

Vilniaus universitetas
TARPTAUTINIŲ SANTYKIŲ IR POLITIKOS MOKSLŲ INSTITUTAS

TARPTAUTINIŲ SANTYKIŲ IR DIPLOMATIJOS MAGISTRO PROGRAMA

KRISTYNA KOVALEVSKA

II kursas

**RUSIJOS PROPAGANDOS ĮTAKA „FACEBOOK“ VARTOTOJŲ
NUOSTATŲ FORMAVIMUISI LENKIJOJE**

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovė: doc. dr. M. Šešelgytė

Vilnius, 2018

Magistro darbo vadovo išvados dėl darbo gynimo:

.....
.....
.....

.....

(data)

.....

(v., pavardė)

.....

(parašas)

Magistro darbas įteiktas gynimo komisijai:

.....

(data)

.....

(Gynimo komisijos sekretorės parašas)

Magistro darbo recenzentas:

.....

(v., pavardė)

Magistro darbų gynimo komisijos įvertinimas:

.....

Komisijos pirmininkas:

Komisijos nariai:

BIBLIOGRAFINIO APRAŠO LAPAS

Kovalevska K. Rusijos propagandos įtaka „Facebook“ vartotojų nuostatų formavimuisi Lenkijoje: Tarptautinių santykių ir diplomatijos specialybės, magistro darbas / VU Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institutas; darbo vadovė doc. dr. M. Šešelgytė — V., 2018 — 72 p.

Reikšminiai žodžiai: propaganda, Rusija, Lenkija, politinės nuostatos, naratyvas, dezinformacija, skaitmeninė erdvė, Europos Sąjunga, NATO, socialiniai tinklai.

Šiame darbe yra tiriamos „Facebook“ vartotojų nuostatos, politiniais klausimais, Lenkijoje. Tyrimo metu yra bandoma patikrinti, ar Rusijos kuriami propagandos naratyvai yra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje. Taip pat yra atsižvelgiama ir į tokius kintamuosius, kaip: amžius, išsilavinimas, socialinė padėtis, pajamos, kurie gali turėti įtakos nuostatų, politiniais klausimais, formavimuisi. Apklausa buvo atlikta 2018 m. kovo–balandžio mėn.

PATVIRTINIMAS APIE ATLIKTO DARBO SAVARANKIŠKUMĄ

Patvirtinu, kad įteikiamas magistro darbas „Rusijos propagandos įtaka „Facebook“ vartotojų nuostatų formavimuisi Lenkijoje“ yra:

1. Atliktas mano pačios ir nėra pateiktas kitam kursui šiame ar ankstesniuose semestruose;
2. Nebuvo naudotas kitame Institute / Universitete Lietuvoje ir užsienyje;
3. Nenaudoja šaltinių, kurie nėra nurodyti darbe, ir pateikia visą panaudotos literatūros sąrašą.

.....

(v., pavardė)

.....

(parašas)

TURINYS

ĮVADAS	6
1. PROPAGANDA: TEORIJA IR JOS SAMPRATA	10
2. PROPAGANDOS ĮRANKIAI IR VEIKIMO PRINCIPAS.....	13
2.1 Propaganda kaip vienas iš komunikacijos įrankių	13
2.2 Visuomenės nuostatų, politiniais klausimais, formavimasis.....	14
3. TYRIMO METODOLOGIJA	17
3.1 Rusijos pagrindiniai propagandos naratyvai Lenkijoje.....	20
3.1.1 Naratyvas: Rusijos-Lenkijos santykiai / Lenkijos vidaus politika.....	21
3.1.2 Naratyvas: NATO / Europos Sąjunga / JAV-Lenkijos santykiai.....	22
3.1.3 Naratyvas: Ukrainos-Lenkijos santykiai.....	23
4. „FACEBOOK“ VARTOTOJŲ LENKIJOJE APKLAUSOS REZULTATŲ ANALIZĖ.....	24
4.1 Nuostatų dėl Vakarų ir Rusijos tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje pasiskirstymas	28
4.2 Informacinė erdvė	36
4.3 Socialiniai kintamieji ir politinės nuostatos.....	43
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	53
ŠALTINIŲ IR LITERATŪROS SĄRAŠAS	55
SUMMARY	59
PRIEDŲ SĄRAŠAS.....	60

IVADAS

XXI a. valstybių saugumas ypač keitėsi, t. y. nebepaisoma tarptautinių susitarimų, pavyzdžiui, Rusija nesilaiko 1987 m. pasirašytos sutarties branduolinio ginklo pajėgumų sureguliuavimui, taip pat Baltarusija Astravo AE projektą įgyvendina pažeisdama Jungtinių Tautų Orhuso konvenciją dėl visuomenės teisės gauti informaciją ir dalyvauti priimant sprendimus aplinkosaugos klausimais (žr. LR URM 2016) ir kt.

Be to, XXI a. itin intensyvėja ir plečiasi terorizmas (išpuoliai Švedijoje, Pranzūcijoje, Jungtinėje Karalystėje, Vokietijoje, Ispanijoje), kurio tikslas yra pasėti paniką tarp visuomenės narių, bandyti pasauliui primesti savo taisykles ir tvarką. Taip pat paminėtina ir tai, kad vykstantys globalizacijos procesai transformuoja šiuolaikinius tarptautinius santykius, kurie persikelia ir į informacinę erdvę. Tad žiniasklaidos tinklai, informacinės technologijos tampa itin svarbios šiuolaikinei galios politikai.

Tyrimo aktualumas. Šis darbas yra skiriamas „Facebook“ vartotojų nuostatomis, politiniais klausimais, Lenkijoje ištirti. Taip pat yra svarbu išsiaiškinti, ar Rusijos propagandos kuriami naratyvai yra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų bei kiek tokie kintamieji, kaip: amžius, išsilavinimas, socialinė padėtis, pajamos formuoja šias nuostatas.

Skaitmeninėje erdvėje, kurioje plėtojami komunikacijos kanalai yra kuriama informacija, paremta ne tik teisingais faktais, bet ir dezinformacija. Propagandos protrūkis, kuris šiuo metu dažniausiai asocijuojasi su Rusija ir Kremliaus informacinės politikos samprata, yra aktualus ne tik Ukrainos ir Rusijos santykių perspektyvoje, bet informacinės agresijos imamasi ir kaimyninėse šalyse: Estijoje, Latvijoje, Lietuvoje ir Lenkijoje (2017 m. Rusijos programišiai buvo įsilaužę net į 4000 NATO karių, dislokuotų Lenkijoje, telefonus, taip pat atakavo ir lenkų įmones Ukrainoje), taip pat ir visoje Europoje bei už jos ribų. Šitaip norima palaužti valstybės vidinį stabilumą, skatinti visuomenės nepasitikėjimą valdžia, supriešinti valstybėje gyvenančias tautines mažumas. Be to, neretai kaimyninių valstybių Nacionalinėse saugumo strategijose (toliau – NSS) (žr. Lenkijos Respublikos NSS), o tarp jų ir Lietuvos (žr. Lietuvos Respublikos NSS), informacinis karas yra įvardijamas, kaip viena iš grėsmių valstybės saugumui.

Pabrėžtina, kad būtent Rusijos informaciniam karui pastaruojų metu yra skiriamas didžiulis dėmesys. Tokį susidomėjimą paskatino Krymo okupacija, Rusijos kišimasis į suverenių valstybių vidinius reikalus, rinkimus. Rusijos dezinformacijos srautai kaimyninėje valstybėje, t. y. Lenkijoje, skatina valstybę imtis strateginės komunikacijos pakitimų tiek nacionaliniu, tiek ir tarptautiniu

lygmeniu. Kadangi ir Lenkijoje, ir Lietuvoje nėra atlikta didesnių tyrimų apie tai, ar Rusijos skleidžiamas propagandos naratyvas yra prigijęs Lenkijos visuomenėje ir turi įtakos politinėms nuostatoms, šiuo tyrimu siekiama identifikuoti ne tik kokius naratyvus naudoja Rusijos propaganda, kuriant Lenkijos neigiamą įvaizdį, bet ir patikrinti, ar tie naratyvai atspindi visuomenėje, šiuo atveju, tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje bei kaip kiti socialiniai kintamieji formuoja tas nuostatas, politiniais klausimais.

Tyrimų apžvalga. Vienas pagrindinių tyrimų, kuriuo yra remiamasi šiame darbe ir kuris yra susijęs su Rusijos propaganda — lietuvių išleista 2017 m. monografija „Rusijos propaganda: analizė, įvertinimas, rekomendacijos“ (Buinauskas 2017). Tuo tarpu, Rusijos pagrindinius propagandos kuriamus naratyvus Lenkijoje yra aprašę A. Lelonek ir M. Kowalska (Lelonek 2017), taip pat L. Wenerski (Wenerski 2017).

Lenkijos visuomenės nuostatas yra tyręs 2015 m. Viešųjų reikalų institutas (lenk. Instytut Spraw Publicznych). Taip pat 2014 m. „Pew Research Center“ atliktas tyrimas, kurį aprašė K. Devlin (Devlin 2015).

Be to, 2017 m. Karališkojo tarptautinių reikalų instituto (toliau — KTRI) tyrėjai D. Cuttsas, M. Goodwinas, T. Rainesas yra atlikę tyrimą „Europos ateitis: visuomenės ir elito nuostatų palyginimas“ (Cutts 2017). Tyrimas parodė, kad parama Europos Sąjungai Lenkijoje išlieka daugiau nei 70 %, o 2014 m. ji pasiekė net 89 %. Vis dėlto, ši parama nebėra vienareikšmė: pagal 2016 m. gegužės mėn. eurobarometro duomenis 37 % lenkų mano, kad šalis susidurs su geresne ateitimi už Europos Sąjungos ribų (Blusz 2017).

Lenkija yra ta valstybė, kuri patyrė didelę emigracijos bangą, lenkai kaip vieną iš Europos Sąjungos laimėjimų įvardija: vidaus sienų panaikinimą (28 %) bei laisvę gyventi ir dirbti visoje Europos Sąjungoje (26 %). Taip pat tyrimo rezultatai parodė, kad lenkai mano, jog Europos Sąjunga yra gana demokratiška (84 %) bei, kad turtingesnės valstybės narės turėtų finansiškai remti skurdesnes valstybes (64 %). (Cutts 2017)

Nepaisant pozityvių nuotaikų apie Europos Sąjungą, šiandien net 35 % lenkų labiau linkę kaltinti Europos Sąjungą dėl vykstančios pabėgėlių krizės, dėl biurokratijos ir pernelyg didelio teisės aktų skaičiaus (36 %) bei nacionalinio suvereniteto praradimo (17 %), t. y. itin kaltina ir yra nepatenkinti „Įstatymas ir Teisingumas“ partija (lenk. Prawo i Sprawiedliwosc, PiS), kuri nuo 2015 m. yra išrinkta į vyriausybę (Blusz 2017).

Visgi, toks tyrimas parodo tik lenkų susiformavusias nuostatas, bet neatsako į klausimą, kas turi įtakos tokioms nuostatoms, politiniais klausimais, ar tai medijos, ar Rusijos kuriamas

propagandos naratyvas, ar kiti kintamieji. Tyrėjai nebando interpretuoti rezultatų ir atrasti priežastinių ryšių. Apskritai, toks tyrimas parodo lenkų dvilypį požiūrį į Europos Sąjungą, o tam įtakos gali turėti Rusijos propagandos kuriami naratyvai, kiti svarbūs socialiniai kintamieji. Būtent tai ir norima patikrinti šiame tyrime: pirma, ištirti „Facebook“ vartotojų nuostatas, politiniais klausimais, Lenkijoje, antra — išsiaiškinti, kas turi įtakos tokioms nuostatomis ir ar Rusijos kuriami propagandos naratyvai yra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų.

Tyrimo problema. Nors dauguma darytų tyrimų rodo, kad dažniausiai Rusijos naudojamas naratyvas ar melagingų naujienų kūrimas turi įtakos valstybių užsienio politikai, visuomenės nuostatų formavimuisi. Visgi, pastarieji tyrimai Lietuvoje (Buinauskas 2017) rodo, kad prorusiškumui gali turėti įtakos ne tik naudojami naratyvai, bet ir pajamos, gyvenamoji vieta bei socialinė aplinka.

Taigi, tyrimo metu yra analizuojamos „Facebook“ vartotojų Lenkijoje nuostatos, politiniais klausimais. Tad yra svarbu išsiaiškinti ne tik tai, ar Rusijos propagandos kuriamų naratyvai yra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų, bet ir ištirti, ar tokie kintamieji, kaip: amžius, socialinė padėtis ir kt. turi šioms nuostatomis įtakos.

Tyrimo tikslas — išsiaiškinti, kaip Rusijos naudojami naratyvai bei kiti kintamieji (socialinė padėtis, amžius, pajamos, išsilavinimas) formuoja „Facebook“ vartotojų nuostatas, politiniais klausimais.

Tyrimo uždaviniai:

1. Suformuluoti teorinę propagandos sampratą ir pažvelgti į propagandos sklaidą, kaip vieną iš grėsmių valstybės nacionaliniam saugumui.
2. Apžvelgti ir trumpai pristatyti tyrimus, susijusius su nuostatų formavimusi.
3. Remiantis esamais tyrimais, identifikuoti Rusijos propagandos kuriamus naratyvus Lenkijoje.
4. Suformuluoti anketos „Rusijos propaganda Lenkijoje“ klausimyną ir atlikti apklausą.
 - 4.1. Išsiaiškinti, ar Rusijos propagandos naratyvas yra prigijęs tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje.
 - 4.2. Trumpai pristatyti, kokius naujienų šaltinius naudoja „Facebook“ vartotojai.
 - 4.3. Išanalizuoti, kaip socialiniai kintamieji (išsilavinimas, socialinė padėtis ir kt.) formuoja „Facebook“ vartotojų požiūrį.

Ginamieji teiginiai.

1. Rusijos kuriamas propagandos naratyvas nėra įsitvirtinęs tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje.
2. Didesnes pajamas gaunantys žmonės skaito daugiau alternatyvių šaltinių kasdienėms bei politinėms naujienoms gauti.
3. Mažiau išsilavinę žmonės palaiko Rusijos ir Lenkijos bendradarbiavimo idėją.
4. Žemesnį išsilavinimą turintys žmonės Rusiją vertina, kaip draugišką valstybę Lenkijai.

Tyrimo reikšmė. Atlikta analizė yra naudinga tolimesniems tyrimams Lenkijoje, kurie yra susiję su propaganda, dezinformacija, visuomenės nuostatomis apie dabartinę Lenkijos situaciją, jos informuotumu bei švietimu. Taip pat atliktas tyrimas gali būti naudingas ir kaimyninėse valstybėse daromiems tyrimams, šitaip sukuriant daugiau bendrų konferencijų, diskusijų, apžvelgiant panašumus, skirtumus ir bendradarbiavimo galimybes.

Tyrimo metodas. Lenkijos atvejo studija, anketinės apklausos gautų rezultatų statistinė analizė. Taip pat yra atliekama ir antrinė duomenų analizė.

1. PROPAGANDA: TEORIJA IR JOS SAMPRATA

Propaganda — žodis, kilęs iš „propagare“ (graik., po to lot. — „platinti“). Pirmiausia šis žodis reiškė tiesos, neabejotinos informacijos sklaidą (žr. Mažeikis 2010). Taip pat nuo propagandos atsiradimo 1622 m. terminu „propaganda“ buvo įvardijami specialiai suplanuoti, sistemingi įtikinėjimo veiksmai.

Reikšmingus propagandos raidos etapus apima ir JAV revoliucija, Didžioji Prancūzijos revoliucija bei visas XX amžius.

Viešųjų ryšių pradininkai I. L. Lee (1877—1934) ir E. Bernaysas (1891—1995) buvo įsitikinę, kad propaganda ir viešieji ryšiai padeda organizuoti racionalią, argumentuotą demokratinės valstybės komunikaciją, padeda geriau perteikti siekiamas idėjas — ypač švietimo, demokratiųjų rinkimų, socialinėje srityse. E. Bernaysas laikė propagandą ir viešuosius ryšius demokratizacijos, švietimo, socialinių problemų sprendimo instrumentu, pirmas pritaikė psichologines manipuliacijos priemones, susiejo propagandą ir psichoanalizę (žr. Bernays 1928).

Įtikinėjimas tiesiogiai yra susijęs ir su manipuliacija. Ja siekiama klaidingai, apgaulingai pasiekti norimą auditoriją. Pavyzdžiui, pagal P. Oržekauską, ne tik manipuliacija, bet ir įtaiga (sugestija) suprantama kaip psichologinis poveikis, pagrįstas tikslinės informacijos, kuriai nebūtinai papildomi įrodymai, įkėlimu į individą ar jų grupę (Oržekauskas; Šimanauskas 2005: 104). Šiuo metodu yra siekiama daryti įtaką žmogaus valiai, protui, pasitelkiant jausmus.

Reikėtų atkreipti dėmesį, kad informacinių technologijų plėtra, XIX a. žiniasklaidos kaip socialinio instituto atsiradimas turėjo įtakos medijų išsiplėtimui. Joms tapus informacinio produkto, turinčio rinkos kainą, skleidėjomis, atsirado sąlygiškai savarankiškas galios laukas. Taip išryškėjo esminė žiniasklaidos ypatybė: priklausomai nuo jų aprėpties, medijos yra efektyviausia priemonė pasiekti auditorijų protą, todėl atsinaujino valdžios elitui būdingas politinio užvaldymo siekinys (Buinauskas 2017: 11).

Propagandos protrūkis itin matomas Pirmojo ir Antrojo pasaulinio karo metais. Ją naudojo įvairios vyriausybės: nuo britų ar vokiečių iki SSRS ir JAV. Be to, per Antrąjį pasaulinį karą propagandos samprata jau buvo išplėtotą kaip informacinis ginklas (Taylor 2003: 5). Pavyzdžiui, per Šaltąjį karą propaganda buvo suvokiama kaip struktūrinė informacijos politikos dalis, kuri buvo taikoma ir JAV, ir SSRS (Buinauskas 2017). Jau XX a. valstybės propagandą skleidė pasitelkusios

įvairiausias medijas: nuo kino ir radijo iki televizijos. Visais laikais yra siekiama daryti įtaką kuo didesnei visuomenės daliai.

JAV buvo kuriamos vyriausybės žiniasklaidos priemonės, kurios ne tik atspindėjo valdžios požiūrį į įvykius, bet ir galėjo veikti kaip alternatyvus informavimo šaltinis visuomenėms, likusioms už vadinamosios „geležinės uždangos“ (Varšuvos pakto šalys, taip pat Kinija ir kt.). „Amerikos balsas“ veikė kaip oficiali valstybinė radijo stotis. „Laisvosios Europos“ radijas buvo iš dalies remiamas Centrinės žvalgybos valdybos (CŽV) ir rengė propagandines laidas Vidurio ir Rytų Europai bei SSRS įvairiomis Europos tautų kalbomis. (Buinauskas 2017: 13) Tad akivaizdu, kad naujosios technologijos padėjo išspręsti atstumo ir laiko tarp siuntėjo bei gavėjo problemą. Nepaisant to, kad problemą, kaip ir pavyko išspręsti, tačiau tarp jų nuolat siekia įsiterpti propagandininkai, kurie tikrovę nori perteikti kiek kitaip ir įskiepyti visuomenei savo pozicijas.

Be to, dažniausiai propaganda remiasi galios santykiais ir veikia ten, kur yra remiamos struktūrinės jėgos; kur tokios jėgos nėra — propaganda virsta kito pobūdžio komunikacija: viešaisiais ryšiais, reklama ir pan. (Grigaliūnas 2009) Tad šiandien propaganda tiesiogiai siejama ne tik su viešaisiais ryšiais ar reklama, bet taip pat įvardijama kaip viena iš grėsmių valstybės informaciniam saugumui.

Taip pat ją galima traktuoti, kaip vieną iš informacinio karo atšakų, kuriuos gali pasitelkti valstybės. Pavyzdžiui, V. Krysko psichologinį poveikį informacijos pagrindu, įvardija kaip propagandą, išskirdamas ją į tris kategorijas: baltąją, pilkąją ir juodąją (Oržekauskas; Šimanauskas 2005: 105)

Baltoji propaganda grindžiama oficialia ir objektyvia informacija, neslepiančios šaltinių, naudojant patikrintus duomenis bei neslepiančios paties veikimo tikslų. Pilkoji propaganda siejama su iš dalies iškraipytos informacijos pateikimu, tačiau bandant ją pristatyti kaip teisingą, kartu naudojant nutylėjimo bei užslėpimo mechanizmą, tuo skatinant galutines išvadas (aišku, naudingas tokios informacijos skleidėjams) priimti patiems informacijos gavėjams ir ją pateikti kaip savo nuomonę, jiems to nesuvokiant. Juodoji propaganda visada vykdoma neteisingos, iškraipytos ir apgaulingos informacijos pagrindu bei turi tikslą šia informacija paveikti individą ar jų grupes taip, kad jis (arba jų grupė) ją priimtų kaip objektyvią ir neklystamą tiesą. (Oržekauskas; Šimanauskas 2005: 105)

Taigi, propaganda — sąmoningas, kryptingas, techniškai ir technologiškai pagrįstas įtikinėjimas, siekiant skiepyti įsitikinimus, ugdyti pažiūras, įdiegti nuostatas, mobilizuoti ir nukreipti mases. Propaganda formuoja apibrėžtą mąstymo būdą, vertybių sistemą, asmeninius įsitikinimus ir individo tapatumą, siekia mobilizuoti asmenis tam tikriems veiksams.

