

**Sławomir Gawroński\*, Paweł Piątkiewicz\*\***

## **WYKORZYSTANIE MONITORINGU MEDIÓW W BADANIACH EKSTREMIZMU POLITYCZNEGO**

### **THE APPLICATION OF MEDIA MONITORING IN POLITICAL EXTREMISM RESEARCH**

#### Abstract

The article presents the possibilities provided by applying media studies (media monitoring) in political studies. The author showcases theoretical connections between the impact of mass media and the phenomenon of political extremism. It also presents a case study – a research project carried out in Liechtenstein regarding the monitoring of political extremism. The article contains recommendations for the possible implementation of the project in other countries. The research methods applied were limited to the analysis of literature in the field of political extremism and the methods of media studies. The desk research method was also used for the case study.

**Key words:** media monitoring, political extremism, media studies

#### **Wstęp**

Niniejszy artykuł stanowi próbę uchwycenia i oceny przydatności technik związanych z monitoringiem mediów wobec działań dotyczących badania zjawiska ekstremizmu politycznego. Zasadniczym założeniem przyświecającym prezentowanym rozważaniom jest fakt, iż monitorowanie mediów masowych stanowi nie tylko narzędzie wykorzystywane w naukach o mediach (w zakresie badań prasoznawczych czy szerzej – medioznawczych, jak również w obrębie komunikowania marketingowego – reklamy czy public relations), ale służyć może realizacji projektów badawczych w innych dyscyplinach nauk społecznych,

---

\* Wydział Administracji i Nauk Społecznych, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów, adres e-mail: sgawronski@wsiz.rzeszow.pl

\*\* Politechnika Rzeszowska, Aleja Powstańców Warszawy 12, 35-959 Rzeszów, adres e-mail: ppiat@prz.edu.pl

w tym w naukach politycznych. Inspiracją dla niniejszego opracowania była weryfikacja projektu badawczego realizowanego od 2010 r. w Księstwie Liechtensteinu przez tamtejszą jednostkę naukową. Projekt ten, doskonalony przez minione lata, stanowi interesujące studium przypadku działań wykorzystujących badania medioznawcze na potrzeby badań politologicznych (w tym przypadku związanych z ekstremizmem politycznym). Projekt ten ma również charakter utylitarny, bowiem jego efekty mają empiryczny wymiar ukierunkowany na realne działania podejmowane przez instytucje rządowe i organizacje trzeciego sektora. Przedstawienie swoistego studium przypadku badań związanych z monitorowaniem ekstremizmu w Księstwie Liechtensteinu poprzedzone zostało teoretycznym przeglądem definicji ekstremizmu oraz teoretyczną próbą uchwycenia związków pomiędzy przekazami medialnymi i funkcjonowaniem mediów masowych a ideologiami i zachowaniami o charakterze ekstremistycznym. W niniejszym artykule przyjęto metodę analizy piśmiennictwa w odniesieniu do literatury dotyczącej ekstremizmu politycznego oraz metod badań medioznawczych. Wykorzystano również metodę *desk research* w celu prezentacji studium przypadku wybranego projektu badawczego.

### **Ekstremizm (polityczny) – istota i cechy zjawiska**

Słownikowe ujęcie terminu *ekstremizm* nie tłumaczy w pełni jego odniesienia do uwarunkowań politycznych, bowiem pod pojęciem tym rozumie się albo „krańcowe stanowisko w jakiejś sprawie, doktrynie”, albo „stosowanie ostatecznych środków dla osiągnięcia jakiegoś celu” (*Słownik języka polskiego* 2002: 183). Jednocześnie słowniki jako synonim *ekstremizmu* wskazują *radykalizm* (*Słownik wyrazów bliskoznacznych* 2008: 110), który ma konotacje polityczne znacznie bardziej czytelne, traktowany jest bowiem jako „kierunek w polityce zmierzający do zasadniczego przekształcenia istniejących stosunków społecznych, politycznych i gospodarczych”, choć jest to też „skrajność poglądów i bezkompromisowość postępowania” (*Słownik języka polskiego* 2002: 823). Jakkolwiek oba pojęcia są sobie bliskie, to jednak nie pokrywają się znaczeniowo w sposób całkowity. Z jednej strony można bowiem wskazywać na swoistą „skalowalność” obu zjawisk i terminów, na co zwraca uwagę przy okazji przeglądu definicyjnego pojęcia ekstremizmu między innymi P. Kołodziejczyk (Kołodziejczyk 2012: 52). Na ową niejednoznaczność terminów *ekstremizm* i *radykalizm* wskazuje także R. Tokarczyk, który zauważa, iż „w odróżnieniu od ekstremizmu, radykalizm jest bardziej teoretycznie uzasadniony i odnosi się głównie do środków dzia-

