propozycje te były uzupełnione przez linki do konkretnych dokumentów ze zhakowanych skrzynek pocztowych przechowywanych w usłudze udostępniania plików Google Disk. Dokumenty te były szkicami i kopiami różnych umów oraz dokumentów urzędowych.

[Компании Авторитейл Холдинг, Ейч Ю Ди Си, Виклз \(76% компании Черкассытехномаш\) дают разрешение на изменение условий кред договора с МИБ](#)

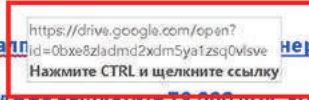
[Оффшорная компания Samagin \(подписант - Д. Литвинец\) покупает 70 000 тон пшеницы у Зари Подолья](#)

[Уменьшение УК компании Крахмалпродукты \(Липецк\) - Chartomena](#)

[Компания Лакигрейн \(Липецк\) должна выплатить 78 000 дол. компании Chartomena](#)

[Доверенность компании Chartomena выкупить долю Укрпроминвест-Агроу УК Крахмалпродукты \(Липецк\)](#)

[Крахмалпродукты, выписка из реестра, август 2014](#)



Okazało się, że po kliknięciu na te linki można było zobaczyć całe pliki z dokumentami. Można było także ustalić, kto był właścicielem skrzynki pocztowej, z którą ten folder na dysku Google był powiązany.

Najbardziej prawdopodobnym wyjaśnieniem tego skąd wziął się w zestawieniu taki materiał, może być to, że podczas publikowania wykradzionych danych i plików, ci, którzy stworzyli witrynę i kanał Telegramu w celu dystrybucji zhakowanych materiałów, po prostu zapomnieli usunąć z tablicy plików wewnętrzny dokument, który został przez nich użyty do koordynowania planu ataku informacyjnego.

Jednak ukraińskie doświadczenia związane z wykorzystywaniem hakowania jako ataków politycznych też nie są nowe ani innowacyjne. W 2016 roku atakujący przeprowadzili cyberatak na Amerykański Komitet Narodowy Partii Demokratycznej. W wyniku dochodzenia ustalono, że dwóm grupom rosyjskich hakerów udało się zhakować amerykańską Partię Demokratyczną. Były to grupy „Cozy Bear” (także – CozyDuke albo APT29) oraz „Fancy Bear” (również – Sofacy Group lub APT28). Cozy Bear Group uzyskała nieautoryzowany dostęp do systemu informatycznego Partii Demokratycznej latem 2015 roku, a Fancy Bear w kwietniu 2016 roku.

W celu legalizacji skradzionych danych stworzono wizerunek, który miał służyć jako fasada dla grupy – „hakera” o imieniu Guccifer 2.0. Ten przydomek został zapożyczony od innego hakera – Rumuna Marcela Lazara Legela, który nazywał się Guccifer (połączenie słów Gucci i Lucyfer).

Marcel Lehel stał się znany z hakowania skrzynek pocztowych znanych osób (w szczególności siostry byłego prezydenta USA George’a Walkera, Busha). W 2014 roku został skazany w Rumunii na siedem lat więzienia. Później został on przekazany do Stanów Zjednoczonych. Już w USA Lehel powiedział, że wielokrotnie włamywał się na osobisty serwer e-mail Hillary Clinton, gdy była ona sekretarzem stanu USA. Jednak w lipcu 2016 roku ówczesny dyrektor FBI James Comey powiedział, że Legel skłamał i że nie znaleziono rozstrzygających dowodów na jego zaangażowanie w dokonanie tego przestępstwa.

Według analityków firmy ThreatConnect, najprawdopodobniej Guccifer 2.0 jest jedynie działaniem fasadowym, próbą podjętą przez rosyjskie służby wywiadowcze w celu odwrócenia uwagi od ich roli w zorganizowaniu włamania do systemów informatycznych Partii Demokratycznej.

Należy zauważyć, że jednym z kluczowych terminów używanych do przypisywania ataków hakerskich, czyli ustalania zaangażowania grup hakerskich w określone włamanie, jest pojęcie „footprints” – śladów stóp. Nie jestem specjalistą technicznym, ale mogę

powiedzieć, że widzę wyraźną obecność takich „śladów stóp” rosyjskich służb specjalnych w cyberatakach na otoczenie ukraińskiego prezydenta Petra Poroszenki.

Jeśli chodzi natomiast o włamanie do Partii Demokratycznej w USA, to amerykańskie dochodzenie wykazało, że zostało to popełnione przez grupy hakerskie zaangażowane we współpracę z rosyjskimi służbami wywiadowczymi.

Tak więc rosyjskie tajne służby działają wszędzie według takiego samego scenariusza, włamują się do skrzynek pocztowych polityków, aby opublikować ich zawartość w kontekście pewnej negatywnej narracji. A więc manipulują opinią publiczną w celu wpłynięcia na wynik wyborów lub na wewnętrzną sytuację społeczno-polityczną.

I dlatego nie mam wątpliwości, że skandal w Polsce, w związku z włamaniem się do skrzynki pocztowej ministra Michała Dworczyka, został zorganizowany i zainspirowany przez Kreml.

Polska, Ukraina, dezinformacja: jest dobrze, ale trzeba być czujnym

Piotr Pogorzelski

Polska jest uznawana na Ukrainie za jednego z najważniejszych partnerów tego kraju na arenie międzynarodowej. Polacy są też jednym z najbardziej lubianych przez Ukraińców narodów. Nie dziwi zatem, że Polska i Polacy są celem wojny informacyjnej.

O wojnie informacyjnej zaczęło być głośno na przełomie 2013 i 2014 roku, kiedy to na Ukrainie odbywała się rewolucja godności. Regularnie pojawiały się fałszywe informacje dotyczące uczestników protestów i ich przebiegu. Już wtedy Moskwa atakowała Warszawę, Waszyngton i inne kraje Zachodu za wsparcie rewolucji. Ta polityka była kontynuowana także po aneksji Krymu i rozpoczęciu rosyjskiej agresji w Zagłębiu Donieckim. Moskwa i Warszawa znalazły się po dwóch stronach frontu. Polska otwarcie wspierała i wspiera Ukrainę, zarówno w reformach, jak i w sferze wojskowej. Obydwa kraje łączy wspólna wizja przyszłości, w której Ukraina dołącza do Unii Europejskiej i NATO. Moskwa cały czas chciałaby widzieć Kijów w swojej sferze wpływów patrząc na sąsiednie kraje w kategoriach żywcem wyjętych z czasów ZSRR.

Mamy zatem tutaj wyraźną sprzeczność interesów oraz kierunków geopolitycznego wyboru. Przy czym większość Ukraińców, jak świadczą niemal wszystkie sondaże wybiera ruch na Zachód. Na przykład, według opublikowanego pod koniec czerwca badania Centrum Razumkova, 54 procent Ukraińców w ewentualnym referendum opowiedziałoby się za wejściem do NATO, 31 procent przeciwko, 15 procent nie ma zdania. Wejście do Unii Europejskiej poparłoby 62 procent, a prawie 26 procent byłoby temu przeciwnych. 12,5 procent to niezdecydowani.

Żeby uświadomić sobie rozmiar politycznej klęski Moskwy, wystarczy spojrzeć na badania z 2012 roku. Wtedy za wejściem do NATO zagłosowałoby 14 procent Ukraińców, a przeciwko 62 procent.

Polska i Polacy są na czołowych miejscach w sondażach dotyczących sympatii do innych krajów i narodów. Dla wielu Ukraińców nasz kraj nadal jest też wzorem państwa sukcesu, nawet jeśli na tle konfliktów Warszawy z Brukselą, a także polityki wewnętrznej polskich władz, pojawiają się pewne zastrzeżenia.

Ogromna grupa Ukraińców pracujących w Polsce wpłynęła także na wizerunek tego narodu w oczach Polaków. Codzienne kontakty między Polakami a Ukraińcami sprawiają, że obydwa narody poznają się lepiej. Na dalszy plan schodzą konflikty historyczne, a na pierwszym pojawiają się codzienne sprawy w czasie spotkań w pracy, czy na klatce schodowej w bloku.

Oczywiście spory dotyczące przeszłości nie pozostają zapomniane, ale Warszawa nie nagłaśnia ich tak, jak to było jeszcze kilka lat temu, co nie znaczy, że politycy o nich nie rozmawiają.

Warto przy tym zauważyć, że polityka historyczna to nie tylko rzeź wołyńska, ale też dekomunizacja. To akurat wspólny punkt działań Warszawy i Kijowa. Spojrzenie na II wojnę światową i rolę kierownictwa ZSRR jest czymś, co coraz częściej łączy Polaków i Ukra-

ińców. Według sondażu Fundacji Demokratyczne Inicjatywy, który opublikowano w maju tego roku, 48 procent Ukraińców zgadza się, że II wojna światowa była następstwem spisku Hitlera i Stalina, którzy dzielili strefy wpływów oraz paktu Ribbentrop-Mołotow. 29 procent nie zgadza się z tą tezą, a 23 procent nie ma zdania. Taki wynik jeszcze 10 lat temu byłby czymś nie do pomyślenia. Stoi on w sprzeczności z polityką historyczną Moskwy.

Z punktu widzenia Rosji, tego rodzaju tendencje są zatem bardzo niepokojące. Moskwa traci Ukrainę w kolejnych sferach. Traci nawet sympatię tych, którzy mówią na co dzień po rosyjsku. Także wpływ silnych zdawałoby się ośrodków informacyjnych, jak rosyjska telewizja, czy portale, na Ukrainie osłabł. Prezydent Wołodymyr Zełenski zadał także niemal śmiertelny cios imperium medialnemu Wiktora Medwedczuka – prorosyjskiego ukraińskiego oligarchy.

Tak obszernie wymieniłem strefy, gdzie Polska, czy też szerzej Zachód odniosły sukcesy na Ukrainie ponieważ to tam dochodzi i można spodziewać się kolejnych ataków dezinformacyjnych. Kwestia polityki historycznej, Ukraina jako państwo upadłe, Polska jako wierny sługa Waszyngtonu, niszczenie pamięci o Wielkiej Wojnie Ojczyźnianej w Polsce, czy na Ukrainie to stała narracja rosyjskich mediów i przedmiot dezinformacji. Od marca zeszłego roku doszły też manipulacje dotyczące koronawirusa i szczepień. Często są one powtarzane powtarzane przez media ukraińskie, najczęściej te prokremlowskie, które nadal -choć na marginesie- istnieją na Ukrainie. Przykładów nie trzeba daleko szukać. Po tym, jak Polska częściowo sprzedała, a częściowo przekazała za darmo partię szczepionek z terminem ważności do końca listopada, rosyjskie media, a za nimi niektóre ukraińskie, zaczęły alarmować, że szczepionki są jakoby przeterminowane.

Na Ukrainie bowiem nadal istnieje grupa mediów, które są przychylnie Rosji. O ile w tych mainstreamowych, jak wiadomości telewizyjnej 1+1 TSN (wraz z popularną stroną tsn.ua), czy czysto internetowych, jak Ukraińska Prawda lub Liga wizerunek Polski jest wyważony, to mniej popularne strony, ale znane ze swojej życzliwości do Kremla, przedstawiają Warszawę, jako ślepego sojusznika Waszyngtonu, który spiera się z Moskwą o historię, a Polska to miejsce poniżającej pracy Ukraińców. Przy czym, o ile dostęp do rosyjskich mediów, jest na Ukrainie ograniczony, takie portale kopiuje wiadomości z rosyjskich źródeł, jak telewizja NTV, czy agencja RIA Nowosti.

Oprócz tego warto zwrócić uwagę na działalność "niezależnych bloggerów", jak na przykład Anatolij Szarij, Ukrainiec, który mieszka w Hiszpanii i w swoich filmikach powtarza dokładnie retorykę Kremla. Na przykład ułatwienia w sferze migracji zarobkowej wprowadzane przez Polskę dla Ukraińców są uznawane przez niego za dowód na wrogą politykę Warszawy. Dla porównania: portale takie, jak na przykład skłonny do sensacji TSN po prostu informują o tym fakcie nie nadając mu negatywnego odcienia.

Kolejnym problemem jest to, że na Ukrainie nadal popularna jest dzinsza, czyli umieszczanie płatnych artykułów o charakterze politycznym bez ostrzeżenia, że jest to opłacony materiał. Rzeczywiście w ostatnich latach najbardziej znane media i portale zrezygnowały z tej praktyki, ale nadal jest dużo mediów ogólnokrajowych i lokalnych, które sobie na to pozwalają. Tutaj też mogą pojawić się treści zmanipulowane mające charakter dezinformacji.

Jest jeszcze jedna sfera, która jest dla nas właściwie terra incognita – kanały informacyjne w komunikatorze Telegram. Niektóre z nich mają po kilkaset tysięcy (jeden nawet ponad pół miliona) subskrybentów. Najczęściej są one prowadzone anonimowo, co ułatwia wprowadzenie tam dezinformacji ponieważ nie wiadomo, kto odpowiada za treść wiadomości. Nie spotkałem się z ich analizą pod względem informacji o Polsce, choć ana-

lize treści politycznych, które widziałem, wskazują na dryfowanie w stronę rosyjskiej narracji.

