

Robert Reczkowski¹

Geopolityczna rozgrywka pandemią COVID-19: rosyjski ekosystem dezinformacji i propagandy

Streszczenie: Zarówno dezinformacja, jak i propaganda nie są działaniami nowymi, ale towarzyszą społeczeństwom praktycznie od samego ich powstania. Co więcej, ich użyteczność w działaniach państw potwierdzają nie tylko liczne przykłady historyczne, ale również te, których jesteśmy obecnie świadkami i są ściśle związane z rozprzestrzenianiem się pandemii COVID-19. Artykuł jest próbą zdefiniowania i opisanie nie tylko rosyjskiego ekosystemu dezinformacji i propagandy w dobie pandemii, ale również próbą odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób różne filary tego ekosystemu odgrywają różne role, wzajemnie się zasilają oraz wzmacniają.

Słowa kluczowe: Dezinformacja, propaganda, bezpieczeństwo informacyjne, COVID-19

Wprowadzenie

David Kilcullen, profesor na Uniwersytecie w Nowej Południowej Walii, w swojej najnowszej książce „The Dragons and the Snakes:

¹ Płk dr, szef Oddziału Analiz Operacji Wojskowych w Centrum Doktryn i Szkolenia Sił Zbrojnych w Bydgoszczy; e-mail: r.reczkowski@wp.pl; ORCID: 0000-0002-1227-5090.

How the Rest Learned to Fight the West” konstatuje, że obecnie pandemia jest kryzysem zdrowia publicznego, ale za kilka tygodni lub miesięcy stanie się kryzysem gospodarczym, a do końca roku możemy ten fakt potraktować jako kwestię bezpieczeństwa narodowego. Co więcej, gdy tylko wirus zacznie z impetem uderzać w państwa rozwijające się, zobaczymy całkiem nowy zbiór niestabilności. Może to być kryzys, który zmieni porządek w systemie światowym, gdyż ma niespotykaną dotąd skalę i zasięg globalny (Kilcullen, 2020).

Gwałtowne rozprzestrzenianie się choroby COVID-19 niewątpliwie wpływa na odczuwanie przez nas zagrożenia w skali nie tylko lokalnej czy regionalnej, ale również w globalnej. Wbrew apelom ONZ czas pandemii nie jest czasem wstrzymania konfliktów, jak bywało to w starożytnej Grecji w czasie igrzysk olimpijskich. Wiele podmiotów stosunków międzynarodowych postanowiło zyskać jak najwięcej na COVID-19, który dla Rosji jako swoisty „multiplikator” stał się kolejną okazją do szerzenia dezinformacji, jak również działań propagandowych służących w większości jako narzędzia wspierające osiągnięcie celów politycznych. Co więcej, niepewność związana z rozszerzaniem się COVID-19 stwarza wyjątkowe okoliczności, w których teorie spiskowe, *fake newsy* oraz podejrzenia biorą górę nad merytorycznymi i fachowymi komunikatami.

Mając powyższe na uwadze, celem niniejszego artykułu jest próba zdefiniowania i opisanie rosyjskiego ekosystemu dezinformacji i propagandy w dobie pandemii COVID-19 jako jednego z wielu narzędzi wykorzystywanych przez Rosję w rozgrywkach geopolitycznych. Jednocześnie autor próbuje odpowiedzieć na pytanie: w jaki sposób różne filary tego ekosystemu odgrywają różne role, wzajemnie się zasilają oraz wzmacniają.

W celu odpowiedzi na powyższe pytanie autor zastosował teoretyczne metody badawcze: analizę literatury, syntezę, wnioskowanie i porównanie oraz wykorzystał materiały pochodzące z webinarium naukowego² „Globalna i regionalna rozgrywka pandemią COVID-19”.

² W ramach kampanii analiz środowiska bezpieczeństwa prowadzonych pod kryptonimem Nowe Urządzenie Polskie „NUP 2X35”, Centrum Doktryn i Szkolenia

Czym jest dezinformacja a czym propaganda?