łania – gdy radykałowie, albo radykaliści, są raczej teoretykami, a mniej praktykami, ekstremiści przywiązują mniejsze znaczenie do teoretycznej refleksji” (Tokarczyk 2003/2004: 257). A. Hołub wskazuje, iż tym, co odróżnia radykalizm od ekstremizmu jest fakt, iż radykalizm nie wyłącza swoich zwolenników z przestrzeni legalizmu, a zatem „można głosić radykalne hasła zmiany rzeczywistości i jednocześnie uznawać powszechnie przyjęte w danym systemie reguły i mechanizmy działania” (Hołub 2016: 24), gdy tymczasem „ugrupowania ekstremistyczne występują przeciwko aktualnemu systemowi politycznemu, a ich apel polityczny cechuje bezkompromisowość, niekonwencjonalność i radykalizm rozwiązań” (Antoszewski 2008: 213). Takie definiowanie różnic ma wymiar bardziej publicystyczny niż naukowy, jednak w pewnej mierze oddaje istotę rozróżnienia.

Ponieważ zarówno termin *ekstremizm*, jak i *radykalizm* mogą i powinny być traktowane jako pojęcia interdyscyplinarne, na potrzeby niniejszych rozważań przyjęta zostanie perspektywa nauk społecznych, zaś zjawisko *ekstremizmu* będzie zawężone do *ekstremizmu politycznego* oraz socjologicznej kategorii zachowań ekstremistycznych. *Ekstremizm polityczny* może być rozumiany jako kompleks poglądów, idei i postulatów o różnym poziomie spójności wewnętrznej oraz związanych z nimi zachowań charakteryzujących się skrajnością wobec istniejącego układu sił politycznych i dominujących ideologii (*Leksykon politologii* 2003: 86–87). Tak rozumiane zjawisko może być charakterystyczne zarówno dla prawej, jak i lewej strony sceny politycznej, może odnosić się do myśli politycznej, ale też do religii czy kwestii światopoglądowych. *Ekstremizm* jest bowiem swoistym „zbiorem różnych form, myśli, środków i celów działania, ocenianych wspólnie jako skrajne, krańcowe, marginalne i peryferyjne” (Tokarczyk 2004: 17).

Na gruncie nauk społecznych czytelną klasyfikację definicji przedstawiła U. Jakubowska, wyróżniając w odniesieniu do definiowania ekstremizmu nurt relatywizujący i obiektywizujący. Ten pierwszy, opierający się na kontekstowej teorii ekstremizmu, zakłada, że w ramach systemu politycznego istnieje dynamiczne centrum dysponujące największym społecznym poparciem oraz stanowiące swoisty mainstream kształtujący ideę prosystemową i będący istotą owego systemu. Obok tak zdefiniowanego centrum występują ruchy rewolucyjne i reformistyczne, znajdujące się w zróżnicowanym dystansie do ideologii dominującej i charakteryzujące się różną siłą i natężeniem wysiłków i praktycznych starań ukierunkowanych na zmianę obowiązującego systemowego status quo. Owe peryferyjne ruchy łączy niechęć do wybranych elementów ideowego centrum, a niekiedy wręcz negowanie go

w całości i to one tworzą ekstremistyczne pole w ramach systemu politycznego, choć ów ekstremizm może podlegać skalowaniu. Nurt obiektywizujący opiera się zaś na uznaniu, że niektóre ideologie z definicji uznawane powinny być jako ekstremistyczne niezależnie od tła historycznego oraz społeczno-politycznych uwarunkowań (Jakubowska 2005: 12–14).

Odnosząc się do wybranych definicji i punktów widzenia, pojęcie *ekstremizmu* należałoby traktować jako obiektywne, mające podłoże ideowe i nawiązujące do poszukiwań wartości i idei leżących na peryferiach systemu politycznego. Współcześnie jednak sposób postrzegania *ekstremizmu* zakłada *a priori* pejoratywny wydźwięk zjawiska i negatywne konsekwencje tak prezentowanej postawy ideologiczno-społecznej. *Ekstremizm* może, rzecz jasna, prowadzić do negatywnych konsekwencji przejawiających się w łamaniu uznanych zasad prawnych oraz reguł funkcjonowania systemu społecznego. Takie konsekwencje nie muszą być jednakże naturalnym i oczywistym skutkiem przyjęcia poglądów oddalonych od ideowego mainstreamu.

### **Wpływ mediów masowych na ekstremizm w zachowaniach społecznych**

Ekstremizm obecny w sferze ideologicznej, mający związek ze swoistą bierną postawą wobec dynamiki zjawisk w obrębie systemu politycznego, stanowi inspirujące pole do rozważań teoretycznych, jednakże ma ograniczone przełożenie na działania społeczne i aktywność ekstremistów. Nie stanowi on bezpośredniego zagrożenia dla funkcjonowania państwa, nie wpływa negatywnie na ład i porządek publiczny. Zjawiska związane z radykalnymi zachowaniami, włącznie z aktywnością terrorystyczną, stanowią składowe ekstremizmu czynnego. Może on funkcjonować w przestrzeni społecznej niezależnie od ekstremizmu biernego, może też być jego swoistą konsekwencją. Czynny ekstremizm nie musi generować negatywnych i wrogich społecznie skutków, może bowiem ograniczać się do działań zgodnych z regułami prawa i normami społecznymi, takich jak manifestacje, pikety czy demonstracje. Może też oznaczać działania nielegalne, a niekiedy nawet przestępcze, do których P. Tomaszewski zalicza między innymi: zastraszanie przeciwników politycznych, niszczenie symboli uznawanych za wrogie, nawoływanie do przemocy i używanie jej w celach politycznych (Tomaszewski 2012: 49).