Be to, atkreiptinas dėmesys ir į asociatus, t. y. terminus, kurie siejami su propaganda. Pavyzdžiui, vieni iš mokslininkų, kurie atkreipia į tai dėmesį yra G. Jowettas ir V. O'Donnell. Jie pabrėžia, kad propaganda dažniausiai siejama su apgavyste, smegenų plovimu, psichologiniu karu, tiesos iškraipymu ir pan., tačiau pabrėžia, kad šie žodžiai atspindi propagandos metodus ir technikas, o ne tikslą (žr. Buinauskas 2017). Šiame darbe taip pat yra bandoma išskirti ne tik asociatus, kuriuos lenkai sieja su propaganda, bet ir kuriamus naratyvus.

Pavyzdžiui, L. Makhashvilis savo straipsnyje apie Rusijos informacinį karą ir propagandos naratyvus Europos Sąjungoje ir Rytų partnerystės šalyse bando išskirti Rusijos kuriamą naratyvą ne tik Vakarų ir Rytų Europos valstybėse, bet ir Ukrainoje (žr. Makhashvili 2017). Taip pat Rusijos propagandos naratyvus Lenkijoje išskiria ir A. Lelonek, ir M. Kowalska (Lelonek 2017). Rusijos kuriamus naratyvus ir visuomenės politines nuostatas tiria ir Lietuvos mokslininkai 2017 m. išleistoje monografijoje „Rusijos propaganda: analizė, įvertinimas, rekomendacijos“ (Buinauskas 2017).

Monografijoje yra teigiama, kad propagandai akcentuojant įvairias socialines problemas ir ne tik, didėja ir plinta tarp dalies gyventojų sovietinės nostalgijos reiškinys, tad atsiranda tokie naratyvai, kaip: prie ruso buvo geriau, taip pat eskaluojama apie tai, kad rusų tautinės mažumos yra engiamos ir pan.. (žr. Buinauskas 2017)

Kalbant apie propagandos tikslus, paminėtina, kad šiame darbe yra kreipiamas dėmesys į Rusijos propagandos kuriamą naratyvą bei yra siekiama išsiaiškinti, ar Rusijos kuriami naratyvai yra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje. Kadangi šiuo tyrimu svarbu ne tik patikrinti, ar kuriami naratyvai yra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų, bet ir išsiaiškinti, kaip kiti kintamieji, pavyzdžiui, amžius, formuoja nuostatas, politiniais klausimais, kitame skyriuje į propagandą yra pažvelgiama kaip į komunikacijos įrankį bei yra aptariami jau atlikti tyrimai, kurie susiję su nuostatomis.

2. PROPAGANDOS ĮRANKIAI IR VEIKIMO PRINCIPAS

Nuo pat Pirmojo pasaulinio karo, propagandai tapus akademinų tyrimų objektu, daug veikalų parengta apie propagandos istoriją, kampanijas, jos įrankius, įtikinimo poveikį ir veikimo principus. Propaganda, kaip politinės komunikacijos specifinė dalis, dažnai turi neigiamą atspalvį visuomenėje, visų pirma prisimenant totalitarinių propagandų istorines praktikas ir siejant ją su egzistavusiais represiniais sovietų, nacių ir kitais režimais (Grigaliūnas 2009: 66). Taip pat propaganda gali būti ne tik kaip vienas iš komunikacijos įrankių, bet ir kaip vienas veiksmių politinių nuostatų formavimuisi. Be to, patį propagandos naudojimą lemia tam tikras požiūris ir nustatyti veikimo principai.

2.1 Propaganda kaip vienas iš komunikacijos įrankių

Jau XX a. pabaigoje į propagandą buvo pažvelgta kiek kitokiu kampu, t. y. mokslininkai pradėjo nagrinėti įvairius komunikacinius ir techninius aspektus, taip pat veikimo principus. Šiuo laikotarpiu ryškiausias indėlis į akademinį lauką buvo D. L. Altheide'o ir J. M. Johnsono „Biurokratinė propaganda“ (angl. Bureaucratic propaganda) (1980), G. Jowetto ir V. O'Donnell „Propaganda ir įtikinėjimas“ (angl. Propaganda and Persuasion) (1986), E. S. Hermano ir N. Chomskio „Gaminant sutikimą“ (angl. Manufacturing Consent) (1988) (Buinauskas 2017: 19).

H. Laswello pasiūlytas propagandos apibrėžimas (jis ją apibrėžė kaip bandymus paveikti masių nuomonę kilus kontraversiškiems klausimams) buvo vertinamas kaip reikšmingas žingsnis analizuojant propagandos tikslus. XX a. buvo sukurta Laswello formulė. Taip vadinamas Laswello teiginys, kad „patogus būdas aprašyti komunikaciją — tai atsakyti į klausimus: kas, ką sako, kuriuo kanalu, kam, kaip efektyviai?“ (Kirtiklis 2014: 18). Būtina atsižvelgti į tai, kad 1951 m. straipsnyje H. D. Laswellas savo modelį sėkmingai pritaikė sovietų propagandos tyrimui. (Buinauskas 2017: 39)

Taip pat propagandos metodologinius iššūkius bando įveikti JAV mokslininkai G. S. Jowettas ir V. O'Donnell, t. y. siūlydami konkrečiais žingsniais besiremiantį propagandos tyrimo modelį — valstybė prieš valstybę. Paminėtina ir tai, kad jie remiasi 1948 m. H. Laswello sudaryto Šaltinio-Pranešimo-Kanalo-Gavėjo grandinės žingsniais (Buinauskas 2017). Jų pasiūlytu modeliu propagandą galima suprasti ir ištirti pagal jos charakteristiką ir identifikuoti svarbiausius jos elementus — kontekstą, siuntėją, siekinį, pranešimą, sklaidos kanalus, auditoriją bei reakciją į ją.

Kalbant apie Rusijos propagandą ir jos kuriamus naratyvus, reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad ji turi aiškiai apibrėžtus tikslus, kurie atsispindi ir svarbiausiuose strateginiuose šalies dokumentuose. Pavyzdžiui, 2000 m. Vladimirui Putinui tapus Rusijos vadovu, iš karto buvo nustatytos informacinės politikos gairės: Nacionalinio saugumo koncepcijoje Rusija apkaltino „kitas šalis“ siekiant išstumti ją iš tarptautinės ir vidaus informacinės rinkos ir rengiant „informacinio karo koncepcijas“. Tai galima vertinti kaip pirmą šiuolaikinės Rusijos propagandos šaltinį, kuriame, kaltinant kitus, kartu pateikiama ir pačios Rusijos politinė programa. (Buinauskas 2017: 21).

Pavyzdžiui, J. Darczewska propagandą apibūdina, kaip pagrindinę informacijos veiksmų priemonę (žr. Darczewska 2014). Tuo tarpu, kalbant apie Rusijos vyriausybės informacinį karą ir skleidžiamą propagandą, paminėtina, kad ji skiriasi nuo tradicinių propagandos formų.

Reikėtų pastebėti, kad vietoje įvairių agitacijų, kurios skatintų visuomenę imtis tam tikrų veiksmų, siekti geresnio gyvenimo, Rusijos propaganda siekia išlaikyti ją išsiblaškiusią, pasyvią. Taip pat skatina paranoją, nepasitikėjimą, ypač tarp tautinių mažumų, valdžios ir valstybės piliečių. Kiekvienas propagandininkas žino, kad vienas pagrindinių tikslų yra ne skatinti tarpusavio supratimą, bet skleisti asmeninius ketinimus (Jowett; O'Donnell 2012: 45).

Rusijos viduje tokia koncepcija vadinama „informaciniu-psichologiniu“ karu, kurio tikslas — demoralizuoti, destabilizuoti savo priešininką. Jis tęsiasi ir taikos, ir karo metu. (žr. Lucas, Pomerantsev 2017). Pavyzdžiui, kalbant apie Rusijos informacijos saugumo doktriną, reikėtų paminėti, kad joje išskiriami tokie informacinio saugumo aspektai, kaip: užsienio politinių, ekonominių, karinių, žvalgybos ir informacinių struktūrų veikla, nukreipta prieš Rusijos Federacijos interesus informacinėje erdvėje (žr. Martišius 2014).

Neatsitiktinai minimos ir informacinės struktūros. Rusija 2013 m. kaip užsienio šalies įtakos agentą įvardijo iki tol šalyje veikusią JAV vyriausybės remiamą radijo stotį „Laisvės radijas“ (rus. Радио Свобода). Minėtos radijo stoties transliacijos buvo apribotos, o dėl finansinės pagalbos iš užsienio šalių griežto ribojimo radijas turėjo atleisti Rusijoje žurnalistais dirbusius asmenis. Iki tol egzistavusi ir taip silpna nuomonių įvairovės sfera po tokio veiksmo dar labiau nusilpo. (Martišius 2014: 10)

2.2 Visuomenės nuostatų, politiniais klausimais, formavimasis

Nuostatos — santykinai stabili individo vertinančių įsitikinimų, afektyvių reakcijų ir elgsenos intencijų tam tikro objekto atžvilgiu struktūra, nukreipta į reikšmingus objektus, grupes,

įvykius ar simbolius (Petronytė 2014: 25). Visos nuostatos turi savo struktūrą, jungiasi į nuostatų sistemas.

C. Bakeris savo knygoje „Nuostatos ir kalba“ teigia, kad nuostatos asocijuojasi ne tik su emocionalumu, kognityvika, bet ir su elgsena, tam tikru pasirengimu (Baker 1992: 8). Kognityvika paremta mąstymu ir įsitikinimais, elgsena — tai tarsi pasirengimas veikti, intencija, veiksmų planas.

Taip pat nuostatas veikia ne tik kalbinė aplinka, socialiniai tinklai, bet ir skaitomi naujienu šaltiniai, susiformavę informaciniai burbulai bei valstybių vykdoma politika, šiuo atveju Lenkijos bei jos kuriamas santykis su kitomis valstybėmis, pozicija tarptautinėje arenoje.

Paminėtina, kad kiekviena kultūrinė / socialinė grupė turi įsigalėjusias ir gana aiškiai suformuotas jos narius tarpusavyje vienijančias vertybines nuostatas. Norint paveikti nusistovėjusias vertybes, požiūrį į konkretų dalyką, asmenį ar valdžią, propagandininko pasirinktas taikinys pristatomas kaip keliantis pavojų ir prieštaraujantis aiškiai išreikštoms kultūrinės grupės vertybėms. H. Laswellas pabrėžia, kad, turint ambicijų išlaikyti vertybes ar jas dar labiau įdiegti visuomenėje, objektas, į kurį yra nukreipta propaganda, vaizduojamas kaip trukdantis šias vertybes įgyvendinti (Buinauskas 2016: 10). Apskritai, propagandos kūrėjams būdinga savąją vertybių sistemą pateikti kaip teisingiausią ir neginčijamą.

Su propaganda susijusios visuomenės nuostatos yra socialiai jautri tema, kurią empiriškai tirti nėra paprasta. Būtina atsižvelgti į nagrinėjamo reiškinių (pažeidžiamumo propagandai, palankumo propagandą skleidžiančiai šaliai, jos organizatorių naudojamų naratyvų) ir su juo susijusių veiksmų (informacinės ir kultūrinės erdvių, socialinių grupių, žmonių vertybių) specifiką ir kompleksiskumą. (Buinauskas 2017: 104). Pavyzdžiui, JAV mokslininkas A. L. George`as buvo vienas pirmųjų, kuris pabandė analizuoti propagandą ir jos poveikį visuomenei ilguoju laikotarpiu.

Apskritai, nepaisant empirinio sudėtingumo, nuostatos ir visuomenės požiūris į tam tikrus dalykus yra nuolat tyrinėjamos. Pavyzdžiui, 2017 m. Karališkojo tarptautinių reikalų instituto (toliau — KTRI) tyrėjai D. Cuttsas, M. Goodwinas, T. Rainesas yra atlikę tyrimą „Europos ateitis: visuomenės ir elito nuostatų palyginimas“ (žr. Cutts 2017). Tyrimas remiasi unikalia apklausa, atlikta 2016 m. gruodžio mėn. —2017 m. vasario mėn.. Jo metu dalyvavo dešimt valstybių, kuriose buvo apklausiamos dvi grupės: reprezentatyvioji kiekybinė apklausa apėmė 10 000 visuomenės narių ir daugiau nei 1800 Europos „elito“ — asmenys, turintys įtakos politikai, žiniasklaidai, verslui ir pilietinei visuomenei vietiniu, regioniniu, nacionaliniu ir Europos lygmenimis.

Viena iš šalių, kuriose vyko šis tyrimas buvo ir Lenkija. Teigiama, kad per daugelį metų atliktų apklausų Lenkijoje, parama Europos Sąjungai išlieka daugiau nei 70 %, o 2014 m. ji pasiekė

net 89 %. Vis dėlto, ši parama nebėra vienareikšmė: pagal 2016 m. gegužės mėn. eurobarometro duomenis 37 % lenkų mano, kad šalis susidurs su geresne ateitimi už Europos Sąjungos ribų (žr. Blusz 2017).

KTRI tyrimas rodo, kad nepaisant neseniai iškilusių iššūkių Europos Sąjungai, apklausos rezultatai rodo, kad didelė Lenkijos visuomenės dalis vis dar jaučiasi laiminga (31 %), optimistiškai (26 %) ir patenkinta (21 %) Europos Sąjunga (Cutts 2017).

Be to, Lenkija yra ta valstybė, kuri patyrė didelę emigracijos bangą, lenkai kaip vieną iš Europos Sąjungos laimėjimų įvardija: vidaus sienų panaikinimą (28 %) bei laisvę gyventi ir dirbti visoje Europos Sąjungoje (26 %). Taip pat tyrimo rezultatai parodė, kad lenkai mano, jog Europos Sąjunga yra gana demokratiška (84 %) bei, kad turtingesnės valstybės narės turėtų finansiškai remti skurdesnes valstybes (64 %). (Cutts 2017)

Nepaisant pozityvių nuotaikų apie Europos Sąjungą, šiandien net 35 % lenkų labiau linkę kaltinti Europos Sąjungą dėl vykstančios pabėgėlių krizės, dėl biurokratijos ir pernelyg didelių teisės aktų (36 %) ir nacionalinio suvereniteto praradimo (17 %), t. y. itin kaltina ir yra nepatenkinti „Įstatymas ir Teisingumas“ partija (lenk. Prawo i Sprawiedliwość, PiS), kuri nuo 2015 m. yra išrinkta į vyriausybę (Blusz 2017). Visgi, toks tyrimas parodo tik lenkų susiformavusias nuostatas, bet neatsako į klausimą, kas turi įtakos tokios nuostatoms, politiniais klausimais, ar tai medijos, ar Rusijos kuriamas propagandos naratyvas. Tyrėjai nebando interpretuoti rezultatų ir atrasti priežastinių ryšių.

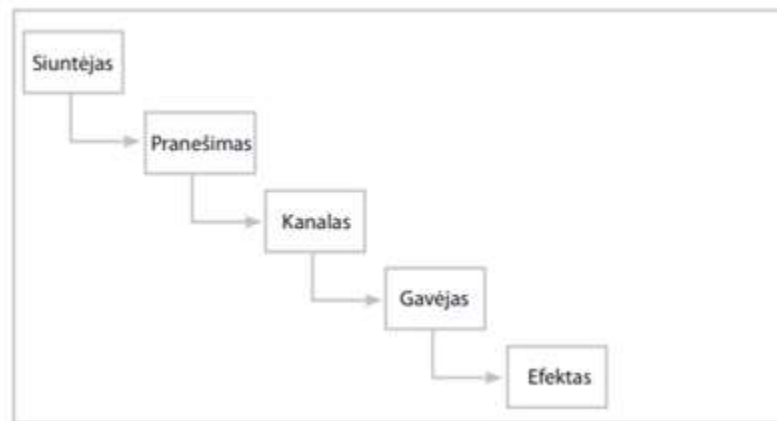
Pavyzdžiui, jau net 2014 m. „Pew Research Center“ atliktas tyrimas, kurį aprašė K. Devlinas, parodė, kad po įvykių Ukrainoje, net 81 % lenkų Rusiją vertino neigiamai t. y. net 27 % daugiau nei 2013 m. (Devlin 2015). Teigiama, kad šie neigiami jausmai skverbiasi į Lenkijos visuomenę, nepriklausomai nuo amžiaus, lyties, išsilavinimo, užimtumo statuso ar turimos ideologijos.

3. TYRIMO METODOLOGIJA

Darbo struktūra yra formuojama pagal H. Laswello komunikacijos modelį. H. Laswellas komunikacijos proceso modelį nusako 5 klausimais: *Kas? Ką sako? Kokių kanalu? Kam? Kaip efektyviai?* 1968 m. H. Laswellas patobulino šį modelį, išplėtęs ir papildęs klausimyną: *Kas? Kokių tikslu? Kokiomis aplinkybėmis? Kokiais resursais? Kokia strategija? Kokiai auditorijai? Kaip rezultatyviai?* (Puodžiūnas 2013: 177) Anot jo, norint suprasti komunikacijos procesą, būtina studijuoti kiekvieną šio proceso dalį.

Taigi, vadovaujantis H. Laswello formule (žr. 1 pav.), kitame poskyryje yra pateikiami L. Wenerski, A. Lelonek, M. Kowalskos išskirti pagrindiniai Rusijos propagandos naratyvai, kurie ir nusako pagrindinį informacijos siuntėją, pranešimą, kokiais kanalais bandoma paveikti ir pan.

3.1. paveikslas. H. Laswello Siuntėjo-Pranešimo-Kanalo-Gavėjo modelis (Buinauskas 2017: 25)



Be to, norint ištirti paskutinį modelio aspektą, t. y. kaip (ne)rezultatyviai yra naudojami Rusijos propagandos naratyvai Lenkijoje ir ar jie yra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje, yra pasitelkiama anketinė apklausa, kuri buvo patalpinta socialiniame tinkle „Facebook“ (žr. 1 priedą). Ši apklausa yra skirta ne tik patikrinti, ar naratyvas yra prigijęs, bet ir politinėms nuostatomis ištirti. Joms išanalizuoti yra atliekama statistinė analizė, kuri apima pirminę duomenų analizę, t. y. bandoma išsiaiškinti respondentų pasiskirstymą konkrečiu klausimu, o tam yra naudojami dažnumo grafikai (rodomas atsakiusiųjų pasiskirstymas), dėžės ir ūselio grafikai (dėmesys kreipiamas į vidurkį, kaip vieną iš parametru).

Taip pat kiekybinėje duomenų analizėje įprastai naudojami priežastiniai (regresijos) modeliai. Tokiuose modeliuose yra svarbu pagrįsti, kurie veiksniai yra priklausomi, o kurie —

nepriklausomi. Tačiau ne visada reiškinius galime paprastai priskirti šioms kategorijoms. Šiuo požiūriu itin problemiški yra esminiai, tiriant propagandos poveikį (ir apskritai žiniasklaidos įtaką politinėms nuostatomis), veiksniai: naudojimasis žiniasklaidos priemonėmis, kultūriniai įpročiai ir informacinė erdvė. (Buinauskas 2017: 104)

Reikėtų pabrėžti, kad tokiuose tyimuose, aiškinant skirtumus ir ieškant priežastinių ryšių, dažnai yra remiamasi socialiniais ypatumais. Šiame darbe dėmesys atkreipiamas į tokius kintamuosius, kaip: pajamos, išsilavinimas, amžius bei socialinė padėtis ir yra tiriama, kaip šie veiksniai formuoja nuostatas. Tam tikro kintamojo priklausomumas nuo kitų kintamųjų yra vaizduojamas paprasta tiesine lygtimi bei sudaromi tiesinės regresijos modeliai, naudojantis Gretl programine įranga:

$$(*^1)=\beta_0+\beta_1\times\text{amžius}+\beta_2\times\text{išsilavinimas}+\beta_3\times\text{soc.padėtis}+\beta_4\times\text{pajamos}+\varepsilon.$$

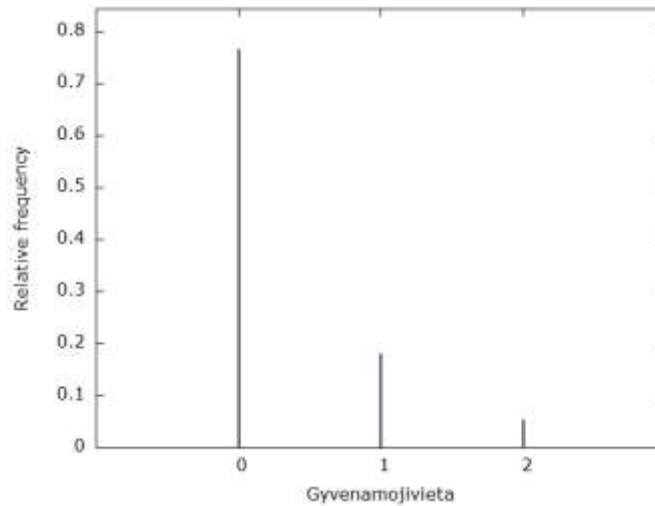
Kadangi anketa buvo patalpinta socialiniame tinkle „Facebook“, šio tyrimo tikslinė grupė yra įvairialypė. Visgi, pasirinktas laukas gali turėti ir trūkumą, t. y. tikėtina, kad respondentai, kurie pildė anketą yra jaunesnio amžiaus. Šis faktorius gali lemti ir tyrimo rezultatus, kurie galimai neatspindės visos visuomenės ar tarp įvairaus amžiaus grupių susiformavusių nuostatų.