Ogólnie rozumiana dezinformacja odnosi się do pewnego rodzaju informacji będącej jednakże jej przeciwieństwem, informacją fałszywą, kłamliwą lub rzekomą, która wprowadza odbiorcę w błąd. Zasadniczym założeniem interpretacyjnym pojęcia „dezinformacja” jest jej celowość, tzn. nieprawdziwa informacja jest przekazywana po to, aby osiągnąć określony efekt, dać odbiorcy wiedzę pozorną, bezużyteczną lub wręcz szkodliwą, która następnie posłuży do podejmowania przez wspomnianego odbiorcę błędnych decyzji, korzystnych z punktu widzenia podmiotu dezinformującego. Niewykluczone jest także osiągnięcie efektu niezamierzonego, wynikającego z błędnego zrozumienia treści informacyjnej przez odbiorcę lub jej zniekształcenia np. w trakcie transmisji radiowej (Wrzosek, 2005).

W opinii ekspertów ds. dezinformacji termin ten może być rozumiany w węższym i szerszym znaczeniu. Węższe znaczenie pojęcia „dezinformacja” odnosi się do wprowadzenia w błąd i wpływania, chociaż można w obu przypadkach wskazać istotne różnice. Zasadniczo wprowadzenie w błąd jest czynnością jednorazową, która odnosi się do konkretnej sytuacji czy też konkretnego zadania. W przypadku wprowadzenia w błąd zakłada się pewnego rodzaju „amatorszczyznę”, tj. wykorzystanie szerokiego wachlarza środków z zamiarem wmówienia określonych rzeczy określonym osobom. Dezinformacja natomiast charakteryzuje się systematycznością działań, profesjonalnym ich przygotowaniem i organizowaniem oraz konsekwentnym wykorzystaniem środków masowego przekazu. Dezinformuje się całe populacje, a nie poszczególne osoby. Podobnie jest w przypadku wpływania, które postrzegane jest jako działanie

Sił Zbrojnych (CDiS SZ) zaprosiło naukowców reprezentujących czołowe polskie uczelnie i ośrodki naukowe, aby podzielili się swoją wiedzą i opiniami na temat wpływu pandemii COVID-19 na środowisko bezpieczeństwa w wymiarze geopolitycznym. Platformą do debaty było webinarium zatytułowane „Globalna i regionalna rozgrywka pandemią COVID-19”, które odbyło się 28 kwietnia 2020 roku i było moderowane przez autora. Uczestnikami webinarium byli uznani pracownicy naukowi i eksperci zajmujący się zagadnieniami geopolityki oraz dowódcy, oficerowie sztabów i wojskowi analitycy. Przep. aut.

niezorganizowane i doraźne. W porównaniu z wpływaniem dezinformacja to realizacja konsekwentnego programu, którego celem jest zastąpienie poglądów zidentyfikowanych w świadomości, a nawet podświadomości masowego odbiorcy. Zastępowane są poglądy, które zostały uznane przez dezinformatora za niekorzystne. Ich miejsce zastępuje odpowiednio dobrana narracja, wcześniej przygotowana przez podmiot dezinformujący (Kacała, 2015).

W szerszym znaczeniu dezinformacja to techniki wpływania na ludzi. Wynika to z dwóch zasadniczych powodów. Z reguły dezinformatorzy są członkami grup (organizacji, instytucji, agencji, jednostek wojskowych), które prowadzą działania zarówno w sferze wpływu i szeroko rozumianej dezinformacji. Grupy te z reguły są związane z działalnością kontrwywiadowczą. Drugim powodem jest jednakowe w obu przypadkach postrzeganie celu. Istotą działań dezinformacyjnych jest bowiem wprowadzenie do opinii publicznej (obiegu informacyjnego) odpowiedniego katalizatora zachowań społecznych. Kluczem jest tu zachowanie pozorów spontaniczności (Volkoff, 1991).