Podsumowując, rola Polski na Ukrainie i szerzej Zachodu jest powodem frustracji Rosji i sprawia, że nadal Warszawa może z łatwością stać się przedmiotem dezinformacji. Z jednej strony, można odnieść wrażenie, że Polacy i Ukraińcy są już do tego przygotowani, między innymi, dzięki nagłaśnianiu problemu od lat przez ekspertów i dziennikarzy. Nie należy jednak spoczywać na laurach. Wciąż brakuje silnych i prestiżowych ośrodków informacyjnych, które na przykład tłumaczyłyby złożoność stosunków Warszawy i Kijowa oraz wyjaśniały sporne kwestie. Przydałaby się także większa aktywność polskich ministerstw, w szczególności MSZ, które promowałyby polską narrację nie uciekając się oczywiście do propagandy. Taka może przynieść skutki odwrotne od zamierzonych. Tutaj warto spojrzeć nawet na sąsiednią Litwę, która w czasie kryzysu białoruskiego, o wiele efektywniej promowała swoje działania i szybciej reagowała na politykę Mińska niż Warszawa.



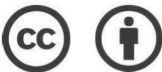
Вплив дезінформації на імідж Польщі в Україні



Ministry
of Foreign Affairs
Republic of Poland

Громадське завдання фінансується Міністерством Закордонних Справ Польщі у рамках конкурсу „Громадська дипломатія 2021”.

Публікація виражає виключно точку зору її авторів і не може ототожнюватись з офіційною позицією Міністерства Закордонних Справ Польщі.



Цей твір підлягає ліцензії Creative Commons 3.0 Poland License. Декторі права належать авторам і Фонду Інститут Східноєвропейських Досліджень. Будь-яке використання твору дозволяється виключно за умови прийому умов даної ліцензії та ідентифікації авторів та Фонду Інститут Східноєвропейських Досліджень, як власників авторських прав. Повна версія ліцензії доступна на сторінці: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl>.

Вступ:	Христина Влодек , Програмний Менеджер з питань України, Фонд Інститут Східноєвропейських Досліджень	41
Статті:		
1.	Вплив дезінформації на імідж Польщі в Україні Павел Боболович	42
2.	Цифрова пропаганда як нова мода в інформаційних війнах Артем Біденко	46
3.	«Дезінформація на основі незнання». Як українські ЗМІ впливають на імідж Польщі в Україні і чи свідомо вони це роблять Микола Сірук	50
4.	Польща – один з найбільших ворогів Росії. Аналіз пропагандистських наративів Міхал Марек	53
5.	Лідерська імпотенція – новий наратив Москви у рамках інформаційної кампанії у ЦСЄ: Польща та Україна на вістрі Ярослав Матійчик	55
6.	VIP-дезінформатори: новий-старий російський інструмент гібридної війни проти України та Польщі Сергій Герасимчук	58
7.	Антидот на державному рівні Євген Магда	61
8.	Протидія російській дезінформації: застосування інтегрального підходу Михайло Самусь	63
9.	Кібератаки Кремля в Польщі та Україні Дмитро Золотухін	68
10.	Польща, Україна, дезінформація: ситуація в цілому непогана, але треба бути пильним Пьотр Погожельський	72

Вступ

Пропаганда і дезінформація в еру інформаційного суспільства стала інструментом інформаційної боротьби у внутрішньому та міжнародному суперництві. Для Польщі, котра протягом багатьох років бореться з дезінформацією, необхідність створення власних позитивних наративів є особливо важливою. Одним із ключових елементів дезінформаційних кампаній, які проводяться проти Польщі є створення її негативного іміджу, який безпосередньо має вплив на її відносини з іншими державами ЄС, США, та передусім – з сусідніми державами. А через вплив на суспільну думку в різних справах, це впливає і на геополітичну ситуацію.

З огляду на розвиток нових технологій, ми стикаємось з різноманітними техніками, які відкривають нові можливості для поширення дезінформації. У зв'язку з цим виник проект, який має на меті оцінити вплив дезінформації на імідж Польщі в Україні, аналізуючи досвід країн Центрально-Східної Європи. Дослідження пропаганди і дезінформації у контексті інформаційної боротьби мають не тільки науковий характер, але також політичний вимір, в т.ч. у протидії ворожим впливам, що має істотне значення для інформаційної безпеки не тільки Польщі, але також інших країн регіону.

До грона учасників проекту були запрошені видатні експерти: Дмитро Золотухін – віцеміністр інформаційної політики України у 2017-19 роках, Ярослав Матійчик – виконавчий директор Strategic and Security Studies Group, Микола Сірук – перший заступник голови Експертної ради Центру Військових Досліджень, Конверсії Армії та Роззброєння, Євген Магда – директор Інституту Світової Політики, Міхал Марек – засновник Центру Досліджень над Сучасним Безпековим Середовищем, журналісти Павел Боболович і Пьотр Погожельськи, Михайло Самусь – директор New Geopolitics Research Network, колишній віцеміністр інформаційної політики України а нині – директор Інституту Інформаційної Безпеки Артем Біденко, Сергій Герасимчук - Заступник виконавчого директора, Директор програми Регіональних ініціатив та сусідства Ради зовнішньої політики «Українська призма», д-р Агнешка Легуцька – аналітик з питань Росії в програмі Східна Європа Польського Інституту Міжнародних Відносин, журналіста Юрія Банахевича – кореспондента Укрінформ, а такою Юстину Олендзьку – доктора гуманітарних наук з політології та наукового співробітника Інституту Історії та Політичних Наук Університету у Білостоку.

З думками експертів можна було ознайомитись під час дебати, організованої на початку вересня в рамках ювілейного, XXX Економічного Форуму у Карпачі та онлайн-дискусії, котра відбулась наприкінці жовтня 2021 р.

Окрім того, був підготований ряд публікації, доступних на Польсько-Українській Платформі Обміну Думками. Обрані статті та підсумки представляємо Вам у цій публікації.

Маємо надію, що представлені статті, як джерело інформації на тему протидії дезінформації та її впливі на імідж Польщі заохотять до діалогу, обміну досвідом та подальших дій для зміцнення польсько-української співпраці.

Щиро запрошуємо до ознайомлення з публікаціями.

Христина Влодек

Програмний Менеджер з питань України,
Фонд Інститут Східноєвропейських Досліджень

Вплив дезінформації на імідж Польщі в Україні

Павел Боболович

Вплив дезінформації на імідж Польщі в Україні слід розглядати в контексті змін, які відбулися в цій країні внаслідок Революції Гідності та в наступний період. Війна з Росією, однозначна орієнтація зовнішньої політики України на Захід, вибір євроатлантичної інтеграції як стратегічного, цивілізаційного напрямку розвитку цієї країни з самого початку зіткнулися з опором з боку Російської Федерації.

Росія дуже швидко розвинула дезінформаційну, маніпуляційну та пропагандистську діяльність проти зміни політичного курсу України. І таким чином, це також вплинуло на імідж західних структур в Україні. Польща, як частина так званого колективного Заходу, звичайно, була охоплена цим негативним іміджем – тобто, в певному сенсі, елементи негативного (внаслідок дезінформації та маніпуляцій) іміджу Європейського Союзу та НАТО, частково стосуються і цієї країни.

Слід зазначити, що негативний імідж ЄС і НАТО в інформаційній сфері України з'явився ще до Майдану і був підтриманий проросійськими політичними колами в Україні. Її основним завданням було представити ЄС як деморалізовану, неефективну структуру, керовану міжнародним капіталом, який прагне експлуатувати Україну та її суспільство. НАТО було представлено як інструмент агресивної американської політики, метою якої є підпорядкування, а точніше завоювання інших країн. Такі заяви з'явилися під час Революції Гідності, а їх носіями були проросійські ЗМІ, хоча вони використовувалися і поширювались іншими елементами, зомо за допомогою листівок чи акцій. Втої же час – це був постійний елемент заяв політиків Партії регіонів, активістів і пов'язаних з нею кіл. У цьому контексті Польща була представлена як країна, яка продала себе американцям, зрадила традиційні цінності, зрадила слов'янське коріння.

Цей наратив також з'являвся раніше, наприклад, під час війни в Грузії в 2008 році. І, звичайно, основними джерелами дезінформації в цій сфері є російські джерела, і значною мірою вони намагалися спотворити образ Польщі або, ширше, Заходу. Слід підкреслити, що російська дезінформація вільно увійшла в український медіасвіт через величезну популярність російських ЗМІ та їх безперешкодну, а можливо, навіть іноді привілейовану присутність в українському публічному просторі. Окрім російських ЗМІ, в українському медіапросторі також переважав і російський контент (представлений в українських ЗМІ), і це стосувалося як інформаційних матеріалів, так і кіновиробництва. Найпопулярнішими соціальними мережами були російські «ВКонтакте» і «Однокласники». Це, звичайно, полегшило російській дезінформації вплив на український медіапростір.

Тому слід підкреслити, що спроба сформуванню негативний образ поляків найчастіше виникала в російському, а не українському інформаційному просторі, і саме там цей контент поширювався найбільше.

У той же час питання, пов'язані з євроатлантичною інтеграцією, були особливою сферою дезінформації. Під питанням ставилася можливість надання Україні безвізо-

вого режиму, серед найчастіше використовуваних фейків була інформація про присутність військ НАТО на сході України (ця інформація поширюється і зараз, хоча і набагато рідше). У 2014-2015 роках були регулярні «викиди» про присутність польських військ або польських добровольців у зоні проведення так званої антитерористичної операції в лавах української армії. Однак слід підкреслити, що цей тип дезінформації навряд чи міг поширюватись основними українськими ЗМІ.

Виняток тут становлять відверто проросійські ЗМІ, які останнім часом просто були змушені припинити свою діяльність (наприклад, телеканали News One або 112). Ключовим моментом, який призвів до блокування прямого впливу російських ЗМІ на український медіапростір, і таким чином формуванням, наприклад, іміджу Польщі, стало введення санкцій проти російських ЗМІ у 2015 році та блокування російських мереж і порталів у 2017 році. Звичайно, і донині значна частина суспільства використовує ці ресурси за допомогою VPN або переглядає ці телеканали через супутникове телебачення. Деякі російські ЗМІ також залишаються доступними у кабельних операторів. Однак немає сумнівів що дії, вжиті на рівні української держави, є своєрідним бар'єром для простої передачі російського нарративу в український публічний простір.

Ще одним бар'єром для російської дезінформації є запровадження норм про українську мову та практичне застосування мовниками широкого її використання. Слід зазначити, що проти таких дій виступає і частина українського суспільства та окремі політичні групи.

Цікаво, що опитування громадської думки свідчать про те, що незалежно від сили дезінформаційної діяльності в Україні, об'єктом якої був Захід, значно зріс відсоток людей, які підтримують вступ до НАТО (у 2012 році лише 14% респондентів хотіли вступу до НАТО, останні опитування свідчать про те, що сьогодні таке рішення підтримали б 54% українців). 54% українців наразі підтримують вступ до ЄС, порівняно з 41% у 2014 році.

Немає сумніву, що однією з сфер дезінформації залишаються польсько-українські історичні відносини. На основі історії, в Україні сформульовані негативні стереотипи про Польщу та поляків. Польща іноді була пов'язана з такими термінами, як: експлуатація, почуття переваги, тощо. Ці елементи з'явилися в останні роки в ЗМІ, пов'язаних з деякими українськими націоналістичними колами. У цих ЗМІ також з'явилися матеріали які мали за мету залякування читачів Польщею як країною, яка може бути зацікавлена в участі в поділі України (разом з Угорщиною та Росією), використовуючи різні історичні події, щоб проілюструвати нібито бажання забрати частину українських територій. Ці матеріали з'явилися в гарячій фазі польсько-української суперечки про історичну пам'ять щоб створити образ небезпеки, якої джерелом є начебто поляки.

Слід, однак, зазначити, що цей нарратив, як і раніше обговорювана мною тема російської дезінформації, рідко проривався до основних засобів масової інформації, і якщо таке і траплялось, то це було скоріше у вигляді однієї з багатьох думок або політичних позицій, і в кінцевому рахунку, такі новини не мали жодного видимого ефекту. Особливим прикладом дезінформаційної діяльності, непрямым об'єктом якої також була Польща, стала липнева стаття президента Росії Володимира Путіна «Про історичну єдність росіян і українців», яка фактично є збіркою історичних міфів і брехливих тез, що підривають прозахідний напрямок України. Варто зазначити, що хоча Путін намагається поставити під сумнів українську самобутність, стаття також була опублікована українською мовою. Безсумнівно, ця стаття є та залишиться у майбутньому вихідним матеріалом для низки дезінформаційних кампаній не тільки історич-

ного характеру.

Потенційно найзручнішим полем для дезінформації та спроб побудувати негативний імідж поляків є питання економічної міграції українців до Польщі. З огляду на те, що кількість працівників з України сягає 1,5 млн, звичайно, існують всілякі негативні ситуації, що виникають із законів статистики. У такій групі людей і по відношенню до людей цієї групи можуть відбуватися всілякі кримінальні явища, в тому числі і найсерйозніші: вбивство, зґвалтування, крадіжки або експлуатація працівників. Немає сумніву, що в обох медіа-просторах навіть просте порушення правил дорожнього руху стає цікавою темою, якщо додати до нього національність злочинця в назві. Цим займаються ЗМІ керуючись не стратегічними цілями дезінформації але заради досягнення суто комерційних результатів як клікабельність, збільшення аудиторії, що, звичайно, покращує фінансові прибутки ЗМІ.

