

KRYZYS **CZY** **PROPAGANDA**



WEI

Kryzys czy propaganda?

Postawy Polaków wobec wojny w Ukrainie

Badanie przeprowadzone przez
Maison & Partners na zlecenie
Warsaw Enterprise Institute



WEI

Maison & PARTNERS

Edycja druga. Styczeń 2023 r.

Spis treści

Wstęp	4
Jak interpretować te wyniki?	5
Co z tym zrobić?	7
Cele i metodologia badań	8
Główne wyniki	9
Wyniki szczegółowe	10
Charakterystyka demograficzna próby	17

Wstęp

Prezentujemy drugą edycję badania postaw Polaków wobec wojny w Ukrainie oraz uchodźców z Ukrainy. Nasze badanie jest zawężone do postaw, które – przynajmniej potencjalnie – mogą być przedmiotem oddziaływania rosyjskiej propagandy. Badanie przeprowadziła dla nas firma Maison&Partners.

We wrześniu 2022 r. i w styczniu 2023 r. poprosiliśmy reprezentatywną próbę 1061 Polaków o określenie swojego stosunku do ośmiu wybranych przez nas tez, które uznaliśmy za spójne z ogólnym celem narracji eksportowanych przez Kreml za granicę. Celem tym jest osłabienie poparcia dla pomocy Ukrainie w zachodnich społeczeństwach oraz wywołanie napięć społecznych w państwach, do których napłynęli uchodźcy wojenni. Część z tych tez wprost pojawia się w wypowiedziach rosyjskich propagandystów. Uznaliśmy, że wyznacznikiem trendu negatywnego dla naszego kraju oraz Ukrainy, a korzystnego dla Kremla będzie wzrost liczby Polaków zgadzających się z co najmniej połową przedstawionych twierdzeń.

I tak aż 41 proc. badanych „zdecydowanie się zgadza” bądź „raczej się zgadza” z co najmniej czterema prezentowanymi w badaniu tezami, gdy we wrześniu było to jeszcze 34 proc. badanych. To wzrost o 7 pp. Przy czym, co warto podkreślić, za ten wzrost odpowiada grupa osób deklarujących „raczej się zgadzam”.

W badaniu wyróżniliśmy cztery kategorie postaw:

- **dotyczących przyczyn wojny**

- 1) Wojna to spisek liberalny elit Zachodu, tych samych, które zaplanowały pandemię
- 2) Gdyby nie ekspansja NATO na Wschód, Putin nie zaatakowałby Ukrainy i Ukraińców

- 3) Uchodźcy z Ukrainy to tak naprawdę imigranci ekonomiczni

- 4) Nie powinniśmy pomagać Ukrainie, dopóki nie pokaja się za Wołyń i nie potępi Bandery

- **polityki wewnętrznej Polski**

- 5) Polski nie stać na uchodźców

- **dotyczących Rosji i wojny**

- 6) Nie należy drażnić Rosji, gdyż posiada ona broń nuklearną

- 7) Powinniśmy promować pokój za wszelką cenę – nawet za cenę ustępstw terytorialnych Ukrainy wobec Rosji

- 8) Powinniśmy zaprzestać dostarczania broni, bo to podpala dalej konflikt, który nie ma z nami żadnego związku

Tezy dotyczące przyczyn wojny były ekspresją naczelną linii narracyjnej Moskwy, zgodnie z którą Rosja, wysyłając swoje wojska na Ukrainę, tylko odpowiada na zagrożenie wytworzone dla jej bezpieczeństwa przez ekspansję NATO. W tym ujęciu Zachód rzekomo dopuszcza się prowokacji, w wyniku czego cierpią Ukraińcy, a Rosja się broni. Z takimi tezami zgadza się lub raczej zgadza się łącznie 26 proc. (Teza 1) i 34 proc. (Teza 2) Polaków. Odsetek ten rośnie. Rośnie też odsetek osób zgadzających się z przedstawionymi w badaniu tezami postaw wobec Rosji i wojny. Szczególnie mocny wzrost odnotowała teza 6 o tym, że ze względu na posiadaną przez Rosję broń atomową nie należy jej drażnić. Liczba podzielających lub raczej podzielających tę opinię Polaków wzrosła z 35 proc. do 40 proc. Przeniesienie tez 6–8, które także wchodzi w zakres oficjalnej rosyjskiej propagandy, na grunt polityczny oznaczałoby *de facto* zwycięstwo Rosji w wojnie z Ukrainą, a sama Ukraina prawdopodobnie znów weszłaby w orbitę rosyjskich wpływów. Wyznawanie takich przekonań jest tym bardziej prawdopodobne, im mniej

szą empatią darzymy samych Ukraińców, w tym uchodźców z Ukrainy, i im mniej uznajemy ich za godnych pomocy. Dlatego właśnie zapytaliśmy respondentów o opinię w tym zakresie (Tezy 3–5). Tutaj także silnie wzrósł odsetek osób przekonanych, że uchodźcy to w istocie imigranci ekonomiczni, na pomaganie którym nas nie stać. Ponadto wzrosła liczba osób domagających się od Ukrainy zerwania z heroizacją Stepana Bandery.

W tej edycji badania przedstawiliśmy też respondentom dwa dodatkowe twierdzenia, które coraz częściej pojawiają się w polskiej przestrzeni publicznej, a które także sygnalizują spadającą chęć wspierania Ukrainy i ukraińskich uchodźców.

Z tezą głoszącą, że „na pomaganiu Ukrainie się nie skończy. Zostaniemy wplątani w wieloletnie konflikty zbrojne” zgodziło się lub raczej zgodziło się 52 proc. respondentów, a z tezą głoszącą, że „obecnie ma miejsce ukrajinizacja Polski, która niszczy naszą kulturę i społeczeństwo” 40 proc. respondentów.

Ogólnie rzecz biorąc, 42 proc. badanych zgadza się lub raczej zgadza się z co najmniej 5 z 10 przedstawionych przez nas stwierdzeń.

Jak interpretować te wyniki?