Przyczyny ekstremizmu w zachowaniach społecznych mogą mieć rozmaite podłoże i trudno stworzyć jednolitą, ujednoliczoną typologię przesłanek sprzyjających radykalizacji działania ludzi. W odniesieniu do

ekstremistów politycznych U. Jakubowska definiuje cztery zasadnicze kategorie predyspozycji w tym zakresie. Należą do nich (Jakubowska 2002: 189):

- właściwości osobowościowe i warunki, w jakich się kształtują,
- cechy intelektualne oraz rozwój moralny,
- rysy patologiczne,
- warunki społeczne, które skłaniają człowieka do przyjmowania poglądów i/lub podejmowania działań ekstremistycznych.

Zwłaszcza ta ostatnia kategoria czynników kształtujących postawy i zachowania ekstremistyczne jest interesująca z punktu widzenia uwarunkowań społecznych, wpisując się w nią bowiem bodźce i okoliczności, na których kształtowanie się mogą mieć wpływ zarówno jednostka, grupa, społeczeństwo, jak również aparat państwowy. Pozostałe kategorie predyspozycji mają wymiar psychologiczny, osobowościowy, przypisane są do cech jednostki i nie podlegają aż tak wyraźnie wpływowi społecznemu.

Wspomniana już U. Jakubowska, dokonując przeglądu badań w zakresie społecznych determinantów kształtowania się postaw i zachowań ekstremistycznych, wskazuje na zróżnicowany wymiar makro- i mikroanaliz w tym zakresie, a także badań zorientowanych na charakterystykę demograficzną ekstremistów. W obrębie analiz makrosocjalnych wskazuje się, że polityka państwa może prowokować przyjmowanie zachowań ekstremistycznych, w tym skrajnych zachowań nacjonalistycznych, a nawet aktywności terrorystycznych. „Dzieje się tak w sytuacji, gdy zaniedbywane są interesy mniejszości narodowych, ograniczane są ich prawa, a ich publicznie prezentowany wizerunek zawiera ujemne cechy. Wówczas rodzi się poczucie krzywdy, bunt oraz nastawienie do spełniania negatywnych oczekiwań społecznych, czyli wejście w rolę złego, gorszego, zdolnego do podejmowania czynów desperackich” (Jakubowska 2002: 201). Zarówno zaniedbywanie interesów określonych grup społecznych, jak i ograniczanie ich praw, a przede wszystkim prezentacja negatywnie nacechowanego wizerunku mogą mieć wymiar publiczny z wykorzystaniem środków masowego komunikowania zapewniających masowe dotarcie przekazu do różnorodnych i rozproszonych audytoriów odbiorczych.

Zdaniem B. Dobek-Ostrowskiej media masowe, jako istotny element systemu komunikowania politycznego, służyć powinny pogłębianiu i poszerzaniu wartości demokratycznych przez przyjęcie na siebie określonych zadań, funkcji oraz standardów. W obrębie funkcji mediów masowych w systemach demokratycznych autorka (Dobek-Ostrowska 2007: 182–184) wyróżnia:

- funkcję informacyjną,
- funkcję edukacyjną,

- funkcję debaty publicznej,
- funkcję kontrolną,
- funkcję promocyjną,
- funkcję orędownika/adwokata.

Funkcje te, być może z wyjątkiem funkcji kontrolnej i promocyjnej, służyć mogą prezentowaniu ideologii i zachowań ekstremistycznych, stanowiąc tym samym możliwość zarówno ich wspierania, jak i piętnowania. W zależności od kontekstu i okoliczności prezentowanie wydarzeń związanych z ekstremizmem politycznym dla części odbiorców stanowić może wzór do naśladowania, dla części zaś – potwierdzenie własnego stanowiska i oporu wobec tego rodzaju zachowań. Eliminowanie z dyskursu medialnego wydarzeń inspirowanych i realizowanych przez politycznych ekstremistów nie wydaje się zabiegiem sensownym, jego efekty mogą być bowiem przeciwne do zamierzonych. Prezentacja wydarzeń ekstremistycznych w mediach masowych stanowić może przejaw ich roli socjalizacyjnej, gdyż ukazanie w negatywnym świetle społecznie niepożądanych wydarzeń jest jednym z celów działalności misyjnej środków masowego komunikowania. Przedstawienie zachowań wartych naśladowania i piętnowanie działań sprzecznych z interesem społecznym wpisuje się w teorię modelowania pod warunkiem właściwej i skutecznej identyfikacji odbiorcy z prezentowanymi zachowaniami modelowymi (Goban-Klas 1999: 260).