Фактично, українські ЗМІ наполегливо наголошують на кожному випадку нечесного польського роботодавця або насильства щодо громадян України, які перебувають на території Республіки Польща. Також немає сумнівів, що так само, тільки з іншим вектором, роблять польські ЗМІ. Ці ситуації, якщо вони самі по собі не є дезінформацією – можуть стати її елементом. У травні 2017 року цілий ряд українських ЗМІ, в тому числі впливові інформаційні агентства, поширили інформацію про те, як у Гданську школярки били свою українську колегу, і в основі їх дій була саме її національність. Під час побиття дівчини вони використовували ненормативну лексику в поєднанні з терміном “бандерівка”. Багато матеріалів супроводжувалися відео з оригінальним звучанням польською мовою. Насправді, подія відбулася, але вона не мала ніякого національного змісту, серед учасників не було українських дівчат, не було і української жертви. А формулювань, які з’являються в текстах на записі немає. Незважаючи на це, матеріал дуже швидко поширився в українському і російському інформаційному просторі, викликавши велике обурення у читачів. На жаль, жодне з українських ЗМІ, які опублікувало цей матеріал, не перевірило його достовірність, наприклад, зателефонувавши українському консулу в Гданську або навіть перевіривши польський інтернет та вихідні матеріали. Така проста перевірка призвела б до висновку, що ніхто з громадян України чи української національності не мав відношення до цієї події.

Одне з українських інформаційних агентств, не зважаючи на отримання опису всієї ситуації, протягом багатьох годин не видалило матеріал зі свого основного сайту, хоча інші ЗМІ з часом його видалили, а деякі із них публікували інформацію про поширений фейк. Ця проста ситуація вказує на те, наскільки чутливим може бути інформаційний простір, особливо в епоху соціальних медіа, для яких основною рисою є швидкість передачі інформації без її достовірної перевірки. Можна з великою ймовірністю сказати, що мова йшла не тільки про відсутність журналістської професійності. Інформація була навмисно сфабрикована і запропонована одному з найбільших інформаційних агентств України. Пізніше – через брак пильності та журналістської професійності, фейк почав жити власним життям. Навіть сьогодні можна легко знайти цю інформацію з емоційними коментарями читачів.

Дезінформацію підживлює те, що в українському медіапросторі, бракує інформації та експертів у польських справах. Це призводить до простого копіювання контенту з польських ЗМІ в українські ЗМІ. А якщо додати до цього віру більшості українських журналістів в те, що в Польщі заслуговують на довіру лише ліберальні ЗМІ, це призводить до ситуації, коли польське політичне життя в українських ЗМІ зараз представлено практично лише так, як це роблять ЗМІ пов’язані з опозицією.

Дивна ситуація сталася під час президентських виборів 2015 року після перемоги Анджея Дуди, коли деякі українські журналісти просто не знали, хто такий новий президент, а раніше, повідомляючи про вибори, не допускали думки, що діючий президент, Броніслав Коморовський може програти. На жаль, сильне ідеологічне визначення людей, які надають інформацію з Польщі, та їх зв'язок з ліберальною частиною польського політичного простору переносить польські політичні суперечки до образу Польщі в Україні, створює враження, що країна відходить від демократичних принципів, не прислухаючись до свого суспільства (перебільшуючи ідеологічні суперечки, наприклад, так званий жіночий страйк і нехтуючи реальними настроями польського суспільства).

Несхвалення польської влади через її відверто консервативний характер може призвести до відсутності інформації про польську діяльність для України. Прикладом цього є погане висвітлення візиту міністра закордонних справ професора Збігнева Рау в квітні 2021 року в Україну. Цей надзвичайний візит був здійснений в умовах посилення російської агресії проти України і мав стати виявом підтримки України в такій складній ситуації. Більшість українських ЗМІ ставилися до візиту байдуже, не помічали його, а одне з видань, що спеціалізуються на європейських питаннях, в цей день опублікувало матеріал про якусь нібито кризу в урядовій коаліції в Польщі, і сам факт візиту було фактично проігноровано.

Те ж саме можна сказати про візити віце-спікерів парламентів Польщі та Литви в рамках Люблінського трикутника. Перший візит з ініціативи віце-спікера Сейму Республіки Польща Малгожати Госевської відбувся в прифронтовій зоні в самий момент зростання напруженості між Росією і Україною. На жаль, слід зазначити, що ця «недостатня оцінка» польської діяльності в Україні також може бути пов'язана зі слабкою, не дуже активною інформаційною політикою польських дипломатичних установ в Україні, яка не відповідає масштабам проукраїнської діяльності, яку здійснює Польща. Цікаво, що Литва та її посольство в Києві працюють в цьому плані набагато ефективніше. Дружелюбність литовців до України незаперечна, але зі зрозумілих причин надана ними допомога і масштаб дій є об'єктивно меншими. Алеї все ж, вони набагато краще представлені в українських ЗМІ, ніж Польща.

Звичайно, ці випадки не слід розглядати як свідому політику дезінформації, але в конкретній ситуації, в якій опинилися наші країни, вони вносять розлад.

Наприкінці, слід ще раз підкреслити, що дезінформація в українському інформаційному просторі має переважно російське походження. Однак джерелом для неї можуть бути давні стереотипи або відсутність відповідних знань. Не зважаючи на існування цих негативних елементів, слід пам'ятати, що роками поляки входять до трійки націй, до яких українці мають найбільш позитивне ставлення (разом з литовцями та білорусами). Українці найбільше підтримують польську зовнішню політику та позитивно оцінюють нашу економіку. До поляків позитивно або дуже позитивно ставляться 82% українців. З іншого боку, ситуація в іншому напрямку виглядає слабшою – лише 48% поляків позитивно оцінюють наших східних сусідів.

При цьому слід зазначити, що це величезне поліпшення в порівнянні з 90-ми роками. На позитивні оцінки впливають прямі відносини, що виникають в результаті професійних та безпосередніх контактів. Отже, хоча ми маємо справу з дезінформаційною діяльністю, за якою, безсумнівно, стоїть Росія і пов'язані з нею сили, це не приносить їм передбачуваних ними результатів. З цього приводу можна згадати, що Україна активно захищає свій інформаційний простір, і особливе значення в цьому мають такі соціальні ініціативи, як Stop Fake або InformNapalm.

Цифрова пропаганда як нова мода в інформаційних війнах

Артем Біденко

Fake news — скоро стануть неактуальні, неефективні і нецікаві. Як і фейкові експерти, фейкові організації, фейкові дослідження. Це все будуть забавки для підлітків і політтехнологів-початківців. Невдовзі реальний вплив на порядки денні країн, спільнот і індивідів отримає цифрова (або обчислювальна) пропаганда (*computational propaganda*). Поєднання обчислювальних можливостей комп'ютерів, швидкості опрацювання інформації, *big data* — і потреби маніпулювати сенсами.

Ми живемо в темні часи інформаційної епохи. Екстаз доступності, знання та глобальності змінився розгубленістю від величезної кількості інформаційного сміття. Інтернет та "хмарні технології" з безконечних можливостей для розвитку перетворилися на болото з псевдо-новин про лікування раку часником, содою та алое. Банальні цитати про розвиток; реклама непотрібних товарів; теорії змови; фотешоп та діп-фейк. Ми ніби знову живемо в середньовічному селі, куди приповз скривавлений воїн, простогнав "Тікайте, бо всім кінець" і сконав. Перевірити його слова не допоможе жодна медіаосвіта, жодні тренінги медіаграмотності. І з цим сьогодні зіткнулися всі дослідники — критичне мислення неможливо сформувати за допомогою лекцій та онлайн-вікторин.

Як і в Середні віки, нові технології використовують різноманітні групи інтересів (країни, спільноти, окремі індивіди), які зацікавлені в поширенні хаосу будь-якою ціною. Для України, зокрема, існує конкретний ворог, Росія, що величезну кількість ресурсів витрачає саме на перетворення нашого інформаційного поля на смітник. Для цього використовують різноманітні методи — від оперативних (коли просто "зливають" блогерів) до мемомтворчості, в яку зашивають потрібні смисли (зокрема, для роботи з молоддю).

Саме зараз ми знаходимося на певному технологічному зламі. На зміну креативу, індивідуальним рішенням, геніям пропаганди приходять бездушні машинні алгоритми, які працюють з величезною кількістю користувачів одночасно, поділяючи їх на кластери, використовуючи їхню приватну інформацію і перетворюючи їх на цільові аудиторії. Комуś — соду та часник, комуś — меч Людоти, а комуś — Трипілля як основу цивілізації.

Фейк ньюз в класичному розумінні — це "розіп'ятий хлопчик": новина, вигадана і поширена в медіа за рахунок нахабства і абсурдності. І величезних грошей. Звичайно, є частина людей, що повірять цій новині і сьогодні, але це буде короткостроковий вплив, і аудиторія постійно зменшується. Покоління Інтернету дуже швидко навчилося подібний абсурд вирізняти і висміювати, створювати альтернативні мему і зводити всі зусилля нанівець.

Тож цифрові пропагандисти діють принципово інакше. Вони збирають інформацію про свої цільові групи, максимально розподіляючи їх на кластери. Історія Cambridge Analytica – це не тільки про виборчі гасла; це також про те, кому сподобається картинка з Куртом Кобейном, а кому — з А.Пугачовою. Після цього в умов-

ний програмний “чорний ящик” вкладають необхідні слова та смисли, і алгоритми перетворюють їх на різні формати повідомлень для різних кластерів. Так, для молоді це можуть бути тисячі згенерованих мемів з їхніми героями і фразами, які налаштовують на певне ставлення до ситуації. Для старших людей — статті про здоров'я з ненав'язливими описами бажаних станів (зневіра, депресія, агресія).

Звичайно, в це важко повірити, але просто зараз ви можете завантажити в телеграмі чатбота, який будь-яку вашу картинку перетворить на мем. Іноді досить смішний. А скоро з'явиться бот, який напише художній текст. Врешті-решт, є й протилежні інструменти — онлайн перевірка Votometer, перевірка дописів в твіттері тощо. Все автоматизоване, і все працює в мільйони разів швидше, ніж звичайні люди. Обережно, боти за роботою!

Звичайно, існує певна термінологічна дискусія. Ми по-різному використовуємо слово “бот”. В українських медіа ботоферма — це технологія, за якою стоїть реальна людина, що реєструє 15-20 різних фіктивних профілів за допомогою телефонних карток і підробних сторінок паспорту. Заходить з цих профілів послідовно і пише статуси, коментарі, ставить лайки — з метою донести певну думку. Активність зводиться в певну таблицю і передається як звіт замовнику: в місяць — кілька тисяч коментарів з потрібною інформацією.

Для західних дослідників і медіа ботоферма — це “матриця”. Машинний алгоритм, який перетворює роботу реальної людини на другорядну. Комп'ютер здатен зареєструвати десятки тисяч профілів, генеруючи імена, паспортні дані, використовуючи згенеровані телефонні номери. Ці профілі працюють в заданих кластерах, генеруючи мільйони повідомлень, лайків та хештегів. Звичайно, це не буде така ж якість, як жива людина. Але кількість в даному випадку тільки плюс, адже грає злий жарт з алгоритмами соціальних мереж, які також мають певні механізми відображення коментарів, лайків і т.д. Сьогодні автоматизовані системи найбільш ефективні саме для формування трендів (тобто порядку денного), тиску на опонентів, запам'ясування повідомлень або ж формування негативу.

Ще десять років тому боти були допоміжним інструментом: вони масово поширювали контент, який розробляли “тролі” та звичайні користувачі. Однак в різних країнах склалася ситуація, коли уряди або політичні сили почали все більше ресурсів витрачати саме на домінування в цифровому просторі, а для цього замало мати прихильників, потрібні потужності сучасних комп'ютерів та мільйони повідомлень.

Так, наприклад, з поверненням Путіна до президентства в 2012, російська державна пропаганда стала жорсткішою і агресивнішою, і боти виявилися значно ефективнішим засобом. Адже коли мета заблокувати альтернативні думки, ніж залучити їх до дискусії, кількісні атаки ботів мають перевагу. Російські пропагандисти почали використовувати методи цифрової пропаганди для впливу на баланс думок в соціальних мережах в усьому світі, наприклад, просуваючи контент або формуючи списки трендів. Звичайно ж, найбільший вплив вони реалізують на Східну Європу.

Але зіграли вони свою роль, наприклад, і під час виборів в США в 2016 році, під час так званого Піццагейту — верхівки теорії змови про демократів, які нібито викрадають дітей і вбивають їх в піцеріях. Величезна кількість фальшивих профілів в твіттері розсилала графічні мемів на цю тему, формуючи негатив до Хілларі Клінтон. Причому географічно ці профілі знаходилися по всьому світу, на Кіпрі, в Чехії, В'єтнамі, і більшість були автоматизованими. Одним з інструментів, який вони використовували, стало просте застосування позитивних хештегів в негативних меседжах

про супротивника. Таким чином, навіть прихильники Клінтон бачили в своїх стрічках суцільний негатив.

