

Wyraźny wzrost wydatków Kremla na propagandę

18 sierpnia 2022

W czasie wojny rosyjsko-ukraińskiej wszystkie artykuły i informacje dotyczące Rosji i Ukrainy mogą zawierać treści propagandowe korzystne dla którejś ze stron konfliktu.

W ubiegłym roku Kreml przeznaczył 1,5 mld dol. na media masowe, które odgrywają kluczową rolę w działaniach propagandowych i dezinformacyjnych rosyjskiego rządu – wynika z raportu think tanku DebunkEU.org. Tegoroczne wydatki mogą się okazać jeszcze wyższe, bo w I kwartale tego roku, kiedy nastąpiła agresja na Ukrainę, budżet na media masowe zwiększył się trzykrotnie w porównaniu do analogicznego okresu rok wcześniej. „Narzędzia, które kształtują świadomość i opinię publiczną oraz przedstawiają wyłącznie pozytywny wizerunek Putina oraz Kremla, są nieodzowne do tego, żeby ta władza była kontynuowana” – mówi Jakub Kubś, analityk DebunkEU.org.

„Zastanawiając się nad tym, jakie kwoty władze rosyjskie przeznaczają na propagandę i dezinformację, sięgnęliśmy w pierwszej kolejności po informacje zamieszczone na stronie Ministerstwa Finansów Federacji Rosyjskiej. Okazało się, że kwoty na przestrzeni ostatniej dekady zwiększyły się o 30 proc. Obecnie jest to 1,5 mld dolarów amerykańskich rocznie, co przekłada się na ponad 115 mld rubli. Z naszej analizy wynika, że kwota ta stanowi około 0,5 proc. budżetu Rosji na dany rok. I chociaż procentowo wydaje się to niewiele, należy pamiętać, że są to wciąż ogromne sumy” – mówi agencji Newseria Biznes Jakub Kubś.

Wysiłki Kremla na rzecz przedstawiania fałszywej narracji nasiliły się szczególnie w tym roku w związku z planowaną agresją na Ukrainę, a potem – z jej uzasadnieniem. W okresie od stycznia do końca marca wydatki zwiększyły się trzykrotnie

w porównaniu do I kwartału 2021 roku. Pik wydatków przypadł na marzec, kiedy działania zbrojne w Ukrainie były prowadzone z pełnym rozmachem. Dane przytaczane w raporcie Debunk EU wskazują, że do mediów masowych trafiło wówczas 11,9 mld rubli, dwa razy więcej niż w styczniu i lutym. Analitycy oceniają, że w całym roku wydatki z pewnością znacznie przekroczą zaplanowany na ten cel budżet. „Ponad 50 proc. tych środków trafia do trzech agencji informacyjnych. Pierwszą z nich jest VGTRK. To jest Wszechrosyjska Państwowa Kompania Telewizyjna i Radiowa, która prowadzi m.in. kanał Rossija 1 czy Rossija 24. To jest agencja zorientowana na publiczność krajową. Drugą agencją jest Rossija Siegodnia. Ta agencja ma pod sobą dość znane i niesławne źródła dezinformacji, takie jak Sputnik, RIA Novosti, InoSMI.ru czy Ukraina.ru. Jest to także wpływowe źródło, zorientowane przede wszystkim na odbiorcę krajowego” – wymienia Jakub Kubś.

Jak wynika z raportu, finansowanie Rossija Siegodnia rośnie nieprzerwanie od 2014 roku, kiedy Rosja zaanektowała Krym i rozpoczęła wojnę w Donbasie. W ciągu tych siedmiu lat kwota wsparcia się podwoiła. Trzecią agencją informacyjną, do której trafia największy budżet, prawie 1/4 wydatków Kremla na media, jest RT, czyli dawniej Russia Today. „Jak określają to sami redaktorzy tej agencji czy osoby z rządu, właściwie jest to broń informacyjna, którą stosuje Rosja do wpływania na odbiorców zagranicznych. RT jest nadawane w sześciu językach [angielskim, hiszpańskim, francuskim, niemieckim, arabskim i rosyjskim – red.], posiada olbrzymie zaplecze finansowe, a także swego rodzaju renomę. Działania RT powodują rzeczywiste zmiany w myśleniu ludzi w krajach, w których jest ona dostępna, przedstawiając kremlowską wizję rzeczywistości” – mówi analityk Debunk EU, organizacji pozarządowej śledzącej propagandę.