Wobec powyższego, czym zatem jest propaganda? W literaturze zachodniej propaganda najczęściej opisywana jest jako zręczne posługiwanie się obrazami, sloganami i symbolami, które to odwołują się do naszych uprzedzeń i emocji. Jest komunikowaniem pewnego punktu widzenia, mającym na celu skłonienie odbiorcy do dobrowolnego przyjęcia tego punktu widzenia za swój (Pratkanis, Aronson, 2004). W krajowej literaturze przedmiotu propagandę charakteryzuje się zgoła odmiennie. Przykładowo Henryk Kula definiuje propagandę jako „celowe upowszechnianie wiadomości, opinii, poglądów, teorii, wyjaśniających otaczającą rzeczywistość i zjawiska życia społecznego” (Kula, 2005, s. 82). Z kolei naukowcy z Uniwersytetu Wrocławskiego (Bogusława Dobek-Ostrowska, Janina Fras i Beata Ociepka) w publikacji pt. „Teoria i praktyka propagandy” przedstawiając najbardziej typowe ujęcia teorii propagandy we współczesnej nauce, funkcjonowanie systemów propagandowych i ich związek z systemami komunikowania oraz opinią publiczną wskazują, że propaganda to technika wpływania na zachowania obywateli, kierowania opinią publiczną i manipu-

lowania. Co więcej, w ich ocenie propaganda opiera się na najnowszych osiągnięciach naukowych i wynikach badań empirycznych w zakresie psychologii społecznej, socjologii, politologii, teorii komunikowania i innych naukach społecznych (Dobek-Ostrowska, Frasz i Ociepka, 1999).

Powyższe pozwala stwierdzić, że zarówno dezinformacja, jak i propaganda są dla wielu podmiotów państwowych, a w szczególności Rosji i Chin, atrakcyjnym narzędziem chociażby dlatego, że mają szeroki transgraniczny zasięg, niewiele kosztują, mogą być anonimowe, przez co pozwalają ukryć tożsamość dezinformatora.

Rosyjski ekosystem dezinformacji i propagandy

W każdej analizie rosyjskiej dezinformacji czy taktyki propagandowej należy zauważyć, że istnieje wiele terminów i pojęć, które są używane do opisanie ich natury. Jednakże najczęściej sprowadza się to do określenia „konfrontacja informacyjna”, który to termin używany jest w rosyjskich kręgach strategicznych i wojskowych do określenia ich podejścia wykorzystania informacji zarówno w czasie pokoju, kryzysu, jak i wojny. Istnieje również bogata literatura, w której można znaleźć szereg przykładów stosowania przez Rosję tzw. „środków aktywnych” czyli długotrwałych rosyjskich metod prowadzenia działań polityczno-wojskowych, które wykorzystują dezinformację i propagandę jako jedno z narzędzi do osiągnięcia rosyjskich celów strategicznych. Wydaje się więc, że powyższe ze strategicznego punktu widzenia przemawia do określenia Rosji jako podmiotu stosunków międzynarodowych znajdującego się w stanie permanentnego konfliktu z postrzeganymi przez siebie przeciwnikami.

W opinii dr. Jerzego Targalskiego Rosja zoperacjonalizowała koncepcję wiecznej rywalizacji w przestrzeni informacyjnej, doprowadzając do systematycznego rozwoju tzw. ekosystemu dezinformacji i propagandy, który pozwala na różnorodne i nakładające się podejścia, które wzmacniają się nawzajem, nawet jeśli poszczególne komunikaty w systemie wydają się sprzeczne. Ten ekosystem od-

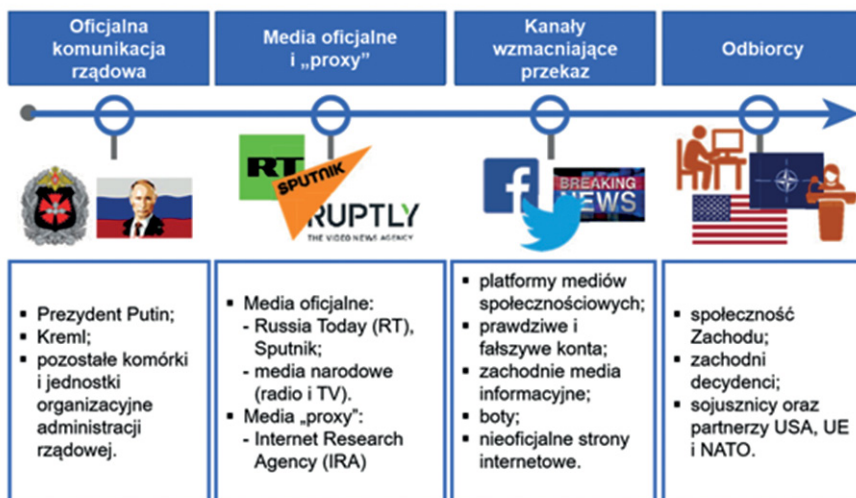
zwierciadła zarówno źródła dezinformacji i propagandy – oficjalne oświadczenia rządowe, finansowane przez państwo media, „proxy” strony internetowe, boty, fałszywe postacie w mediach społecznościowych, operacje dezinformacyjne z wykorzystaniem cyberprzestrzeni itd. – jak i różne taktyki stosowane przez te kanały. Co więcej, nie ma jednej platformy medialnej, na której rozpowszechniana jest propaganda i dezinformacja, jak i nie ma też jednorodności komunikatów w różnych źródłach (Targalski, 2020).