Niezależnie jednak od usiłowania właściwej realizacji funkcji mediów masowych w obrębie komunikowania politycznego, czy może szerzej – społecznego, owa prezentacja informacji odnoszących się do wydarzeń o wydźwięku ekstremistycznym traktowana może być w sposób odwrotny do zamierzonego przez odbiorców. Zjawisko to znane jest pod nazwą efektu wrogich mediów, wedle którego media starające się zachować neutralność i obiektywizm oskarżane są o stronniczość i tendencyjność. Neutralne i zrównoważone przekazy odbierane są jako wrogie, faworyzujące oponentów, fałszujące rzeczywistość, pokazują ją bowiem w jednostronnym ujęciu uznawanym przez odbiorców za prawdę (Mrozowski 2001: 142).

Unikanie medialnego pokazywania zachowań ekstremistycznych wzmacnia niechęć ekstremistów do politycznego mainstreamu oraz mediów masowych. Daje też pożywkę do budowania teorii spiskowych, dowodzenia służalczości dziennikarzy, ich braku obiektywizmu oraz zaangażowania po którejsz ze stron rywalizacji politycznej.

Ekstremiści polityczni w warunkach aktualnych uwarunkowań rządzących rynkiem mediów masowych potrafią sprawnie z nich korzystać, a nawet gdy jest to utrudnione, dysponują szerokimi możliwościami, jakie w zakresie kształtowania opinii publicznej dają media społeczno-

ściowe. Ową aktywność grup dysydenckich mających odwagę i siłę głosu alternatywnych poglądów kształtują tak zwane „głosne mniejszości”, będące obok „milczących większości” praktycznym efektem oddziaływania hipotezy spirali milczenia autorstwa E. Noelle-Neuman. Ekstremiści polityczni potrafiący wykorzystywać media masowe mają dzięki temu możliwość wpływania poprzez komunikowanie masowe na procesy polityczne i legislacyjne (Goban-Klas 1999: 270).

Środki masowego komunikowania stanowią więc współcześnie istotny komponent systemu komunikowania politycznego, niekiedy stymulujący, niekiedy zaś ograniczający rozszerzanie się idei i zachowań o charakterze ekstremistycznym. Obserwacja prezentacji ekstremizmu politycznego w przekazach medialnych oraz ilościowa i jakościowa ich analiza stanowić mogą swoisty probierz skali i dynamiki ekstremizmu występującego w życiu publicznym.

### **Praktyczne możliwości wykorzystania monitoringu mediów w diagnozowaniu ekstremizmu politycznego – studium przypadku Księstwa Liechtensteinu**

Monitoring mediów wykorzystywany jest współcześnie w coraz bardziej zróżnicowanych celach odnoszących się zarówno do oddziaływań ukierunkowanych na komunikowanie marketingowe, jak i w obrębie badań społecznych realizowanych na użytek weryfikacji hipotez o charakterze socjologicznym czy politologicznym. Monitoring mediów generuje dane ilościowe i jakościowe ukazujące bądź to aktywność medialną określonych podmiotów, bądź też zainteresowanie społeczne określonymi podmiotami lub wydarzeniami przejawiające się w zainteresowaniu mediów masowych. Wykorzystuje się w tym zakresie między innymi wiedzę z zakresu medioznawstwa odnoszącą się do badań czytelnictwa, słuchalności, oglądalności, zasięgów internetowych, lecz również danych sprzedażowych, badań demograficznej struktury odbiorców przekazów medialnych, a także analizy dyskursu medialnego i analizy zawartości przekazów medialnych. Programy monitorowania mediów masowych stanowią element monitorowania środowiska i służą obserwacji tendencji w opinii publicznej w wydarzeniach społecznych, które mogą mieć znaczący wpływ na określoną instytucję, społeczność czy organizację państwa (Wimmer, Dominick 2008: 562).

Podstawową techniką wykorzystywaną w obrębie monitoringu mediów jest analiza zawartości mająca w znacznej mierze charakter ilo-

ściowy, jak bowiem pisze M. Lisowska-Magdziarz, „analiza zawartości polega na liczeniu określonych elementów i/lub pomiarze nasilenia określonych cech w badanych tekstach, a także porównywaniu grup tekstów co do zawartości określonych elementów i natężenia wybranych cech bądź porównywaniu badanej grupy tekstów z określonym wzorem” (Lisowska-Magdziarz 2004: 14). Niekiedy jednak metody ilościowe stają się niewystarczające do uchwycenia pełni badanego zjawiska, co przesuwają monitoring mediów w stronę analiz jakościowych.