Звичайно, боти все ще не можуть комунікувати з реальними людьми на достатньому рівні. Однак ми маємо усвідомити, що це винятково питання часу, питання розвитку AI, і створення достатньої кількості сценаріїв для комунікації з 99% співрозмовників.

Методи обчислювальної пропаганди щоденно прогресують і все більше повторюють людську поведінку. Сьогодні світова тенденція до їх детекції знаходиться не у аналізі контенту, а в аналізі похідних даних. Тобто критичними для системи вважаємо не поодиноких гравців, які створюють маніпуляційний контент. Критичною вважаємо ситуацію, коли велика кількість профілів починає діяти скоординовано, поширюючи схожу інформацію. Отже, це має бути аналіз великих даних — регіональних, кластерних, фінансових тощо. І це не може бути класичний контент-аналіз, який забезпечують 30 аналітиків в науковому інституті. Це має бути, в першу чергу, програмний інструмент, який може генералізувати великі дані, і виводити відповідні тенденції. Ці тенденції вже є базою для ухвалення рішень керівниками.

Аналіз поведінки груп, а не контенту окремих індивідів — ключова ознака протидії дезінформації сьогодні. Підґрунтя такого підходу — в тому, що поведінка живих людей є гетерогенною і менш організованою, ніж у ботів. Саме такий підхід сьогодні можна вважати пріоритетним у дослідників в багатьох країнах світу. Недостатньо медіаграмотності, замало роботи аналітиків, не вистачає ресурсів для контролю інформаційного поля. Потрібні програмні комплекси, які зможуть об'єднати в собі можливості штучного інтелекту, розвитку мереж, роботи з великими даними. Фактично мають бути створені боти для боротьби з іншими ботами. Так, вище вже було згадано Botometer, систему детекції соціальних ботів в твітері. Вона опрацьовує більше 1200 ознак профілю і з великою вірогідністю визначає, чи знаходиться жива людина за ним.

Аналогічно учасники європейського проекту SOMA працювали над системою Truly Media, яка зможе верифікувати інформацію за допомогою сотень критеріїв, значна частина яких не залежить в контенту. В Тайвані в 2016 році було запущено бота 真的假的 (перекладається приблизно як “та невже?”), який має на меті визначати фейкові новини. Користувач надсилає йому посилання, і бот повертає його з коментарями щодо змісту. Бот все ще знаходиться в стадії розробки, однак в місцевих медіа має вже велику популярність.

Тож сьогодні абсолютно безальтернативними на найближче десятиліття стають виклики, які свого часу назвали дослідники Оксфордського інституту інтернету:

1. Текст вже давно не єдиний спосіб нав'язувати пропаганду. Іноді картинки несуть сильніші повідомлення, ніж тексти. Тож стає критично аналізувати різні форми даних, і ефективно це можуть робити винятково складні програмні комплекси.

2. Логічність, пояснюваність — бажана ознака системи виявлення пропаганди, адже важливо, щоб подальші дії влади (наприклад, блокування певних сайтів) мали під собою чіткі цифри та роз'яснення і не наражались на критику. І це теж дають алгоритми, а не людські оцінки.

3. Сьогодні навіть спеціально навчена людина не завжди може відрізнити синтетично створений текст. Тож для детекції дезінформації потрібні кількісні методи збору великих даних, які оперують не тільки контентними критеріями. Часто “хто, коли і в

яких профілях написав” значно важливіше, ніж “що саме написав”.

4. Автоматизація дозволить вирішити проблему захисту даних та цензури, адже виключить вплив людей, політиків на фінальні звіти. З цією метою, звичайно, необхідно, щоб сам програмний продукт створювався за участі консорціуму незалежних організацій (в тому числі міжнародних), з утворенням Наглядової ради та на основі чітких стандартів захисту приватної інформації.

Об’єднання зусиль різних організацій, дослідницьких груп, центрів ухвалення рішень дозволить полишити суперечки в минулому і створити інструменти, які полегшать детекцію дезінформації і захистити суверенітети країн.

«Дезінформація на основі незнання». Як українські ЗМІ впливають на імідж Польщі в Україні і чи свідомо вони це роблять

Микола Сірук

Останніми роками дезінформація та фейкові новини стали головними методами ведення інформаційної війни Росією проти Заходу загалом, НАТО, ЄС, окремих країн-членів військово-політичного блоку та економічного співтовариства, і зокрема проти України. У відповідь на цей виклик в Україні, можливо, з великим запізненням лише у березні цього року було створено за ініціативою Президента України Центр протидії дезінформації при РНБО.

Цікаво, що буквально після цього рішення стало відомо про досягнення домовленості між Україною та Польщею про налагодження взаємодії профільних експертів в цій галузі. Про цю домовленість повідомив заступник керівника Офісу Президента України Ігор Жовква після XXIX засідання Консультативного комітету Президентів України і Республіки Польща. І пояснив він такий крок Києва та Варшави тим, що «одним із потужних елементів гібридної війни є фейкові новини та дезінформація».

Не виключено, що в рамках згаданого вище засідання окрім спільної проблеми боротьби з російською дезінформацією та фейками польська сторона порушила питання про спотворення через дезінформацію в українських ЗМІ образу Польщі в Україні.

Виявляється, що ця тема є досить гострою для правлячої у Польщі партії «Право і Справедливість» і яка не терпить критики усередині країни від національних ЗМІ і пішла на такий крок, як заборону діяльності незалежного телеканалу TVN, власником якого є американська компанія Discovery, через ухвалення закону відомого як Lex TVN, який ще повністю не затверджено і який викликав великий резонанс у Польщі.

Польські експерти, які постійно цікавляться відносинами з Україною і постійно читають українські ЗМІ, стверджують, що має місце свідомо дезінформація образу Польщі. І пояснюють вони це тим, що у випадку з українськими ЗМІ найчастіше трапляється жалюгідна некомпетенція при збиранні матеріалів та подальшому інформуванні і в результаті чого суспільство отримує фальшиву інформацію. Водночас співрозмовник застеріг, що навряд чи тут ідеться про свідому брехню.

Зрозуміло, що найбільш проблемними питаннями між Україною та Польщею після приходу до влади «ПіС» стали історичні питання, зокрема події на Волині під час Другої світової війни. І тут польські експерти вбачають дезінформацію образу Польщі в Україні в тому, що в українських ЗМІ немає жодного голосу, який би показував іншу точку зору на цю проблему ніж Український Інститут національної пам'яті.

Третім прикладом дезінформації образу Польщі в Україні вважається те, як українські ЗМІ висвітлювали протести польських жінок проти заборони абортів. У реальності частина жінок протестувала, а інша велика частина була задоволена. Соціологічні опитування показували, що поляки не хочуть лібералізації закону про аборт.

При цьому співрозмовник визнав, що так само «Дзеркало Тижня» та Українська Правда пишуть про Польщу німецькі ЗМІ чи англійські ліберальні ЗМІ.

Інший співрозмовник, польський дипломат, також відзначив, що згадані статті про «страйк жінок» були незбалансованими, і відповідно необ'єктивними. За його словами, такий вид дезінформації є більш витонченими стилем підтримання іміджу Польщі і така дезінформація є більш успішною, ніж чиста чорна пропаганда.

Польський журналіст з Radio Wnet Павел Боболович, який працює в Україні сім років, теж помітив факти дезінформації в українських ЗМІ, що впливає на образ Польщі в Україні. Він пояснює це тим, що, по-перше, дуже часто українські ЗМІ і українські журналісти використовують російськомовні джерела інформації або такі, що так чи інакше якось пов'язані з Росією.

По-друге, деякі українські ЗМІ можуть бути під впливом Москви і просто користуються з тез та ідей, які виходять з Москви.

По-третє, у деяких ЗМІ та порталах на Західній Україні постійно з'являються матеріали, які показують Польщу як потенційну загрозу і державу, що зацікавлена в слабкості України і може мати бажання забрати деякі території України, які хтось у Польщі може вважати, що вони історично належать до Польщі.

«Ця абстрактна теза не має підтвердження в Польщі», підкреслив Боболович. При цьому він додав, що основна держава, яка підтримує євроатлантичну інтеграцію України і її вступ до НАТО постійно є Польща.

В-четверте, продовжує журналіст Radio Wnet, існуючий рівень зацікавленості обох держав і знаряддя поширення інформації не відповідає потребам. Дуже мало польських кореспондентів в Україні і відповідно українських кореспондентів у Польщі. Дуже мало українських експертів, які спеціалізуються на Польщі. І через малу зацікавленість сусідом є нерозуміння великої кількості процесів.

Невелика кількість експертів в Україні можуть сказати, що вони знають польську політичну сцену і можуть критично відноситися до польського політикуму, і це викликає величезну проблему.

І виходить, що невелика кількість українських журналістів формує образ Польщі в Україні.

В-п'яте, зазначає Боболович, багато років в Україні основним джерелом інформації була польська Gazeta Wyborcza, колись дуже серйозне видання, а зараз його роль стала набагато меншою.

А Gazeta Wyborcza як і багато інших польських газет має однозначне ліволіберальне спрямування і пов'язана з ліволіберальним середовищем у Польщі.

Коли у Польщі приходять до влади праві, то вона дуже сильно їх критикує. І ця критична картина одразу перекладалась в Україну, де створювалось враження, що влада в Польщі – «Право і Справедливість» має завжди означати щось погане. І при цьому не було ніякого аналізу і одразу в українських ЗМІ писалось, що праві при владі це погано.

Ще одним прикладом дезінформації і впливу на імідж Польщі в Україні журналіст Radio Wnet назвав ситуацію після перемоги Анджея Дуди у першу його каденцію. «Серед моїх українських журналістів це викликало непорозуміння, вони просто не могли повірити, як той міг перемогти і хто це є. Бо вони не бачили реальної картини, а в перемозі Дуди не було ніякого сюрпризу. А для людини, яка розуміла, що відбува-

ється у польській політиці, це було дуже логічно зрозуміла послідовність усіх подій у Польщі упродовж багатьох років. І було зрозуміло, що він є кандидатом, який може перемогти на виборах», – розповів Боболович.

Не можна сказати, – зауважив він, – що це був процес спеціальної дезінформації, але дезінформації на основі незнання. Коли не вистачає відповідного рівня знання, з'являються різні оцінки і думки, які не відповідають реальності. Відтак, треба розуміти, що не знання є серйозною проблемою, – резюмував журналіст Radio Wnet.

Залишається сподіватись, що українські журналісти, які пишуть про Польщу, візьмуть до уваги таке спостереження польського колеги: «коли розслідуються якісь внутрішньополітичні процеси знову іде критичне ставлення українських ЗМІ до цих процесів без спроби їх аналізу і наскільки це сприймається у самій Польщі».

Польща – один з найбільших ворогів Росії. Аналіз пропагандистських наративів

Міхал Марек

Період з квітня по липень 2021 р. призвів до активізації російських пропагандистських центрів на польському напрямку в контексті будови іміджу Республіки Польща як джерела напруженості та прямої загрози безпеці Росії та Білорусі. В рамках поширювання меседжів основна увага була приділена формуванню вкрай негативного іміджу Польщі, який базувався на висвітленні теми підготовки Польщі та НАТО до провокації в регіоні та підготовки безпосередньої агресії на калінінградському та білоруському “напрямку”. У російській перспективі бачення реальності Польща стає не лише місцем, де НАТО здійснює свої військові маневри (створені для військових провокацій), але це база, яка використовується Альянсом для збору військових частин, які мають відігравати ключову роль в наступі НАТО у майбутньому. Таким чином, російські пропагандистські центри створюють, з одного боку, образ Польщі як маріонетки НАТО що використовується Заходом як платформа яка дозволяє реалізувати його “агресивні” наміри. З іншого натомість, Польща створена становить силу, яка з власної волі та власними ресурсами стимулює напругу та готується до провокації. Повідомлення на цю тему у згаданий період стосувались зокрема, 1)покупки Польщею турецьких безпілотних літальних апаратів “Байрактар”, 2) темою підготовки польських аеропортів нібито для накопичення ударного потенціалу НАТО на кордонах Білорусі, 3) підготовку спеціальних диверсійно-розвідувальних груп яким мають вторгнутися в Білорусь. Водночас російська сторона висвітлювала тему розміщення в Польщі американської системи протиракетної оборони “Aegis Ashore”, що також було представлено як загрозу безпеці Росії та Білорусі. Російська сторона проводить дезінформаційну діяльність на основі зчеплення цих двох повідомлень: з одного боку, Польща готується до агресії і закликає західні країни робити “русофобські” кроки, а з іншого боку, Польща це маріонетка США, яка використовувалася для реалізації агресивних планів Вашингтону.

Вищевказані меседжі вкладаються у два контексти. Перший, створює інформаційну базу, необхідну для досягнення цілей зовнішньої та внутрішньої політики Росії. Це означає, що створення образу існування “близького ворога” служить стимулюванню консолідації російського суспільства навколо сильного лідера, армії та спецслужб. Другий контекст стосується маневрів “Захід-2021”. Згідно з цим припущенням російська сторона, завдяки діяльності своїх пропагандистських центрів, стимулює страх перед атакою Польщі та НАТО на Білорусь. Це зв'язано з процесом формування у суспільства потреби на “захист”. Звичайно, лише Росія може відповідно “захистити” Білорусів від уявної атаки. За допомогою такого роду маневру російська сторона не лише формує позитивний імідж Росії в Білорусі, але й ініціює в білоруському суспільстві необхідність присутності в країні військ Російської Федерації. У цьому контексті російська сторона одночасно підтримує білоруські пропагандистські центри та білоруські політичні кола у кампанії у якій створюють образ Польщі як ворога, який ні-

бито здійснює операції спрямовані на дестабілізацію внутрішньої ситуації у Білорусі. Цей наратив в першу чергу використовується для створення іміджу Польщі як сили відповідальної за “антидержавну” діяльність білоруської опозиції.