Anketą sudaro 27 klausimai (atviri ir uždari), kurie yra suskirstyti į tris pagrindines dalis. Sudarant klausimyną buvo remtasi apklausa, atlikta Vokietijoje, kuri buvo skirta ištirti politines nuostatas (žr. Tarptautinis Respublikonų institutas 2017) ir lietuvių 2017 m. išleista monografija „Rusijos propaganda: analizė, įvertinimas, rekomendacijos“ (Buinauskas 2017). Kadangi tyrimu yra svarbu kuo plačiau ištirti nuostatas, politiniais klausimais, anketa suskirstyta į tris dalis:

a) pirmoji dalis yra skirta tiriamojo duomenims gauti, t. y. lytis, amžius, gyvenamoji vieta, tautybė, pajamos, socialinė padėtis visuomenėje bei išsilavinimas. Šie socialiniai ir demografiniai kintamieji dažnai turi įtakos susiformavusiam požiūriui, o tą galima matyti ir lietuvių išleistoje monografijoje „Rusijos propaganda: analizė, įvertinimas, rekomendacijos“ (Buinauskas 2017). Čia galima paminėti, kad pačioje analizėje lytis, gyvenamoji vieta ir tautybė nėra reikšmingi kintamieji, tad jie nebus akcentuojami, tačiau paminėtina, kad visi atsakiusieji yra lenkų tautybės. Be to, dauguma respondentų, net 75 % yra kilę iš didžiųjų miestų, t. y. Varšuvos, Krokuvos, Lodzės, Vroclavo, Poznanės ir Gdansko, 18,1 % pažymėjo, kad yra kilę iš mažo miestelio, 12 % —iš kaimo ir 1,7 % į klausimą neatsakė (žr. 3.1 grafiką).

¹Ketvirtame skyriuje bus tiriamas konkretus kintamasis, pavyzdžiui, ar Rusija yra draugiška valstybė Lenkijai.

3.1 grafikas. Gyvenamoji vieta²

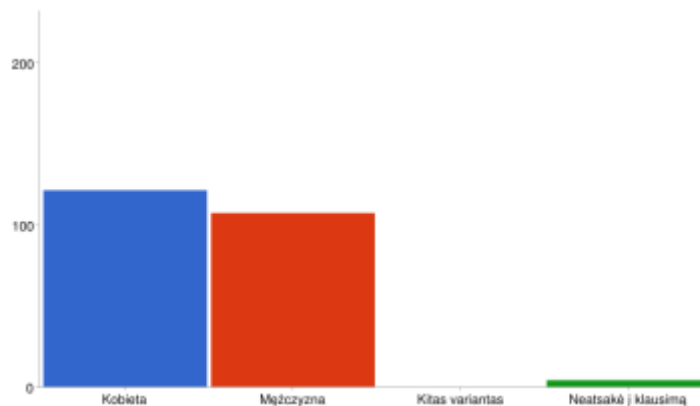


b) antroji dalis yra skirta išsiaiškinti vartotojų nuostatas, politiniais klausimais ir jų požiūrį į kaimynines valstybes, NATO, Europos Sąjungą, ar Lenkijos valstybė eina teisinga kryptimi ir t. t.;

c) trečioji — skirta išanalizuoti respondentų santykiui su žiniasklaida ir propaganda.

Kaip ir buvo minėta, iš viso tyrime dalyvavo 232 respondentai: vaikinių — 107 (46,1 %), merginų — 121 (52,2 %) (keturi respondentai neatsakė į klausimą ir nepažymėjo savo lyties) (žr. 3.2 grafiką). Tyrimas buvo atliktas 2018 m. kovo—balandžio mėnesiais.

3.2 grafikas. Lytis



² Dažnumo grafikas ir kintamųjų žymėjimas:

Didmiestis (Varšuva, Krokuva, Lodzė, Vroclavas, Poznanė ir Gdanskas) =0; Miestelis =1; Kaimas =2

3.1 Rusijos pagrindiniai propagandos naratyvai Lenkijoje

Šių dienų perspektyvoje Rusijos propaganda skverbiasi bene į kiekvienos valstybės politinius reikalus, daro įtaką balsavimams, kursto visuomenės nepasitikėjimą valdžia, konfliktus tarp tautinių mažumų, šitaip siekdama savų užsibrėžtų tikslų. Rusijos propagandos kuriamus naratyvus galima pastebėti ne tik Latvijoje, Lietuvoje, bet ir kaimyninėje valstybėje — Lenkijoje.

Tad šiame poskyryje yra apibendrinami jau atlikti tyrimai, kuriuose bandoma išsiaiškinti, kokį propagandos naratyvą Rusija dažniausiai kuria. Ketvirtame skyriuje bus bandoma išsiaiškinti, ar kuriami naratyvai yra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje.

Vertindami Rusijos politiką kaip propagandą, turime atsižvelgti, kad informacinius veiksmus, kurie virsta propagandiniais pranešimais ir informaciniu karu, vykdo įvairios valstybės institucijos. Pagrindinis propagandos šaltinis yra pats Rusijos prezidentas, o institucija – Prezidento administracija. (Buinauskas 2017: 42)

Svarbu yra paminėti, kad propagandos tyrimus atlieka ir skaitmeninę erdvę Lenkijoje analizuoja skirtingos organizacijos, vienos iš jų: Propagandos ir dezinformacijos analizės centras (lenk. Fundacja Centrum Analiz Propagandy i Dezinformacji), Kibernetinio saugumo fondas (lenk. Fundacja Bezpieczna Cyberprzeźń) ir kt. Šios organizacijos ir bando supažindinti visuomenę su skleidžiama dezinformacija.

M. Kowalska, A. Lelonek teigia, kad dabartinių geopolitinių aplinkybių kontekstas rodo, kad be griežtų dezinformacijos veiksmų, tokių kaip: realių įvykių / veiksmų organizavimas ar operatyvinės Rusijos tarnybų veikla, didėja ir politinė, organizacinė ir finansinė parama tam tikroms struktūroms, subjektams ir asmenims, taip pat vyksta intensyvesnis tam tikrų žmonių įdarbinimas ir prorusiškų tinklų plėtra Lenkijoje, kurių tikslas yra sustiprinti įtaką Lenkijos politinei klasei (žr. Lelonek 2017).

Siekiant destabilizuoti Lenkijos suverenumą ir visuomenės nuostatas, dažniausiai Rusija siekia juos paveikti skleisdama ne vadinamuosius „fake news“ (liet. netikros naujienos), bet kurdama naratyvą konkrečia tema. M. Kowalska, A. Lelonek Rusijos skleidžiamą naratyvą suskirsto pagal tam tikras tematikas, t. y. NATO / Europos Sąjunga, Lenkijos-Ukrainos, Lenkijos-JAV, Lenkijos-Rusijos santykiai.

Čia atkreiptinas dėmesys ir į L. Wenerski atliktą tyrimą, kurio metu buvo tyrinėjami socialinio tinklo „Facebook“ pro-rusiški puslapiai: Kresy.pl, Ukrainietis NĖRA mano brolis (lenk. Ukrainiec NIE Jest Moim Bratem) ir Xportal (Wenerski 2017). Tyrimo metu buvo išskirti naratyvai,

kurie atitinka A. Lelonek ir M. Kowalskos išskirtus naratyvus, t. y. NATO, Europos Sąjunga ir itin akcentuojami Ukrainos-Lenkijos santykiai.

3.1.1 Naratyvas: Rusijos-Lenkijos santykiai / Lenkijos vidaus politika

Kalbant apie Rusijos-Lenkijos santykių propagandos naratyvą, reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad kaip ir kaimyninėse šalyse, pavyzdžiui, Baltijos regione, taip ir Lenkijoje nuolat siekiama įtvirtinti rusų istorinį pasakojimą, diskredituojant Lenkijos ir kitų valstybių istoriją.

Taip pat grėsmę gali kelti ir kitų vyriausybių finansuojamos ir kontroliuojamos nevyriausybines organizacijos (NVO) (angl. Government-organized non-governmental organisations – GONGO), pavyzdžiui, fondas „Tėvynės istorija“ (rus. История Отечества), kurio tikslas populiarinti Rusijos istoriją, tradicijas, istorinį paveldą ne tik pačioje Rusijoje, bet ir už jos ribų, šitaip įtvirtinant prorusišką požiūrį į istoriją (Katynės žudynės ir kt.)

Tikėtina, kad ir toliau Rusija stengsis paveikti rusakalbius, gyvenančius Lenkijoje, kurie naudoja rusiškus naujienų šaltinius, skleisdami dezinformaciją skaitmeninėje erdvėje, rengiant tautinių mažumų susitikimus ar diskusijų klubus (žr. 2 priedą). Paminėtina ir tai, kad Rusija ir toliau kurs tokį Lenkijos įvaizdį, kuris tik kels įtampą tarp rusų ir lenkų, taip pat rusakalbių žmonių, ypač ukrainiečių (žr. Lelonek 2017).

Kalbant apie Lenkijos vidaus politiką, Rusijos propagandos tikslas išlieka toks pats, t. y. destabilizuoti. Siekiama išlaikyti socialinę poliarizaciją ir užkirsti kelią Lenkijos tikslų įgyvendinimui užsienio politikoje, siekiant susilpninti jos padėtį regione ir tarptautinėje arenoje. Tad nenuostabu, kad Kremliaus politika siekia sustiprinti prorusišką požiūrį, kuris atitiktų Rusijos interesus, t. y. apimtų Lenkijos politinį, kultūrinį elitą bei Lenkijos visuomenę.

Pasak, A. Lelonek, šiuo metu Lenkijoje yra dvi pavojingiausios vietos, kuriose gali itin skleisti dezinformacija: Peremyšlis ir Balstogė. Taip pat savo propagandinę veiklą, atitinkančią Rusijos interesus, siekia įtvirtinti įvairios dešinėsios struktūros, aktyviausiai Peremyšlyje Varšuvoje ir Silezijoje.

Be to, tikėtina, kad Rusija ir toliau stiprins pasakojimus apie būtinybę glaudžiai bendradarbiauti su Rusija, atrasti bendrų interesų tarp Lenkijos ir Rusijos, sukurti tam tikrus ekonomines, politines struktūras kaip vieną iš alternatyvų Europos Sąjungai.

3.1.2 Naratyvas: NATO / Europos Sąjunga / JAV-Lenkijos santykiai

Kalbant apie Rusijos propagandos naratyvus, NATO / Europos sąjungos tematika, dar vienas svarbus aspektas, skaldant visuomenės pasitikėjimą Vakarais. (žr. Lelonek 2017) Reikėtų pastebėti, kad bet kokie NATO veiksmai, kurie leidžia artėti į Rytus nuo dabartinės Aljanso sienos, kelia įtampą tarp kaimyninių valstybių bei kelia neigiamas Rusijos reakcijas. Tad propagandistai siekia susilpninti buvusių įtakos sferoje šalių įtaką.

A. Lelonek teigia, kad Rusija ir toliau mėgins skleisti dezinformaciją, kuri yra paremta vienpusišku argumentų plėtojimu, įvairių žurnalistų, mokslininkų dėka bus sąmoningai diskredituojamos NATO struktūros. Taigi, panašiai, kaip ir Lietuvoje, bus kuriamos istorijos, pavyzdžiui: girtavimas, NATO karių priekabiavimas prie moterų ir t. t. (Lelonek 2017)

Taip pat reikėtų kalbėti ir apie provokacijas pasieniuose su Lenkija, kurių metu bus stengiamasi sukelti baimę Lenkijos visuomenėje, provokuojant už saugumą atsakingas lenkų specialiąsias tarnybas ir pan., šitaip siekiant susilpninti pačią Lenkijos gynybos sritį.

Kalbant apie saugumą, reikėtų nepamiršti ir vienos pagrindinių sąjungininkių – JAV (žr. 3 priedą). A. Lelonek teigia, kad, pirmiausia, Rusijos propaganda sieks sustiprinti neigiamą naujojo JAV prezidento įvaizdį žiniasklaidoje, t. y. bus piešiamos karikatūros, socialiniuose tinkluose pasklis, kaip ir prieš tai, įvairaus tipo memai, kuriuose prezidentas D. Trumpas yra vaizduojamas, kaip nenuspėjamas politikas, keliantis grėsmę saugumui ne tik nacionaliniu, bet ir pasauliniu mastu. (Lelonek 2017) Be to, energetikos ir saugumo klausimai, susiję su Vašingtonu, ir toliau bus svarbi rusų propagandos tema.

Lygiai taip pat Rusija naudojasi ir dabartine Europos Sąjungos padėtimi, kai migracijos krizė ir stiprėjantis nacionalizmas šalyse skaldo Vakarus. Vėlgi, visa tai pasireiškia parama antieuropietiškiems komunikacijos kanalams Lenkijos žiniasklaidoje pabėgėlių klausimais, siekiant destabilizuoti Europos Sąjungos bendruomenę, įtvirtinti populistines ir radikalias pažiūras.

Svarbu paminėti, kad Rusija propagandos naratyvu sieks populiarinti nusistatymą prieš Vokietiją ir stengsis kurti įvaizdį valstybės, kuri ignoruoja Lenkijos interesus ir siekia tik savo politinių ir ekonominių tikslų Lenkijoje. Tad antivokiški Lenkijos politikų pareiškimai yra vienas iš įrankių Rusijos propagandos skleidimui. Taip pat vienas iš įrankių gali būti Trijų jūrų iniciatyva, įkurta 2016 m. ir pan..

3.1.3 Naratyvas: Ukrainos-Lenkijos santykiai

Kalbant apie Ukrainos-Lenkijos santykius, A. Lelonek teigia, kad Rusija nuolat stiprina įtampą tarp Varšuvos ir Kijevo. Jis teigia, kad Rusija bando įvairiais būdais išnaudoti informacinę erdvę, pirmiausia, skirtą rusakalbių gavėjams, taip pat ir Ukrainos auditorijai (žr. Lelonek 2017).

Itin dažni provokacijos bandymai pastebimi nuo 2016 m. gruodžio mėn., t. y. vyko įvairūs renginiai, kuriuose buvo samdyti protestuotojai iš Ukrainos ir tariamos tautinės mažumos (Ukrainos ar Rusijos piliečiai). Taip pat buvo rengiamos diskusijos, konferencijos ar net teroristinis išpuolis prie Lenkijos Respublikos konsulato Lucke.

Taip pat tikėtina, kad standartinių dezinformacijos metodų, kuriais siekiama padidinti Lenkijos ir Ukrainos tarpusavio nepasitikėjimą ir aktyvinti radikalizmą abiejose šalyse, plėtimas bus vykdomas ir pačioje Lenkijoje, įskaitant ne tik smurtavimus, išpuolius, kuriuos vykdys tariamos Ukrainos mažumos Lenkijoje, bet bus rašomi ir straipsniai (žr. 4 priedą).

A. Lelonek teigia, kad Rusijos propagandos kūrimui 2018 m. bus sustiprintas „informacinis triukšmas“ ir bus skleidžiama dar daugiau dezinformacijos nei prieš tai, pavyzdžiui: įvairios riaušės tarp ukrainiečių ir lenkų, kurias galimai inicijuos Lenkijos piliečiai, nepagrįsti kaltinimai dėl Lenkijos moterų išprievartavimų, kuriuos, vėlgi, galimai vykdys atvykę piliečiai iš Ukrainos (Lelonek 2017). Taip pat įvairūs mitingai, protestai kurių tikslas nuteikti visuomenę prieš Vakarų, Europos Sąjungą, NATO, kiršinti Ukrainos ir Lenkijos piliečius ir kt. Tikėtina, kad bus organizuojami tam tikri kultūriniai renginiai, diskusijos, konferencijos, kurių metu prorusiško požiūrio svečiai dalinsis „gerąja patirtimi“.

Taigi, apibendrinant vykdomą Rusijos propagandos politiką, paminėtina, kad tikslas yra vienas — destabilizuoti Lenkiją ir sukurti tokį realybės burbulą, kuris veiktų ir atitiktų Rusijos poreikius. Be to, į šią veiklą yra įtraukiami ne tik politiniai lyderiai, bet ir visuomenės nariai: studentai, senyvo amžiaus žmonės ir kt.

Viena didžiausių grėsmių — Lenkijos, kaip politinio aktoriaus tarptautinėje arenoje susilpnėjimas, valstybės institucijų susiskaldymas ir t. t. Taip pat tautinių mažumų atskirtis ir socialinių problemų pagilėjimas.

Vertinant Rusijos propagandą svarbu suprasti, kad, nors „kampanija“ tam tikram naujam tikslui pasiekti gali būti trumpalaikė, propaganda yra nuolatinis Rusijos politikos procesas. Ideologiją propagandos atveju turime suprasti kaip pasaulio suvokimo ir vertybių konfrontacijos raišką tam tikroje auditorijoje tam tikru laiku, o ne filosofinę idėjų kovą. (Buinauskas 2017: 25)

4. „FACEBOOK“ VARTOTOJŲ LENKIJOJE APKLAUSOS REZULTATŲ ANALIZĖ

Šiame skyriuje ir jo poskyriuose yra svarbu empiriškai patikrinti, ar trečiame poskyryje įvardyti Rusijos propagandos naratyvai yra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje. Tiriant yra itin svarbu atsižvelgti ir į tai, kaip kiti kintamieji: socialinė padėtis, amžius, pajamos, išsilavinimas, gali formuoti nuostatas, politiniais klausimais.

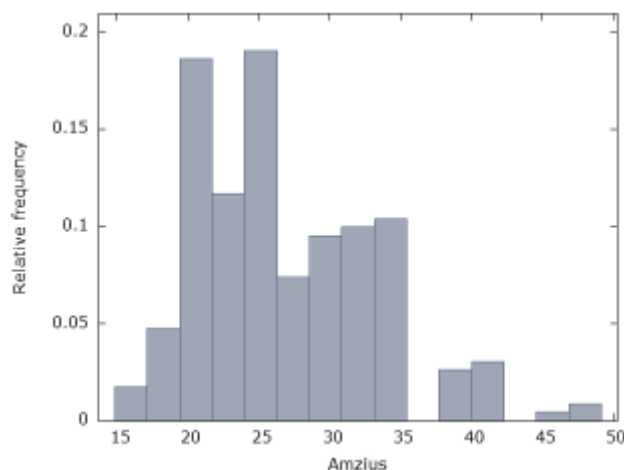
Politinių nuostatų tyrimuose gana įprasta skirtumus tarp žmonių aiškinti remiantis jų socialiniais ypatumais (pavyzdžiui, pajamomis, gyvenamąja vieta) ir vertybėmis (pasitikėjimu politine sistema, ideologine orientacija). (Buinauskas 2017: 130)

Atkreiptinas dėmesys į tai, kad paaiškinti tam tikrą reiškinį, pavyzdžiui: palankumą Rusijai ar Vakarams, kiekybinėje duomenų analizėje įprastai naudojami priežastiniai (regresijos) modeliai. Tokiuose modeliuose yra svarbu pagrįsti, kurie veiksniai yra priklausomi, o kurie – nepriklausomi. Tačiau ne visada reiškinius galime paprastai priskirti šioms kategorijoms. Šiuo požiūriu itin problemiški yra esminiai, tiriant propagandos poveikį (ir apskritai žiniasklaidos įtaką politinėms nuostatoms), veiksniai: naudojimasis žiniasklaidos priemonėmis, kultūriniai įpročiai ir informacinė erdvė. (Buinauskas 2017: 104)

Pirmiausia, svarbu atlikti pirminę duomenų analizę, t. y. išskirti socialinius kintamuosius, kurie šiame tyrime turi įtakos nuostatų formavimuisi.

4.1 grafikas parodo, kiek kartų procentais buvo atsakiusiųjų tam tikro amžiaus. X ašis žymi amžių, kuris yra nuo 15 iki 50. Y ašis žymi santykinį dažnumą. Tad iš grafiko galima matyti, kad daugiau yra jaunesniojo amžiaus žmonių, o didžiausias santykinis dažnumas yra 20—25 metų (žr. 4.1 grafiką).

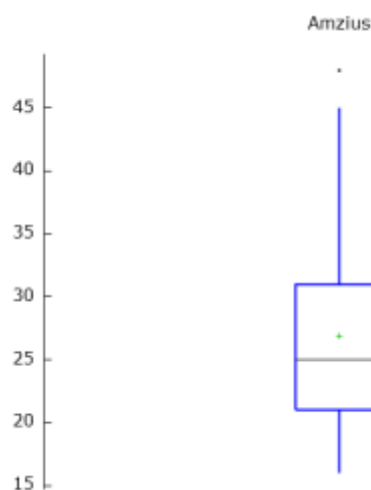
4.1 grafikas. Amžius



Pavyzdžiui, norint gauti tikslesnį amžiaus kintamąjį, galima atkreipti dėmesį į dėžės ir ūselio grafiką (žr. 4.2 grafiką). Šiuo atveju viršutinė dalis visuomet žymi maksimumą, t. y. koks didžiausias įvertinimas buvo, o apatinė — minimaliausią atsakymą. Pavyzdžiui, jei yra žiūrima į amžiaus kintamąjį galima matyti, kad amžius svyruoja nuo 15 iki 45.