Lektura wyników naszego badania nie może prowadzić bezpośrednio do wniosku, że oto rośnie wpływ rosyjskiej propagandy na postawy Polaków. Taka możliwość nie jest wykluczona, jednak na nastroje i przekonania społeczeństwa wpływa duża liczba innych czynników – i tych także nie możemy z góry wyeliminować.

Naszą skłonność do akceptowania negatywnie nacechowanych twierdzeń

kształtuje atmosfera momentu przeprowadzenia badań. Im większa w danym momencie panuje niepewność co do przyszłości, tym ta skłonność jest wyższa. Ta z pozoru banalna obserwacja nabiera szczególnego znaczenia dziś, na początku 2023 r., gdy wszyscy obawiamy się o swoją przyszłość, wiedząc, że czeka nas silne ogólnogospodarcze spowolnienie, a koszty życia będą wciąż wzrastać. W takich okolicznościach emocje biorą górę nad rozsądkiem. Wojna? Niech to się skończy. Uchodźcy? Już pomagaliśmy. Czynniki ekonomiczne mogą dziś kształtować nasze postawy znacznie silniej niż jakakolwiek propaganda.

Nie sposób jednak zaprzeczyć, że – bez względu na przyczyny tego stanu rzeczy – w styczniu 2023 r. większa liczba Polaków niż we wrześniu 2022 r. podzielała poglądy zbliżone do tych, które propaguje Kreml lub które są w zgodzie z rosyjskim interesem. Dla Rosji jest to ewidentnie dobra wiadomość, a jej aparat propagandowy robi wszystko, co w jego mocy, by takie postawy w Polakach utrwalić i jeszcze bardziej rozpowszechnić. Tylko, co właściwie jest „w mocy Kremla”, jeśli chodzi o dotarcie do Polaków? Nie oglądamy przecież rosyjskiej telewizji, nie czytamy rosyjskich portali, nie słuchamy rosyjskiego radia, a Kreml nie ma możliwości wpływania na treści prezentowane nam za pośrednictwem polskich mediów tradycyjnych. Dowodem tego jest fakt, że bez względu na to, czy mowa o TVP, Polsacie, TVN, „Gazecie Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, czy „Dzienniku Gazecie Prawnej”, polskie media tradycyjne prezentują postawy jednoznacznie proukraińskie.

W związku z powyższym Rosjanie, żeby oddziaływać na Polaków, mogą wykorzystać dwa kanały informacyjne: sieć internetową, głównie portale społecznościowe oraz obecne w polskiej przestrzeni publicznej autorytety głoszące

niejako same z siebie bliskie im poglądy (mowa głównie o dziennikarzach i politykach; Kreml może zdalnie, z pomocą narzędzi technologicznych zwiększać zasięgi ich wypowiedzi).

W tym kontekście interesujący jest fakt, że faktycznie jest tak, że w Polsce najsilniej postawy zbieżne z propagandą Kremla ujawniają się wśród osób, które czerpią informacje o tym, co dzieje się w kraju i na świecie z mediów społecznościowych. Natomiast, jako że źródło to jest istotnie częściej wybierane właśnie przez osoby młodsze (do 34 lat), należałoby przypuszczać, że młode osoby będą częściej niż starsze akceptować przedstawione przez nas tezy. I tak właśnie jest: wciąż wśród młodszych (w szczególności wśród osób 25–34 l.) widać istotnie większy stopień zgadzania się niż wśród osób 45+ (a w szczególności 55+). Czy to oznacza, że to właśnie młodzi Polacy padają ofiarą rosyjskiej propagandy? Należy rozważyć taką możliwość, ale jednocześnie trzeba wziąć poprawkę na fakt, że młodzi ludzie mają naturalnie wyższą skłonność do postaw nonkonformistycznych, w mniejszym stopniu ich poglądy są kształtowane przez ogólny konsensus wokół polskiej polityki zagranicznej.

Nawiasem mówiąc, jest to pewien paradoks, że w Polsce media tradycyjne, te bardziej scentralizowane są źródłem bardziej adekwatnej informacji nt. inwazji Rosji na Ukrainę niż sieć internetowa, a w Rosji jest dokładnie odwrotnie: wszystkie media głównego nurtu nadają komunikat wojennej propagandy, a sieć internetowa jest jedynym źródłem wiedzy nt. stanu faktycznego.

Pewne jest jednak, że dla Rosjan nowe media to główny nośnik propagandy eksportowej. Wykorzystują wszystkie możliwe formy internetowej twórczości, by zalać odbiorców emocjonującymi treściami, których ci nie będą w stanie

zweryfikować. Christopher Paul i Miriam Matthews w artykule „The Russian »Firehose of Falsehood« Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It” zauważają, że do głównych cech rosyjskich propagandzistów należy wszędobylskość i szybkość reakcji:

Do produkcji i rozpowszechniania propagandy wykorzystuje się znaczną liczbę płatnych „trolli” internetowych, którzy również często atakują lub podważają poglądy, lub informacje sprzeczne z narracją rosyjską za pośrednictwem czatów, internetowych, forów dyskusyjnych i sekcji komentarzy na stronach informacyjnych i innych. (...) Współczesna propaganda rosyjska ma charakter ciągły i bardzo szybko reaguje na wydarzenia. Ze względu na brak przywiązania do obiektywnej rzeczywistości, rosyjscy propagandyści nie muszą czekać na sprawdzenie faktów czy weryfikację twierdzeń; po prostu rozpowszechniają taką interpretację pojawiających się wydarzeń, która wydaje się najbardziej korzystna dla ich narracji i celów. Pozwala im to na niezwykłą szybkość reakcji i zwinność, często wręcz dostarczają pierwsze „wiadomości” o wydarzeniach (i, z podobną częstotliwością, pierwsze wiadomości o nie-wydarzeniach, czyli rzeczach, które w rzeczywistości nie miały miejsca). Ponadto powtarzają i recyklingują dezinformację. 14 stycznia 2016 roku wydanie Weekly Disinformation Review donosiło o ponownym pojawieniu się kilku wcześniej obalonych rosyjskich opowieści propagandowych, w tym także tej, że polski prezydent Andrzej Duda nalegał, aby Ukraina zwróciła dawne polskie terytorium albo że bojownicy Państwa Islamskiego dołączyli do sił proukraińskich, bądź że w Kijowie, stolicy Ukrainy, doszło do wspieranego przez Zachód zamachu stanu.