Будова образу Польщі як головного ворога Російської Федерації пов’язане з повідомленнями, які формують негативний імідж України. Згідно з російськими наративами, загрозу Білорусі, окрім поляків, становлять “українські націоналісти” та Збройні сили України. Дедалі більше акцентується на темі перетворення України на базу НАТО та на підготовці України до дестабілізації ситуації в Білорусі (включаючи підготовку диверсійних груп, які мають в’їхати до Білорусь). Польська тема, між іншими, використовується також щоб створити образ військової підтримки, яку Польща повинна надати Україні в рамках підготовки до “наступу на Донбас”. Ця активність проявляється шляхом трансляції фейкових новин про появу польських військ на Донбасі, які мають свідчити про агресивні наміри Києва та НАТО. Варто також зазначити, що російська сторона створює образ України як загрози для російського впливу на чорноморський просторі. У цьому контексті була проведена пропагандистська кампанія, пов’язана з маневрами “Sea Breeze 2021”, в рамках якої Україна була представлена як “база”, що дозволяє НАТО проводити антиросійські провокації. Цей наратив доповняти повідомленнями, що нібито Україна стимулює НАТО до наступальних дій проти Росії (ініціює маневри в цьому регіоні). Подібним чином представлена Польща в контексті стимулювання присутності сил НАТО в Україні, а також у Польщі та країнах Балтії. У російській “реальності”, Польща є силою, яка постійно породжує проблеми як для Росії, так і для всього НАТО та ЄС. Окрім сектору безпеки, Польща має провокувати напруженість на лініях Франція-Німеччина-Росія та Німеччина-Росія (“Північний потік-2”). Згідно з російськими повідомленнями, в результаті своєї “русофобської” політики Варшава стимулює країни ЄС до того щоб викинути Польщу за межі своєї зовнішньої політики. Формується образ маргіналізації Польщі в ЄС, а також образ зростання відкритості ЄС на відновлення “діалогу” з Москвою. Цілями російської сторони є не лише консолідація свого та білоруського суспільства навколо існування “загрози” з боку Польщі та НАТО, а й виправдання своїх провалів у галузі міжнародної політики (включаючи питання санкцій).

Лідерська імпотенція – новий наратив Москви у рамках інформаційної кампанії у ЦСЄ: Польща та Україна на вістрі

Ярослав Матійчик

Драматичні події у Афганістані дали Росії новий інструмент для просування власних наративів. Москва скористалась виведенням американських військ для того, щоб, екстраполюючи цей факт у ширший контекст політики пропаганди на європейському напрямі, говорити про чергову поразку Заходу, поразку т.зв. «русофобської партії», а також поразку тих держав та політичних сил, що орієнтуються на Захід. Зі зловтіхою російські спікери на різних майданчиках наголошують: багатополюсний світ утвердився, Росія визначає геополітичний порядок денний у Євразії, слабші не можуть диктувати умови та впливати на політику сильніших держав. Власне кажучи, цим Росія повертає у вжиток свій давній наратив, який коріниться ще у 19 сторіччі – великі держави мають право сили, а сила права була лишень історичною аномалією або ж є частиною гри великих держав.

Автократичний світ знову прагне взяти гору над демократичним світом. Якщо й не йдеться про таку перемогу, то передусім про створення відчуття такої перемоги. Це основний тренд російської пропаганди, першими ростками якої була теза про те, що «Путін усіх переграв». Надимаючи вітрила своєї перемоги, навіть якщо її ціна надвисока або ж вона існує тільки в умах та «методичках» російських пропагандистів, цією «грою на мізері» посилюють відчуття власної слабкості та відчаю у тих, хто начебто програв.

Афганістан один з нещодавніх найяскравіших прикладів (на додачу до того, як ЄС та США «проковтнули» російські авантюри у Грузії та Сирії). Для регіону Центральної та Східної Європи, на тлі російської мілітарної концентрації по східному периметру кордону Євросоюзу, не менш гострим є питання Північного Поток-2. Американсько-німецькі домовленості щодо завершення роботи над цим проектом подаються як програш передусім Польщі та України – найбільших антагоністів Північного Поток-2. Разом з тим, Москва робить усе можливе для деморалізації європейських (в цілому західних) елітних кіл.

Це також свідчить про домінування геополітичної гри Росії, у якій Україна та Польща розглядаються у якості горе-бунтарів, чия незалежність розуміється як тимчасовий сепаратизм, що невдовзі буде виправлений російськими зусиллями.

З одного боку Росія корумпує, шантажує, залякує зброєю, а з іншого боку висміює та виставляє недолугими тих, хто намагається протистояти московським зусиллям. Україна та Польща в російських наративах виставляються недолугими ентузіастами-ідеалістами, чиї зусилля не дають результату. «Чи варта підтримки Києва неспроможна політика Варшави? Чи варті підтримки Варшави ініціативи Києва», – питають з екранів російські пропагандисти. «Чи не пора політикам у Варшаві втомитися від України? Чи не пора Києву відвернутися від імпотентного Заходу і звернутися по підтримку до «слов'янських братів з Москви, чи хоча б з Піднебесної?», – починають гадати собі політики в Україні та Польщі. Ідея ще на маргінесі, але вже зріє.

Варто підкреслити, що сила російської пропаганди проявилася ще тоді, коли 20 років тому дебатувалися питання енергетичної диверсифікації у Європі. Пропаганда підкріплена аналітичними і корупційними зусиллями перекрутила суть диверсифікації як такої, коли під нею у Європі стали розуміти не стільки диверсифікацію джерел, шляхів та агентів постачання – а передусім шляхів, якщо не виключно шляхів. Вже тоді Росія посіяла зерна нарративу про недолугість і непередбачуваність транзитерів. Українську ГТС усіляко маркували як технічно неспроможну, інформаційно атакувались також проекти «Сарматія» та «Одеса-Броди». Поляків та українців називали «русофобами», які ставлять під сумнів інтереси багатих держав Західної Європи. А Києву та Варшаві наполегливо, із прикладами, доводили, що простіше здатися, знехтувати власною амбіцією та гідністю і безболісно та не без особистої вигоди рухатися у російському фарватері.

При цьому, примітно, що добудова Північного Поток-2 стала результатом пропагандистських зусиль, а не обгрунтованої економічної доцільності для Євросоюзу. Разом з тим, побічним ефектом стало унаочнення браку солідарності у Євросоюзі та створення підстав для чергових кпинів над Україною та Польщею. ПП-2 також продемонстрував вразливість енергетичної політики ЄС та його правової системи. А безпекові аспекти взагалі були виключені з числа критеріїв погодження проекту. Відтак вони лише частково проявилися і у німецько-американській заяві щодо добудови газогону. Питання для чого Москві було будувати ПП-2, а Берліну на нього погоджуватися, так і залишилося без відповіді. Зрештою шукати відповідь на це питання не було серед завдань російських пропагандистів.

Завдання у них інші. На тлі нової роздутої перемоги щодо ПП-2 утвердити в рамках інформаційної війни образ Польщі як лузера, який не знаходить порозуміння ані з Вашингтоном, ані з Брюсселем, а відтак не має шансів на повноцінне втілення власних регіональних ініціатив на кшталт Тримор'я, утримання лідерства у Вишеградській четвірці, та новій ініціативі – приміром, Люблінського трикутника. Така картинка орієнтована і на російського, і на західного споживача. Мовляв, попри всі амбіції – шансів нема.

Схожий патерн застосовується і щодо України: в умовах, коли Берлін та Вашингтон грають у велику політику з Росією, чи є сенс Україні пручатися та орієнтуватися на неперекоклюву Польщу? Адже й поляки, й українці оперують в координатах політики ідеалістичної, а вона – потішна, приречена. Російська пропаганда вказує Києву, що годі сподіватися на таких як Польща, якщо вже Вашингтон не в стані досягти успіху, – і якщо Україна не погодиться на капітуляцію і долучення до «русского мира», то її чекає доля Афганістану. Вже зараз слабкість Києва Москва доводить через поширення у міжнародному інформаційному просторі і своїх мас-медіа в Україні оцінки української ініціативи Кримської платформи (в рамках деокупаційної політики) як недоугої, – як самого формату, так і кола його учасників і рівня представництва. На постійній основі висміюються українські зусилля з інтеграції до Євросоюзу та НАТО, значимість статусу головного союзника США поза рамками НАТО, проведення спільних навчань в рамках НАТО і т.п. І все це, на жаль, має свій деморалізуючий вплив на українське суспільство, – і імідж та ставлення до Польщі тут не виняток. Зневажливе ставлення до інших у міжнародній поведінці Москви давно вже стало нормою і тому не дивно, що російським атакам піддаються навіть інтелектуальні спроможності Варшави і Києва (рівно як і інших).

Головна теза російської пропаганди у її новій варіації полягає в тому, що усі русо-

фоби стають лузерами, а лузери не лише не можуть провадити свої ідеї та політику, а й не можуть підтримувати одне одного, чи більше того – не варті підтримки одне одного; вони уражені лідерською імпотенцією.

Виклик, який створює Москва у рамках утвердження негативного міжнародного іміджу усіх з нею незгодних, потребує серйозного ставлення з боку як загальноєвропейського і в цілому західного істеблішменту, так і регіонального та національного, у тому числі – польського та українського. Поширюваний контент і наративи кремлівських стратегів базуються на глибокому знанні вад політичного, правового, історичного та культурного середовища, з яким вони працюють. Жертвам такої агресії необхідно врахувати як цю обставину, так і ту, що вад треба рішуче позбутися і ставати менш уразливими і більш стійкішими; робити це у всіх форматах, де вони присутні – відповідь має бути тотальною, як і характер самої агресії. У контексті України та Польщі також залишається актуальним питання забезпечення співрозмірності можливостей з ініціативами. У рамках розвитку двосторонніх відносин і взаємодії на міжнародній арені Варшаві і Києву необхідно посилити рівень політичної довіри, розгорнути довірливий діалог і запровадити практику постійних консультацій. До таких консультацій доцільно запросити румунську та турецьку сторони, і вести справу до утворення квартету – Україна-Польща-Румунія-Туреччина, – що якнайсерйозніше піддаються російським волонтаристичним загрозам. Зрозуміло, що є доцільним також долучення до цього квартету суміжних держав-сусідів, постійні дипломатичні консультації для уникнення інтриг, прозоре вироблення спільної політики та трансляція її на міжнародних майданчиках. У перспективі квартет міг б стати не тільки інструментом у війні наративів, але й чимось значно більшим – безпековим союзом, що, зокрема, виконував би допоміжну оборонну роль на східному фланзі НАТО і був не лише органічним доповненням Бухарестської дев'ятки, але й гарантом «вільної безпекової зони без вилучень і обмежень» для його учасників, що, у свою чергу, витверезуюче позначилось би на російських загонистих планах експансії у Європу – повалення демократії і свободи, руйнації Євросоюзу, НАТО і т.п.

І насамкінець. Вивчення європейського політичного середовища вказує, що у широкому сенсі цінність гідності й самоповаги набуває дефіциту. А без гідності всі інші смисли також втрачають певний сенс. Під нівеляцію потрапляє і безпека, і демократія, і свобода, і солідарність. Гідність не купиш, – її треба відстоювати інтелектуально, ідеологічно, політично; йти на жертви – не продаватися, не зраджувати, не перетворюватися на циніків. Це головні складові рецепту стійкості, забезпечення розвитку й історичної перспективи, і долаючи цей виклик спільними зусиллями, Польща та Україна можуть стати взірцем для регіону і довести свої лідерські ролі.

VIP-дезінформатори: новий-старий російський інструмент гібридної війни проти України та Польщі

Сергій Герасимчук

Пропаганда та дезінформація завжди були ефективним елементом російської гібридної війни. Серед способів, у які застосовувався цей інструмент – фейкові новини, залякування опонентів та спотворення їх образу в очах світової аудиторії, експлуатація конспірологічних теорій для формування загальної і усеохоплюючої недовіри.

Від початку російської агресії у 2014 році і навіть до того, Україна чимало потерпала від російських фейків. Йшлося як про відверту брехню про «розіп'ятого хлопчика» з Донецьку, яка мала на меті викликати ненависть до українських вояків, так і про фейки про український військовий літак, який начебто спричинив катастрофу МН-17, що мали на меті звести наклеп на державу Україна.

Роками російська пропаганда намагалась таврувати Україну як державу-помилку, державу, що не склалася, failed state. Іноді виконавцем інформаційних операцій виступав сам російський лідер – Володимир Путін. Ще у 2008 році під час Бухарестського саміту НАТО він начебто заявив, що Україна це зовсім не держава, а «геополітичне непорозуміння». Частина українських територій, мовляв, належить Східній Європі, а інша частина – подарована Росією.