Mediana yra juodas brūkšnyas dėžutėje, ji dalina lygiai į dvi dalis variacijos eilutę. Vidurkį rodo žalias kryžiuokas, kuris parodo, koks yra vidurkis. Viršutinis mėlynas brūkšnyas dėžutėje rodo vieną ketvirtį, apatinis — tris ketvirčius. Tad 4.3 grafiko duomenys rodo, kad 25 % visų atsakiusių yra apie 30 metų amžiaus, 75 % — apie 20 metų amžiaus. Mediana rikiuojasi apie 25 metus, pats vidurkis yra apie 27 metus.

4.2 grafikas. Amžius³

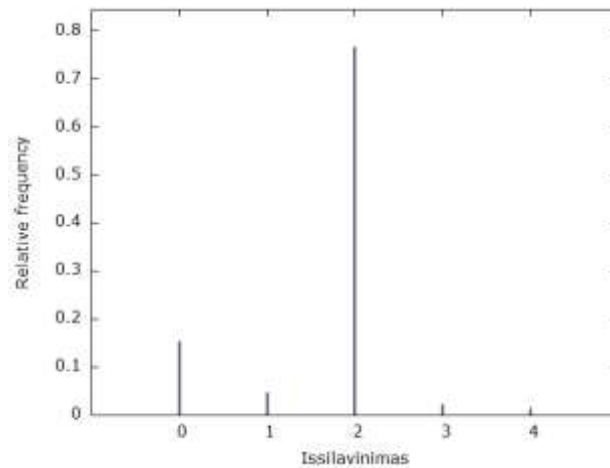


Taip pat atkreiptinas dėmesys, kad dauguma respondentų, t. y. daugiau nei 75 % yra įgiję aukštąjį universitetinį, 14,7 % yra baigę vidurinę mokyklą, 5,2 % — profesinę mokyklą, 2,2 % —

³ Dėžės ir ūselio grafikas.

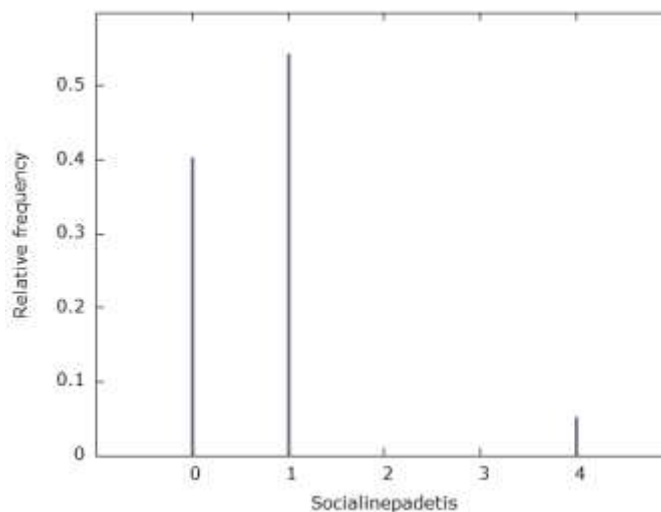
aukštąjį neuniversitetinį ir tik 0,9 % pažymėjo kitą variantą bei 1,3 % visų atsakiusių nepažymėjo nei vieno varianto (žr. 4.3 grafiką).

4.3 grafikas. Išsilavinimas⁴



Be to, respondentų buvo prašoma ne tik nurodyti išsilavinimą, bet ir pažymėti savo socialinę padėtį visuomenėje. Iš grafiko galima matyti, kad dauguma atsakiusių yra dirbantys asmenys (daugiau nei 53 %), studento statusui save priskyrė net 40,1 %, tik 0,4 % — senjorų, 4,7 % įrašė savo variantą, t. y. tarp jų dažniausiai buvo nurodomas mokinio statusas bei 1,3 % į šį klausimą neatsakė (žr. 4.4 grafiką).

4.4 grafikas. Socialinė padėtis visuomenėje⁵



Atkreiptinas dėmesys yra ir į respondentų gaunamas pajamas, kas neretai irgi turi įtakos nuostatų formavimuisi. Respondentų buvo prašoma pažymėti vieną iš variantų, t. y. ar uždirba iki

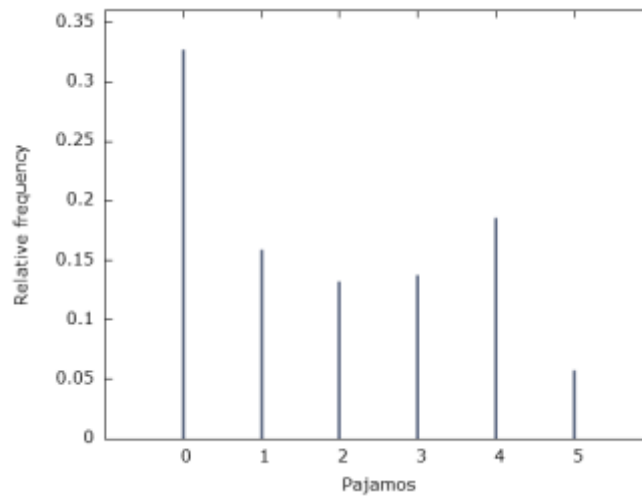
⁴ Dažnumo grafikas ir kintamųjų žymėjimas:
Vidurinis =0; Profesinis =1; A. universitetinis =2; A. neuniversitetinis =3; Kt. Variantas =4

⁵ Dažnumo grafikas ir kintamųjų žymėjimas:
Studentas =0; Dirbantysis =1; Bedarbis =2; Senjorai =3; Kt. variantas =4

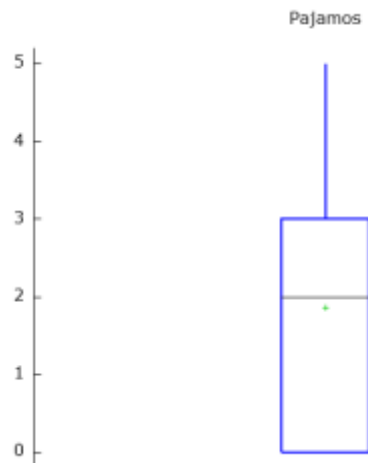
2000 zl., ar pajamos svyruoja nuo 2000—3000 zl., 3000—4000 zl., 4000—5000 zl. bei daugiau nei 5000 zl.. Iš grafiko galima matyti, kad rezultatai pasiskirsto beveik tolygiai, tačiau dauguma nurodė, kad jų pajamos siekia 2000 zl., iš jų net 32,3 % visų atsakiusiųjų, 15,5 % pažymėjo 2000—3000 zl., 12,9 % — 3000—4000 zl., 13,4 % — 4000—5000 zl. bei 17,7 % pažymėjo, kad uždirba daugiau nei 5000 zl. (žr. 4.5 (1) grafiką). Visų atsakiusiųjų pajamų vidurkis yra ties 4000 zl. (žr. 4.5 (2) grafiką).

4.5 grafikas. Pajamos⁶

(1)



(2)



⁶ Dažnumo grafikas ir kintamųjų žymėjimas:

Iki 2000 zl. =0; 2000—3000 zl. =1; 3000—4000 zl. =2; 4000—5000 zl. =3; Daugiau nei 5000 zl. =4; Kt. variantas =5

4.1 Nuostatų dėl Vakarų ir Rusijos tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje pasiskirstymas

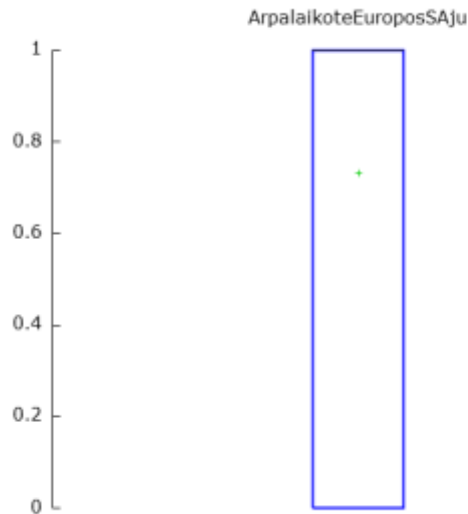
Nustačius pagrindinius socialinius kintamuosius, toliau yra analizuojamos nuostatos dėl Vakarų ir Rusijos tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje pasiskirstymas. Šiame poskyryje yra bandoma irgi atlikti pirminę duomenų analizę, kuria siekiama išsiaiškinti, ar lenkai palaiko Europos Sąjungą, NATO, kaip vertina kitas Europos valstybes, Rusiją. Taip pat norima patikrinti, ar Rusijos propagandos naratyvai yra įsitvirtinę tarp respondentų. Vis dėlto, prieš pradėdant analizuoti, yra svarbu atkreipti dėmesį į anksčiau darytus tyrimus ir kokios nuostatos vyravo tarp lenkų.

Darbo teorinėje dalyje jau buvo minėti tam tikri tyrimai, kuriuose yra teigiama, kad per daugelį metų atliktų apklausų Lenkijoje, parama Europos Sąjungai išlieka daugiau nei 70 %, o 2014 m. ji pasiekė net 89 %. Vis dėlto, ši parama nebėra vienareikšmė: pagal 2016 m. gegužės mėn. eurobarometro duomenis 37 % lenkų mano, kad šalis susidurs su geresne ateitimi už Europos Sąjungos ribų (Cutts 2017). Kitas tyrimas, atliktas 2014 m. „Pew Research Center“ parodė, kad po įvykių Ukrainoje, net 81 % lenkų Rusiją vertino neigiamai t. y. net 27 % daugiau nei 2013 m. (Devlin 2015).

Teigiama, kad šie neigiami jausmai skverbiasi į Lenkijos visuomenę, nepriklausomai nuo amžiaus, lyties, išsilavinimo, užimtumo statuso ar turimos ideologijos (Devlin 2015). Tad į tokius kintamuosius, kaip: amžius, išsilavinimas ir kt., ir ar jie turi įtakos tam tikram požiūriui, yra bandoma pažvelgti 4.3 poskyryje. Jame norima patikrinti koreliacijas, tarpusavio ryšį, pasitelkiant priežastinį (tiesinės regresijos) modelį, kuriuo yra svarbu pagrįsti, kurie veiksniai yra priklausomi, o kurie — nepriklausomi.

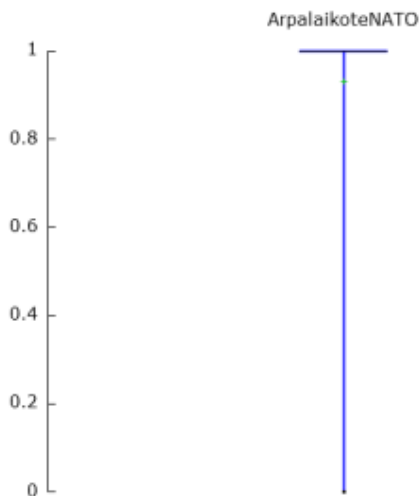
Taigi, pereinant prie apklausos rezultatų ir palyginimo su ankstesniais atliktais tyrimais, galima pastebėti, kad nuo 2014 m. iki 2018 m. lenkai ir toliau palaiko Europos Sąjungą (71, 1 %), o NATO — net 91,4 % (žr. 4.1.1 ir 4.1.2 grafikus).

4.1.1 grafikas. Ar palaikote Europos Sąjungą?⁷



Iš kintamojo apie Europos Sąjungą galima matyti, kad vidurkis yra apie 0,72, o tai reiškia, kad daugiau žmonių (daugiau už medianą), atsakė teigiamai.

4.1.2 grafikas. Ar palaikote NATO?⁸



Iš kintamojo apie NATO galima matyti, kad vidurkis yra apie 0,91, o tai reiškia, kad daugiau žmonių, atsakė teigiamai. Be to, reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad ne visi respondentai atsakė į šiuos klausimus, tad juos galima priskirti prie tų žmonių grupės, kurie neturi nuomonės arba nežino, bet tuo pačiu galima daryti prielaidą, kad tokius žmones propagandininkai yra lengviau paveikti ir padaryti įtaką jų nuostatų formavimuisi. Čia galima būtų paminėti ir „tylos spiralės“ teoriją, kuri teigia, kad kai kurie žmonės nuomonę susiformuoja remdamiesi tuo, kokių nuostatų jų įsivaizdavimu laikosi dauguma (Buinauskas 2017: 106).

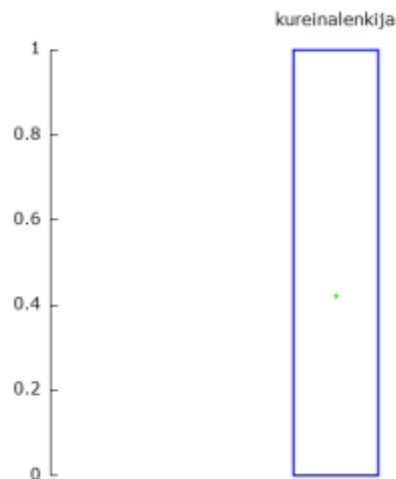
⁷ Dėžės ir ūselio grafikas. Žymėjimas: Taip =1; Ne =0

⁸ Dėžės ir ūselio grafikas. Žymėjimas: Taip =1; Ne =0

Reikėtų pastebėti, kad iš „tylos spiralės“ teorijos išplaukia ir tai, jog apklausose dalis respondentų gali nutylėti, nuslėpti savo tikrąją nuomonę. Puikus išreikštos nuomonės ir realios „veiklos“ neatitikimo pavyzdys yra rinkimų rezultatai, kuriuos ne visada pavyksta prognozuoti prieš tai surengus apklausas, nes per jas dalis rinkėjų gali nepasakyti savo tikrosios nuomonės. (Buinauskas 2017: 106)

Apklausoje respondentų buvo teirautasi ne tik apie Europos Sąjungos, NATO palaikymą, bet ir norėta išsiaiškinti, ar „Facebook“ vartotojų Lenkijoje manymu, Lenkija eina teisinga ar klaidinga kryptimi, t. y. kaip jie vertina dabartinę vidaus, užsienio politiką, politikų priimamus sprendimus ir t. t. 4.1.3 grafikas rodo, kad dauguma mano, kad Lenkija eina klaidinga kryptimi – net 57,3 %, tuo tarpu 41,4 % teigia, kad Lenkija eina teisinga kryptimi.

4.1.3 grafikas. Jūsų nuomone, Lenkija eina teisinga ar klaidinga kryptimi?⁹



Iš kintamojo apie Lenkiją galima matyti, kad vidurkis nesiekia net 0,5, o tai reiškia, kad daugiau žmonių, atsakė neigiamai.

Taip pat svarbu išsiaiškinti, kokias respondentai mato didžiausias problemas, susijusias su Lenkija bei Europos Sąjunga. Šie du klausimai svarbūs ir tuo, kad yra bandoma atkreipti dėmesį, ar išsakytos problemos artimos Rusijos kuriamiems naratyvams, kurie buvo išdėstyti trečio skyriaus poskyriuose. Jau buvo minėta, kad Rusija dažniausiai siekia sukompromituoti, destabilizuoti, o savo naratyvą nukreipia ne tik į valdančiuosius, bet ir tautines mažumas, asmenis, kurie galimai gali būti labiausiai pažeidžiami ir imlūs propagandai.

Be to, dar 2017 m. Lietuvoje buvo atliktas tyrimas „Subjektyvus grėsmių suvokimas: ar Lietuvos gyventojai jaučiasi saugūs?“. Jo metu taip pat buvo norėta išsiaiškinti, kokias problemas mato Lietuvos piliečiai ne tik Lietuvoje, bet ir Europos Sąjungoje. Tyrimo duomenys atskleidžia,

⁹ Dėžės ir ūselio grafikas. Žymėjimas: Teisinga =1; Klaidinga =0

kad svarbiausiomis Lietuvos saugumo problemomis respondentai laiko vidines socialines ir ekonomines problemas: emigracija, nedarbą, nusikalstamumą, blogą ekonominę situaciją ir energetinio saugumo užtikrinimą. ES dažniau priskiriamos išorinės saugumo problemos, susijusios su išorės sienų apsauga, kurios nors ES šalies kariniu užpuolimu, terorizmu ir pabėgėliais (Janušauskienė 2017).

Apibendrinus tyrimo gautus rezultatus, galima išskirti tokias problemas, kurios, respondentų nuomone, yra opiausios: dabartinė vyriausybė ir jos vykdoma politika, partija „Įstatymas ir Teisingumas, teismų reformos, tolerancijos stoka, dideli mokesčiai ir korupcija, Katalikų bažnyčios įtaka politikai ir kt. (žr. 5 priedą)

Problemos, susijusios su Europos Sąjunga, respondentų nuomone, yra tokios: rasizmas, pabėgėlių ir Rusijos grėsmės, migracija. Taip pat kai kurie įvardija ir Vokietijos bei Prancūzijos, Indijos ir Kinijos įtakos augimą, eurokomunizmą, nedarbą. Be to, kaip vieną iš problemų, įvardija ir per mažą dėmesio skirimą Ukrainos ir Baltijos šalių regionams (žr. 5 priedą).

Taigi, tyrimo duomenys atskleidžia, kad svarbiausiomis Lenkijos problemomis respondentai laiko vidines socialines ir ekonomines problemas. Europos Sąjungai dažniau priskiriamos išorinės problemos, susijusios su terorizmu, pabėgėliais ir pan. Taip pat reiktų atkreipti dėmesį ir tai, kad Rusijos kuriamas naratyvas siejamas su tautinėmis mažumomis, itin su ukrainos piliečiais nėra prigijęs tarp respondentų, nes paklausti apie problemas, susijusias su Europos Sąjunga, Lenkija, neįvardija Ukrainos ar jų piliečių, kaip tam tikros problemos.

4.1.1 lentelė. Ar kiekviena iš šių valstybių draugiška Lenkijai? (proc.)

	Draugiška	Nedraugiška	Skirtumas
Lietuva	62,4 %	37,7 %	24,7
Čekija	84,3 %	15,7 %	68,6
Slovakija	89,9 %	10,1 %	79,8
Vengrija	93,9 %	6,1 %	87,8
Latvija	77,6 %	22,4 %	55,2
Baltarusija	46,7 %	53,3 %	-6,6
Rusija	14,2 %	85,8 %	-71,6
Vokietija	48,2 %	51,8 %	-3,6
JAV	57 %	43 %	14

4.1.1 lentelėje pavaizduoti duomenys rodo, kurios valstybės, lenkų nuomone, yra (ne)draugiškos Lenkijos valstybei. Galima pastebėti, kad Vengrija sulaukė daugiausiai teigiamų

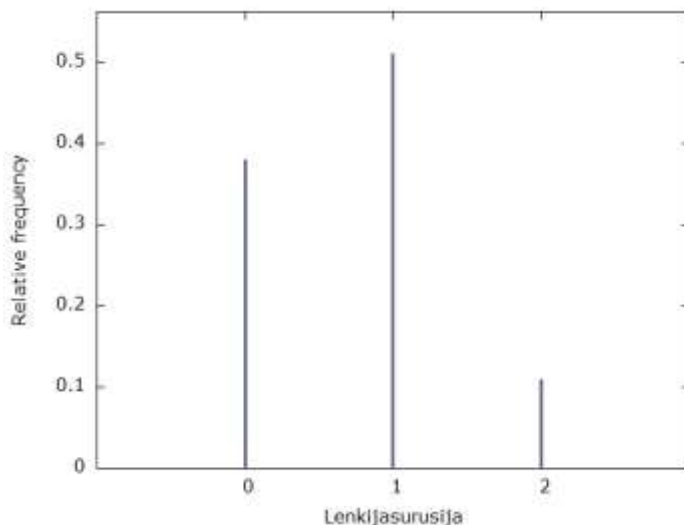
vertinimų — net 93,9 %. Be to, dauguma respondentų įvertino teigiamai ir Slovakiją (89,9 %), ir Čekiją (84,3 %). Tuo tarpu, daugiausiai neigiamų vertinimų sulaukė Rusija — net 85,8 % ir daugiau nei pusė respondentų, mano, kad Baltarusija (53,3 %) ir Vokietija (51,8 %) yra nedraugiškos šalys Lenkijai. Be to, atkreiptinas dėmesys ir į Lietuvos-Lenkijos santykius. 4.1.1 lentelės duomenys rodo, kad Lietuvą teigiamai vertina 62,4 %, bet tuo tarpu lietuviai Lenkiją vertina itin teigiamai — net 80,8 % (Buinauskas 2017: 108).

Be to, gauti rezultatai, itin Rusijos atžvilgiu, staigmenos nepateikia. Lenkai ir prieš tai Rusiją vertino neigiamai. Pavyzdžiui, jau net 2014 m. „Pew Research Center“ atliktas tyrimas parodė, kad po įvykių Ukrainoje, net 81 % lenkų Rusiją vertino neigiamai t. y. net 27 % daugiau nei 2013 m. (Devlin 2015). Tad rodiklis po 4 metų išlieka gana panašus.