Młodzi ludzie, przyzwyczajeni do szybkich i krótkich komunikatów są – przynajmniej potencjalnie – szczególnie podatni na informacje, których źródłem są rosyjscy propagandyści. Chcąc nie chcąc młodzi ludzie mogą stanowić także kanał przenoszenia tych informacji na grupy, które z serwisów społecznościowych korzystają z mniejszą częstotliwością.

Omawiając te kwestie, należy uwzględnić, że skala powielania rosyjskiej propagandy w sposób świadomy jest ograniczona. Dlatego nawet osoby, które wyrażają postawy zbieżne z narracją Kremla, robią to z przyczyn innych niż chęć wspierania Rosji, a co więcej, są to często osoby jawnie opowiadające się przeciw inwazji tego kraju na Ukrainę. Nikt więc nie powinien z naszego badania wyciągać wniosku, że – przykładowo – 41 proc. Polaków popiera Rosję albo głosi rosyjską propagandę itp. Kolejne zastrzeżenie dotyczy też, które przedstawiśmy. Nie wszystkie z nich są z gruntu fałszywe (np. teza 5), niektóre są wyrazem sądów moralnych nieposiadających wartości logicznej (teza 6), a niektóre opierają się na spekulacji, której uprawianie nie jest póki co w Polsce nielegalne. Jako całość jednak tworzą zespół wzajemnie powiązanych twierdzeń o wymowie zbieżnej z interesem Rosji.

Co z tym zrobić?

Sentyment społeczny w demokracjach wpływa na kalkulacje polityków. Trwa rok wyborczy i zapewne będą oni brać pod uwagę kwestię stosunku naszego społeczeństwa do Rosji i Ukrainy w trakcie kampanii, a potem swoich rządów. Jednak to, co racjonalne z punktu widzenia jednostek (w tym przypadku z punktu widzenia polityków chcących zdobyć władzę, czy obywateli chcących poprawić własny byt), nie musi być racjonalne z punktu widzenia kolektywu. Dalsza ewolucja postaw Polaków w kierunku nieprzychylnym pomaganiu Ukrainie oraz zwiększone poparcie dla pokoju w dłuższym terminie może być dla Polski zabójcze w perspektywie kilku bądź kilkunastu lat. Wojna w Gruzji wybuchła w 2008 r., konflikt o Krym i wschód Ukrainy w 2014 r., a pełnoskalowa inwazja na Ukrainę w 2022 r. Pokój za wszelką cenę nie odsunie od nas zagrożenia, a przeciwnie – może uspić naszą czujność. Prezydent Ukrainy jeszcze

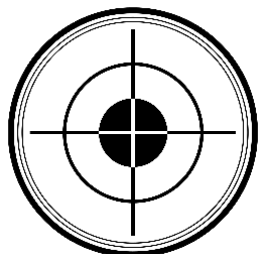
w styczniu 2022 r. powątpiewał w możliwość rosyjskiej inwazji. Czy Polscy politycy byłiby bardziej przewidujący?

Psychologowie społeczni potrafią zdiagnozować czynniki wpływające na nasze postawy i przekonania. Na pogodę, od której zależy poziom hormonów szczęścia, nie mamy wpływu, a na długookresowe zjawiska gospodarcze, jak chociażby inflacja, nie ma metod o natychmiastowym działaniu. Jeśli jednak prawdą jest, że propaganda rosyjska chociażby częściowo wpływa na to, co myślimy, nie można przejść nad tym do porządku dziennego. Specjaliści przekonują, że nie wystarczy kontrować propagandowe fałszywe prawdę i wytykać propagandzie niespójności. Najnowsze osiągnięcia nauk o człowieku mówią nam, że wcale nie jesteśmy takimi wrogami kłamstwa i niekonsekwencji, jakbyśmy chcieli, o ile wiara w nieprawdę w jakiś sposób jest dla nas komfortowa. Cytowani wcześniej autorzy, Paul i Matthews, dają pozornie kontrowersyjną radę: zamiast prostować propagandę Rosji, konkurujemy z nią. Dlaczego rada ta jest tylko pozornie kontrowersyjna?

Propaganda rozumiana słownikowo nie jest jeszcze moralnie naganna. Jest to – za słownikiem PWN – *celowe oddziaływanie na zbiorowości i jednostki zmierzające do pozyskania zwolenników i sojuszników, wpojenia pożądanych przekonań i wywołania określonych dążeń i zachowań*. Moralnie naganne jest wykorzystywanie propagandy w złych celach i przy pomocy nieetycznych środków takich jak kłamstwo i manipulacja. Propaganda Zachodu, w tym Polski, powinna być więc szerokim informowaniem społeczeństwa nt. stanu faktycznego i interesów naszych państw opartym o fakty, ale w przystępny i przemawiający do wyobraźni sposób. Nie ma niczego złego w nazywaniu zła złem, a że napaść Rosji na Ukrainę złem jest, nikt jeszcze na Zachodzie nie ma chyba dzisiaj wątpliwości.

Cele i metodologia badań

Główny cel



Głównym celem badania było poznanie postaw przekonań Polaków związanych z wojną w Ukrainie:

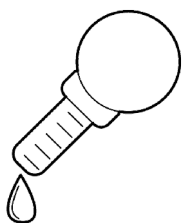
- **na ile Polacy zgadzają się z komunikatami będącymi w zgodzie z interesami Putina.**

Metoda



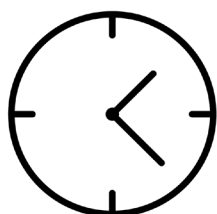
Badanie zostało zrealizowane metodą CAWI (Computer Assisted Web Interview) na panelu badawczym Ariadna w ramach cotygodniowego badania omnibusowego.

