



BIULETYN

Nr 35 (1272), 14 kwietnia 2015 © PISM

Redakcja: Marcin Zaborowski (redaktor naczelny) • Katarzyna Staniewska (sekretarz redakcji)
Jarosław Ćwiek-Karpowicz • Aleksandra Gawlikowska-Fyk • Artur Gradziuk • Dariusz Kałan
Piotr Kościński • Sebastian Płociennik • Patrycja Sasnal • Marcin Terlikowski

Nastroje antyzachodnie w Rosji

Justyna Prus, Stanislav Secrieru

W 2014 r. w rosyjskim społeczeństwie zaszły bezprecedensowe zmiany dotyczące stosunku do Ukrainy i Zachodu. To skutek celowej kampanii propagandowej prowadzonej przez Kreml, możliwej dzięki praktycznie całkowitej kontroli nad krajowym przekazem medialnym, wzmocnionej przez umiejętne odwoływanie się do nastrojów społecznych. Chociaż Kreml ściśle kontroluje rosyjską przestrzeń informacyjną, Zachód powinien inwestować w działania skierowane do różnych grup rosyjskiego społeczeństwa. Przede wszystkim jednak, ponieważ rosyjska kampania manipulacji i dezinformacji wychodzi daleko poza granice kraju, powinien aktywnie tworzyć i rozwijać narzędzia służące obronie własnej przestrzeni informacyjnej i komunikacji z rosyjskojęzycznymi odbiorcami w regionie Partnerstwa Wschodniego.

Rekordowy poziom niechęci do Zachodu. W ciągu minionego roku poglądy Rosjan na temat świata zewnętrznego uległy zmianom o skali niespotykanej od ponad dwóch dekad. Chodzi zwłaszcza o stosunek do Ukrainy, USA i UE. Według sondaży Ośrodka im. Jurija Lewady sympatia do Ukrainy od końca lat 90. XX w. do 2008 r. wahała się w granicach 50–80%. Większy spadek liczby respondentów deklaruujących pozytywny stosunek do sąsiada nastąpił w okresie wojny rosyjsko-gruzińskiej w sierpniu 2008 r. (poniżej 50%), a także po sporze gazowym między Moskwą i Kijowem na początku 2009 r. Wówczas po raz pierwszy negatywnych ocen (62%) było więcej niż pozytywnych (28%). Niemniej jednak w 2010 r., kiedy prezydentem został Wiktor Janukowycz, przychylnych Ukrainie było już ponad 70% Rosjan. W miarę zbliżania się szczytu Partnerstwa Wschodniego (PW) w Wilnie (2013 r.), gdy Kreml stosował naciski gospodarcze, by odwieść Kijów od podpisania umowy stowarzyszeniowej z UE, nastroje w Rosji znowu zaczęły się zmieniać. Zmiany przyspieszyły po wybuchu protestów na Majdanie i rozpoczęciu rosyjsko-ukraińskiej wojny w Donbasie. W styczniu 2015 r. Ośrodek Lewady odnotował historyczny rekord: 64% Rosjan postrzegало Ukrainę negatywnie, a tylko 24% miało odmienne zdanie.

Stosunek Rosjan do USA też w przeszłości się zmieniał. Nastroje antyamerykańskie były najwyraźniejsze podczas interwencji NATO w Kosowie w 1999 r., amerykańskiej kampanii w Iraku w 2003 r. i wojny z Gruzją w 2008 r. W latach 2010–2012 tzw. reset między Rosją i USA przełożył się na relatywną poprawę statystyk: sympatię do Amerykanów deklarowało 40–60% rosyjskich respondentów. Jednakże od 2013 r. nastąpiło pogorszenie. W styczniu 2015 r. odnotowano (Lewada) historyczne minimum: 81% Rosjan mówiło o negatywnym stosunku do USA, a tylko 13% – o pozytywnym (spadek z niemal 50% w 2013 r.). Rewolucyjne zmiany zaszły także w percepcji UE. Wcześniej Unia była postrzegana jako aktor mniej wrogi i bardziej umiarkowany niż USA. Cieszyła się w związku z tym lepszą opinią wśród Rosjan – taką deklarowała przeważająca większość badanych (do 70%). Nawet w 2008 r., podczas wojny z Gruzją, kiedy doszło do ochłodzenia w relacjach między Rosją i UE, liczba krytyków (39%) nie przewyższyła liczby sympatyków (45%). W 2014 r. nastąpił wyraźny zwrot i po raz pierwszy obie te grupy zamieniły się miejscami. W styczniu 2015 r. negatywny stosunek do UE wyraziło 71% respondentów, a pozytywny – zaledwie 20%. Chociaż w marcu 2015 r. odnotowano niewielką poprawę w ocenie Ukrainy, USA i UE, wahania nastrojów w ciągu ostatnich miesięcy wymagają wyjaśnienia.