Rys. 1. Rosyjski ekosystem dezinformacji i propagandy
Źródło: opracowanie własne

Ww. ekosystem dezinformacji i propagandy w Rosji, w ocenie RAND Corporation, to zbiór oficjalnych, zastępczych i nieprzypisanych kanałów komunikacji oraz platform, których Rosja używa do tworzenia i wzmacniania fałszywych narracji (Kavanagh, Cherney, Reininger, Griffin, 2020). Co więcej, z analizy literatury przedmiotu wynika, że zasadniczo ekosystem ten składa się z czterech głównych filarów. Filary te można określić następująco: filar 1 – oficjalna komunikacja rządowa, filar 2 – media oficjalne i „proxy”, filar 3 – kanały wzmacniające przekaz, filar 4 – odbiorcy. Powyższe filary są względem siebie wzajemnie powiązane, a ze względu na pewne

zależności między sobą tworzą swoisty „łańcuch dezinformacji i propagandy” (patrz rys. 2).



Rys. 2. Rosyjski łańcuch dezinformacji i propagandy.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bodine-Baron E., Helmus T.C., Radin A., Treyger E. (2018).

W podobny, aczkolwiek nieco bardziej szczegółowy sposób, podchodzą do tego eksperci z GEC (ang. *Global Engagement Center*), którzy dla Departamentu Stanu USA opracowali specjalny raport opisujący mechanizmy rosyjskiej dezinformacji i propagandy w czasie pandemii. W przedmiotowym raporcie również jest mowa o rosyjskim ekosystemie dezinformacji i propagandy. Według GEC ekosystem ten tworzy 5 filarów: oficjalna komunikacja rządowa (ang. *official government communications*), globalne wiadomości finansowane przez państwo (ang. *state-funded global messaging*), utrzymywanie i doskonalenie źródeł zastępczych (ang. *cultivation of proxy sources*), wykorzystywanie mediów społecznościowych jako broni (ang. *weaponization of social media*) oraz wykorzystanie cyberprzestrzeni (ang. *cyber-enabled disinformation*) (GEC Special Report, 2020).

W każdym razie, czy ekosystem ten składa się z 5 czy 4 filarów nie ma wielkiego znaczenia, istotne jest to, że zastosowanie przez Rosję

podejścia ekosystemowego w obszarze dezinformacji i propagandy daje jej co najmniej trzy dostrzegalne korzyści. Po pierwsze pozwala na wprowadzenie wielu odmian tych samych fałszywych narracji. Pozwala to różnym filarom ekosystemu na dostosowanie narracji dezinformacyjnych do różnych grup docelowych, ponieważ nie ma potrzeby zachowania spójności, jak w przypadku przypisywanych komunikatów rządowych. Po drugie zapewnia wiarygodne zaprzeczenie urzędnikom Kremla, gdy strony „proxy” rozpowszechniają rażącą i niebezpieczną dezinformację, pozwalając im odrzucić krytykę, jednocześnie wprowadzając szkodliwe informacje. Po trzecie tworzy efekt mnożnikowy (ang. *Multiplier Effect*) mediów wśród różnych filarów ekosystemu, który zwiększa ich zasięg i rezonans.

Zdaniem dr. Targalskiego efekt mnożnikowy mediów może czasami wywoływać tzw. burze dezinformacyjne, które mogą mieć potencjalnie niebezpieczne skutki dla tych, których Rosja postrzega jako przeciwników na poziomie globalnym, regionalnym, a nawet lokalnym. W przeszłości Rosja wykorzystywała tę dynamikę, aby uchronić się przed krytyką za zaangażowanie w działalność postrzeganą jako złośliwą. Takie podejście pozwala również Rosji być oportunistyczną, na przykład w przypadku COVID-19, gdzie wykorzystała globalną pandemię jako kolejną szansę do forsowania długotrwałej dezinformacji i narracji propagandowych (Targalski, 2020).