Próba badawcza



- Badanie zostało przeprowadzone na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie Polaków
- W badaniu wzięło udział N=1061
- Szczegółową charakterystykę demograficzną próby przedstawiono na stronach s. 9–10.

Długość ankiety



Okolo
4 minuty

Główne wyniki

1

W porównaniu z pomiarem przeprowadzonym we wrześniu 2022 widać wzrost stopnia zgadzania się z tezami sprzyjającymi polityce Putina wśród Polaków. W szczególności dotyczy to postaw dotyczących Rosji, wojny oraz Ukrainy i Ukraińców. Warto zwrócić uwagę, że wynik ten może być związany z większym zmęczeniem wojną i jej konsekwencjami, a także ogólnie negatywnymi nastrojami obserwowanymi w społeczeństwie (wysoka inflacja, wzrost cen, duże obawy o przyszłość).

2

Obecnie 59% Polaków zgadza się z maksymalnie 3 postawami z prezentowanych w obydwu pomiarach 8, natomiast 41% – z przynajmniej 4 (we wrześniu było to 34%).

3

Nadal wyniki pokazują znaczące różnice w zgadzaniu się z postawami będącymi w interesie Rosji w zależności od wieku. Wciąż wśród młodszych (w szczególności osób 25-34 l.) widać istotnie większy stopień zgadzania się niż wśród osób 45+ (a w szczególności 55+).

4

Co więcej, najwyższy stopień zgadzania się z tezami sprzyjającymi polityce Putina widać wśród osób, które czerpią informacje o tym, co dzieje się w kraju i na świecie, z mediów społecznościowych, a źródło to jest istotnie częściej wybierane właśnie przez osoby młodsze (do 34 lat).

Wyniki szczegółowe

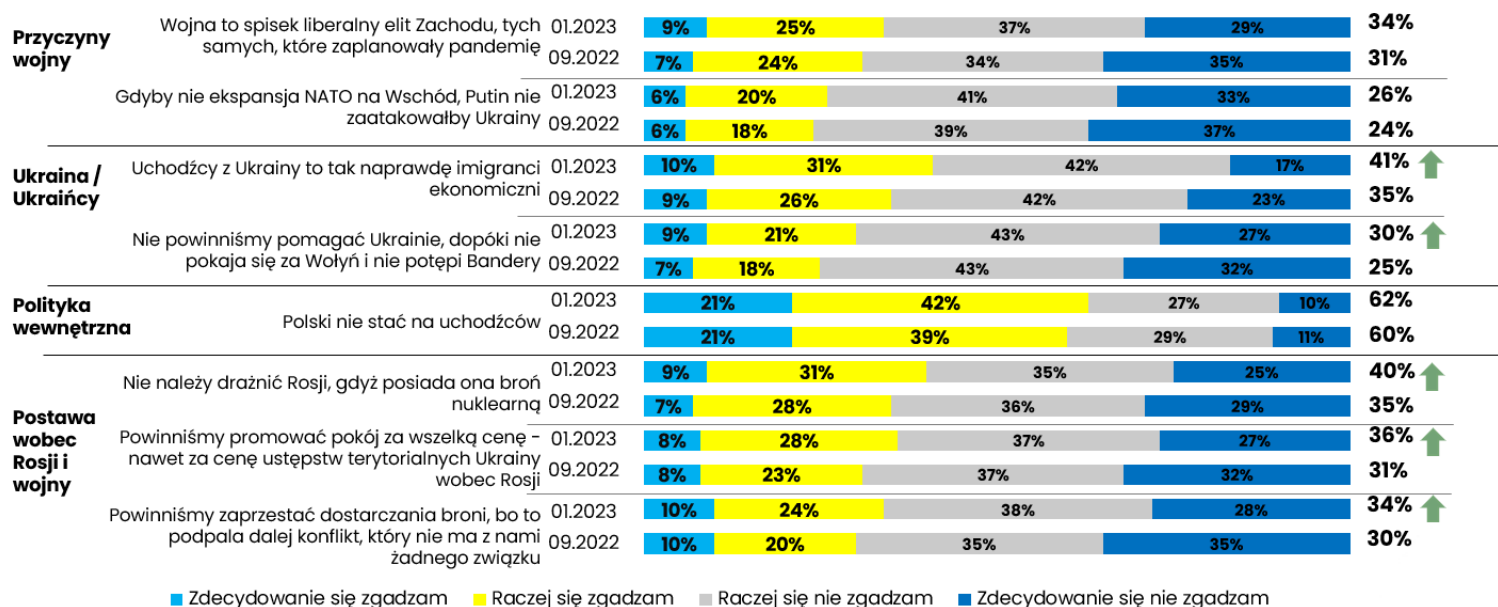
W porównaniu z pomiarem z września 2022 r., Polacy obecnie silniej zgadzają się ze stwierdzeniami dot. postaw wobec Rosji i wojny oraz Ukrainy i Ukraińców



Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami związanymi z wojną w Ukrainie?

Wszyscy badani: N=1087 (09.2022), N=1061 (01.2023)

T2b (suma zgadzających się)