Z punktu widzenia możliwości wykorzystywania monitoringu mediów na użytek diagnozowania skali i dynamiki rozwoju zjawisk o charakterze ekstremistycznym w życiu politycznym wartościowe są zarówno dane ilościowe, jak i jakościowe. Jak słusznie zauważa R. Szwed, w medioznawstwie funkcjonują obok siebie dwa główne nurty badawcze odnoszące się do badania dyskursu medialnego, które nie zawsze są łatwe do pogodzenia z uwagi na odmienne paradygmaty. Z jednej strony charakterystyczna jest perspektywa ilościowa – pozytywistyczna, z drugiej zaś – interpretacyjna, konstrukcjonistyczna (Szwed 2011: 15). Analiza dyskursu medialnego, traktowana jako odrębny paradygmat badawczy, stanowi zespół technik i procedur badawczych pozwalających na poznawanie i opisywanie poszczególnych fragmentów rzeczywistości, dzięki czemu tak rozumiana analiza dyskursu medialnego stanowi ważne narzędzie badawcze również w obszarze socjologii i politologii (Lisowska-Magdziarz 2006: 21).

Niniejszy artykuł odnosi się do interesującego studium przypadku wykorzystania monitoringu mediów masowych w zakresie badania ekstremizmu politycznego od kilku lat wdrożonego w Księstwie Liechtensteinu. Prezentacja relatywnie egzotycznego z polskiego punktu widzenia przykładu, jakim jest projekt realizowany od 2011 r. w Liechtensteinie, ma uzasadnienie z kilku przyczyn. Po pierwsze – kilkuletnia perspektywa badawcza, cykliczny pomiar, dający możliwość porównywania wyników i generowania wniosków określających tendencję wobec zachowań ekstremistycznych, stanowi niewątpliwy walor opisywanego projektu badawczego. Po drugie – wielkość Liechtensteinu wpisująca ten kraj w katalog małych państw europejskich w połączeniu ze specyfiką rynku medialnego, a zwłaszcza prasowego (Gawroński 2012a, 2012b), daje na tyle wąski materiał analityczny, by móc traktować realizowane tam badania jako swoisty modelowy przykład nadający się do implementacji w warunkach państw znacznie większych. Kolejnym argumentem jest fakt, iż w toku realizacji projektu badawczego ulegał on stopniowej modernizacji, ewoluował i generował realne efekty w postaci działań podejmowanych przez administrację rządową.



Program monitorowania ekstremizmu zlecony został w 2010 r. zespołowi Instytutu Liechtenstein w Bendorf – jednostki naukowo-badawczej specjalizującej się w analizach społecznych. Zleceniodawcą projektu, który w pierwotnym założeniu miał być w perspektywie pięcioletniej, była Komisja Ochrony przed Przemocą Rządu Księstwa Liechtensteinu (Gewaltschutzkommission Fürstentum Liechtenstein, [www.gewaltschutz.li](http://www.gewaltschutz.li)). Jest to jednostka powołana w 2003 r. i podlegająca Ministerstwu Spraw Wewnętrznych Liechtensteinu, mająca za zadanie wypracowanie spójnego stanowiska państwa wobec szerokiego zakresu problemu przemocy. W tym kontekście inicjuje ona i koordynuje działania o charakterze prewencyjnym i doraźnym właściwych organów i instytucji. Komisja zajmuje się przede wszystkim przemocą w przestrzeni publicznej, zagrażającą fundamentalnym wartościom społeczeństwa Liechtensteinu. Do zadań Komisji należy między innymi doradzanie Rządowi w kwestiach przemocy, aktywne informowanie o bieżących wydarzeniach związanych z przemocą, jak również proponowanie środków mających na celu zapobieganie i zwalczanie zjawisk związanych z przemocą, w tym działań radykalnych i ekstremistycznych. Ponadto ciałem to uczestniczy w organizacji wydarzeń i kampanii informacyjno-prewencyjnych, inicjuje opracowywanie strategii interwencyjnych i włącza się w działania o charakterze edukacyjnym.

Program monitorowania ekstremizmu realizowany jest nieprzerwanie od 2010 r., zaś jego wymiernymi efektami są rokrocznie przygotowywane raporty obejmujące dokumentację przypadków działań ekstremistycznych w Księstwie Liechtensteinu. W latach 2010–2015 monitoring zorientowany był na polityczny ekstremizm prawicowy, a jego celem była identyfikacja zagrożeń związanych z nacjonalizmem i faszyzmem oraz określenie skali występowania problemu w państwie. Od roku 2016 raport uwzględnia też zagrożenia związane z dyskryminacją rasową, jak również obserwację wszelkich (nie tylko prawicowych) form ekstremizmu politycznego.