Podejście ekosystemowe dobrze nadaje się również do wzmacniania ogólnych celów Rosji, jakimi są kwestionowanie wartości instytucji demokratycznych oraz osłabianie międzynarodowej wiarygodności i spójności międzynarodowej, w szczególności UE, NATO czy Stanów Zjednoczonych. Ponieważ niektóre filary tego ekosystemu generują własny rozmach, w przeciwieństwie do czekania na konkretne polecenia Kremla przy każdej okazji, mogą reagować na różne cele polityczne lub rozwijające się sytuacje, a następnie powrócić do swojego *status quo*, polegającego na generalnym szerzeniu np. pogardy wobec przeciwników Rosji.

Odwieczny konflikt, który Rosja widzi w przestrzeni informacyjnej, oznacza również, że urzędnicy i media państwowe mogą przyjąć jedną stronę sprawy, podczas gdy rynki z pewną dozą niezależności przyjmą drugą stronę tej sprawy jako własne wariacje na temat

podobnych nadrzędnych fałszywych narracji. Wynika z tego, że podejście ekosystemowe jest odpowiednie dla tej dynamiki, ponieważ nie wymaga harmonizacji między różnymi filarami. Poprzez jednocześnie propagowanie wielu wersji danej historii, aktorzy ci będą mącić w przestrzeni informacyjnej, aby zmylić tych, którzy próbują dociec prawdy.

Zależności i powiązania w rosyjskim ekosystemie dezinformacji i propagandy

Pierwszym filarem w ekosystemie i jednocześnie pierwszym ogniwem w łańcuchu dezinformacji i propagandy jest samo państwo rosyjskie, a mianowicie rosyjskie kierownictwo i Kreml. Jest jasne, że kampania wpływów nie odbyłaby się bez decyzji wysokiego szczebla w rosyjskim rządzie. To tutaj rodzi się główny cel strategiczny państwa oraz określana jest strategia działania w celu osiągnięcia założonego celu. Pytanie jakie się tutaj nasuwa to, jak bardzo rosyjscy aktorzy podejmujący działania w tym łańcuchu są lub mogą być kontrolowani czy koordynowani przez władze rosyjskie?

Media oficjalne i „proxy”, które w opinii wielu ekspertów faktycznie prowadzą rosyjską kampanię wpływów, stanowią drugi filar w ekosystemie i zarazem drugie ogniwo w łańcuchu dezinformacji i propagandy. Jak zauważył Mark Galeotti, rosyjska kampania dezinformacji i propagandy jest szeroko zakrojoną kampanią, w której większość przedsięwzięć pochodzi z inicjatywy jednostek w aparacie rządowym i poza nim, kierując się raczej poczuciem pragnień Kremla niż szczegółowym planem (Galeotti, 2017). Ponieważ podmioty w tym filarze są tak różnorodne i działają z różnym stopniem niezależności od rosyjskiego rządu, można podzielić je na trzy, ewentualnie cztery kategorie. Pierwsza kategoria obejmuje aktorów, którzy są częścią państwa rosyjskiego, jak np. GRU czy portal internetowy „Sputnik”. Druga kategoria, obejmująca takie podmioty, jak sieć informacyjna RT, nie jest formalnie częścią państwa rosyjskiego, ale jest przez nią transparentnie wspierana. Trzecia kategoria obejmuje podmioty, które świadomie działają w imieniu rosyjskiego rządu,

ale powiązania tych podmiotów z państwem rosyjskim są ukryte, takie jak np. IRA (znana również jako „fabryka trolli” z siedzibą w Sankt Petersburgu) lub strony internetowe, które nie mają wyrażonej domeny „.ru”, ale których finansowanie łączy ich z państwem rosyjskim. Potencjalna czwarta kategoria obejmuje podmioty, które w rzeczywistości działają na rzecz realizacji celów rządu rosyjskiego, ale które nie są bezpośrednio powiązane z państwem rosyjskim. Są to z reguły nieświadomi uczestnicy, którzy są zmotywowani do rozpowszechniania wiadomości zgodnych z celami Rosji z własnych powodów – w tym tych po prostu posiadających poglądy, które rosyjski rząd stara się promować – i dlatego zapewniają dodatkowy kanał do osiągnięcia rosyjskich celów, takich jak np. tworzenie lub rozszerzanie podziałów w społeczeństwach zachodnich. Do kategorii tej zalicza się również patriotycznych rosyjskich hakerów oraz sieci prywatne sponsorowane przez rosyjskich oligarchów.