А вже у 2014 році з'явився ще один взірець російської пропаганди – лист віце-спікера Держдуми Росії Володимира Жириновського до Польщі, Румунії та Угорщини з пропозицією розділити Україну між цими державами та Росією.

Зрештою, у липні 2021 року вийшла стаття російського президента про єдність російського та українського народів.

Аудиторія у російських пропагандистських інструментів завжди була багатоманітна. Передусім, внутрішній споживач. Російську аудиторію треба було відволікати від внутрішніх економічних та політичних проблем загрозами на кордоні, боротьбою з вигаданим «фашизмом» у сусідніх державах, перемогами «збирача російських земель» Володимира Путіна.

Окрім того, російські фейки та інформаційні операції спрямовувалися й на сусідні держави. З одного боку, українців демонізували, з іншого – демонстрували неспроможність української держави.

Свою аудиторію російські меседжі знаходили і серед українців. Передусім на Сході України, де й дотепер домінують російські медіа, формувалася образ слабкого та ультра-націоналістичного Києва. Натомість для решти регіонів було заготовано меседжі про те, що Україна не має дієвої підтримки від держав Заходу, сусіди прагнуть скористатися слабкістю Києва, щоб за російським зразком відібрати собі частину українських територій, а США намагаються нав'язати своє зовнішнє правління. Усі ці меседжі були покликані викликати в українців відчай та деморалізацію.

Проте, незважаючи на значні зусилля Кремля інформаційна війна проти України не принесла бажаних результатів. Держави-сусіди не лише не сприйняли меседжів

Москви, але й продовжують поглиблювати співпрацю з Києвом. Більшість сусідніх держав були представлені на саміті «Кримської платформи» (Польща представлена на найвищому рівні – президентом Анджеєм Дудою). Формуються нові регіональні альянси на кшталт Люблінського трикутника, до якого окрім України увійшли Польща та Литва. Київ також має шанси долучитися до проєктів Тримор'я – регіонального утворення, що поєднує держави Балтійського, Адріатичного та Чорного морів.

Спостерігаючи за такою динамікою, оцінюючи її як загрозову для власних геополітичних планів, а також прагнучи нейтралізувати перспективу формування регіональних ініціатив, які можуть обмежити російський вплив, Москва вирішила вдатися до нової тактики.

Новим російським VIP-агітатором став Александр Лукашенко. У ході масових протестів у Білорусі, що пов'язані з небажанням білоруського суспільства визнавати чергову перемогу Лукашенка на минулорічних президентських виборах, білоруська влада застосувала надмірно жорстокий репресивний механізм, що призвів до масових арештів, загибелі протестувальників та політичної еміграції.

Білорусь опинилась у новій політичній ізоляції, яка лише посилилась після того, як з примусово посадженого у аеропорту Мінська літака, що прямував рейсом Афіни-Вільнюс було знято і заарештовано білоруського опозиціонера Романа Протасевича. Єдиною державою, що однозначно підтримала режим Лукашенка виявилась Росія. Ціна такої підтримки висока для Білорусі і один з її вимірів те, що тепер сам її самопроголошений очільник став черговим російським інструментом пропагандистського впливу.

Поєднуючи власні та російські інтереси Лукашенко став транслятором відносно нових наративів російської пропаганди. Якщо дотепер росіяни намагалися виставляти Україну державою-помилкою, а Польщі пропонувати поділити українські території, то нині гра більш тонка.

Позиція Лукашенка полягає в тому, що передусім Польща стоїть за протестами у Білорусі, а її мета – повалити конституційний лад. Такими тезами, він повторює тези російської пропаганди, що більшість революційних подій на Сході Європи інспіровані з-зовні. Відмінність лише в тому, що нині, на думку Лукашенка це робиться не далекими США чи Брюсселем, а сусідньою Варшавою, яка прагне перетворити Білорусь на свою провінцію. По-друге, розглядаючи Польщу як основного суперника, Лукашенко не гребує й тим, щоб звинувачувати в «розкачуванні Білорусі» й Україну та Литву.

Три держави «Люблінського трикутника», таким чином, подаються в якості осередка екстремізму, що прагнуть експортувати його до стабільних автократій. Надалі, не можна виключати, що такий наратив Росія спробує використати для внутрішнього вжитку: розпалюючи вороже ставлення до «Люблінського трикутника», а також і для спроби переконати Брюссель та Берлін у тому, що держави на околицях Євросоюзу грають свою гру. Питання дискредитації революцій згадувалось раніше, і актуальність цього меседжу для Москви зростатиме й надалі.

Протидіяти такому розвитку подій можна наступним чином:

1. Люблінський трикутник має стати інформаційним посередником між білоруською опозицією та Брюсселем і Вашингтоном. Варшава, Вільнюс та Київ мають винести питання протидії російській дезінформації на чільне місце порядку денного Люблінського трикутника.

2. Держави Люблінського трикутника мають не лише реагувати на фейкові заяви Лукашенка, але й але й попереджати їх. Брюссель має бути свідомі того, що режим агонізує і усі заяви Лукашенко про конспірологічні теорії є лише проявом такої агонії та обслуговуванням російських інтересів. Відтак, Люблінський трикутник повинен долучати до своїх інформаційних заходів щодо Білорусі представників відповідних служб Євросоюзу.
3. Попри те, що Київ із застереженнями ставиться до лідерки білоруської опозиції Світлани Тихоновської, держави Люблінського трикутника мають виробити спільну позицію щодо того, із ким в Білорусі вони вестимуть діалог.
4. Також вважається доцільним аби від імені Люблінської трикутника в рамках ОБСЄ було представлено відповідну заяву та ініційовано процедуру моніторингу ситуації з правами людини в Білорусі.
5. Від імені Люблінського трикутника в рамках Ради Європи було б не зайвим ініціювати слухання та відповідну резолюцію щодо контенту політичних заяв Александра Лукашенка.
6. Зрештою, Польща та Україна мають просувати власний наратив щодо того, що тези Александра Лукашенка є тотожними тезам Владіміра Путіна, і є лише одним з елементів російської інформаційної війни з використанням VIP-агітаторів.

Антидот на державному рівні

Євген Магда

Дезінформація використовується людством протягом тривалого часу. Проте саме останніми роками її застосування перейшло з періоду воєнних дій до сфери мирного життя. Інтенсивність цього транзиту є одним з критеріїв поширення гібридних викликів.

Готовність ввести противника в оману зазвичай виправдовується прагненням до перемоги та бажанням зберегти життя та здоров'я власних військових. Мета зрозуміла та раціональна. Однак у багатополлярному світі правила застосування дезінформації виходять за межі супроводу бойових дій.

Якщо інформація давно перетворилась на товар, то дезінформація стала інструментом тиску на конкурентів на політичній арені. Спостерігаємо просту залежність: чим менше керівництво держави залежить від результатів виборів всередині країни, тим активніше воно застосовує дезінформацію у власній внутрішній та зовнішній політиці. Мовляв, мета виправдовує засоби.

Продуктування та поширення фейків є одним з вагомих компонентів дезінформації. Настільки вагомих, що серед активних користувачів соціальних мереж та споживачів інформаційного продукту практично немає тих, хто хоча б раз не ставав жертвою фейку. Виробництво та поширення фейків стало елементом державної політики Росії, яка у такий спосіб прагне подолати фантомні болі про власну велич.

Чи присутня дезінформація у польсько-українських відносинах? На жаль, її не бракує, і цьому є кілька причин:

- Стрімка трудова міграція громадян України до сусідньої держави.
- Динамічний розвиток товарообігу, який, серед іншого, передбачає посилення конкуренції та прагнення конкурентів застосувати різні важелі впливу.
- Наявність складних сторінок спільної історії, нерівномірний розвиток розуміння значення та впливу історії на суспільне життя всередині польського та українського суспільства.
- Прагнення Росії спровокувати розлад у відносини Польщі та України, яке спирається на усвідомлення перспективи цього союзу.
- Занепокоєння окремих європейських політиків стосовно перспектив зближення Польщі та України та європейської і євроатлантичної інтеграції останньої.

Історія відносин польського та українського народів не завжди була безхмарною, проте сьогодні українці стали помітним чинником впливу для доволі монолітного польського суспільства. Не завжди вдається уникнути зневаги щодо трудових мігрантів, забезпечити діалог на рівних. Пацифікація і операція «Вісла», з одного боку, та Волинська трагедія – з іншого, створюють ґрунт для поширення дезінформації та фейків. Консервативний характер польського та українського суспільства, пам'ять про обопільні образи також сприяють поширенню дезінформації та фейків. Очевидно, що головним каналом розповсюдження дезінформації є соціальні мережі.

Говорячи про вплив дезінформації на сусідні держави, які мають травми у сфері історичної пам'яті, варто зрозуміти: фейки у цій сфері не лише розпалюють ворожне-

чу на побутовому рівні, але дозволяють впливати на виборців, які, у свою чергу, прямо чи опосередковано здійснюють вплив на політичну еліту. Невипадково у період виборів або політичних криз застосування інструментів дезінформації перетворюється на килимове бомбардування фейками та фальшивими наративами.

Зауважу, що у демократичному суспільстві неможливо уберегтися від поширення дезінформації. Про це добре знають у Росії та Китаї, де, зокрема, сприяли поширенню інфодемії на тлі пандемії коронавірусу, яка стала серйозним викликом для людства. Критичне мислення, притаманне значній частині суспільства, та оперативна реакція держави на прояви дезінформації сьогодні виглядають найефективнішим антидотом від дезінформаційної отрути.

Зауважу, що «Люблінський трикутник», засновниками якого у липні 2020 року стали Литва, Польща та Україна, серед своїх цілей ставить протидію різноманітним гібридним викликам, дезінформація є одним з них. Усвідомлення на державному рівні глибини цих загроз є першим кроком до ефективної протидії ним.

У який спосіб ми можемо мінімізувати вплив дезінформації на польсько-українські відносини? Заборонами ми не зможемо досягнути поставленої мети, це очевидно. Перш за все, потрібно позбавитися ілюзій, зокрема, про високу ступінь поінформованості поляків та українців одне про одного. Починаючи з прикордонних регіонів, поширювати вглиб наших країн програми з гуманітарної співпраці, надавати трибуни для виступу лідерам громадської думки, перекладати літературу та сприяти виходу на екрани документальних та художніх кінострічок. Дезінформація ефективно працює у інформаційних порожнечах, тому спільні зусилля Польщі та України мають бути спрямовані на їх заповнення.

Протидія російській дезінформації: застосування інтегрального підходу

Михайло Самусь

З початку російської агресії проти України у 2014 році, використання Росією інформаційно-психологічних операцій та дезінформації перетворилося на стандартну та невід'ємну практику як «гібридної» війни РФ проти України, так і «гібридної» зовнішньої політики Кремля у глобальному масштабі.

В цілому, про ефективність російських масованих дезінформаційних атак можна сперечатися. Часто, дослідники завищують результати та реальний вплив російських дезінформаційних акцій, проектуючи ситуацію 2014 року на поточні події і вважаючи, що російська дезінформація завжди має безсумнівно потужний вплив на інформаційний простір в Європі. Насправді, масованість та інтенсивність російської дезінформації не завжди означають результативність та реальні наслідки для конкретних подій чи більш загального розвитку ситуації. І Україна, і світ вже звикли до того, що російські ЗМІ та ботоферми у соціальних мережах не лише спотворюють окремі інформаційні повідомлення, а продукують цілісні інформаційні пласти, спрямовані на дезінформування, маніпулювання, корозію демократії. Однотипність, схематичність, відкрита неправдивість та брехливість «інформації», яку створюють, моделюють та розповсюджують російські пропагандисти, як правило, вже не мають того ефекту, який можна було спостерігати у 2014 року, коли Росія розпочала активну фазу «гібридної» агресії проти України та країн Заходу. Росія зараз майже не маскує свої пропагандистські дії, не намагається приховати ні учасників, ні канали розповсюдження, ні цілей своєї дезінформації.

Чого лише варті останні заяви Путіна про «єдиний народ» росіян та українців, а також роль Польщі у дробленні «руського народу»: “Я не вважаю, що український народ – недружній. Я вважаю, що українці і росіяни – це взагалі один народ. Дивіться, євреї в Ізраїль приїжджають з Африки, Європи та інших країн світу. З Африки взагалі “чорненькі” приїжджають ... Начебто вони і не схожі один на одного, а все одно єврейський народ дорожить своїми єдностями... Руський народ завжди намагалися розтягнути, роздрібнити. Це ще з Середніх століть – з Речі Посполитої, тому що сама Польща хотіла стати великою державою, тому намагалася роздрібнити всіх, хто навколо. А потім це підхопила Австро-Угорщина напередодні Першої світової війни”. В цій цитаті Путіна – квінтесенція однієї з основних дезінформаційних конструкцій неоімперської Росії: всі довкола – вороги, які хочуть розділити єдиний «руський народ»; українців не існує, а тому й ніякої окупації чи анексії не було – насправді, Москва допомагає своїм братам позбутися «західного іга». Виглядає, дійсно, досить примітивно та недолуго.