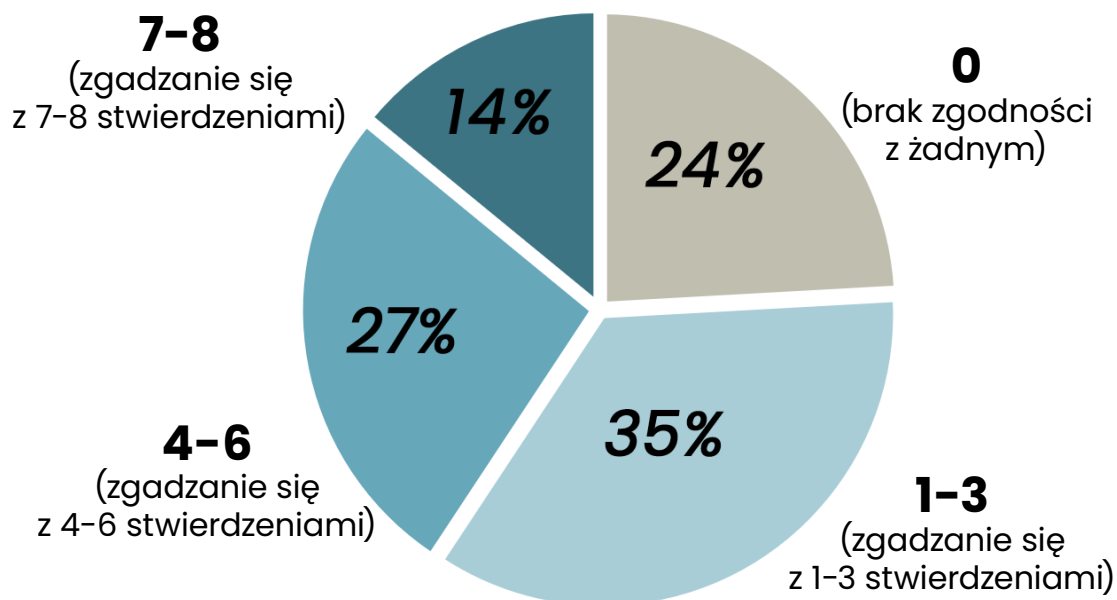
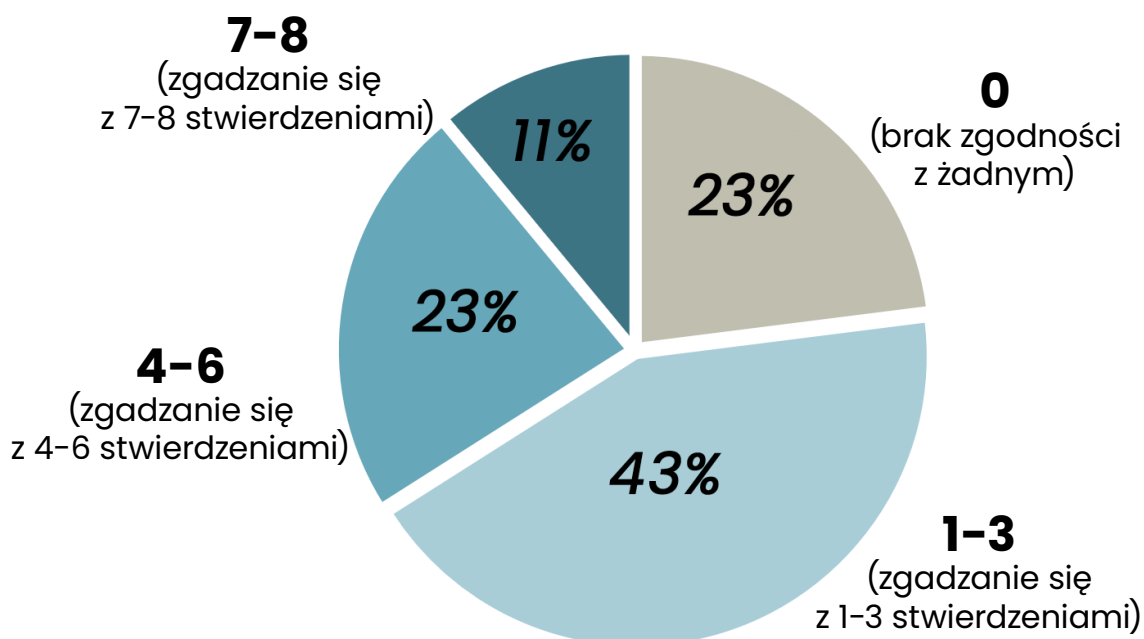


■ Zdecydowanie się zgadzam ■ Raczej się zgadzam ■ Raczej się nie zgadzam ■ Zdecydowanie się nie zgadzam

↑ Istotnie **wyżej** niż w pomiarze 09.2022



W porównaniu do września 2022 r. **zwiększyła się istotnie grupa osób zgadzających się z przynajmniej połową stwierdzeń** (z 34 proc. we wrześniu 2022 r. do 41 proc. w styczniu 2023 r.)



- Obecnie 24 proc. Polaków nie zgadza się z żadnym ze stwierdzeń dot. wojny w Ukrainie, będących w zgodzie z interesami Putina. Natomiast 35 proc. wyraża swoją aprobatę wobec od 1 do 3 postaw.
- Obecnie 41 proc. Polaków zgadza się z przynajmniej 4 z 8 stwierdzeń, w tym 14 proc. przyznaje, że wszystkie lub niemal wszystkie badane tezy są zgodne z ich opinią.

Pytania dodane w pomiarze „styczeń 2023 r.”



Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami związanymi z wojną w Ukrainie?

N=1061

Top 2box: 52%

40%



Na pomaganiu Ukrainie się nie skończy, zostaniemy wplątani w wieloletnie konflikty zbrojne

Obecnie ma miejsce ukrainizacja Polski, która niszczy naszą kulturę i społeczeństwo