Sztuka manipulacji. Zmiany w postrzeganiu świata zewnętrznego przez Rosjan mają kilka przyczyn. Po pierwsze, w myśl koncepcji wojny hybrydowej, rosyjskie władze uważają przestrzeń informacyjną za część pola walki, jedną z platform, na których toczy się rywalizacja z Zachodem i Ukrainą. Wykorzystują masową manipulację opinią publiczną, by wzmocnić własny głos i nie dopuścić alternatywnych poglądów do przestrzeni publicznej. W porównaniu

z poprzednimi kampaniami informacyjnymi Kremla – w latach: 1999 (Kosowo), 2003 (Irak) i 2008 (Gruzja) – ta najnowsza jest najdłuższa i najbardziej intensywna.

Po drugie, zasięg obecnej kampanii jest szerszy, ponieważ Kreml uzyskał praktycznie pełną kontrolę nad najważniejszymi mediami, a więc także nad ich przekazem. Najnowsze przecieki rosyjskich hakerów dotyczące korespondencji między kremlowskim urzędnikiem (kuratorem mediów) a dziennikarzami pokazują, że skala ingerencji i wpływu Kremla na działalność mediów jest ogromna i dotyczy nawet drobnych szczegółów (np. rodzaj publikowanego zdjęcia). Telewizja jest głównym źródłem informacji dla 90% Rosjan (maj 2014 r.). Co więcej, w minionym roku oglądali oni telewizję informacyjną częściej niż poprzednio. Internet jest źródłem informacji dla 24% Rosjan. Jego wykorzystanie do manipulacji przetestowano podczas wojny w Gruzji. Od 2014 r. Kreml posługuje się tym narzędziem (sieci społecznościowe, *trolling*) na znacznie większą skalę. „Nowaja Gazieta” opisała działalność „fabryki trolli”, których pracownicy zobowiązani są do codziennego produkowania prokremlowskich treści w mediach społecznościowych i tradycyjnych – nie tylko rosyjskich, lecz także globalnych. W wyniku tej skoordynowanej kampanii niezależne krytyczne głosy czy platformy w rosyjskojęzycznym internecie straciły przewagę, którą niegdyś się cieszyły.

Po trzecie, tak radykalne zmiany są możliwe tylko w sprzyjających warunkach. Propaganda umiejętnie odwołuje się do nastrojów społecznych, emocji i resentymentów (np. tęsknoty za przeszłością i dawną potęgą militarną, poczucia krzywdy i niesprawiedliwości, traumy burzliwych lat 90., przekonania, że Zachód wykorzystywał słabość Rosji). Rosyjska polityka na Ukrainie jest przedstawiana jako „powstanie z kolan” po latach upokorzeń przez świat zachodni. Aneksja Krymu to „powrót do macierzy” i „sprawiedliwość historyczna”, możliwa dzięki odzyskiwaniu przez Rosję niegdyśjszej potęgi. Nie jest więc zaskoczeniem, że 68% Rosjan – najwięcej od upadku ZSRR – uważa (luty 2015 r.), że ich państwo jest wielkim mocarstwem. Jeszcze w latach 2011–2012 Władimir Putin podsycił te nastroje pod sztandarem „konserwatyzmu”, dążąc do zwycięstwa w wyborach i konsolidacji władzy. Kampania propagandowa z 2014 r. nasiliła podobne tendencje, pomagając władzy wzmacniać prokremlowską większość.