Rosyjska propaganda na arenie krajowej ma podtrzymywać poparcie społeczne dla rządów Władimira Putina, kreować wrażenie ogólnej akceptacji dla jego polityki oraz zapewniać

mentalne przygotowanie na nakładane przez Zachód sankcje. Kreml mówi w mediach oficjalnie o „specjalnej operacji wojskowej”, „pomocy bratniemu narodowi” i „wyzwalaniu Ukrainy od nacjonalistów”. Trafia to na podatny grunt tym bardziej, że wewnętrzne regulacje uniemożliwiają Rosjanom dostęp do zagranicznych mediów.

Z kolei celem zewnętrznym jest rozbijanie jedności NATO i Unii Europejskiej. Prokremlowskie media próbują więc przedstawiać zagranicznym odbiorcom zniekształcony obraz rzeczywistości, w którym część informacji ukrywają, np. o zbrodniach wojennych w Ukrainie czy stratach rosyjskich wojsk, część przeinaczają lub wyolbrzymiają (np. groźbę użycia broni atomowej). Mimo zablokowania propagandowych kanałów w Europie i USA w marcu 2022 roku rosyjskie narracje na temat wojny w Ukrainie znajdują poparcie w wielu krajach Afryki, Azji i Bliskiego Wschodu. „Media stanowią podstawę wojny informacyjnej, którą toczy Rosja. Ponieważ Putin tak długo pozostaje przy władzy, jak długo posiada wsparcie i jest kreowany na silnego przywódcę, dopóki ten wizerunek jest nienaruszony, dopóty on się utrzymuje przy władzy. Więc w oczywisty sposób te narzędzia, które kształtują świadomość i opinię publiczną oraz przedstawiają wyłącznie pozytywny wizerunek Putina oraz Kremla, są nieodzowne do tego, żeby ta władza była kontynuowana. Dla Kremla środki masowego przekazu są równie istotne, co utrzymanie władzy” – podkreśla Jakub Kuś.

Jak wyjaśnia, analiza wydatków na media masowe w takim kraju jak Rosja była dużym wyzwaniem ze względu na brak przejrzystości danych i rozbieżności w informacjach podawanych w różnych źródłach. Szczegółowe dane o przeznaczeniu środków dla określonych podmiotów są utajniane. „Część pieniędzy, które otrzymują agencje, pochodzi z budżetu, część pochodzi z różnych projektów, które stanowią swego rodzaju pożyczki czy dodatkowe wsparcie finansowe. O ile oficjalne kwoty jeszcze są dostępne, o tyle te rzeczywiste kwoty, to, ile faktycznie dostają agencje, byłoby bardzo trudne do zbadania i

prawdopodobnie są wyższe niż deklarowane” – mówi ekspert.

Źródło: [Newseria.pl](https://www.newseria.pl)

Komentarz „Wołnych Mediów”

To oczywiste, że rosyjskie media państwowe szerzą rosyjską propagandę, a w czasie wojny zwiększają na nią wydatki. Przydałby się natomiast podobny raport Debunk EU o propagandzie USA, Ukrainy, Polski i innych państw. Sprawdziłem tematykę treści Debunk EU – widać stronniczą wybiórczość i brak neutralności. Organizacja ta przypomina „Demagoga”, stoi po stronie narracji mainstreamowej, aczkolwiek wydaje się trochę rzetelniejsza. Zwalcza teorie spiskowe, wspiera covidianizm (np. napisali, że maseczki są skuteczne do zwalczania COVID-19, ani słowa o zarazkach i bakteriach, które się na nich mnożą, ani o konsekwencjach wdychania nadmiaru CO₂), krytykuje władze rosyjskie i białoruskie, ale nie krytykuje ukraińskich i amerykańskich.