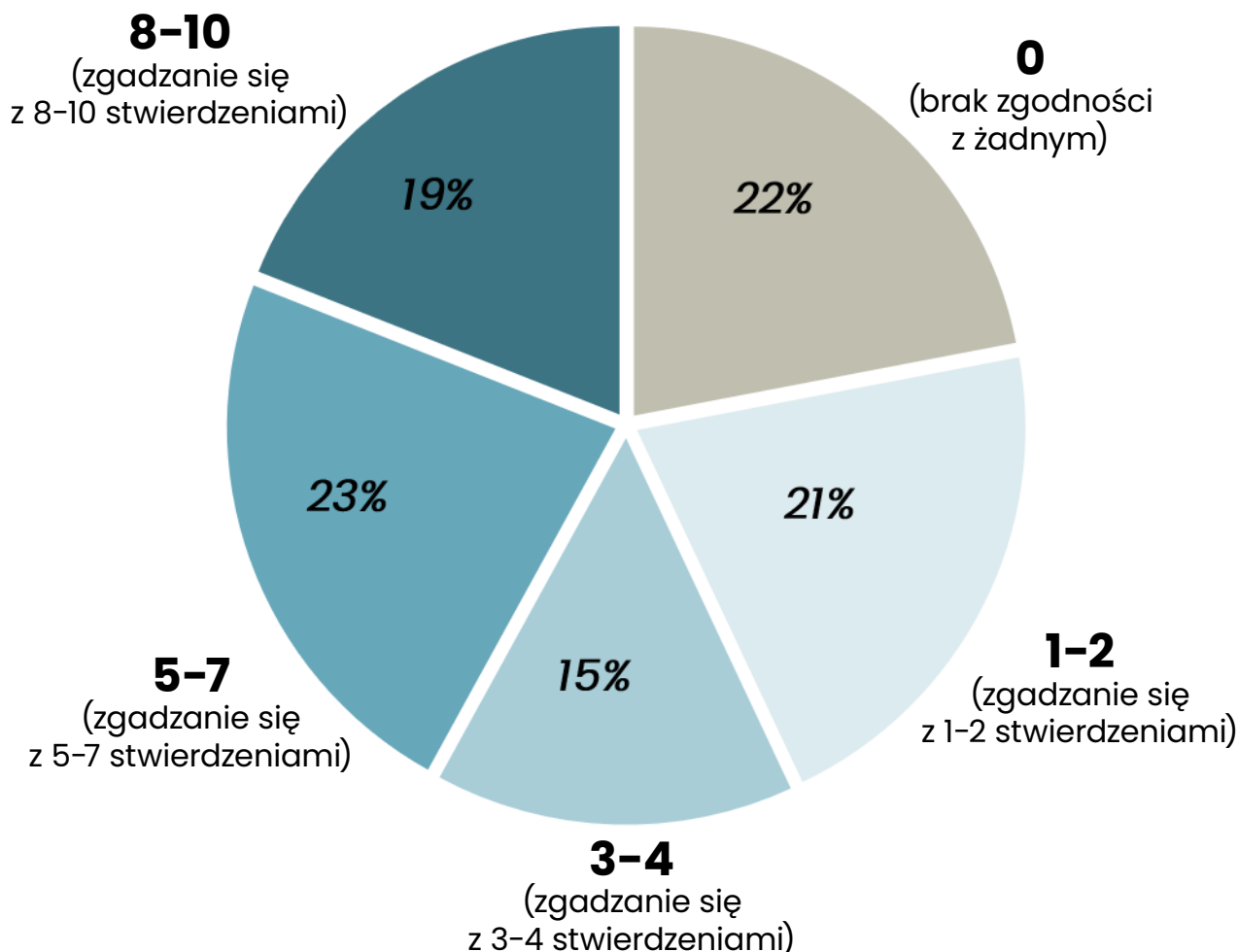
■ Zdecydowanie się zgadzam

■ Raczej się nie zgadzam

■ Raczej się zgadzam

■ Zdecydowanie się nie zgadzam

42 proc. Polaków zgadza się z przynajmniej 5 z 10 stwierdzeń. Podobna grupa (43 proc.) – z maksymalnie 2.

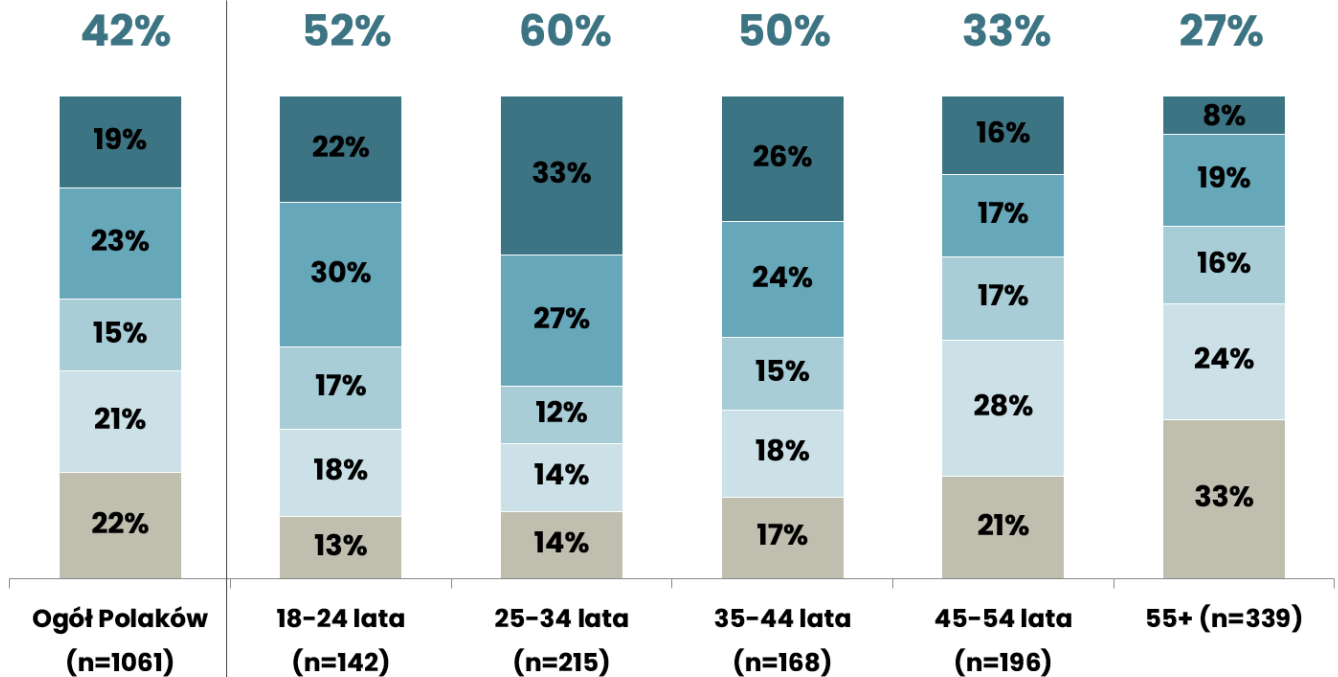


- 22 proc. Polaków nie zgadza się z żadnym z 10 stwierdzeń dot. wojny w Ukrainie, będących w zgodzie z interesami Putina.
- 21 proc. wyraża swoją aprobatę wobec 1 lub 2 postaw, a 15 proc. – wobec 3-4.
- 42 proc. Polaków zgadza się z przynajmniej 5 z 10 stwierdzeń, w tym 19 proc. przyznaje, że wszystkie lub niemal wszystkie badane postawy są zgodne z ich opinią.