Raporty stanowiące efekt monitoringu<sup>1</sup> składają się z prezentacji wydarzeń mających znamiona ekstremizmu, opisu aktów przemocy, przedstawienia akcji i działań o charakterze politycznym. W tym zakresie raporty opierają się na danych statystycznych policji i Ministerstwa Spraw Wewnętrznych. Dane zawarte w raportach odnoszą się jednakże również do prezentacji środków zaradczych podejmowanych przez insty-

---

<sup>1</sup> Raporty za lata 2011–2016 dostępne są na stronie internetowej Komisji Przeciw Przemocy <https://www.gewaltschutz.li/downloads/extremistische-gewalt> (z dnia 10.08.2018) oraz na stronie Liechtenstein Institut: [liechtenstein-institut.li](http://liechtenstein-institut.li) (z dnia 10.08.2018).

tucje rządowe i organizacje pozarządowe w zakresie przeciwdziałania ekstremizmowi i przemocy. Rolą raportu jest uchwycenie kampanii organizowanych w tym zakresie, prezentacja podejmowanych działań i osiągniętych efektów. Finalną i najobszerniejszą częścią generowanych raportów jest zestawienie doniesień medialnych odnoszących się do zagadnienia ekstremizmu, generowanych poprzez monitoring mediów – tytułów prasowych i internetu. Badania ilościowe opierają się na wyszukiwaniu próby badawczej, którą stanowią przekazy medialne generowane na podstawie zawartości słów kluczowych. Ich aktualny zestaw składa się z 16 słów występujących w połączeniu lub w kontekście z Liechtensteinem (dżihad, swastyka, ekstremizm, państwo islamskie, islam/islamizm, narodowy socjalizm, nazistowski, neo-nazi, radykalizm, rasizm, prawa strona, prawicowy ekstremizm, prawicowy radykalizm, salafizm, skinhead, terroryzm). Tak zebrane dane dają kompletny materiał służący dalszej analizie mogącej mieć wymiar zarówno ilościowy, jak i jakościowy.

### Zakończenie

Wykorzystywanie badań medioznawczych, w tym szerokiego spektrum metod i technik związanych z monitoringiem mediów, służy nie tylko osiągnięciu celów badawczych istotnych z punktu widzenia nauk o komunikacji społecznej i mediach. Celem niniejszego artykułu była prezentacja użyteczności monitoringu mediów masowych na gruncie nauk o polityce – w obrębie badania ekstremizmu politycznego. Uwzględniając przedstawione możliwości, jakie w tym zakresie dają metody badań medioznawczych, jak również cechy i składowe procesu badawczego opisanego jako swoiste case study, wykorzystywanie monitoringu mediów dla osiągnięcia praktycznych i utylitarnych celów społecznych wydaje się w pełni uzasadnione.

Systematyczna analiza liczby przypadków łamania prawa w wyniku ekstremizmu, stosowania w jego ramach przemocy, jak również opisywanych w mediach zdarzeń, w tym komentarzy, umożliwia śledzenie dynamiki zjawiska, obserwację skuteczności podejmowanych środków prewencyjnych i zaradczych, jak również stanowi podłoże do realizacji pogłębionych badań zorientowanych na przyczyny, mechanizmy i skutki oddziaływań ekstremistycznych. Przykład małego kraju, jakim jest Liechtenstein, daje możliwość przeniesienia stosowanych technik i mechanizmów na znacznie większe organizmy państwowe. Oczywiście przetransponowanie przyjętej w Liechtensteinie metodologii na grunt polski wymagałoby znacznie większych nakładów sił i środków, bowiem w Liechtensteinie raporty opracowywane są przez 2–3-osobowe zespoły. Nie wydaje się jednak, by działanie to przerastało możliwości kilkuosob-

bowego zespołu badawczego, zwłaszcza mającego do dyspozycji nowoczesne narzędzia monitoringu mediów oferowane przez co najmniej kilka instytucji badawczych. Działania w tym zakresie powinny być podejmowane zarówno z inspiracji instytucji publicznych, jak i organizacji pozarządowych zajmujących się problematyką rasizmu, ksenofobii, nietolerancji i przemocy. Działania w tym zakresie nie wydają się przesadnie kosztowne, a przykład ich efektywności z punktu widzenia niewielkiego kraju, jakim jest Liechtenstein, wydaje się inspirujący. Zwłaszcza działania ukierunkowane na analizowanie przekazów medialnych, w dobie mediatyzacji niemal wszystkich sfer społecznej aktywności, są szczególnie przydatne i pożądane.