Trzeci filar w ekosystemie, jak i trzecie ogniwo w łańcuchu dezinformacji i propagandy obejmuje różne kanały (podmioty i platformy), za pośrednictwem których rosyjska dezinformacja i propaganda jest celowo lub nieumyślnie wzmacniana. Platformy mediów społecznościowych, takie jak Facebook i Twitter, odgrywają tutaj kluczową rolę wzmacniającą poprzez swoje polityki, algorytmy czy reklamy – rolę, którą mogą manipulować, obalać lub wykorzystywać rosyjskie podmioty próbujące szerzyć dezinformację i propagandę. Szczególnie ważne tutaj są również konta aktywne w tych kanałach, ponieważ wiele z nich odgrywa rolę we wzmacnianiu dezinformacji i propagandy, niezależnie od tego, czy są prawdziwymi, czy fałszywymi, botami, trollami lub zwykłymi użytkownikami.

Ostatnim filarem ekosystemu i ogniwo w łańcuchu dezinformacji i propagandy są odbiorcy, którzy mocno związani są z kanałami wzmocnienia, ponieważ w wielu przypadkach to właśnie odbiorcy przyczyniają się do rozpowszechniania dezinformacji poprzez publikowanie, retweetowanie lub w inny sposób promują takie treści. W tym miejscu warto zaznaczyć, że odbiorcy są szczególnie ważni nie tylko ze względu na to, czy cele kampanii będą zrealizowane czy nie, ale również dlatego, że wszelkie wysiłki mające na celu zmniejszenie wpływu dezinformacji na tym etapie łańcucha będą dotyczyć

natury ludzkiej. Na przykład zmiana algorytmów lub platform może zmniejszyć lub zwiększyć widoczność niektórych dezinformacji, ale ostatecznie i tak będzie zależało to od użytkownika czy będzie wierzył lub nie wierzył określonej treści.

Zakończenie

Niewątpliwie w ostatnim okresie czasu coraz więcej miejsca w debacie publicznej zajmują kwestie związane z zagrożeniami wynikającymi z prowadzonej przez Rosję przeciwko całemu światu zachodniemu wojny informacyjnej, której efekty również wykorzystuje w swoich rozgrywkach na arenie międzynarodowej. Pomimo tego świadomość i wiedza społeczeństw na ten temat nadal pozostaje na niewystarczającym poziomie.

Przedstawiona przez autora próba definicji rosyjskiego ekosystemu dezinformacji i propagandy w dobie pandemii, gdzie pandemia służy jako „multiplikator”, ma głównie na celu kontekstualizację zagrożenia, jakie stanowi Rosja w tej dziedzinie. Co ważne, wspólne jego zrozumienie jest niezbędnym warunkiem wstępnym do opracowania narzędzi analitycznych do monitorowania różnych wektorów zagrożeń oraz tworzenia zasad i procedur, które pozwalają na wypracowanie środków służących przeciwdziałaniu tego typu praktykom.

Chociaż wysiłki te są kontynuowane w wielu państwach, jak i organizacjach międzynarodowych (UE czy NATO), niniejszy artykuł w opinii autora zwiększy świadomość zagrożenia, jakie stwarza dezinformacja i propaganda oraz być może przyczyni się do pogłębienia badań czy wysiłków w celu lepszego zrozumienia mechanizmów, metod, narzędzi czy technik stosowanych przez Rosję do szerzenia dezinformacji i propagandy w celu neutralizacji tych działań.