Wśród młodszych widać silniejszy stopień zgadzania się ze stwierdzeniami niż wśród starszych

% zgadzających się z min. 5 z 10

Zgadzanie się w zależności od wieku



- 8-10 (zgadzanie się z 8-10 stwierdzeniami)
- 5-7 (zgadzanie się z 5-7 stwierdzeniami)
- 3-4 (zgadzanie się z 3-4 stwierdzeniami)
- 1-2 (zgadzanie się z 1-2 stwierdzeniami)
- 0 (brak zgodności z żadnym)

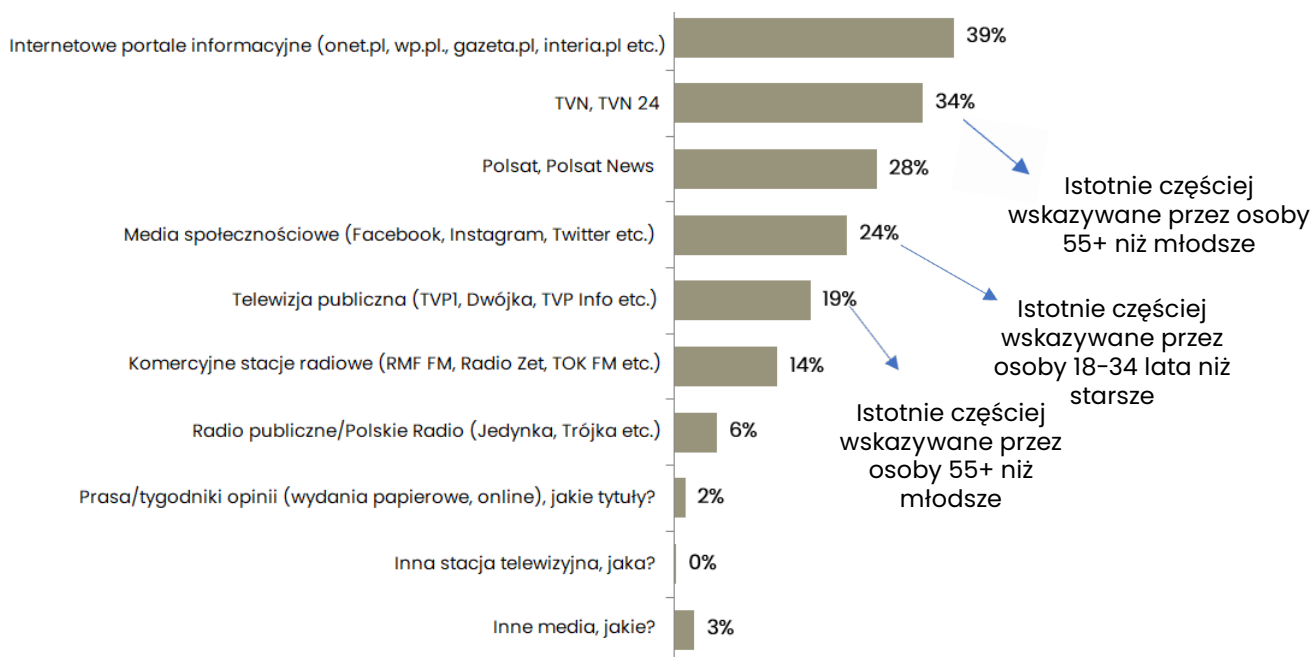
Wśród osób młodszych (szczególnie w wieku 25-34 l.) widać istotnie wyższy odsetek osób zgadzających się z przynajmniej 5 z 10 badanych postaw dot. wojny w Ukrainie (60 proc. wśród osób 25-34 l. vs. 42 proc. wśród ogółu Polaków). Natomiast wśród najstarszych obserwuje się istotnie najmniejszy stopień zgody (o 15 p.p. mniej niż wśród ogółu zgadza się z 5 lub więcej tezami).

Korzystanie z mediów w poszukiwaniu informacji o sytuacji w kraju i na świecie



Z których z poniższych mediów najczęściej korzystasz w poszukiwaniu informacji o sytuacji w kraju i na świecie?