Norint įvertinti respondentų poziciją dėl Rusijos, apklausoje buvo pateiktas ir kitas klausimas, t. y. buvo prašoma pažymėti, ar Lenkija turėtų bendradarbiauti su Rusija. Nepaisant to, kad prieš tai net 85,8 % visų atsakiusiųjų Rusiją vertino kaip nedraugišką valstybę, tačiau net pusė respondentų (50 %) mano, kad Lenkija, vis dėlto, turėtų bendradarbiauti su Rusija. 37,9 % pažymėjo, kad Lenkija neturėtų bendradarbiauti, 11,2 % pasirinko kitą variantą, t. y. komentaruose respondentai dažniausiai minėjo tai, kad viskas priklauso nuo situacijos arba galima bendradarbiauti tam tikrais klausimais ir pan. (žr. 4.1.4 grafiką).

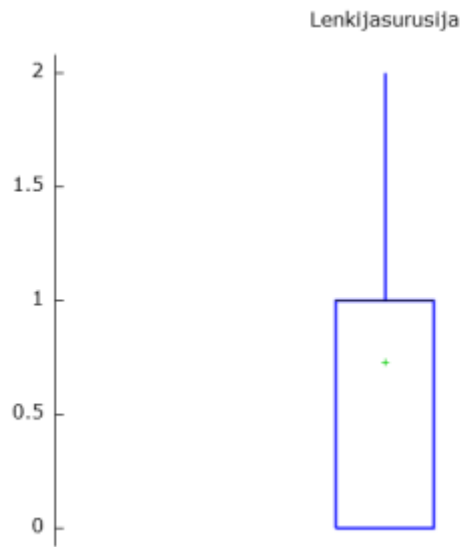
4.1.4 grafikas. Jūsų nuomone, ar Lenkija turėtų bendradarbiauti su Rusija?¹⁰

(1)



¹⁰ Dažnumo, dėžės ir ūselio grafikai. Žymėjimas: Taip =1; Ne =0

(2)

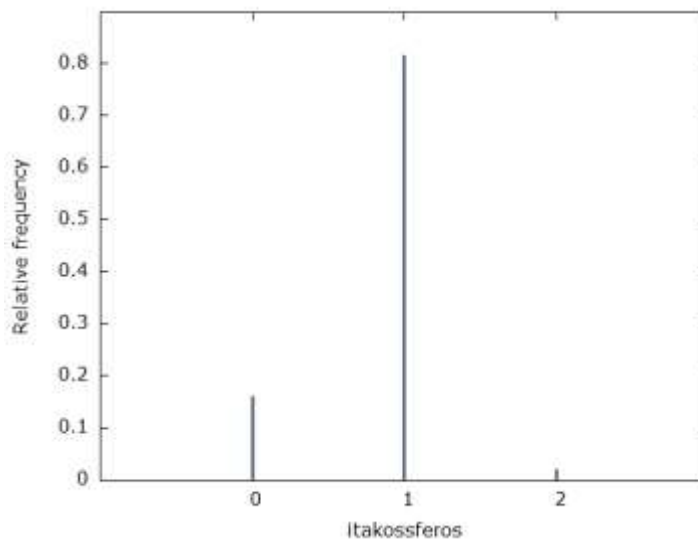


Iš 4.1.4 grafiko (2) kintamojo apie Rusijos ir Lenkijos bendradarbiavimą, galima matyti, kad vidurkis yra apie 0,7, tai reiškia, kad daugiau žmonių atsakė teigiamai.

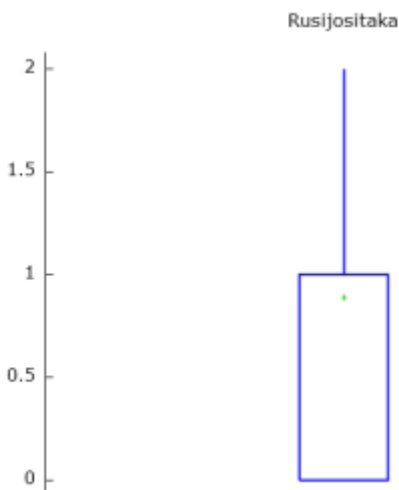
Respondentams buvo pateiktas ir teiginys, susijęs su įvykiais Ukrainoje, t. y. buvo prašoma pritarti arba paneigti Rusijos įtaką sprendimų priėmimui Ukrainoje. Rezultatai rodo, kad dauguma respondentų, iš jų net 80,2 % teiginiui pritarė, 16,4 % — nepritarė, 2,6 % pažymėjo kitą variantą ir pakomentavo, pavyzdžiui, kad „Ukraina, skirtingai nei Baltarusija, yra tarpinė šalis, tad negalima drąsiai teigti, kad ji 100 % yra priklausoma nuo Rusijos“, kiti minėjo, kad ji yra Rusijos įtakos sferoje lygiai taip pat, kaip Amerikos ir Vokietijos ir t. t. (žr. 4.1.5 grafiką).

4.1.5 grafikas. Ar pritariate tokiam teiginiui: „Ukraina yra Rusijos įtakos sferoje, todėl kai kuriems sprendimams Ukrainoje turėjo įtakos ir Rusija.“¹¹

(1)



(2)

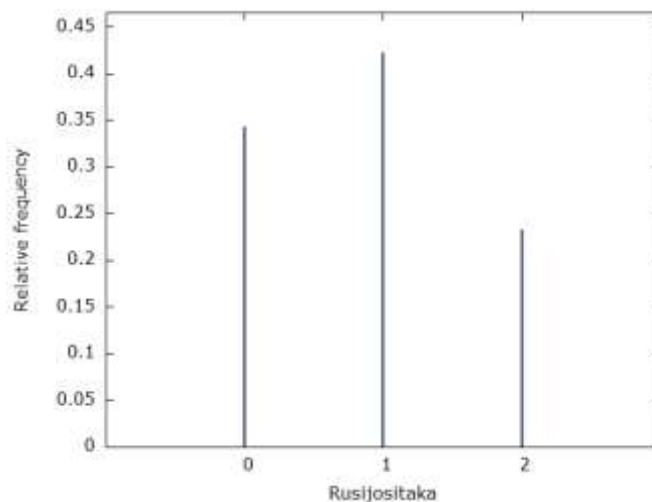


Iš 4.1.5 grafiko (2) kintamojo apie Rusijos įtaką Ukrainoje, galima matyti, kad vidurkis yra apie 0,85, tai reiškia, kad daugiau žmonių mano, kad Rusija turi įtakos Ukrainoje.

Taip pat buvo pateiktas ir kitas svarbus teiginys, susijęs su nuostatomis dėl Rusijos, kuris parodo respondentų nuomonę apie tai, ar Rusija turi įtakos Lenkijos skaitmeninei erdvei, siekdama paveikti Lenkijos politikų pozicijas bei santykius su kaimyninėmis valstybėmis (žr. 4.1.6 grafiką).

¹¹ Dažnumo, dėžės ir ūselio grafikai. Žymėjimas: Nepritariu =0; Pritariu =1; Kt.variantas =2

4.1.6 grafikas. Kai kurie politikai teigia, kad Rusija bando daryti įtaką Lenkijos skaitmeninei erdvei, šitaip paveikdama Lenkijos politikų įvaizdį, santykius su kaimyninėmis valstybėmis. Ar pritartumėte?¹²

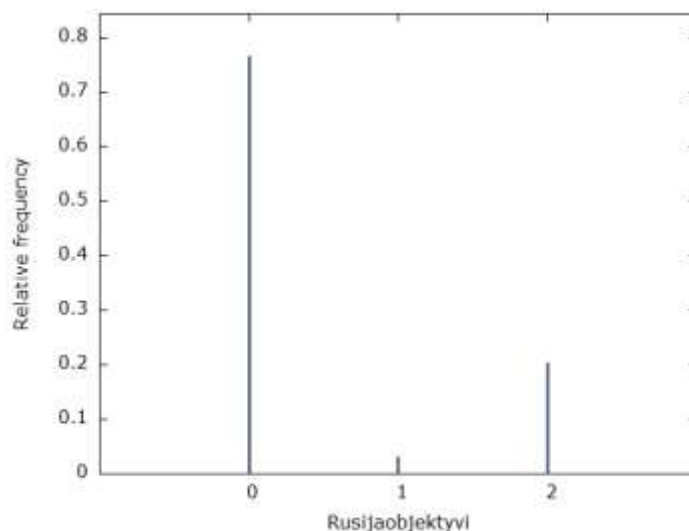


Iš 4.1.6 grafiko galima matyti, kad respondentų nuomonė pasiskirsto gana vienodai, t. y. 41,4 % pritaria teiginiui ir mano, kad Rusija turi įtakos Lenkijos skaitmeninei erdvei, 34,1 % nepitaria teiginiui bei 22,8 % pasirinko kitą variantą, jį pakomentuodami, t. y. dauguma jų teigė, kad nieko nežino ir nėra girdėję apie tai.

Dar vienas klausimas, susijęs su nuostatomis dėl Rusijos, apima tikėjimą Rusijos žiniasklaidos objektyvumu (žr. 4.1.7 grafiką).

¹² Dažnumo grafikas ir kintamųjų žymėjimas:
Ne =0; Taip =1; Kt.variantas =2

4.1.7 grafikas. Ar pritariate teiginiui, kad Rusijos žiniasklaida yra objektyvi?¹³.



4.1.7 grafikas parodo, kad net 75 % visų atsakiusiųjų nepritaria teiginiui ir mano, kad Rusijos žiniasklaida yra neobjektyvi. Tuo tarpu tik 2,6 % pritaria ir 20,7 % respondentų patenka į žmonių grupę, kurie nežino, ar pritarti, ar ne bei 1,7 % į klausimą neatsakė. Svarbu yra pabrėžti, kad tie respondentai, kurie kaip ir nežino, ar pritaria, ar ne, galimai juos būtų lengviau paveikti, paskleidus dezinformaciją negu tuos, kurie yra apsisprendę.

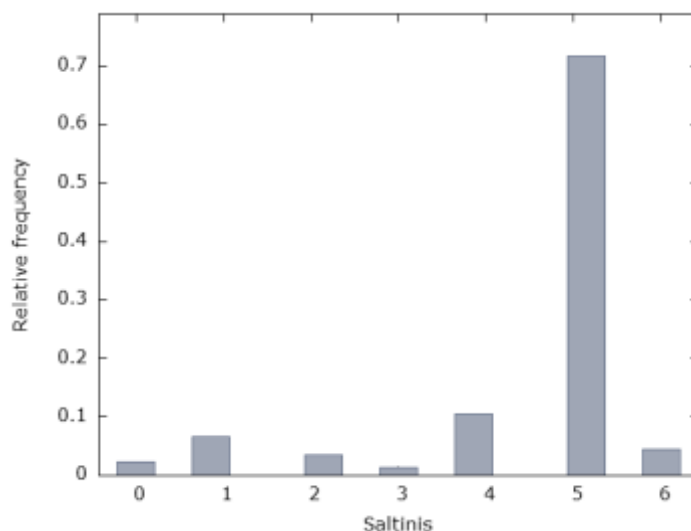
Tuo tarpu, lietuvių atliktame tyrime dėl Rusijos žiniasklaidos objektyvumo, pastebima, kad didžioji (apie 60 proc. ir daugiau) respondentų dauguma mano, kad Rusijos žiniasklaida yra neobjektyvi, t. y. daugiausia yra manančiųjų, kad Rusijos žiniasklaida nešališkai atspindi įvykius Rusijoje (19,6 proc.) ir pasaulyje (16,2 proc.). Be to, reikia atkreipti dėmesį, kad beveik nekintantis respondentų skaičius (apie penktadalis) tiesiog neturi nuomonės dėl Rusijos žiniasklaidos (ne)objektyvumo. (Buinauskas 2017: 111)

4.2 Informacinė erdvė

Atlikus pirminę duomenų analizę ir aptarus nuostatas Rusijos atžvilgiu ir ne tik, šiame poskyryje yra bandoma aptarti, kokioje informacinėje aplinkoje gyvena „Facebook“ vartotojas Lenkijoje. Svarbu yra išsiaiškinti, kokiais šaltiniais naudojasi respondentai savo kasdienėms, socialinėms ir politinėms naujienoms gauti, kaip dažnai skaito naujienas, ar naudojasi alternatyviais naujienų šaltiniais.

¹³ Dažnumo grafikas ir kintamųjų žymėjimas:
Ne=0; Taip =1; Nežinau =2

4.2.1 grafikas. Kurį šaltinį naudojate savo kasdienėms socialinėms ir politinėms naujienoms gauti?¹⁴



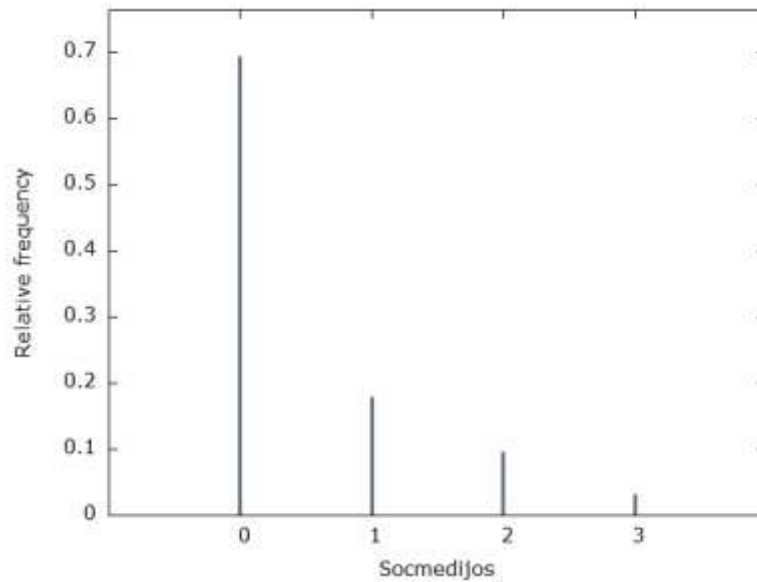
4.2.1 grafikas parodo, kokius dažniausiai naujienų šaltinius naudoja „Facebook“ vartotojai, t. y. buvo pateikti keli variantai: nacionalinė / komercinė televizijos, radijas, laikraštis, informaciniai portalai bei socialinės medijos. Iš šio grafiko galima matyti, kad respondentai dažniausiai naujienoms gauti naudoja socialines medijas (30,9 %) ir informacinius portalus (31,4 %). Taip pat palyginti gana vienodai balsai pasiskirstė tarp komercinės televizijos (10 %) ir radijo (10,5 %). Iš visų atsakiusių tik 7,8 % žiūri nacionalinę televiziją bei 5,2 % skaito laikraščius. Gauti rezultatai, vėlgį, staigmenos nepateikia, nes jeigu atsižvelgus į respondentų amžių, dauguma jų yra tarp 20—25 metų, o tai ir parodo, kodėl dauguma respondentų naujienas gauna iš informacinių portalų ar socialinių medijų. Paklausti, kaip dažnai naudoja socialines medijas naujienoms gauti, rezultatai parodė, kad iš visų atsakiusių — net 73,3 % jas renkasi kiekvieną dieną, 13,8 % — kartais, 9,1 % — retai ir tik 3 % nurodė, kad niekada nesirenka socialinių medijų naujienoms gauti (žr. 4.2.2 (1) grafiką).

¹⁴ Dažnumo grafikas ir kintamųjų žymėjimas:

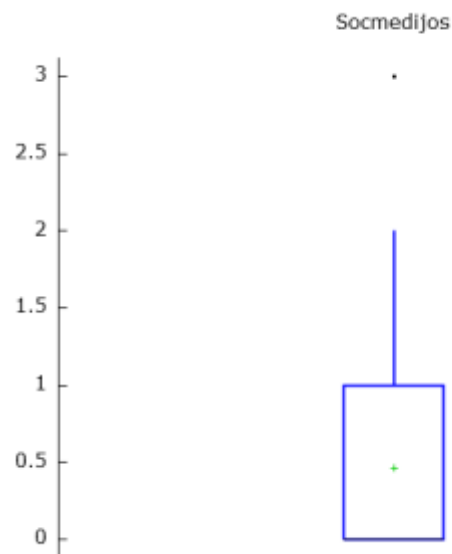
Nacionalinė televizija=0; Komercinė televizija=1; Radijas=2; Laikraštis=3; Informaciniai portalai=4; Socialinės medijos=5; Kitas variantas=6

4.2.2 grafikas. Kaip dažnai naudojate socialines medijas, kaip vieną iš šaltinių kasdienėms naujienoms gauti?¹⁵

(1)



(2)

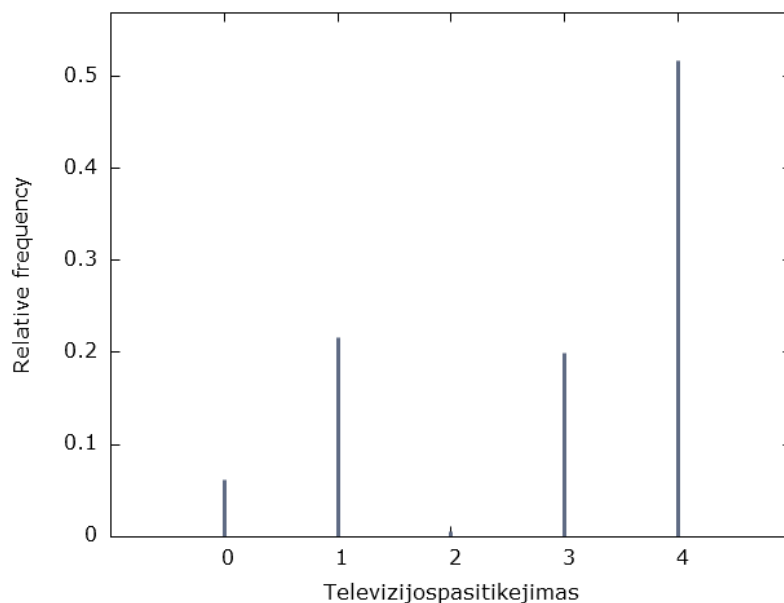


Iš kintamojo apie dažnumą, naudojant socialines medijas naujienoms gauti, galima matyti, kad vidurkis yra apie 0,5, o tai reiškia, kad dauguma atsakiusiųjų naudojami socialinėmis medijomis itin dažnai (žr. 4.2.2 (2) grafiką).

¹⁵ Dažnumo, dėžės ir ūselio grafikai ir kintamųjų žymėjimas:
Kiekvieną dieną=0; Kartais (1 arba 2 kartus į savaitę) =1;Retai (1 arba 2 kartus į mėnesį) =2; Niekada =3

Prieš tai buvo minėta, kad nacionalinę ir komercinę televizijas žiūri 17,8 % visų atsakiusiųjų, tad svarbu yra išsiaiškinti ne tik, kuriuo televizijos informavimo kanalu respondentai pasitiki labiausiai, bet ir, ar žiūri rusiškus kanalus.

4.2.3 grafikas. Kuriuo televizijos informavimo kanalu pasitikite labiausiai?¹⁶



4.2.3 grafikas rodo, kad dauguma respondentų pasitiki televizijos kanalu Polsat — 21,6 %, TVN — 19,4 %, o daugiau nei pusė atsakiusiųjų pažymėjo kitą variantą, kurį pakomentavę nurodė, kad nežiūri televizijos. Abu kanalai nepriklauso nacionalinei televizijai. Čia pravartu paminėti ir tai, kad vienas pirmųjų žingsnių, kurių ėmėsi į valdžią Lenkijoje atėjusi J. Kaczynskio „Įstatymas ir teisingumas“ (PiS) partija, buvo nacionalinės televizijos kontrolės perėmimas. Be to, P. Gritėnas savo straipsnyje teigia, kad Lenkijoje yra trys televizijos, kurios kuria politiškai reikšmingą turinį, t. y. nacionalinė televizija ir dvi privačios — Polsat ir TVN. Lietuvoje tokį turinį kuria tik viena LRT. (žr. Gritėnas 2018)

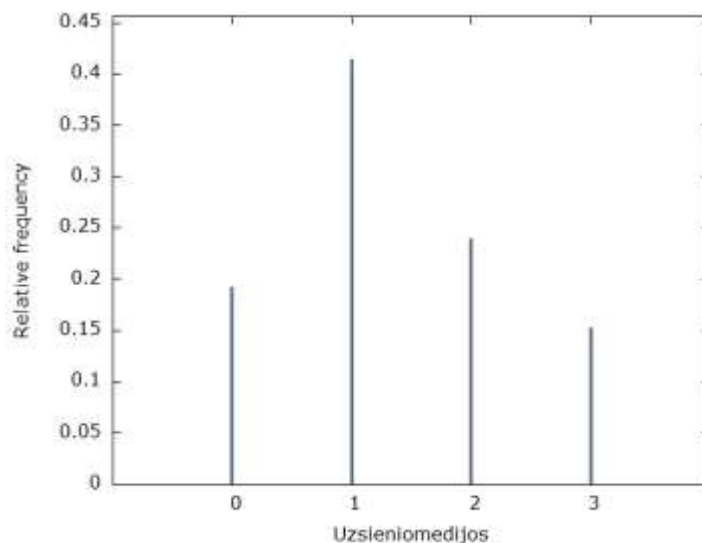
Respondentai paklausti, ar žiūri rusiškus kanalus, net 91,4 % iš visų atsakiusiųjų pažymėjo, kad nežiūri ir 7,3 %, kad žiūri. Čia galima paminėti įdomų faktą apie lenkus, gyvenančius Lietuvoje. Pavyzdžiui, 2014 m. atliktas tyrimas Lietuvoje, parodė, kad dauguma Lietuvos lenkų žiūri rusiškus kanalus (52,1 %). (žr. Antonowicz 2017)

Norint ištirti, kokiame informaciniame lauke gyvena „Facebook“ vartotojas Lenkijoje, būtina ne tik išsiaiškinti, kokius šaltinius naudoja, kokiais televizijos kanalais pasitiki, tačiau yra svarbu atkreipti dėmesį, ar naudoja užsienio medijas.