W końcu, tak negatywne postrzeganie USA, UE i Ukrainy jest wynikiem długotrwałej manipulacji tożsamością. W jej kształtowaniu władze wybrały drogę wyolbrzymiania rzekomo wrogich sił zewnętrznych i unikania krytycznej autorefleksji. Rosja jest definiowana jako antyteza postmodernistycznego Zachodu i unikalna cywilizacja. Na poziomie praktycznym Zachód został oskarżony o zainicjowanie kryzysu na Ukrainie, narzucenie jej obcych wartości, a rosyjskie społeczeństwo postawiono przed wyborem: albo przeciwstawi się rewolucji ludowej pod sztandarami Majdanu, albo grozi mu chaos podobny do tego na Ukrainie. Część socjologów określa całokształt tych procesów jako budowanie „tożsamości negatywnej”. Przekonanie, że „to inni są winni”, pozwala przekierować uwagę społeczeństwa z problemów i zagrożeń wewnętrznych (63% w 2011 r.) na zewnętrzne (77% w 2014 r.). Ponieważ gospodarka w coraz większym stopniu odczuwa skutki spadków cen ropy i sankcji gospodarczych (które nałożyły się na jej problemy strukturalne), Kreml postrzega demonizację świata zewnętrznego – Zachodu (i jego krajowych „agentów”, jak określa swoich krytyków) – jako skuteczny i atrakcyjny instrument. Kształtowanie „tożsamości negatywnej”, które trudno odwrócić, ze względu na intensywność propagandy, determinację Kremla, a także nastroje społeczne, pozostawi głębokie piętno na psychice społeczeństwa. Zachód nie może ignorować tego wymiaru konfliktu i jego konsekwencji.

Co może zrobić Zachód? Efekty rosyjskiej manipulacji informacją sięgają daleko poza granice Rosji, także do państw zachodnich. Szczególnie podatne na nią są jednak kraje Partnerstwa Wschodniego i te unijne, które mają mniejszości rosyjskojęzyczne. Zachód, aby zminimalizować skutki tej kampanii w krótkim i średnim okresie i ujawnić dezinformację, musi wzmocnić dyplomację publiczną NATO i UE. Państwa członkowskie UE powinny więcej inwestować w merytoryczne ekspertyzy dotyczące Rosji i regionu PW, a ośrodki badawcze – nie tylko służyć politykom czy urzędnikom, lecz także aktywnie uczestniczyć w informowaniu opinii publicznej. Pożyteczne byłoby lepsze ukierunkowanie unijnej strategii komunikacyjnej w krajach PW oraz zwiększenie wsparcia dla niezależnego i profesjonalnego dziennikarstwa w regionie (również w jęz. ros.). Pomysł utworzenia szerokiej rosyjskojęzycznej platformy, która obejmowałaby różne media (w tym telewizję), skierowanej do krajów PW, ale także do rosyjskojęzycznej mniejszości w państwach UE (kraje bałtyckie), będzie wymagał sporych inwestycji na etapie realizacji, niemniej potrzebnych w sytuacji, gdy Rosja zdominowała i zniekształca rosyjskojęzyczną przestrzeń medialną.

Tym wysiłkom powinny towarzyszyć również próby komunikowania się z rosyjskim społeczeństwem, chociaż świat zachodni dysponuje bardzo ograniczonymi narzędziami i praktycznie nie ma możliwości udziału w rosyjskiej debacie publicznej. Kreml może blokować (prawnie i technicznie) media działające oficjalnie, dlatego należy sięgać po inne, bardziej kreatywne formy korzystania z sieci, trudniejsze do śledzenia i blokowania, które będą zakłócać monolityczny przekaz oficjalnej kampanii (np. krótkie filmy, memy, animacje). Zachód powinien starać się utrzymać istniejące kanały dialogu z rosyjskim społeczeństwem i próbować tworzyć nowe (takie jak udział Rosjan w programach, wymianach, wspólnych ćwiczeniach akademickich w UE i USA). Nie wywoła to masowego skutku, ale może być przydatne w dłuższym okresie i sprzyjać zmniejszeniu poziomu wrogości, gdy dojdzie do nowego otwarcia w relacjach.