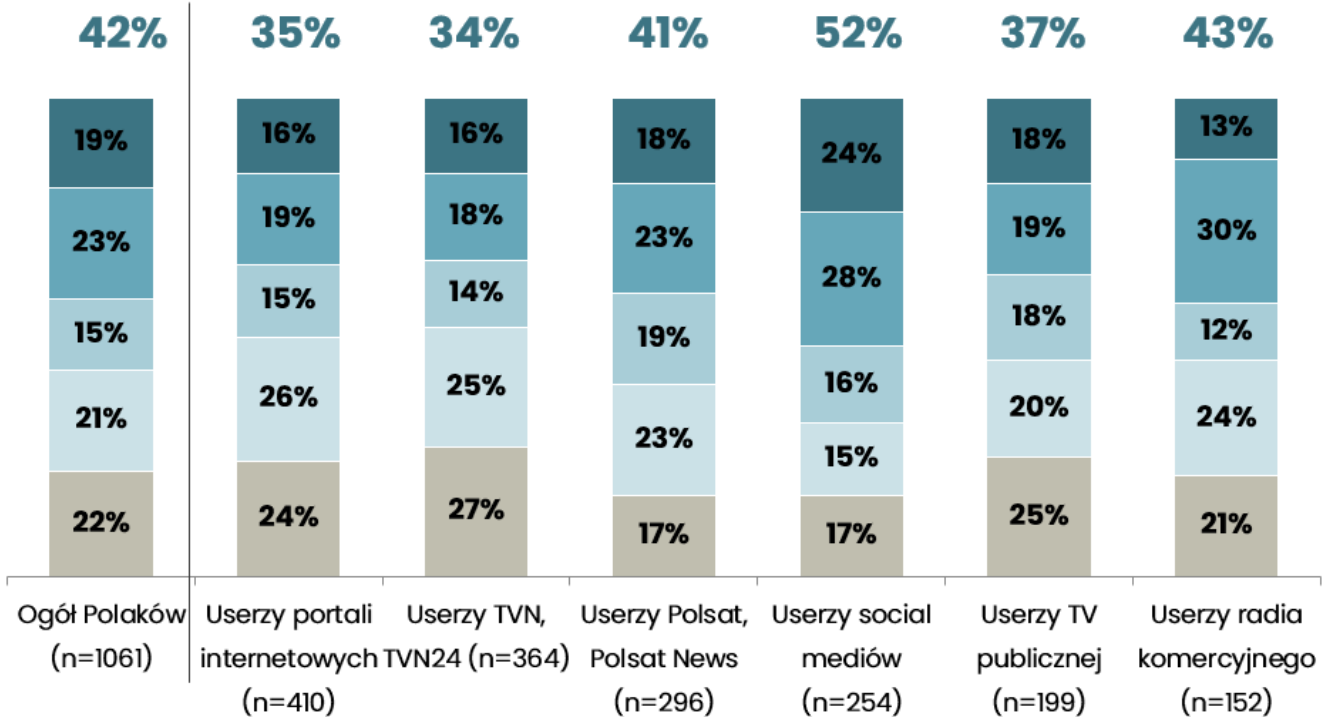
N=1061



Wśród użytkowników mediów społecznościowych widać największy stopień zgadzania się, najmniejszy – wśród widzów TVN/TVN24 oraz osób, które czerpią informacje z internetowych portali informacyjnych.

% zgadzających się z min. 5 z 10

Zgadzanie się w zależności od używania mediów (top6 mediów)



- 8-10 (zgadzanie się z 8-10 stwierdzeniami)
- 5-7 (zgadzanie się z 5-7 stwierdzeniami)
- 3-4 (zgadzanie się z 3-4 stwierdzeniami)
- 1-2 (zgadzanie się z 1-2 stwierdzeniami)
- 0 (brak zgodności z żadnym)

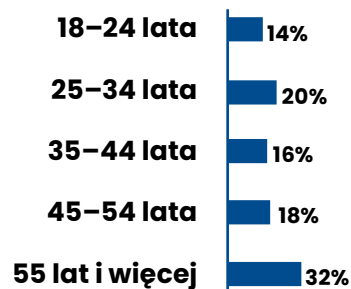
W grupie osób, które czerpią wiedzę nt. wydarzeń w Polsce i na świecie z mediów społecznościowych widać istotnie wyższy odsetek osób zgadzających się z przynajmniej 5 z 10 badanych postaw dot. wojny w Ukrainie (52 proc. wśród użytkowników social mediów vs. 42 proc. wśród ogółu Polaków). Warto zwrócić uwagę na to, że to źródło informacji jest szczególnie często wybierane przez osoby młodsze (do 34 lat), co może tłumaczyć większe zgadzanie się z tezami w tej grupie wiekowej.

Charakterystyka demograficzna próby

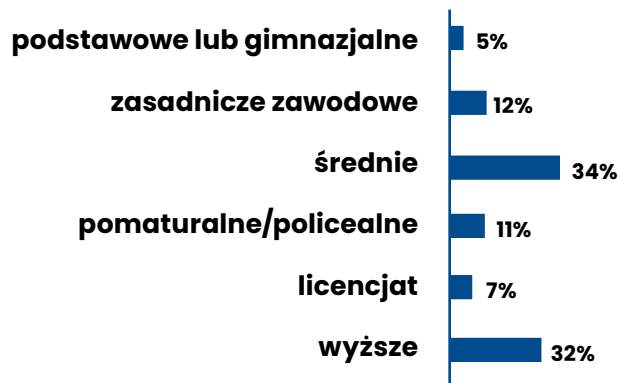
PŁEĆ



WIEK



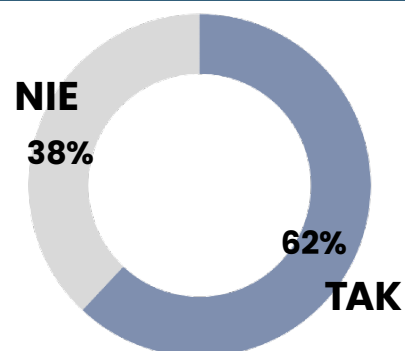
WYKSZTAŁCENIE



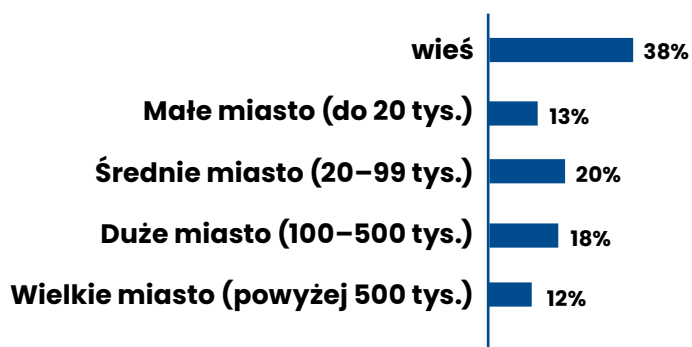
WOJEWÓDZTWO



POSIADANIE DZIECI



WIELKOŚĆ MIEJSCA ZAMIESZKANIA



**Autorka składu:
Anna Śleszyńska**

Zdjęcia: Canva.com

**Użyto czcionek: Poppins,
Barlow Condensed Bold**



**Warsaw Enterprise Institute
Al. Jerozolimskie 30/7
00-024 Warszawa**