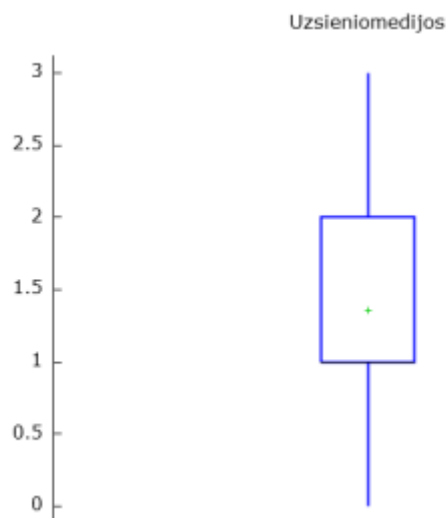
¹⁶ Dažnumo grafikas ir kintamųjų žymėjimas: TVP =0; Polsat =1; TV4 =2; TVN =3; Kt.variantas =4

4.2.4 grafikas. Kaip dažnai naudojates užsienio medijomis, kurios turėtų kitokią požiūrį, pateiktų kitokią alternatyvą Jūsų turimoms naujienoms?¹⁷

(1)



(2)



4.2.4 (1) grafikas parodo, kad iš visų atsakiusiųjų — mažiau nei pusė, t. y. 40,5 %, užsienio medijas naudoja kartais, 24,6 % — retai, 15,1 % — niekada bei kiekvieną dieną tik 19 %. Iš kintamojo apie tai, kaip dažnai yra naudojamos užsienio medijos, galima matyti, kad vidurkis yra apie 1,3, o tai reiškia, kad daugiau žmonių užsienio medijomis naudojami gana retai (žr. 4.2.4 (2) grafiką).

¹⁷ Dažnumo, dėžės ir ūselio grafikai ir kintamųjų žymėjimas:
Kiekvieną dieną=0; Kartais (1 arba 2 kartus į savaitę) =1;Retai (1 arba 2 kartus į mėnesį) =2; Niekada =3

Neužtenka tik sužinoti, kaip dažnai respondentai naudojami užsienio medijomis, bet yra svarbu ištirti, kokie naujienų šaltiniai dominuoja tarp respondentų.

4.2.1 lentelėje esantys duomenys parodo, kad alternatyviu naujienų šaltiniu tampa BBC, t. y. didžiausias pasaulio transliuotojas, įsikūręs Jungtinėje Karalystėje, taip pat The Guardian, CNN ir kt. Be to, pasitaikė ir tokių naujienų šaltinių, kaip: The Economist, Le Monde, El Pais, Reddit ar net Russia Today ir kt.

4.2.1 lentelė. Įvardykite, kokiais alternatyviais naujienų šaltiniais naudojate

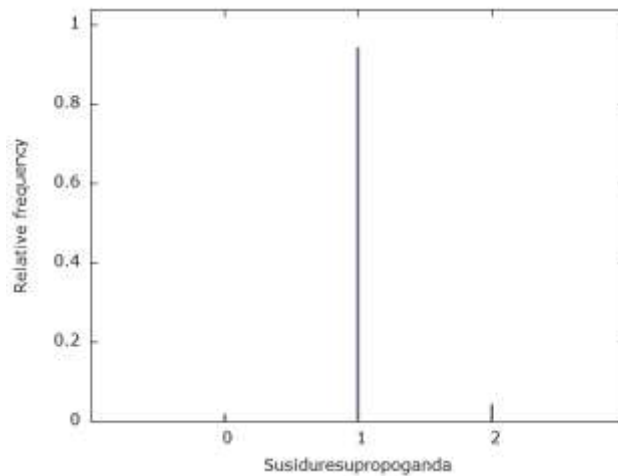
Užsienio naujienų šaltinis	Dažnumas (iš viso 232 respondentai)
BBC	64
The Guardian	35
CNN	17
The New York Times	10
The Washington Post	7
USA Today	4

Galima pastebėti, kad dauguma respondentų alternatyvias naujienas gauna iš Jungtinės Karalystės ir JAV. Be to, paklausti, ar jų manymu, Rusija turi įtakos kai kuriems alternatyviems naujienų šaltiniams ir tuo siekia suklaidinti ne vieną visuomenę, dauguma respondentų, t. y. daugiau nei pusė nepritarė šiam teiginiui.

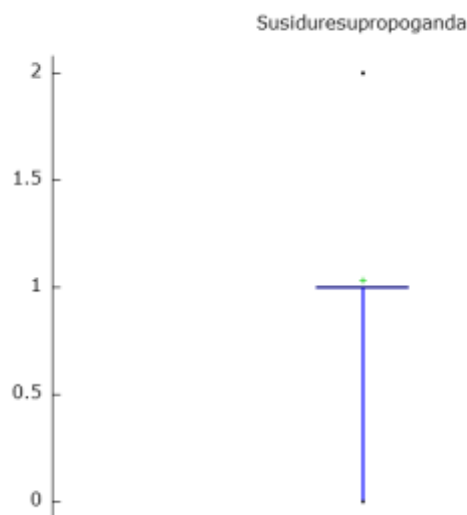
Taip pat tyrimo metu buvo siekta išsiaiškinti, ar „Facebook“ vartotojai Lenkijoje yra susidūrę su propaganda. 4.2.5 (1) grafiko duomenys rodo, kad net 92,7 % visų atsakiusiųjų teigia, kad yra susidūrę su propaganda ir tik 1,3 % teigia, kad ne bei 11 % respondentų nežino, ar yra susidūrę su propaganda.

4.2.5 grafikas. Ar esate susidūrę su propaganda?¹⁸

(1)



(2)



Iš kintamojo apie propagandą galima matyti, kad vidurkis yra apie 1,1, vėlgi, tai reiškia, kad dauguma respondentų atsakė teigiamai (žr. 4.2.5 (2) grafiką).

Taip pat jau teorinėje dalyje buvo minėta, kad atkreiptinas dėmesys ir į asociatus, t. y. terminus, kurie siejami su propaganda. Pavyzdžiui, vieni iš mokslininkų, kurie atkreipia į tai dėmesį yra G. Jowettas ir V. O'Donnell. Jie pabrėžia, kad propaganda dažniausiai siejama su apgavyste, smegenų plovimu, psichologiniu karu, tiesos iškraipymu ir pan., tačiau pabrėžia, kad šie žodžiai atspindi propagandos metodus ir technikas, o ne tikslą (žr. Buinauskas 2017). Dauguma respondentų

¹⁸ Dažnumo, dėžės ir ūselio grafikai. Žymėjimas: Ne=0; Taip =1; Nežinau =2

irgi siejo propaganda su manipuliavimu, smegenų plovimu, įtikinėjimu, melu, o kai kurie ją siejo su tam tikra politine partija ar valstybe, t. y. PiS, Rusija.

4.3 Socialiniai kintamieji ir politinės nuostatos

Aptarus socialinius kintamuosius, nuostatas dėl Vakarų ir Rusijos bei informacinę erdvę, kurioje gyvena „Facebook“ vartotojas Lenkijoje, taip pat yra svarbu ištirti, kaip ir buvo minėta prieš tai, pirminės duomenų analizės rezultatų priežastinius ryšius. Šiame poskyryje norima patikrinti koreliacijas, tarpusavio ryšį, pasitelkiant tiesinės regresijos modelį. Modeliu yra svarbu pagrįsti, kurie veiksniai yra priklausomi, o kurie — nepriklausomi.

Reikėtų pabrėžti, kad tokiuose tyrimuose, aiškinant skirtumus ir ieškant priežastinių ryšių, dažnai yra remiamasi socialiniais ypatumais. Tad dėmesys yra atkreipiamas į šiuos kintamuosius: pajamos, išsilavinimas, amžius ir socialinė padėtis.

Remiantis J. Fiske, socialiniai ir kultūriniai skirtumai lemia, kad skirtingos auditorijos tuos pranešimus gali interpretuoti nevienodai, net jei remiasi panašia informacija (pavyzdžiui, žiniasklaidoje skaitydami tuos pačius straipsnius apie Rusiją). Be to, gali skirtis ir žmonių informuotumas. Tam tikrų socialinių grupių žmonės, pavyzdžiui, daugiau išsilavinę, aukštesnio socialinio statuso, turėtų būti labiau informuoti, sukaupę daugiau žinių, taigi ir išsiskirti kritiškesniu vertinimu (ir atvirkščiai – kai išsilavinimas, statusas žemesni). (Buinauskas 2017: 130)

Taigi, pereinant prie apklausos rezultatų, yra įdomu apžvelgti, kaip tam įvardyti kintamieji formuoja respondentų nuostatas ir pasirinkimą. Pavyzdžiui, 4.1 poskyryje buvo minima, kad „Facebook“ vartotojai paklausti, ar Lenkija eina teisinga kryptimi, daugiau nei pusė, t. y. 57,3 % iš visų atsakiusiųjų pažymėjo, kad Lenkija eina klaidinga kryptimi. Tad įdomu yra patikrinti, kas lemia tokį respondentų pasiskirstymą.

4.3.1 lentelė. Jūsų nuomone, Lenkija eina teisinga ar klaidinga kryptimi?

$$(KurlinkeinaLenkija)=\beta_0+\beta_1\times am\zsius+\beta_2\times i\zsilavinimas+\beta_3\times soc.pad\zstis+\beta_4\times pajamos+\varepsilon^{19}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.431620	0.151788	2.844	0.0049	***
<i>Amžius</i>	-0.00465211	0.00601041	-0.7740	0.4398	
<i>Išsilavinimas</i>	0.0792485	0.0436599	1.815	0.0709	*
<i>Socialinė padėtis</i>	-0.0261352	0.0426938	-0.6122	0.5411	
<i>Pajamos</i>	-0.00218652	0.0226463	-0.0965 5	0.9232	

4.3.1 lentelėje pavaizduoti duomenys rodo, ar amžius, išsilavinimas, pajamos bei socialinė padėtis turi įtakos respondentų suvokimui apie tai, ar Lenkija eina teisinga kryptimi. Ties pasakymu „teisinga kryptis“ turima omenyje, ar Lenkijos užsienio, vidaus politika ir jos priimami įstatymai, veiksmai, respondentų nuomone, yra teisingi, ar vis dėlto, klaidingi. Iš lentelės duomenų, galima matyti, kad šiame modelyje yra svarbus tik vienas kintamasis, t. y. išsilavinimas, nes jo p-reikšmė yra reikšmingiausia (tai matosi iš vienos žvaigždutės, kuri reiškia statistinį reikšmingumą, kuris prilygsta 10 %). Šį kintamąjį galima interpretuoti pagal koeficientą (0.0792485), kuris parodo, kad kuo žmogus yra labiau išsilavinęs (kuo arčiau ketverto), tuo daugiau bus atsakiusiųjų, kad Lenkija eina teisinga kryptimi (0.079 %).

Pavyzdžiui, jau prieš tai poskyriuose buvo išsiaiškinta, kad dauguma respondentų palaiko ir Europos Sąjungą, ir NATO. Įdomus faktas tas, kad tokie kintamieji, kaip: išsilavinimas, amžius, socialinė padėtis ar pajamos, neturi įtakos „Facebook“ vartotojų pasirinkimui ties Europos Sąjunga. Visgi, nedidelis reikšmingumas atsiranda ties NATO (žr. 4.3.2 lentelę).

¹⁹ Reikšmės: * = mažai priklausomas; ** = priklausomas; *** = labai priklausomas
Respondentų skaičius 1–232 (n = 226); Iš jų netinkami yra 6;

4.3.2 lentelė. Ar palaikote NATO?

$$(\text{NATOpalaikymas}) = \beta_0 + \beta_1 \times \text{amžius} + \beta_2 \times \text{išsilavinimas} + \beta_3 \times \text{soc.padėtis} + \beta_4 \times \text{pajamos} + \varepsilon^{20}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.939527	0.0792544	11.85	<0.0001	***
<i>Amžius</i>	0.00051406 3	0.00311826	0.1649	0.8692	
<i>Išsilavinimas</i>	0.0184785	0.0227999	0.8105	0.4185	
<i>Socialinė padėtis</i>	-0.0191276	0.0221351	-0.8641	0.3885	
<i>Pajamos</i>	-0.0221129	0.0117362	-1.884	0.0609	*

4.3.2 lentelėje pavaizduoti duomenys rodo, kad šiame modelyje yra svarbus tik vienas kintamasis, t. y. pajamos, nes jo p-reikšmė yra reikšmingiausia. Šį kintamąjį galima interpretuoti pagal koeficientą (-0,0221129), kuris parodo, kad kuo žmogaus pajamos yra žemesnės, tuo daugiau bus palaikančiųjų NATO. Vis dėlto, teigti, kad mažiau uždirbantys žmonės labiau palaiko NATO, o daugiau uždirbantys — nepalaiko NATO, negalima. Čia reiktų atkreipti dėmesį į respondentų amžių, nes prieš tai buvo minėta, kad daugiau atsakiusių yra jaunesnio amžiaus, tad akivaizdu, kad daugiau bus tų, kurių pajamos yra žemesnės, tad pajamas, kaip reikšmingą kintamąjį yra sunku vertinti.

Toliau yra svarbu atkreipti dėmesį, ar tokie kintamieji, kaip: amžius, išsilavinimas, socialinė padėtis, pajamos turi įtakos respondentų vertinimui, t. y. kuri šalis yra draugiška ar nedraugiška Lenkijai.

²⁰ Reikšmės: * = mažai priklausomas; ** = priklausomas; *** = labai priklausomas
Respondentų skaičius 1–232 (n = 225); Iš jų netinkami yra 7

4.3.3 lentelė. Ar Vokietija yra (ne)draugiška šalis Lenkijai?

$$(Ar\ Vokietija\ draugiška\ Lenkijai) = \beta_0 + \beta_1 \times am\ zius + \beta_2 \times i\ s\ silavinimas + \beta_3 \times soc.\ padėtis + \beta_4 \times pajamos + \varepsilon^{21}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.552985	0.151591	3.648	0.0003	***
<i>Amžius</i>	0.00606375	0.00592319	1.024	0.3071	
<i>Išsilavinimas</i>	-0.0333467	0.0438465	-0.7605	0.4478	
<i>Socialinė padėtis</i>	-0.109536	0.0421514	-2.599	0.0100	***
<i>Pajamos</i>	-0.0476787	0.0223171	-2.136	0.0338	**

Šiame modelyje yra tiriama, kokią statistinę įtaką amžius, išsilavinimas, pajamos ir socialinė padėtis respondentų suvokimui, ar Vokietija yra draugiška Lenkijai. 4.3.3 lentelėje pavaizduoti duomenys rodo, kad yra aptikti du reikšmingi kintamieji: socialinė padėtis ir pajamos, tai matome iš reikšmingų p-reikšmių — 5 % ir 1 % (statistinis reikšmingumas). Socialinės padėties kintamasis rodo (-0,109536), kad kuo aukštesnė socialinė padėtis, t. y. jei respondentas yra studentas ar dirbantysis, tuo daugiau bus palankumo Vokietijai ir ją vertins kaip draugišką Lenkijai (toks vertinimas pakyla 0,1 %). Pajamų kintamasis (-0,0476787) aiškina, kad kuo žemesnės pajamos, tuo žmogus palankiau vertins Vokietijos draugiškumą Lenkijai (0,04 % pakils). Vėlgi, pajamų kintamąjį nereikėtų vertinti, kaip labai reikšmingą, nes daugiau atsakiusiųjų yra jaunesnio amžiaus, kas ir lemia žemesnes pajamas.

Pajamų kintamasis turi įtakos, vertinant ir Slovakijos, ir Čekijos valstybių draugiškumą Lenkijai (žr. 4.3.4 (1) ir (2) lentelę)

²¹ Reikšmės: * = mažai priklausomas; ** = priklausomas; *** = labai priklausomas
Respondentų skaičius 1–232 (n = 224); Iš jų netinkami yra 8

4.3.4 (1) lentelė. Ar Slovakija yra (ne)draugiška šalis Lenkijai?

$$(\text{ArSlovakijadraugiškaLenkijai}) = \beta_0 + \beta_1 \times \text{amžius} + \beta_2 \times \text{išsilavinimas} + \beta_3 \times \text{soc.padėtis} + \beta_4 \times \text{pajamos} + \varepsilon^{22}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.897892	0.0910229	9.864	<0.0001	***
<i>Amžius</i>	0.000526265	0.00357985	0.1470	0.8833	
<i>Išsilavinimas</i>	0.0378521	0.0261859	1.446	0.1497	
<i>Socialinė padėtis</i>	-0.00807512	0.0254107	-0.3178	0.7510	
<i>Pajamos</i>	-0.0366393	0.0134927	-2.715	0.0071	***

4.3.4 (2) lentelė. Ar Čekija yra (ne)draugiška šalis Lenkijai?

$$(\text{ArČekijadraugiškaLenkijai}) = \beta_0 + \beta_1 \times \text{amžius} + \beta_2 \times \text{išsilavinimas} + \beta_3 \times \text{soc.padėtis} + \beta_4 \times \text{pajamos} + \varepsilon^{23}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.951472	0.109947	8.654	<0.0001	***
<i>Amžius</i>	-0.00107177	0.00432414	-0.2479	0.8045	
<i>Išsilavinimas</i>	-0.000516070	0.0316878	-0.01629	0.9870	
<i>Socialinė padėtis</i>	0.0445757	0.0307291	1.451	0.1483	
<i>Pajamos</i>	-0.0593086	0.0162940	-3.640	0.0003	***

Atkreiptinas dėmesys, kad ne visada socialinės padėtis ar pajamos turi įtakos respondentų vertinimui dėl kitų šalių draugiškumo ar nedraugiškumo Lenkijos atžvilgiu. Pavyzdžiui, Vengrijos atvejis.

4.3.5 lentelė. Ar Vengrija yra (ne)draugiška šalis Lenkijai?

$$(\text{ArVengrijadraugiškaLenkijai}) = \beta_0 + \beta_1 \times \text{amžius} + \beta_2 \times \text{išsilavinimas} + \beta_3 \times \text{soc.padėtis} + \beta_4 \times \text{pajamos} + \varepsilon^{24}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	1.16604	0.0708518	16.46	<0.0001	***
<i>Amžius</i>	-0.00883874	0.00278694	-3.171	0.0017	***
<i>Išsilavinimas</i>	0.0128616	0.0204267	0.6296	0.5296	
<i>Socialinė padėtis</i>	0.0261554	0.0198105	1.320	0.1881	
<i>Pajamos</i>	-0.0142921	0.0105153	-1.359	0.1755	

²² Respondentų skaičius 1–232 (n = 224); Iš jų netinkami yra 8

²³ Respondentų skaičius 1–232 (n = 225); Iš jų netinkami yra 7

²⁴ Respondentų skaičius 1–232 (n = 224); Iš jų netinkami yra 8

4.3.5 lentelės duomenys rodo, kad reikšmingas kintamasis, vertinant Vengrijos palankumą Lenkijai, yra amžius. Gauti rezultatai rodo, kad jaunesnio amžiaus žmonės Vengriją vertins palankiau nei vyresnio. Vėlgi, šis reikšmingumas galėjo atsirasti ir dėl to, kad apskritai apklausoje dalyvavo jaunesnio amžiaus žmonių grupė.

Pavyzdžiui, vertinant Latvijos draugiškumą Lenkijai, atsiranda dar vienas kintamasis, kuri turi įtakos gautiems rezultatams, t. y. išsilavinimas (žr. 4.3.6 lentelę).

4.3.6 lentelė. Ar Latvija yra (ne)draugiška šalis Lenkijai?

$$(ArLatvijadraugiškaLenkijai) = \beta_0 + \beta_1 \times \text{amžius} + \beta_2 \times \text{išsilavinimas} + \beta_3 \times \text{soc.padėtis} + \beta_4 \times \text{pajamos} + \varepsilon^{25}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.849790	0.124702	6.815	<0.0001	***
<i>Amžius</i>	-0.00528081	0.00490574	-1.076	0.2829	
<i>Išsilavinimas</i>	0.0973104	0.0358869	2.712	0.0072	***
<i>Socialinė padėtis</i>	0.0311010	0.0348053	0.8936	0.3725	
<i>Pajamos</i>	-0.0636987	0.0184567	-3.451	0.0007	***

4.3.6 lentelėje pavaizduoti duomenys rodo, reikšmingi kintamieji yra du, t. y. ne tik išsilavinimas, bet ir pajamos. Išsilavinimo kintamąjį galima interpretuoti pagal koeficientą (0,0973104), kuris parodo, kad kuo žmogus yra labiau išsilavinęs (kuo arčiau ketverto), tuo daugiau bus atsakiusiųjų, kad Latvija yra draugiška Lenkijai (0,097 %). Tuo tarpu pajamų kintamasis rodo, kad kuo žemesnės pajamos, tuo žmogus palankiau vertins Latvijos draugiškumą Lenkijai, tačiau, kaip ir buvo minėta, kad pajamų reikšmingumą yra sunku vertinti, nes daugiau atsakiusiųjų yra jaunesnio amžiaus.