## Bibliografia

- Antoszewski A. 2008, *Partie i systemy partyjne państw Unii Europejskiej na przełomie wieków*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Dobek-Ostrowska B. 2007, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, PWN, Warszawa.
- Gawroński S. 2007, *Współpraca z mediami. Teoria a oczekiwania dziennikarzy* [w:] *Pracownicy i media w procesie komunikacji*, red. D. Tworzydło, T. Soliński, WSiLiZ, Rzeszów.
- Gawroński S. 2012a, *Rynek prasowy w Księstwie Liechtensteinu. Historia i terażniejszość*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1–2.
- Gawroński S. 2012b, *System medialny Księstwa Liechtensteinu* [w:] *Systemy medialne w XXI wieku. Wspólne czy różne drogi rozwoju?*, red. J.W. Adamowski, A. Jaskiernia, ID UW, Warszawa.
- Goban-Klas T. 1999, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, PWN, Warszawa–Kraków.
- Hołub A. 2016, *Ekstremizm i radykalizm jako środowiska rozwoju terroryzmu*, „Studia Politicae Universitatis Silesiensis”, t. 17.
- Jakubowska U. 2002, *Ekstremizm polityczny* [w:] *Podstawy psychologii politycznej*, red. K. Skarżyńska, Zysk i S-ka, Poznań.
- Jakubowska U. 2005, *Ekstremizm polityczny. Studium psychologiczne*, GWP, Gdańsk.
- Kołodziejczyk P. 2012, *Metodologiczne problemy badania internetowych witryn ekstremistycznych*, „Studia Politicae Universitatis Silesiensis”, nr 8.
- Leksykon politologii* 2003, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Atla 2, Wrocław, s. 86–87.
- Lisowska-Magdziarz M. 2004, *Analiza zawartości mediów*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków.
- Lisowska-Magdziarz M. 2006, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, WUJ, Kraków.
- Mrozowski M. 2001, *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, ASPRA-JR, Warszawa.
- Słownik języka polskiego* 2002, red. E. Sobol, PWN, Warszawa.
- Słownik wyrazów bliskoznacznych* 2008, red. L. Wiśniakowska, PWN, Warszawa.
- Szwed R. 2011, *Nieswoistość analizy dyskursu w nauce o komunikacji. Dyskurs jako przedmiot i metoda badań* [w:] *Zawartość mediów czyli rozważania nad metodologią badań medioznawczych*, red. T. Gackowski, ID UW, Warszawa.

- Tokarczyk R. 2003/2004, *Rozważania nad pojęciem ekstremizmu*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska”, vol. L/LI.
- Tokarczyk R. 2004, *Teoretyczna a praktyczna istota współczesnego ekstremizmu politycznego* [w:] *Doktryny i ruchy współczesnego ekstremizmu politycznego*, red. E. Olszewski, UMCS, Lublin.
- Tomaszewski P. 2012, *Ekstremizm polityczny a bezpieczeństwo państwa – rozważania w kontekście Polski*, „Historia i Polityka”, nr 7.
- Wimmer R.D., Dominick J.D. 2008, *Mass media. Metody badań*, WUJ, Kraków.

**Anna Szwed-Walczak\***

**WYKORZYSTANIE  
MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH  
JAKO PLATFORMY  
PROWADZENIA SPORÓW POLITYCZNYCH.  
KAZUS PROJEKTU  
POLSKIEGO RUCHU NARODOWEGO  
„MEDIA NARODOWE”**

**THE USE OF SOCIAL MEDIA AS A PLATFORM  
FOR CONDUCTING POLITICAL DISPUTES: THE CASE  
OF THE PROJECT OF THE ‘NATIONAL MEDIA’ POLISH  
NATIONAL MOVEMENT**

Abstract

The aim of the research was to investigate the nature of the political dispute in social media of the Polish national movement (‘National Media’). The following research questions were formulated: 1. What is the purpose defined and implemented by the ‘National Media’; 2. What are the subjects of the political disputes in the ‘National Media’ project of the Polish national movement; 3. What is the involvement of social media users in the published materials? The subject of the research were social websites YouTube and Twitter, where the ‘National Media’ project is based. The research covered one calendar month of April 2018. During the research content analysis was used.

**Key words:** ‘National Media’, Polish national movement, social media, political dispute

## **Wprowadzenie**

O wadze i znaczeniu technologii informacyjnych dla rozwoju społeczeństwa pisał Manuel Castells, zwracając uwagę na ich szczególnie wpływ na zmianę sfery społeczno-politycznej. Stwierdził, że „Źródłem władzy jest dziś głównie możliwość tworzenia i rozpowszechniania kodów

---

\* Zakład Myśli Politycznej, Wydział Politologii UMCS, Plac Litewski 3, 20-080 Lublin, adres e-mail: anna\_szwed@poczta.fm

kulturowych oraz treści informacyjnych. Panowanie nad sieciami komunikacyjnymi staje się dźwignią, która umożliwia przenoszenie własnych celów i wartości na obowiązujące normy zachowania ludzkiego” (Castells 2003: 186). Truizmem byłoby stwierdzenie, że twórca informacji steruje nastrojami społecznymi i przyczynia się do określonych zachowań. Ułatwia to z pewnością popularność mediów społecznościowych, gdzie liczba nadawców jest nieograniczona, co utrudnia weryfikację prawdziwości publikowanych treści.

Jak zauważył inny badacz, z założenia media masowe miały być obiektywne i stać ponad społeczeństwem, z kolei media w sieci „są w większym stopniu zanurzone w społeczeństwie”, dostosowując się do widowni (Van Dijk 2010: 62). Media społecznościowe spowodowały perturbacje w sposobie kreacji, upowszechniania i wykorzystania treści. Facebook przyczynia się do tworzenia enklaw światopoglądowych, ma charakter fanowski (Levinson 2009; Matuszewski 2018: 29; Bańko 2017: 69), wbrew założeniom o jego przeznaczeniu do popularyzacji debaty, wręcz ją ogranicza, wzmacniając przekonania jego użytkowników. Twitter pozwala na błyskawiczną i powszechną proliferację informacji, ale też poprzez wieloźródłowość pojawiających się treści kumuluje opinie i emocje. Umożliwia także strukturyzację debaty poprzez wykorzystanie hashtagów (Axel Maireder & Julian Ausserhofer 2014: 36). YouTube zmienia rolę odbiorcy z konsumenta na prosumenta, przyjmując też rolę „pośrednika pomiędzy różnymi konkurującymi dyskursami i ideologiami zorientowanymi zarówno na branżę medialną, jak i na odbiorców czy użytkowników” (Burgess, Green 2011: 65–66).