Але, насправді, від цього російська дезінформація не стала менш небезпечною. Адже, головною стратегічною метою Кремля всі ці роки було не просто розповсюдження рейкової інформації і деформація інформаційного простору, а руйнування загальної довіри до засобів масової інформації, до урядів, політиків, громадських діячів, активістів в демократичних суспільствах. Меседжі на кшталт «Так, ми брешемо, але й інші також брешуть; єдиної правди не існує, є лише різні трактування реальності; Захід має свою позицію, Росія має іншу; RT не відрізняється від CNN», які

постійно просуваються російськими пропагандистами, стали найбільш небезпечними для глобальної стабільності. Підрив солідарності демократичних націй, стійкості демократичних країн, формування розривів між державними інституціями та громадянським суспільством – це той ефект, якого намагається досягти Росія і, в деяких випадках їй це вдається.

Під час дезінформаційної кампанії Росії на фоні пандемії коронавірусу вказана стратегічна мета Кремля стала ще більш контрастною. Адже, хвилі російської дезінформації на фоні пандемії мали різні теми (в основному, варіації на тему конспірологічних теорій стосовно заперечення існування COVID-19, штучного походження COVID-19 з лабораторій ЦРУ, неефективності вакцинації, стосовно небезпечності західних вакцин і феноменальної ефективності російської вакцини «Спутнік»), але головною їх метою було запалювання конфліктів в суспільствах демократичних держав, підігрівання постійного протистояння урядів та населення через введення обмежувальних заходів, кампанії з вакцинації, введення паспорту вакцинованих і т.д. Роль вакцини «Спутнік», безвідносно її якостей чи недоліків, звелась до інструменту «гібридної» війни, який має розхитувати стабільність демократичних суспільств і створювати чергові розломи як всередині окремих країн, так і серед членів ЄС та НАТО.

У цьому відношенні, варто згадати урядову кризу в Словаччині, яка трапилась у березні ц.р[2], через баталії довкола закупівель російської вакцини. В кінці кінців, коли політичну систему Словаччини серйозно «перетрусило» через «Спутнік», виявилося, що в країні знайшлося лише кілька тисяч бажаючих прививатися російською вакциною[3], не визнаною ні ВООЗ, ні ЄС, і вся історія завершилася великим пшиком (уряд Словаччини, у фіналі цього масштабного політичного скандалу, повернув Росії 160 тис. доз «Спутніка», яка виявилась непотрібною словакам).

Однак, незважаючи на очевидний провал «Спутніка», сама дезінформаційна кампанія Росії у цьому випадку була успішною та ефективною, досягнувши головного – спровокувала політичну кризу у Словаччині, політично ослабивши і цю країну, і Євросоюз в цілому – і не лише з точки зору боротьби з COVID-19, а й у більш широкому контексті.

Що характерно, ЄС ще всередині 2020 року чітко заявив про пряму загрозу російської дезінформації на фоні пандемії COVID-19 як здоров'ю європейців, так і стійкості європейської демократії[5]. У своєму офіційному звіті стосовно проблем з дезінформацією, пов'язаною з COVID-19, офіс Високого представника з питань зовнішніх питань та безпекової політики ЄС відзначив, що «Іноземні суб'єкти та деякі треті країни, зокрема, Росія та Китай, брали участь в операціях із цілеспрямованим впливом та дезінформаційними кампаніями навколо COVID-19 в ЄС, його сусідів та в усьому світі... Росія та Китай прагнуть підірвати демократичні дебати, посилити соціальну поляризацію та поліпшити власний імідж у контексті COVID-19». У документі високо оцінюються інтернет-платформи, такі як Google, Facebook та Twitter, за те, що вони видалили мільйони неправдивих рекламних оголошень та погодилися на поширення практики, покликаної припинити поширення дезінформації.

ЄС підтвердив, що Action Plan Against Disinformation[6], ухвалений у 2018 році є основою, на якій має базуватися протидія російській дезінформації в умовах пандемії. Було вказано, що ефективність дезінформації суттєво знижується, якщо для боротьби з нею застосовується «whole-of-society approach» (тобто, підхід, який передбачає залучення всіх громадян та громадянського суспільства, в цілому), а також

стимулюється кооперація між урядовими структурами, журналістами, дослідниками, громадянськими активістами, онлайн-платформами та іншими представниками громадянського суспільства. При цьому, було підтверджено важливість діяльності створеної у 2015 році East StratCom Task Force та Rapid Alert System, яку було активовано у 2019 році. Так само, у документі наголошується на важливості розвитку міжнародної співпраці з метою протидії дезінформації в рамках G7 та НАТО.

Однак, в подальшому, ситуація в Словаччині, так само як і в інших країнах ЄС (в тому числі, й довкола штучних скандалів та конфліктів, пов'язаних з російською вакциною «Спутнік»), продемонструвала, що заходів, які були запропоновані в рамках Action Plan Against Disinformation та нових документах офісу Високого представника з питань зовнішніх питань та безпекової політики ЄС, недостатньо для того, щоб ефективно протидіяти російським дезінформаційним атакам в критичних умовах пандемії.

На мою думку, головною проблемою недостатньої ефективності протидії російській дезінформації є реагування на окремі конкретні дезінформаційні акції Росії, замість вироблення інтегрального підходу ЄС (інтегрального, мається на увазі, з точки зору класифікації та розуміння країнами ЄС російської дезінформації як державної політики Росії), котрий може включати як урядові обмежувальні заходи щодо діяльності російських каналів розповсюдження дезінформації в інформаційному просторі ЄС, так і діяльність різноманітних платформ з залученням громадянського суспільства, журналістів та дослідників з метою виявлення конкретних проявів російських дезінформаційних акцій.

Часто виходить так, що поки антидезінформаційні проекти як на рівні ЄС, так і в окремих країнах Євросоюзу, прискіпливо виявляють російські фейки, розвінчують брехливі міфи та намагаються донести результати своєї роботи до максимальної кількості споживачів інформації, європейські політики говорять про необхідність діалогу з РФ, послаблення санкцій та обговорюють доцільність відновлення проведення самітів ЄС-Росія. Така, начебто прагматична та деескалаційна політика ЄС щодо РФ, насправді, сама по собі породжує конфлікт сенсів: з одного боку РФ окупувала Крим та Донбас, цілеспрямовано руйнує міжнародне право, проводить агресивні дезінформаційні акції та кібератаки, спрямовані на руйнацію європейських цінностей та базових принципів Європейського Союзу, а з іншого – це важливий партнер в бізнесі, енергетичній сфері (насамперед, мова про проект «Північний потік 2»), окремих аспектах регіональної політики (зокрема, в Сирії, Лівії, Центральній Азії). Такий «гібридний» підхід ЄС не може не впливати на ефективність кроків, спрямованих на боротьбу з російською дезінформацією та російськими «гібридними». Пересічний громадянин ЄС, який споживає інформацію з медіа та соціальних мереж, може бути значною мірою дезорієнтований суперечливістю меседжів, які надходять часто з одних і тих же інформаційних джерел.

Більш того, розмитість позиції європейських політиків грає на користь Кремля. Російські пропагандисти можуть запитувати: якщо Росія така погана, то чому ж процвітають європейські бізнесові проекти з російськими олігархами? Якщо Росія агресор та окупант, а також країна, яка проводить дезінформаційні та кібернетичні атаки на демократичні країни, то чому європейські політики продовжують співпрацю та виступають за діалог з Москвою? Це дає можливість Росії говорити про те, що насправді, це якраз Захід дезінформує своє населення, а в дійсності саме європейські країни порушують міжнародне право та намагаються позбавити Росію права на суверенну політику.

У цьому плані, досвід України (незважаючи на суттєві недоліки) може бути позитивним прикладом: саме з того моменту, коли і позиція уряду, і інформаційна політика держави, і санкційні заходи стосовно російських та проросійських ЗМІ почали визначатися єдиними підходами та принципами, вплив російської дезінформації суттєво впав в Україні. Послідовне та системне обмеження присутності російських ЗМІ, соціальних мереж та сервісів в Україні призвело до тотального зниження споживання українцями інформації, створеної в Росії. Останнім кроком на цьому напрямку стало введення у лютому 2021 року санкцій РНБО України проти проросійських телеканалів, пов'язаних з кумом Путіна Віктором Медведчуком[7]. Блокування каналів «112 Україна», NewsOne та Zik, які систематично розповсюджували в українському інформаційному просторі російську дезінформацію (в тому числі, під час пандемії), стало завершальним етапом комплексу урядових заходів, які тривали з 2014 року щодо боротьби з російською пропагандою та дезінформацією.

І хоча, український підхід боротьби з російськими пропагандистами важко напряму застосувати в країнах ЄС (оскільки, ситуація в Україні, яка фактично знаходиться у стані війни з Росією, відрізняється від сприйняття поточних подій у більшості європейських країн), саме інтегрована модель (коли і уряд, і громадянське суспільство, і журналісти, і пересічні громадяни діють в рамках єдиного концептуального підходу), яка передбачає чітке визначення Росії як країни-агресора, країни, яка перетворила дезінформацію на свою офіційну державну політику, країни, яка свідомо руйнує міжнародне право, намагаючись перетворити міжнародні відносини на хаос, може бути ефективною.

Очевидно, що кожна нація повинна мати власні алгоритми побудови стійкої системи боротьби з агресивною пропагандою. Застосувати український досвід безпосередньо до європейських країн складно. Зараз український уряд діє проти російської пропаганди, фактично як у воєнний стан, зосереджуючись на «жорстких» інструментах (наприклад, заборона деяких російських веб-сайтів, соціальних мереж та послуг). Європейським державам, які все ще намагаються уникнути конфронтації з Росією, буде важко лінійно використовувати український підхід для реагування на російську інформаційну війну.

Між тим, можна виробити загальні рекомендації, які можна застосувати будь-якою європейською країною для підвищення ефективності протидії російській дезінформації:

Має бути чітке розуміння того, що Росія веде державну політику дезінформації і що ця політика спрямована не стільки на розповсюдження фейкових новин, скільки на провокування конфліктів, розломів, руйнації єдності європейських націй.

Варто намагатися будувати «fusion» систему інформаційної стійкості, яка буде обов'язково включати і урядові структури, і неурядові проекти та ініціативи.

Така «fusion» система не має бути централізованою, але – з координацією зусиль для реалізації конкретних задач.

«Жорсткі» урядові заходи щодо боротьби з російською дезінформацією повинні бути частиною згаданої «fusion» системи. Вони можуть слугувати «скелетом» для системи протидії дезінформації, тоді як «м'які» інструменти громадянського суспільства будуть «м'язами» цієї системи (вони є більш гнучкими, вони легше адаптуються до конкретної ситуації, вони можуть швидко нарощувати інтенсивність або переносити акценти та цілі).

Для формування стійкої системи протидії дезінформації потрібно постійно проводити тренінги для журналістів, аналітиків, державних службовців для єдиного розуміння завдань та особливостей реалізації антидезінформаційних проектів.

Також, ефективним форматом є «дискусійний клуб» за участі експертів, дослідників, журналістів для обговорення всього спектру тем, пов'язаних з протидією дезінформації та виробленням нових, нестандартних підходів.

Уряди повинні підтримувати (в тому числі, ресурсно) будь-які нові ініціативи та проекти громадянського суспільства щодо протидії дезінформації.

Урядам варто створювати спільні координаційні центри для спілкування, планування та координації конкретних дій з волонтерськими проектами громадянського суспільства щодо протидії пропаганді. Але критично важливо уникати централізації та бюрократизації цієї «системи систем». Саме «бюрократизація» цієї «fusion» системи може стати її критичною вразливістю.

І ще одна рекомендація – в жодному випадку не варто копіювати російські підходи до пропаганди та дезінформації. Не слід намагатися перевершити Росію у розповсюдженні власної пропаганди – це хибний шлях, який буде лише резонувати російські дезінформаційні акції і, насправді – допомагати Кремлю. Оскільки, кожен факт розповсюдження шейків європейськими країнами буде використаний Росією для демонстрації того, що «всі брешуть» і не має різниці між Росією та Європою. Це якраз і буде головною перемогою дезінформації Кремля.

Кібератаки Кремля в Польщі та в Україні

Дмитро Золотухін

Сучасні суспільно-політичні події давно перетворилися на сценарії шпигунсько-детективних історій, що знімаються в Голлівуді або на платформі Netflix.

Одного прекрасного дня у інформаційний простір країни вривається анонімний Telegram-канал, який публікує дані, що були отримані зі, зламаной хакерами, електронної поштової скриньки високопосадовця, який не просто виконує державні обов'язки, але має політичне значення в контексті майбутніх виборів. А отже, він сам уособлює собою вразливе місце у суспільно-політичній стабільності держави, та має велике значення для нормально перебігу демократичних виборів. Крім усього іншого, дії цього посадовця не влаштовую Кремль, оскільки він діє проти їх інтересів.

З анонімного Telegram-каналу інформація перепубліковується спочатку на маргінальних медіа-майданчиках, а потім вже і топові авторитетні журналісти країни не можуть обійти цю інформацію своєю увагою.

Дискусія про скандал переходить на екрани провідних телеканалів, і ось, вже вся країна обговорює на принципи і пріоритети демократичного та економічного розвитку, а виключно докази скандалу та спростувань з боку офіційних органів.

Знайомий сценарій для громадян Польщі, чи не так?