Analizuojant rezultatus, yra svarbu atkreipti dėmesį ir tai, kaip žmonės vertina dvi didžiausias valstybes, JAV ir Rusiją, t. y. ar jos yra (ne)draugiškos Lenkijai ir kokie kintamieji daro įtaką respondentų nuomonei.

²⁵ Respondentų skaičius 1–232 (n = 224); Iš jų netinkami yra 8

4.3.7 lentelė. Ar JAV yra (ne)draugiška šalis Lenkijai?

$$(ArJAVdraugiškaLenkijai)=\beta_0+\beta_1\times amžius+\beta_2\times išsilavinimas+\beta_3\times soc.padėtis+\beta_4\times pajamos+\varepsilon$$

26

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.364875	0.253451	1.440	0.1514	
<i>Amžius</i>	0.0170860	0.00996796	1.714	0.0879	*
<i>Išsilavinimas</i>	0.00914133	0.0730898	0.1251	0.9006	
<i>Socialinė padėtis</i>	0.155575	0.0708916	2.195	0.0292	**
<i>Pajamos</i>	-0.186064	0.0376066	-4.948	<0.0001	***

4.3.7 lentelėje pavaizduoti duomenys rodo, kad reikšmingi kintamieji yra net trys: amžius, socialinė padėtis ir pajamos. Galima teigti, kuo žemesnis socialinis statusas, tuo pačiu ir vyresnio amžiaus žmonės, palankiau vertins JAV. Modelis rodo, kad šį požiūrį formuoja ir pajamos, tačiau, kaip ir buvo minėta, šio kintamojo reikšmingumą yra sunku įvertinti.

Tuo tarpu rezultatai dėl Rusijos draugiškumo Lenkijai rodo, kad kuo socialinė padėtis aukštesnė, t. y. respondentas yra studentas arba dirbantysis, tuo jis palankiau vertins Rusiją. (žr. 4.3.8 lentelę)

4.3.8 lentelė. Ar Rusija yra (ne)draugiška šalis Lenkijai?

$$(ArRusijadraugiškaLenkijai)=\beta_0+\beta_1\times amžius+\beta_2\times išsilavinimas+\beta_3\times soc.padėtis+\beta_4\times pajamos+$$

ε ²⁷

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.209670	0.108597	1.931	0.0548	*
<i>Amžius</i>	-0.000916729	0.00424272	-0.2161	0.8291	
<i>Išsilavinimas</i>	-0.00391003	0.0314886	-0.1242	0.9013	
<i>Socialinė padėtis</i>	-0.0525878	0.0302319	-1.739	0.0834	*
<i>Pajamos</i>	0.00134383	0.0160542	0.08371	0.9334	

Vis dėlto, teigti, kad studentai arba dirbantieji palankiau vertina Rusiją, negalima, nes tyrime apskritai dalyvavo daugiausiai studentų ir dirbančiųjų, kurie, kaip jau žinoma, Rusiją įvertino neigiamai (85,8 %).

Lygiai tas pats atsitinka ir su vertinimu dėl Rusijos įtakos Ukrainoje. 4.3.9 lentelės duomenys rodo, kad jeigu žmogaus socialinė padėtis žemesnė, jis sutiks su teiginiu, kad Ukraina yra Rusijos įtakos sferoje. Taip pat kitas reikšmingas kintamasis ties šiuo klausimu yra ir pajamos. Rezultatai

²⁶ Respondentų skaičius 1–232 (n = 224); Iš jų netinkami yra 8

²⁷ Respondentų skaičius 1–232 (n = 221); Iš jų netinkami yra 11

rodo, kad kuo pajamos yra žemesnės, tuo daugiau respondentų teigs, kad Ukraina yra Rusijos įtakos zonoje (žr. 4.3.9 lentelę). Akivaizdu, kad teigti, jog visada žemesnę socialinę padėtį užimantys žmonės sakys, kad Ukraina yra Rusijos įtakoje, negalima, nes apklausoje dalyvavo daugiau studentų ir dirbančiųjų, baigusiu aukštąjį universitetinį išsilavinimą.

4.3.9 lentelė. Ar Ukraina yra Rusijos įtakos sferoje?

$$(\text{Įtakos sferos}) = \beta_0 + \beta_1 \times \text{amžius} + \beta_2 \times \text{išsilavinimas} + \beta_3 \times \text{soc. padėtis} + \beta_4 \times \text{pajamos} + \varepsilon^{28}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.935272	0.121467	7.700	<0.0001	***
<i>Amžius</i>	-0.00392311	0.00480977	-0.8157	0.4156	
<i>Išsilavinimas</i>	0.0465980	0.0349383	1.334	0.1837	
<i>Socialinė padėtis</i>	0.105477	0.0341653	3.087	0.0023	***
<i>Pajamos</i>	-0.0695812	0.0181224	-3.840	0.0002	***

Čia galima paminėti ir kitą įdomų faktą dėl Rusijos ir Lenkijos bendradarbiavimo, t. y. ieškant koreliacijos ir priklausomų kintamųjų, modelis parodė, kad nei vienas kintamasis: išsilavinimas, socialinė padėtis, pajamos ar amžius, neturėjo įtakos respondentų atsakymui. Paminėtina, kad 50 % visų atsakiusių pažymėjo, kad Lenkija turėtų bendradarbiauti su Rusija.

Pereinant prie informacinės erdvės, t. y. televizijos, įvairių naujienų šaltinių analizės ir kas turi įtakos vienokiam ar kitokiam respondentų atsakymui, galima paminėti, kad rezultatai staigmenos nepateikė.

Pavyzdžiui, ties klausimu, ar respondentai žiūri rusiškus kanalus (paminėtina, kad apklausoje dauguma pažymėjo, kad rusiškų kanalų nežiūri) modelis parodė, kad rusiškų kanalų žiūrėjimas priklauso nuo amžiaus. Visa tai matome iš reikšmingų p-reikšmių (žr. 4.3.10 lentelę).

4.3.10 lentelė. Ar žiūrite rusiškus kanalus?

$$(\text{Rusiškikanalai}) = \beta_0 + \beta_1 \times \text{amžius} + \beta_2 \times \text{išsilavinimas} + \beta_3 \times \text{soc. padėtis} + \beta_4 \times \text{pajamos} + \varepsilon^{29}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	-0.256748	0.0806226	-3.185	0.0017	***
<i>Amžius</i>	0.00960961	0.00317393	3.028	0.0028	***
<i>Išsilavinimas</i>	0.0258192	0.0232274	1.112	0.2675	
<i>Socialinį padėtis</i>	0.0313777	0.0225212	1.393	0.1649	
<i>Pajamos</i>	0.00494041	0.0119510	0.4134	0.6797	

Amžiaus kintamasis rodo (0,00960961), kad jeigu žmogus yra vyresnio amžiaus, tikėtina, kad jis žiūrės rusiškus kanalus.

²⁸ Respondentų skaičius 1–232 (n = 226); Iš jų netinkami yra 6

²⁹ Respondentų skaičius 1–232 (n = 225); Iš jų netinkami yra 7

4.3.11 lentelė. Ar naudojotės užsienio naujienų šaltiniais?

$$(Užsieniošaltiniai)=\beta_0+\beta_1\times amžius+\beta_2\times išsilavinimas+\beta_3\times soc.padėtis+\beta_4\times pajamos+\varepsilon^{30}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	2.22117	0.288784	7.691	<0.0001	***
<i>Amžius</i>	-0.0160038	0.0114351	-1.400	0.1631	
<i>Išsilavinimas</i>	-0.267275	0.0830650	-3.218	0.0015	***
<i>Socialinė padėtis</i>	-0.0171734	0.0812270	-0.2114	0.8328	
<i>Pajamos</i>	0.0184166	0.0430856	0.4274	0.6695	

4.3.11 lentelėje pavaizduoti duomenys rodo, kad reikšmingas kintamasis yra vienas, t. y. išsilavinimas. Šis kintamasis (-0,267275) rodo, kad labiau išsilavinę žmonės, turintys aukštąjį universitetinį, yra labiau linkę naudotis užsienio naujienų šaltiniais negu tie, kurie nėra baigę aukštojo išsilavinimo.

Apibendrinant rezultatus dėl Rusijos įtakos Lenkijos skaitmeninei erdvei ir ar Rusijos žiniasklaida yra objektyvi, paminėtini keli aspektai. Pavyzdžiui, didesnes pajamas turintys asmenys teigs, kad Rusija turi įtakos skaitmeninei erdvei bei mažiau išsilavinę žmonės, kurie dar neturi aukštojo universitetinio išsilavinimo teigs, kad Rusijos žiniasklaida yra objektyvi (žr. 4.3.12 (1) ir (2) lentelę).

4.3.12 (1) lentelė. Ar Rusija turi įtakos Lenkijos skaitmeninei erdvei?

$$(Rusijosįtaka)=\beta_0+\beta_1\times amžius+\beta_2\times išsilavinimas+\beta_3\times soc.padėtis+\beta_4\times pajamos+\varepsilon^{31}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.919419	0.232517	3.954	0.0001	***
<i>Amžius</i>	-0.0112496	0.00918014	-1.225	0.2217	
<i>Išsilavinimas</i>	0.0694347	0.0680180	1.021	0.3085	
<i>Socialinė padėtis</i>	0.0432934	0.0652326	0.6637	0.5076	
<i>Pajamos</i>	0.0670761	0.0345878	1.939	0.0537	*

4.3.12 (2) lentelė. Ar Rusijos žiniasklaida yra objektyvi?

$$(Objektyvumas)=\beta_0+\beta_1\times amžius+\beta_2\times išsilavinimas+\beta_3\times soc.padėtis+\beta_4\times pajamos+\varepsilon^{32}$$

	<i>Koeficientas</i>	<i>Stand. paklaida</i>	<i>t-reikšmė</i>	<i>p-reikšmė</i>	
<i>Konst.</i>	0.812319	0.250600	3.241	0.0014	***
<i>Amžius</i>	-0.000790777	0.00983874	-0.08037	0.9360	
<i>Išsilavinimas</i>	-0.180667	0.0727044	-2.485	0.0137	**
<i>Socialinė padėtis</i>	-0.0840813	0.0698133	-1.204	0.2297	
<i>Pajamos</i>	0.0122682	0.0370573	0.3311	0.7409	

³⁰ Respondentų skaičius 1–232 (n = 226); Iš jų netinkami yra 6

³¹ Respondentų skaičius 1–232 (n = 224); Iš jų netinkami yra 8

³² Respondentų skaičius 1–232 (n = 224); Iš jų netinkami yra 8

Galima pastebėti, kad pajamos neturi įtakos ir Rusijos žiniasklaidos vertinimui. Tą patį galima pastebėti ir ties klausimu, ar Rusijos valstybė yra draugiška Lenkijai, vėlgi, įtakos vertinimui turi tik socialinė padėtis.

Pavyzdžiui, lietuvių atliktame tyrime taip pat pajamos mažai ką paaiškina, bent jau kalbant apie nuostatas Rusijos atžvilgiu. Jų teigimu, pajamos neturi įtakos tam, kaip apskritai žiūrima į Rusiją, kaip vertinamas V. Putinas, Rusijos žiniasklaidos priemonių objektyvumas ir Rusijos reakcijos į Vakarų adekvatumas (Buinauskas 2017). Vienintelė kategorija, kuri išsiskiria: mažiausias pajamas gaunantys respondentai kiek dažniau linkę neturėti nuomonės dėl to, ar Rusijos žiniasklaida yra objektyvi (Buinauskas 2017: 141). Taip pat autoriai pažymi, kad toks ryšių nebuvimas panašus į ankstesnius politinių nuostatų tyrimus. Z. Norkaus ir V. Morkevičiaus straipsnyje išsamiai aprašyta, kad socialinės klasės Lietuvoje egzistuoja, tačiau yra menkai diferencijuotos remiantis politiniu elgesiu ir nuostatomis (Buinauskas 2017: 141).

Taigi, šio darbo atliktas tyrimas ir jo rezultatai parodo, kad „Facebook“ vartotojų nuostatas Lenkijoje dažniausiai formuoja socialinė padėtis, išsilavinimas ir pajamos. Pastarąjį, kaip jau buvo minėta prieš tai, yra sunku įvertinti kaip itin reikšmingą kintamąjį vien dėl atsakiusių grupės, kurią sudaro jaunesnio amžiaus atstovai. Taip pat gauti rezultatai rodo, kad Rusijos propagandos kuriami naratyvai nėra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų Lenkijoje, tad teigti, kad jie turi įtakos nuostatų formavimuisi būtų klaidinga, nes tam įtakos gali turėti ir naudojamos užsienio medijos, t. y. buvo išsiaiškinta, kad dominuoja JAV ir Jungtinės Karalystės informacijos transliuotojai.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Apibendrinant atliktą tyrimą dėl „Facebook“ vartotojų nuostatų, politiniais klausimais, formuluotinos tokios išvados.

1. Siekiant destabilizuoti Lenkijos suverenumą ir paveikti visuomenės nuostatas, dažniausiai Rusija bando juos pasiekti skleisdama ne vadinamuosius „fake news“ (liet. netikros naujienos), bet kurdama naratyvą konkrečia tema: NATO, EU, Lenkijos ir Ukrainos santykiai.

1.1 Nepaisant to, kad Rusijos naratyvai dažniausiai plėtojami apie NATO, Europos Sąjungą, Ukrainos-Lenkijos santykius, tyrimo rezultatai parodė, kad šie naratyvai nėra prigiję tarp „Facebook“ vartotojų. Kita vertus, net 92,7 % visų atsakiusiųjų teigia, kad yra susidūrę su propaganda. Dauguma respondentų propagandą siejo su manipuliavimu, smegenų plovimu, įtikinėjimu, melu, o kai kurie — su tam tikra politine partija ar valstybe, t. y. dažniausiai su „Įstatymas ir Teisingumas“ partija ir Rusija.

2. Atlikta apklausos analizė parodė, kad nepaisant Rusijos siekio nuteikti Lenkijos piliečius prieš Europos Sąjungą, vis dėlto, šiandien ją palaiko 71,1 % visų atsakiusiųjų, o NATO — 91,4 %.

3. Tyrimo metu taip pat yra išsiaiškinta, kad Rusija (85,8 %), Baltarusija (53,3 %) ir Vokietija (51,8 %) laikomos nedraugiškiausiomis valstybėmis Lenkijai. Kaip parodė regresijos modelis, nustatantis priežastinius ryšius, tokias nuostatas formuoja socialinė padėtis ir pajamos. Respondentų nuomone, draugiškiausia šalis Lenkijai yra Vengrija. Modelis parodė, kad tokį požiūrį formuoja amžius, t. y. jaunesnio amžiaus žmonės Vengriją vertins palankiau nei vyresnio. Be to, nepaisant Rusijos neigiamo įvertinimo, dauguma respondentų (50 %) teigia, kad Lenkija turėtų bendradarbiauti su Rusija, tačiau nei vienas kintamasis: amžius, socialinė padėtis, pajamos ar išsilavinimas, šiame tyrime, neturi tam įtakos.

4. Atliktas tyrimas taip pat atskleidė, kad pajamos, kaip tam tikras kintamasis neturi įtakos užsienio naujienų šaltinių naudojimui. Tyrimas parodė, kad išsilavinę žmonės yra labiau linkę naudotis alternatyviais užsienio naujienų šaltiniais, o mažiau išsilavinę teigs, kad Rusijos žiniasklaida yra objektyvi. Pajamų kintamasis neturi įtakos nei užsienio naujienų šaltinių skaitymui, nei Rusijos žiniasklaidos objektyvumo vertinimui.

5. Tyrimas parodė, kad daugiau nei pusė visų atsakiusiųjų (59,05 %) alternatyvias naujienas gauna, naudodamiesi JAV ir Jungtinės Karalystės pagrindiniais informacijos transliuotojais: The Guardian, BBC, CNN, The New York Times ir kt. Taip pat yra svarbu paminėti, kad Russia Today nėra populiarus Lenkijoje.

6. Norint ir toliau kovoti su Rusijos kuriama dezinformacija, reikia kuo daugiau šviesti ne tik visuomenę, bet ir žurnalistus, redaktorius. Be to, skirtingos organizacijos, jau minėtos: Propagandos ir dezinformacijos analizės centras (lenk. Fundacja Centrum Analiz Propagandy i Dezinformacji), Kibernetinio saugumo fondas (lenk. Fundacja Bezpieczna Cyberprzezeń) ir nevyriausybinės jaunimo organizacijos galėtų organizuoti mokymus, kad padėtų ne tik žurnalistams, bet ir visuomenei išmokti atpažinti propagandą ir būti susipažinusiems, kaip Kremlius manipuliuoja kontekstu ir pan.

7. Taip pat svarbu yra kurti kuo daugiau kokybiškų seminarų, diskusijų, įvairių forumų su kitomis valstybėmis, ypač kaimyninėmis. Šitaip sukuriant galimybių lauką dalintis gerąja patirtimi, kovojant prieš Rusijos propagandą. Pavyzdžiui, kad ir tie patys istorijos, sociologijos mokslų atstovai galėtų sukurti nuolatinį komitetą, kurio tikslas būtų šviesti visuomenę apie tai, kaip teisingai suprasti ir įvertinti istorinę atmintį, kuri ne visada būna maloni.

ŠATINIŲ IR LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. ANTONOWICZ, M. 2017: *Polish-language “Ruski Mir” in Lithuania*, Eastbook. [žiūrėta 2018-04-28] Prieiga internete: <http://www.eastbook.eu/2017/01/09/polskojezyczny-ruski-mir-na-litwie/>
2. BAKER, C. 1992: *Attitudes and Language*, Clevedon: Multilingual Matter.
3. BERNAYS, E. 1928: *Propaganda*, Routledge, JAV. [žiūrėta 2018-01-05] Prieiga internete: https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english.pdf
4. BIURO BEZPIECZEŃSTWA NARODOWEGO 2014: *Lenkijos Respublikos Nacionalinė saugumo strategija*. [žiūrėta 2018-04-15] Prieiga internete: https://www.bbn.gov.pl/ftp/dok/NSS_RP.pdf
5. BUINAUSKAS, D.; KERŠANSKAS, V.; KASČIŪNAS, L. 2017: *Propagandos tyrimo modelis Rusijos propagandai Lietuvoje analizuoti*, 2016 m. RESC parengtas tyrimas, Vilnius. [žiūrėta 2018-01-05] Prieiga internete: http://www.academia.edu/33935879/PROPAGANDOS_TYRIMO_MODELIS_RUSIJOS_PROPAGANDAI_LIETUVOJE_ANALIZUOTI
6. BUINAUSKAS, D.; VAIŠNYS, A. 2017: *Rusijos propaganda: analizė, įvertinimas, rekomendacijos*, Vilnius. [žiūrėta 2018-01-05] Prieiga internete: http://www.eesc.lt/uploads/news/id987/RESC%20monografija_propaganda.pdf
7. CUTTS, D.; GOODWIN, M.; RAINES, T. 2017: *The Future of Europe: Comparing Public and Elite attitudes. Poles may find pivot towards the West harder than their pivot away from the East (K. Bluszc)*. Karališkasis tarptautinių reikalų institutas. [žiūrėta 2018-04-28] Prieiga internete: <https://reader.chathamhouse.org/future-europe-comparing-public-and-elite-attitudes#about-the-authors>
8. DARCEWSKA, J. 2014: *The anatomy of Russian information warfare. The Crimean operation, a case study*. OSW Point of View, Nr. 42, Varšuva. [žiūrėta 2018-02-09] Prieiga internete: https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/the_anatomy_of_russian_information_warfare.pdf
9. DEVLIN, K., 2015: *Anti-Russian views on the rise in Poland*, Pew Research Center. [žiūrėta 2018-04-20] Prieiga internete: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/03/19/anti-russian-views-on-the-rise-in-poland/>

10. GRIGALIŪNAS, M. 2009: *Naujųjų medijų ir populiariosios kultūros šiuolaikinėje propagandoje tyrimai: teorinės ir metodologinės prielaidos*, Inter-studia humanitatis, Nr. 9, p. 66—83. [žiūrėta 2018-02-24] Prieiga internete: http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04~2009~ISSN_1822_1114.N_9.PG_66-83/DS.002.0.01.ARTIC
11. GRITĖNAS, P. 2018: *Lenkijos pavyzdys rodo, kas laukia LRT, jei nacionalinį transliuotoją perimtu valstiečiai ir žalieji*, 15min. [žiūrėta 2018-04-28] Prieiga internete: <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/pasaulis/lenkijos-pavyzdys-rodo-kas-laukia-lrt-jei-nacionalini-transliuotoja-perimtu-valstieciai-ir-zalieji-57-908174>
12. JANUŠAUSKIENĖ, D.; VILKIENĖ, E.; NEVINSKAITĖ, L.; GEČIENĖ, I. 2017: *Subjektyvus grėsmių suvokimas: ar Lietuvos gyventojai jaučiasi saugūs?*, Filosofija. Sociologija. T. 28. Nr. 2, p. 99–108, © Lietuvos mokslų akademija. [žiūrėta 2018-04-28] Prieiga internete: <http://mokslozurnalai.lmaleidykla.lt/publ/0235-7186/2017/2/99-108.pdf>
13. JOWETT, G. S.; O'DONNELL, V. 2012: *Propaganda&Persuasion*, 5th edition, SAGE Publications. [žiūrėta 2018-02-09] Prieiga internete: <http://hiddenhistorycenter.org/wpcontent/uploads/2016/10/PropagandaPersuasion2012.pdf>
14. KIRTIKLIS, K. 2014: *Įvadas į komunikacijos filosofiją apibrėžtis, genezė, pamatinės kontroversijos*, Vilnius. Mokomoji metodinė priemonė VU Filosofijos ir Komunikacijos fakultetų studentams. [žiūrėta 2018-04-20] Prieiga internete: http://www.fsf.vu.lt/dokumentai/katedros/filosofijosistorijos/Kirtiklis_Kestas/kirtiklis_komfil_ivadas.pdf
15. LELONEK A., KOWALSKA, M. 2017: *PROGNOZA: GŁÓWNE CELE ROSYJSKIEJ PROPAGANDY W POLSCE NA 2017 ROK*, Fundacja Centrum Analiz Propagandy i Dezinformacji. [žiūrėta 2018-03-20] Prieiga internete: <https://capd.pl/pl/prognozy/164-prognoza-glowne-cele-rosyjskiej-propagandy-w-polsce-na-2017-rok>
16. LR KAM 2017: *Lietuvos Respublikos Nacionalinė saugumo strategija*. [žiūrėta 2018-04-15] Prieiga internete: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.2627131DA3D2/LLwfQepmD>
17. LR URM 2016: *Lietuva susitikime su Baltarusija kels klausimus dėl Astravo atominės elektrinės saugos*, Vilnius. [žiūrėta 2018-04-15] Prieiga internete: <https://www.urm.lt/default/lt/naujienos/lietuva-susitikime-su-baltarusija-kels-klausimus-del-astravo-atomines-elektrines-saugos->
18. LUCAS, E.; POMERANTSEV, P. 2017: *Winning the Information War. Techniques and Counterstrategies to Russian Propaganda in Central and Eastern Europe*. Redux, Extended and

Revised Edition. The Center for European Policy Analysis, Vašingtonas, KA, JAV. [žiūrėta 2017-01-10] Prieiga internete: https://cepa.ecms.pl/files/?id_plik=4803

19. MAKHASHVILI, L. 2017: *The Russian Information War and Propaganda Narratives in the European Union and the EU's Eastern Partnership Countries*, International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 7, No. 5. [žiūrėta 2018-04-28] Prieiga internete: <http://www.ijssh.org/vol7/840-HF0035.pdf>

20. MALIUKEVIČIUS, N. 2011: *(Re) constructing Russian Soft Power in Post – Soviet Region*. Research Council of Lithuania, p. 61—85.