Bibliografia

- Avdeeva M. (2020), *Kremlin's Influence Operations: Working Out Countering Mechanisms for Eastern Partnership Member States*, The International Strategic Action Network for Security. Pobrano z lokalizacji <https://isans.org/articles-en/kremlins-influence-operations-working-out-countering-mechanisms-for-eastern-partnership-member-states.html>. [dostęp: 30.08.2020].
- Bodine-Baron E., Helmus T.C., Radin A., Treyger E. (2018). *Countering Russian Social Media Influence*, RAND Corporation, Santa Monica, California. Pobrano z lokalizacji https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2740.html. [dostęp: 29.08.2020].
- Brovdiy Y. (2020). *Disinformation in Times of COVID-19: Reinforcing the Responses of the European Union and the United States*, Collage of Europe Policy Brief, nr 5/20. Pobrano z lokalizacji <https://www.coleurope.eu/research-paper/disinformation-times-covid-19-reinforcing-responses-european-union-and-united-states>. [dostęp: 29.08.2020].
- Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociepka B. (1999). *Teoria i praktyka propagandy*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Galeotti M. (2017). *Policy Brief: Controlling Chaos: How Russia Manages Its Political War in Europe*, London: European Council on Foreign Relations, August 2017.
- GEC Special Report (2020). *Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem*, Washington: U.S. Department of State, August 2020.
- Kacała T. (2015). *Dezinformacja i propaganda w kontekście zagrożeń dla bezpieczeństwa państwa. Przegląd Prawa Konstytucyjnego*, nr 2 (24), s. 49–65. DOI 10.15804/ppk.2015.02.03.
- Kavanagh J., Cherney S., Reininger H., Griffin N. (2020). *Fighting Disinformation Online. Building the Database of Web Tools*, RAND Corporation, Santa Monica, California. Pobrano z lokalizacji https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR3000.html. [dostęp: 25.08.2020].
- Kilcullen D. (2020). *The Dragons and the Snakes: How the Rest Learned to Fight the West*. Oxford: Oxford University Press.
- Контрразведывательный словарь*. (1972). Moskwa: Wyższa Szkoła KGB im. F.E. Dzierżyńskiego.
- Kula H.M. (2005). *Propaganda współczesna. Istota – właściwości*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Legucka A. Przychodniak M. (2020.04.26). *Dezinformacja Chin i Rosji w trakcie pandemii COVID-19*. Biuletyn PISM, nr 86, Pobrano z lokalizacji https://pism.pl/publikacje/Dezinformacja_Chin_i_Rosji_w_trakcie_pandemii_COVID19. [dostęp: 19.05.2020].

Materiały własne z webinarium naukowego pt. „Globalna i regionalna rozgrywka pandemią COVID-19” zorganizowanego w dniu 28 kwietnia 2020 r. przez Centrum Doktryn i Szkolenia Sił Zbrojnych w ramach kampanii „Nowe Urządzenie Polskie – NUP 2X35”.

Международные угрозы 2020. Каждый – за себя (2020), МГИМО. Moskwa. Pobrano z lokalizacji <https://mgimo.ru/library/publications/int-threats-2020/>. [dostęp: 12.01.2020].

Pratkanis A., Aronson E. (2004). *Wiek propagandy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Targalski J. (2020). *Koronawirus jako narzędzie wojny informacyjnej*, wystąpienie podczas webinarium naukowego pt. „Globalna i regionalna rozgrywka pandemią COVID-19” zorganizowanego w dniu 28 kwietnia 2020 r. przez Centrum Doktryn i Szkolenia Sił Zbrojnych w ramach kampanii „Nowe Urządzenie Polskie – NUP 2X35”.

Volkoff V. (1991). *Dezinformacja – oręż wojny*. Warszawa: Wydawnictwo Delikon.

Geopolitical Gameplay with COVID-19 Pandemic: Russian Ecosystem of Disinformation and Propaganda

Summary: Both disinformation and propaganda are not new activities, but they have been accompanying societies practically since their inception. What’s more, their usefulness in the actions of states is confirmed not only by numerous historical examples, but also by those we are currently witnessing and are closely related with the spread of the COVID-19 pandemic. The article is an attempt to define and describe not only the Russian ecosystem of disinformation and propaganda, but also an attempt to answer the question of how different pillars of this ecosystem play different roles, feed each other and strengthen each other.

Keywords: disinformation, propaganda, information security, COVID-19

Data przekazania tekstu: 29.05.2020; data zaakceptowania tekstu: 21.09.2020.