9-го червня 2021 року на анонімному Telegram-каналі були опубліковані дані зі зламаной скриньки глави канцелярії прем'єр-міністра Польщі Міхала Дворчика та його дружини.

За словами Дворчика, хакери також проникли на його акаунти у соцмережах. На жаль, прем'єра цього "серіалу" відбулася не в Польщі, і задовго до 2021-го року. У березні 2019-го, за кілька днів до президентських виборів в Україні, у месенджері Telegram так само з'явився анонімний Telegram-канал, який публікував посилання та інформацію з веб-сайту, на якому була розміщена інформація зі зламаних електронних скриньок українських посадовців, політологів та політичних радників, які входили в оточення діючого президента Петра Порошенка.

На зазначеному веб-сайті були опубліковані тексти, скріншоти та посилання на дампи (архівовані файли) зламаних поштових переписок. Серед зламаної електронної листування були як тексти самих email-повідомлень, так і інші текстові та графічні файли, що були прикріплені до email-повідомлень як attachments.

Серед файлів доступних для завантаження з сайту я виявив також файл формату Microsoft Word з назвою російською мовою "!!! Общее описание всех документов, со ссылками на них + пометки" (українською – "Загальний опис усіх документів з посиланнями на них + примітки").

Сведения

!!! Общее описание всех документов, со ссылками на них + пометки

D: = LEAKS = UArap > Gladkoskiy_TEAM_ZAYATS_LITVINETS > ФЛЕШ_ЛЮБИ_ДРУЗИ

Преобразовать

Режим ограниченной функциональности
Некоторые новые возможности отключены во избежание проблем при работе с предыдущими версиями Office. Преобразование этого файла позволит включить эти возможности, но может вызвать изменение разметки.

Защита документа *

Защита документа
Все могут открывать, копировать и изменять любую часть этого документа.

Поиск проблем *

Инспектор документов
Перед публикацией этого файла не забудьте, что он содержит:

- Свойства документа
- Содержимое, которое не смогут прочесть люди с ограниченными возможностями

Управление документом *

Управление документом
Возврат, извлечение файла и восстановление несохраненных изменений.

- 🗑 Нет несохраненных изменений.

Свойства *


Размер	32,0Кбайт
Число страниц	11
Число слов	3090
Общее время правки	3 мин
Название	Добавить название
Теги	Добавить теги
Примечания	Добавить примечания

Связанные даты

Изменено	23.10.2020 18:29
Создано	23.10.2020 18:27

Напечатано

Связанные пользователи

Автор	Добавить автора
Кем изменено	 Admin

Связанные документы

Открыть расположение файла

[Показать все свойства](#)

У документі містилися пропозиції про те, яким чином краще подати для аудиторії знахідки зі зламаних поштових скриньок посадовців та людей, близьких до президента Петра Порошенка.

Предлагаю следующие направления по публикациям этих материалов:

- Персоналии (Офшорные генералы). Разбор людей (украинцев) стоящих в тени за управлением или контролем работы офшоров. Кто они, как и с кем во власти связаны, и какие потоки, компании контролируют, что имеют в Украине и какие у них отношения с властью. Сколько им платят, и кто?
- Финансовые схемы (Офшорная копилка). Кто кого кредитует, кто и как выплачивает долги, как их вписывают и перепродают своим же компаниям...
- Россия. Взаимоотношения фигурантов с российским бизнесом, продажа предприятий во время войны (кто покупает и по каким ценам). Треугольник Россия-офшоры - Украина.

Ці пропозиції підкріплювалися посиланнями на конкретні документи зі зламаних поштових скриньок, які зберігалися на файлообміннику Google Disk. Ці документи являли собою драфти та копії різних договорів, офіційних документів, які відносилися до роботи компаній, з якими Петро Порошенко був пов'язаний до свого президентства.

[Компании Авторитейл Холдинг, Ейч Ю Ди Си, Виклз \(76% компании Черкассытехномаш\) дают разрешение на изменение условий кред договора с МИБ](#)

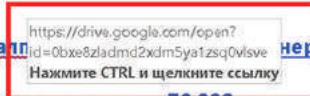
[Оффшорная компания Samagin \(подписант - Д. Литвинец\) покупает 70 000 тон пшеницы у Зари Подолья](#)

[Уменьшение УК компании Крахмалпродукты \(Липецк\) - Chartomena](#)

[Компания Лакигрейн \(Липецк\) должна выплатить 78 000 дол. компании Chartomena](#)

[Доверенность компании Chartomena выкупить долю Укрпроминвест-Агро у УК Крахмалпродукты \(Липецк\)](#)

[Крахмалпродукты, выписка из реестра, август 2014](#)



Виявилося, що при переході за вказаними посиланнями на Google Disk можна побачити файли документів, а також встановити, хто був власником електронної поштової скриньки на Gmail, на яку було зареєстровано цей Google Disk. Цією особою виявився Олександр Дубінський – український журналіст, що працював на телеканалі, який належав українському Ігорю Коломойському, а згодом став народним депутатом українського парламенту від партії нового президента “Слуга народу”.

Найбільш ймовірним поясненням цього є те, що при публікації даних та файлів зі зламаних скриньок онлайн, ті, хто створювали сайт і Telegram-канал для розповсюдження матеріалів, що були отримані від хакерських атак на email, просто забули вилучити з файлового масиву внутрішній документ, який використовувався для узгодження плану інформаційної атаки.

Однак, і український досвід використання хакерських зламів в якості політичних атак не є новим чи інноваційним. Ще у 2016-му році зловмисники здійснили кібератаку на Національний комітет Демократичної партії США. В результаті проведеного розслідування було встановлено, що зламати Демократичну партію США вдалось двом угрупованням російських хакерів — Cozy Bear (CozyDuke або APT29) та Fancy Bear (Sofacy Group або APT28). Група Cozy Bear отримала несанкційований доступ до інформаційної системи ще влітку 2015 року, а Fancy Bear — в квітні 2016 року.

Заради легалізації викрадених даних було створене опудало, що мало служити фасадом для угруповання — «хакер» за прізвиськом Guccifer 2.0. Дане прізвисько було запозичене в іншого хакера — румунця Марселя Лазара Лехеля, котрий назвав себе Guccifer (злиття слів Gucci та Lucifer).

Марсель Лехель став відомим завдяки зламу поштових скриньок відомих людей (зокрема, сестри Джорджа Вокера Буша). В 2014 році він був засуджений в Румунії до 7 років ув'язнення, але згодом переданий до Сполучених Штатів. Вже в США Лехель заявив, що неодноразово зламаував особистий поштовий сервер Гілларі Клінтон, коли та була державним секретарем США. Однак в липні 2016 року директор ФБР Джеймс Комі заявив, що Лазар збрехав і не зміг навести переконливі докази своєї причетності.

На думку аналітиків фірми ThreatConnect, швидше за все, Guccifer 2.0 — лише спроба російських спецслужб відвернути увагу від їхньої ролі у зламі інформаційних систем Демократичної партії.

Слід відзначити, що одним з ключових термінів, які застосовуються при атрибуції хакерських атак, тобто встановлення причетності хакерських груп до конкретних зламів, є поняття footprints (сліди). Я не є технічним спеціалістом, однак я можу сказати, що вбачаю за кібератаками на оточення українського президента Петра Порошенка наявність слідів російських спецслужб.

Що ж стосується зламів Демократичної партії, то американське слідство встановило, що це було вчинено хакерськими групами, причетними до спецслужб Росії.

Таким чином, російські спецслужби діють скрізь за одним і тим же сценарієм, вони зламують поштові скриньки політиків, щоб публікувати їх вміст під певним негативним наративом. Тим самим, маніпулюючи громадською думкою, щоб здійснити вплив на вибори, або на внутрішню суспільно-політичну ситуацію.

В мене немає сумніву, що скандал у Польщі, у зв'язку зі зломом поштової скриньки Міхала Дворчика, був організований та інспірований Кремлем.

Польща, Україна, дезінформація: ситуація в цілому непогана, але треба бути пильним

Пьотр Погожельськи

В Україні, Польща вважається одним із найважливіших партнерів на міжнародній арені. Поляки також є однією з націй, яка найбільше подобається українцям. Тому не дивно, що Польща та поляки є об'єктом інформаційної війни.

Про інформаційну війну стало чути на рубежі 2013 та 2014 років, коли в Україні відбувалася Революція Гідності. Регулярно з'являлася неправдива інформація про протестувальників та про хід подій у Києві. Ще тоді, Москва критикувала та атакувала у медіапросторі Варшаву, Вашингтон та інші західні країни за підтримку революції. Ця політика була продовжена також після анексії Криму та початку російської агресії в Донецькому басейні. Москва і Варшава опинилися по обидва боки фронту. Польща відкрито підтримувала та підтримує Україну як у реформах, так і у військовій сфері. Обидві країни мають спільне бачення майбутнього, в якому Україна приєднається до Європейського Союзу та НАТО. Зі свого боку, Москва хотіла би бачити Київ у своїй сфері впливу весь час, дивлячись на сусідні країни так, ніби Радянський Союз ще існує.

Таким чином, ми маємо тут чіткий конфлікт інтересів та напрямків геополітичного вибору. Більшість українців, як свідчать майже всі опитування, обирають про-західну орієнтацію. Наприклад, згідно з опитуванням Центру Разумкова, опублікованим наприкінці червня, 54 відсотки українців висловилися б за вступ до НАТО на можливому референдумі, 31 відсоток проти, а 15 відсотків не визначились із вибором. Приєднання до Європейського Союзу підтримало б 62 відсотки опитуваних, а майже 26 відсотків – проти. 12,5 відсотків не визначилися.

Щоб усвідомити масштаби політичної поразки Москви, досить подивитися на дослідження 2012 року. Тоді, 14 відсотків українців проголосували б за вступ до НАТО, а 62 відсотки – проти.

Польща та поляки займають лідируючі позиції в опитуваннях щодо ставлення до інших країн та народів. Для багатьох українців наша країна все ще є зразком реформаторського успіху, навіть якщо є певні застереження які виникають у світлі конфліктів між Варшавою та Брюсселем, а також внутрішньої політики польської влади.

Величезна група українців, які працюють у Польщі, також вплинула на імідж своєї нації в очах поляків. Щоденні контакти між поляками та українцями змушують обидві країни краще розуміти один одного. Історичні конфлікти відходять на другий план, а повсякденні справи з'являються насамперед під час зустрічей на роботі чи на сходах у багатоквартирному будинку.

Звичайно, суперечки про минуле не забуваються, але Варшава не оприлюднює їх, як це було кілька років тому, що не означає, що політики не говорять про них.

Варто зазначити, що історична політика – це не лише волинська різанина, а й декомунізація. У цьому і лежить зміст дій Варшави та Києва. Погляд на Другу світову війну та роль керівництва СРСР – це те, що все більше пов'язує поляків та українців. Згідно з опитуванням Фонду демократичних ініціатив, опублікованим у травні цього

року, 48 відсотків українців погоджуються, що Друга світова війна стала наслідком змови Гітлера та Сталіна щодо розколу сфер впливу та пакту Молотова-Ріббентропа. 29 відсотків не погоджуються з цією тезою, а 23 відсотки опитуваних не визначились зі своїм поглядом. Такий результат ще 10 років тому важко було би уявити. І це прямо суперечить історичній політиці Москви.

З точки зору Росії, такі тенденції викликають тривогу. Москва втрачає Україну в інших сферах. Вона навіть втрачає симпатію тих, хто щоденно розмовляє російською. В Україні також послабився вплив, здавалося б, сильних інформаційних центрів, таких як російське телебачення чи інтернет-портали. Президент Володимир Зеленський завдав майже фатального удару по медіа – імперії Віктора Медведчука – проросійського українського олігарха.

Я настільки детально перерахував зони, де Польща, або ширше Захід, досягли успіху в Україні, тому що саме тут у цієї сфері і можна очікувати нових нападів дезінформації з боку Кремля. Це питання історичної політики, брехня про Україну як не-вдалу державу, про Польщу як вірного лакея Вашингтона, про знищення пам'яті про Велику Вітчизняну війну в Польщі чи в Україні – це неповний перелік тем російських ЗМІ та предмет їхньої дезінформації. З березня минулого року також з'являються також маніпуляції щодо коронавірусу та вакцинації. Вони часто повторюються українськими ЗМІ, найчастіше прокремлівськими, які, до речі, досі існують в Україні. Вам не доведеться довго шукати прикладів. Після того, як Польща частково продала і частково безкоштовно подарувала Україні партію вакцин, російські ЗМІ, а за ними й деякі українські почали насторожувати, що вакцини, нібито, застарілі.

В Україні досі існує група засобів масової інформації, які працюють на користь Росії. Хоча в найпопулярніших телепередачах, таких як ТСН (разом із популярним веб-сайтом tsn.ua), або в новинних порталах, таких як Українська правда чи Ліга, імідж Польщі залишається неупередженим.

Отже ситуація у цілому непогана, але треба бути пильними. З обох боків кордону – так в Польщі як в Україні.



Wydawca

Fundacja Instytut Studiów Wschodnich
ul. Solec 85, 00-382 Warszawa
Tel.: +48 22 583 11 00, Fax: +48 22 583 11 50
e-mail: forum@isw.org.pl, www.forum-ekonomiczne.pl

Layout

Fundacja Instytut Studiów Wschodnich

Warszawa 2021