21. MARTIŠIUS, M. 2014: *Rusijos informacinio karo bruožai*, Informacijos mokslai, nr. 69. [žiūrėta 2018-02-21] Prieiga internete: <http://www.zurnalai.vu.lt/informacijos-mokslai/article/view/5095>

22. MAŽEIKIS, G. 2010: *Propaganda ir simbolinis mąstymas*. Monografija, Kaunas. [žiūrėta 2018-02-24] Prieiga internete: <https://eltalpykla.vdu.lt/bitstream/handle/1/247/ISBN9789955125754.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

23. ORŽEKAUSKAS, P.; ŠIMANAUSKAS, S. 2005: *Informacinio psichologinio poveikio atskiriems individams bei jų grupėms metodai ir jų taikymas politikos procesuose*. Viešoji politika ir administravimas, Nr. 13, p. 98—107. Kaunas. [žiūrėta 2018-01-05] Prieiga internete: <https://www3.mruni.eu/ojs/public-policy-and-administration/article/viewFile/2406/2213>

24. PETERS, R. 2018: *Post-Modern Propaganda: The Gatekeepers Are Gone*, Hoover Institution, Stanford University. [žiūrėta 2018-03-13] Prieiga internete: <https://www.hoover.org/research/post-modern-propaganda-gatekeepers-are-gone>

25. PETRONYTĖ, I. 2014: *Nuostatų politiniais klausimais formavimasis pokomunistinėje valstybėje: Lietuvos atvejo studija*, VU TSPMI, Vilnius.

26. PUODŽIŪNAS, V. 2013: *Viešosios komunikacijos technologijos ir inovacijos*. Vadovėlis, Vilnius. [žiūrėta 2018-04-20] Prieiga internete: http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/ESFproduktai/2013_Viesosios_kom_tech_ir_inov.pdf

27. STANLEY, J. 2015: *How propaganda works*, Princeton, New Jersey Oxford: Princeton University Press.

28. TARPTAUTINIS RESPUBLIKONŲ INSTITUTAS 2017: *Public Opinion in Germany*, August 10—28, 2017, Center for Insights in Survey Research.

29. TAYLOR, P. M. 2003: *Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era*, 3rd ed., Manchester: Manchester University Press. [žiūrēta 2018-04-30] Prieiga internete: <https://cryptome.org/2013/01/aaron-swartz/Mind-Munitions.pdf>

30. THE NATIONAL SECURITY CONCEPT OF THE RUSSIAN FEDERATION 2000. [2018-04-15] Prieiga internete: http://www.mid.ru/en/foreign_policy/official_documents//asset_publisher/CptlCk6BZ29/content/id/589768

31. WENERSKI, L.; KACEWICZ, M. 2017: *Russian soft power in Poland - The Kremlin and pro-Russian organizations*, Commissioned by Political Capital, Budapest.[žiūrēta 2018-04-20] Prieiga internete: http://www.politicalcapital.hu/pcadmin/source/documents/PC_NED_country_study_PL_20170428.pdf

SUMMARY

THE INFLUENCE OF RUSSIAN PROPAGANDA ON ATTITUDE OF FACEBOOK USERS IN POLAND

The aim of this paper is to research the political attitudes of FACEBOOK users in Poland. By developing the topic of this paper not only problems related with political attitudes are discussed but also the Russian propaganda narratives and other social variables are solidified. Therefore, the aim is to verify the influence of Russian propaganda (if there is any) on attitude of FACEBOOK users in Poland. It is also aimed to find out the influence of social variables like: age, income, education, social status.

Propaganda has been attracting the attention of foreign researchers for a long time. For instance, P. Taylor, E. Bernays have researched the impact of propaganda, G. Jowett, V. O'Donnell, H. Lasswell found out the different research models for propaganda analysis. Moreover, the significant research on political attitude, the influence of Russian propaganda has been done by Lithuanian professors in 2017. The political attitudes of Poles are found out by researchers of Chatnam House, Pew Research Center and other.

The results of this paper have been received by doing statistical analysis. Graphics of frequency, box-and-whisker are combined in this paper. Also, the regression model is applied. Not only is the statistics of the gathered data important but also the interpretation of it.

The results of the research shows that Russian propaganda narratives regarding to European Union, NATO or Ukraine-Poland relationships are not established among FACEBOOK users in Poland. It should be noted that despite the fact that Russia seeks to set Polish citizens against the European Union, however, 71.1 % of all respondents support the European Union and 91.4 % — NATO. According to respondents, Russia is the most unfriendly state for Poland (85.8 %). It should also be noted that usually such political attitudes are influenced by income, age and social status.

The study also revealed that more educated people are more likely to use alternative sources of foreign news, and less educated people will say that the Russian media is objective. Also, the research shows that 92.7 % of all respondents are faced the propaganda. Most respondents associated propaganda with manipulation, brainwashing, persuasion and some with a certain political party or state, i.e. mostly with the "Law and Justice" party, Russia.

Key words: *propaganda, Russia, Poland, political attitude, narratives, disinformation, digital space, European Union, NATO, social networks*

PRIEDŲ SAŖAŠAS

1 PRIEDAS. Anketa „Rusijos propaganda Lenkijoje“	61
2 PRIEDAS. Naratyvas: Rusijos-Lenkijos santykiai / Lenkijos vidaus politika	67
3 PRIEDAS. Naratyvas: NATO / Europos Sąjunga / JAV-Lenkijos santykiai	68
4 PRIEDAS. Naratyvas: Ukrainos-Lenkijos santykiai	69
5 PRIEDAS. Problemos, susijusios su Lenkija ir Europos Sąjunga.....	72

1 PRIEDAS. Anketa „Rusijos propaganda Lenkijoje“

Rosyjska propaganda w Polsce

Szanowna Pani / Szanowny Panie,

Jestem Kristyna Kovalevska, studentka Instytutu Stosunków Międzynarodowych i Nauk Politycznych Uniwersytetu w Wilnie. Celem badania jest analiza propagandy rosyjskiej propagowanej w polskiej przestrzeni cyfrowej oraz ocena jej wpływu na postawy społeczne Zachodu.

Formularz jest anonimowy, więc używane będą tylko zagregowane dane.

Dziękuję za współpracę!

Šios anketos rezultatai viešai nepublikuojami



1. Wiek:

2. Płeć:

Kobieta

Mężczyzna

3. Obywatelstwo:

4. Miejsce zamieszkania:

Wielkie miasta (Warszawa, Kraków, Łódź, Wrocław, Poznań, Gdańsk)

Małe miasteczka

Wieś

5. Edukacja:

- Szkoła średnia
- Zasadnicza szkoła zawodowa
- Szkolnictwo wyższe (uniwersytet)
- Szkolnictwo wyższe (nie uniwersytet)
-

6. Twoja sytuacja społeczna w społeczeństwie:

- Student
- Pracownik
- Bezrobotni
- Starowina / staruszek
-

7. Twój miesięczny dochód:

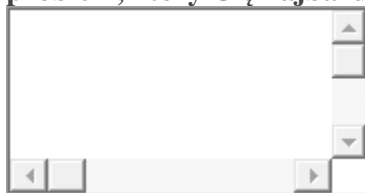
- Do 2000 zł.
- 2000–3000 zł.
- 3000–4000 zł.
- 4000–5000 zł.
- Więcej niż 5000 zł.
-

8. Czy Pana (i) zdaniem Polska idzie w dobrym czy złym kierunku?

- Złym
- Dobrym

9. Jaki jest największy problem, z którym dziś spotyka się Polska? Nazwij najbardziej drażliwy problem, który Cię najbardziej niepokoi.

10. Jaki jest największy problem, przed którym stoi dziś Europa? Nazwij najbardziej drażliwy problem, który Cię najbardziej niepokoi.



11. Czy popierasz Unię Europejską?

- Tak
 Nie

12. Czy popierasz NATO?

- Tak
 Nie

13. Czy każdy z tych krajów jest przyjazny dla Polski?

	Przyjazn	Nieprzyjazn
Litwa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Republika Czeska	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Słowacja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Węgry	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Łotwa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Białoruś	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rosja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Niemcy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stany Zjednoczone Ameryki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Czy zgadzasz się z następującym stwierdzeniem: "Ukraina znajduje się w sferze wpływów rosyjskich i dlatego Rosja wpłynęła na niektóre decyzje na Ukrainie.

- Zgadzam się
- Nie zgadzam się
-

15. Czy uważasz, że Polska powinna współpracować z Rosją?

- Tak
- Nie
-

16. Z jakiego źródła korzystasz, aby otrzymywać codzienne wiadomości społeczne i polityczne? (na dole wypisz kanały, media itp.)

- Telewizja krajowa
- Telewizja komercyjna
- Radio
- Gazeta
- Portale informacyjne
- Media społecznościowe
-

17. Jak często używasz mediów społecznościowych jako jednego ze źródeł codziennych wiadomości?

- Każdego dnia
- Czasami (1 lub 2 razy w tygodniu)
- Rzadko (1 lub 2 razy w miesiącu)
- Nigdy

18. Którym kanałom telewizyjnym najbardziej ufasz?

- TVP
- Polsat
- TV4
- TVN
-

19. Czy oglądasz rosyjskie kanały telewizyjne?

- Tak
- Nie

20. Czy korzystasz z zagranicznych mediów, które mają inne podejście do przedstawienia aktualnych wiadomości niż media w Polsce (alternatywne źródła wiadomości)?

- Każdego dnia
- Czasami (1 lub 2 razy w tygodniu)
- Rzadko (1 lub 2 razy w miesiącu)
- Nigdy

21. Wymień alternatywne źródła wiadomości, z których korzystasz:



22. Dlaczego Twoim zdaniem ważne jest, aby czytać / oglądać alternatywne źródła wiadomości?



23. Czy zgadzasz się z oświadczeniem: "Ludzie mówią, że niektóre alternatywne źródła wiadomości są wspierane przez same władze rosyjskie i mają wprowadzić w błąd." Dlaczego się (nie) zgadzasz?



24. Niektórzy politycy mówią, że Rosja próbuje wpłynąć na polską cyfrową przestrzeń, wpływając tym samym na wizerunek polskich polityków i stosunki z sąsiednimi krajami. Czy uważasz, że to prawda?

- Tak

- Nie
-

25. Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem, że rosyjskie media są obiektywne?

- Tak
- Nie
- Nie wiem

26. Czy spotkałeś się z propagandą w mediach?


- Tak
- Ne
- Nie wiem

27. Z czym kojarzysz słowo "propaganda"?

2 PRIEDAS. Naratyvas: Rusijos-Lenkijos santykiai / Lenkijos vidaus politika

https://inosmi.ru/politic/20180110/241158503.html

УСЛОВИЯ СОДЕРЖАНИЯ, ПОЛЬША



© AP Photo, Aik Kapriz

Сложные соседи, напряженность и ответ на эскалацию: польская восточная политика в 2018 году

Перейти >
tandemtrack.ru

Рекомендуем

СМИ 2

- «Наполеон, Восточный фронт» что невидано рассказали про Крым
- Германия возобновила переговоры контрактов между «Газпромом» и «Нафтогазом»
- Собчак направил в посольство Украины письмо с просьбой по Крыму
- Собчак: «Я бы хотела, чтобы он ушел в отставку, потому что стыдно»
- Да что ты можешь? Уполномоченный Петровски

3 PRIEDAS. Naratyvas: NATO / Europos Sąjunga / JAV-Lenkijos santykiai

The screenshot shows a news article on a Polish website. At the top, there is a blue banner with a portrait of Janusz Korwin-Mikke and a quote: "Przyczyną trudności w 'Służbie Zdrowia' nie jest to, że działa źle. Przyczyną zła jest to, że istnieje...". To the right of the banner is a login section with fields for 'login' and a password, and buttons for 'Wypnij się Nas | Współpraca' and 'Rejestracja'. Below the banner is a red navigation bar with buttons for 'D JKM', 'ARTYKUŁY', 'EUROWYBORY', 'WIADOMOŚCI', 'POLECAMY', 'KSIĘGARNIA', 'BLOG', 'VIDEOBLOG', 'GALERIA', 'CZAT', and 'FORUM'. The article title is 'Podatnicy zapłacą za walkę z propagandą' (Taxpayers will pay for the fight against propaganda), dated 01-05-2018 12:00:00. The article text states: 'INFO: Departament Stanu USA zapowiada wojnę z antyamerykańską propagandą rozpowszechnianą przez inne kraje. W sumie na ten cel Pentagon przeznaczy aż 40 mln USD. Wojsko chce walczyć głównie z wrogią propagandą prowadzoną w Internecie. Pieniądze trafią również na konta prywatnych firm, które pomogą w rozwoju technologii przeciwko szkodliwym dla USA treściom.' The source is cited as 'Źródło: www.rt.com' and the author as 'Opracował: JW'. There is a 'Przełącz darowiznę' button with Visa and Mastercard logos, and a social media widget for Janusz Korwin-Mikke with 771 likes and a 'Polubiono' button. A 'Lubę to!' button is also visible.

4 PRIEDAS. Naratyvas: Ukrainos-Lenkijos santykiai

ПОЛІТИКА

Президент Польщі підписав закон з територіальними претензіями до України

6 ЛУТЕГО 2018 23:55

Президент Польщі Анджей Дуда підписав **поправки** в закон про Інститут національної пам'яті.

Про це повідомив РАР прес-секретар президента Кшиштоф Лапінський.

<https://112.ua/ukrainian/obozrevatel-polska-446-otribbe-vost-katoyuphemy-10ty-6-41m-402-43007.html>

The screenshot shows the 112.ua website interface. At the top, there are navigation tabs for 'НОВОСТИ', 'АНАЛИТИКА', 'ВИДЕО', 'ХРОНИКА 112', 'АРХИВ', and 'ТЕЛЕКАНАЛ'. A search bar is present. On the right, there is a banner for 'ПРЯМОЙ ЭФИР "112 УКРАИНА"' with 'СМОТРЕТЬ' and 'СЛУШАТЬ' buttons. Below the navigation, there are advertisements for 'kiwitaxi' and 'ТРАНСФЕРЫ ЗА ГРАНИЦЕЙ'. The main article is titled 'Украина-Польша: Как прошлое вредит настоящему и что с этим делать' and is dated 15.12.2017. The article text discusses President Duda's visit to Ukraine and the signing of laws related to the Institute of National Remembrance. Below the article, there is a photo of President Duda and Ukrainian President Petro Poroshenko. To the left of the article, there is a sidebar with social media icons and a list of 'ДРУГИЕ МНЕНИЯ' (Other Opinions) with timestamps and brief headlines. To the right, there is a 'ОБ АВТОРЕ' (About the Author) section for 'Вардана Ключник'.

22 лютого 2018, Київ 20:03

ПОЛІТИКА

08 лютого 2018, 23:50

Олександр Гавриш

Операція «Лом» 1938 року. Державний тероризм Польщі на Закарпатті

ПОДІЛИТИСЬ



13-letniej uczennicy z Torunia odmówiono prawa do zwiedzania. Powodem było jej nazwisko

paw/ml/

2018-02-08, 23:05



Pracownicy Narodowego Centrum Badań Jądrowych w Świerku odmówili dziewczynce wstępu do obiektu, bo miała "imię i nazwisko brzmiące nie tak, jak u większości Polaków". Zażądali, by udowodniła, że ma polskie obywatelstwo. Dziewczynka była w grupie 60 uczniów, którzy odwiedzili Centrum. Wpuszczono ją dopiero, gdy dostarczono zdjęcie jej paszportu, potwierdzające, że jest Polką.

WĘGRY

+3



OSKAR GÓRZYŃSKI, 21-02-2018 (17:22)

Polscy falangiści sprawcami prowokacji na Ukrainie?

Dwóch członków skrajnie prawicowej Falangi jest podejrzanych o podpalenie budynku węgierskiego centrum kulturowego w Użhorodzie na Ukrainie. To kolejny incydent mający na celu rozbudzenie konfliktów etnicznych. - To prowokacja, która służy rosyjskiej propagandzie - uważa ekspert.





необязательно. Польша непременно попробует от Украины отказаться от своего выбора национальной левиты, от аэрокосма ОМ и УГА», – говорит Директор Центра внешнеполитических исследований OPARD Сергей Пархоменко.

Польшу, как видно, в ситуации с политическим напряжением между Украиной и Польшей присутствует как традиционный в последние время российский, так и польский факторы. Обе стороны пытаются использовать сложившиеся исторические предпосылки Украины и Польши для достижения своей политической цели. Можем ли этому противостоять и каков образцовый путь к решению?

Пути преодоления кризиса

Выявление состояния украинско-польской сплоченности является «предконфликтным», пишет эксперт центра «Майдан» Юрий Гончаренко. Альтернативой этому он видит реализацию сценария «друзья из далекой пещеры». Гончаренко считает, что обеим сторонам следует воздержаться от эскалации сплоченности на стадии периода сплоченности истории.

Кризис, обострение противоречий с Польшей для Украины представляет неутешительный. Во время, когда она и так находится в состоянии войны, подобная ситуация только углубит кризис внутри общества. Историческая тема как угроза междоусобице отношениям между соседями, недоверием к Украине, создает политический эскалатор. Адам Липовка, «Администрация украинского президента считает, что первой правительством ТАС» закончили и все вернется к этому состоянию, которое было. Как считает польские эксперты – это большая слабость была с украинской стороны. Не было никакого плана «Лобового» – утверждает специалист и советует как можно быстрее тушить пожар и все делать в эскалаторном режиме.

Новости ли там: В Польше ввели чрезвычайные мероприятия и несли – украинцы

Безусловно, в этом вопросе важна диалог, но она должна проходить без участия политиков. Речь идет о диалоге в контексте взаимовыгодной между историей и учеными. Стоит сказать, что эти мероприятия работы очень важны, и следовательно, прерывание необходимых политических и политических процессов, которые ведут к этому состоянию», – высказывает мнение сопредседатель группы по международным делам в Республике Польша Оскар Курини. В то же время обложение Киева и Варшавы как украинская, так и польская стороны ведет к реализации совместных экономических, инфраструктурных и оборонных проектов. Среди них – модернизация по стандартам НАТО танка Т-72, который обе страны отправляет на экспорт. А также ракеты Р-27 класса «воздух-воздух», разработанные для польской армии. Различная система залпового огня ZRN-01 Skorpion («Маргарита») соединила в себе польские автомобильные средства WB Group и украинскую ракетную технику «Арсенал». «Арсенал».

5 PRIEDAS. Problemos, susijusios su Lenkija ir Europos Sąjunga