O atrakcyjności przekazu w mediach społecznościowych świadczy jego multimodalny charakter, łączenie infografiki z komentarzem czy filmem, ale też interaktywność. Media społecznościowe dostarczają nowych możliwości związanych z prezentacją swoich racji – pozornie anonimowo lub jawnie włączając się w dyskurs polityczny. Jednakże nie ogranicza się on wyłącznie do cyberprzestrzeni, lecz „sieciowe spory” majoryzują przestrzeń publiczną i narzucają kierunek debaty publicznej lub uniemożliwiają jej zaistnienie.

Media społecznościowe, stając się kanałem powszechnej komunikacji obywateli, wzbudziły zainteresowanie aktorów politycznych. Mimo początkowej niechęci do realizacji permanentnej komunikacji politycznej (ograniczając ją do okresu przedwyborczego) zyskały szczególne uznanie po sukcesie wyborczym Baracka Obamy w 2008 r. (Przybysz 2013: 31–34, 142–158). W Polsce aktywność polityków w mediach społecznościowych zintensyfikowała się przed wyborami prezydenckimi i parlamentarnymi w 2015 r. (Bodys 2016: 166). Media społecznościowe

umożliwiły bowiem pominięcie *gate keepera*, czyniąc komunikowanie polityczne bezpośrednim, a także pozwoliły na dotarcie z komunikatem politycznym do wyborców z tzw. pokolenia Y. Badacze zajmujący się rolą mediów społecznościowych w komunikowaniu politycznym zwracają uwagę na: 1) wpływ komunikowania politycznego on-line na decyzje wyborcze, 2) ocenę mediów społecznościowych jako źródła informacji (Bodys 2016: 166), 3) postrzeganie mediów społecznościowych jako narzędzia walki społeczeństwa obywatelskiego, 4) ich możliwość mobilizacji tłumu, tzw. *flahmobs* (Szuta 2014: 39), 5) narzędzie kreowania wizerunku polityka i miejsca realizacji kampanii wyborczej (Adamik-Szysiak 2014; Annusewicz 2017), 6) media społecznościowe jako kanał komunikacji politycznej (Posyłek 2017), 7) narzędzie przenoszenia konfliktów ogólnokrajowych na płaszczyznę lokalnej polityki (Bąk, Kubisz-Muła: 2017). Różne perspektywy badawcze wskazują jednak zgodnie, że media społecznościowe wykorzystywane w komunikowaniu politycznym rozwijają się głównie jako płaszczyzna prowadzenia sporów politycznych (niezależnie od celu politycznego: promocji własnego programu lub wizerunku, dyskredytacji przeciwnika, popularyzacji idei), które dynamizują, integrują i mobilizują internautów, czyniąc temat „medialnym”. Przekłada się to z kolei na przenikanie „treści on-line” do mediów tradycyjnych, dzięki czemu komunikat dociera do szerszej widowni.

Celem badań było ukazanie, jaki charakter ma spór polityczny toczony w mediach społecznościowych włączonych w projekt polskiego obozu narodowego pt. „Media Narodowe”. Z pewnością stanowi on strategię pozyskania nowych zwolenników idei narodowej, nie tyle już tzw. pokolenia Y, co pokolenia Z (urodzeni po 1996 r.), które dorastało w świecie zcyfryzowanym, opartym na nieograniczonym dostępie do komputerów i Internetu. Warunkowało to ich nastawienie na interakcyjność (Jaworowicz 2016:19). Zaletą mediów społecznościowych jest gwarancja „natychmiastowości”, przystosowania treści do oczekiwań odbiorcy, możliwość jej aktualizacji, wymiany doświadczeń, reakcji. W związku z tym sformułowano następujące pytania badawcze: 1) Jaki jest cel definiowany i realizowany przez „Media Narodowe”, 2) Czego dotyczą spory polityczne toczony w „Mediach Narodowych” funkcjonujących w mediach społecznościowych, 3) Jakie jest zaangażowanie użytkowników mediów społecznościowych w publikowane materiały.

Przedmiotem badań były serwisy społecznościowe, w których funkcjonują „Media Narodowe”. Badania objęły jeden miesiąc kalendarzowy – kwiecień 2018 r. („Media Narodowe” po roku funkcjonowania). W toku badań wykorzystano analizę treści. Dokonano kategoryzacji publikowanych materiałów według tematyki.

## Projekt „Media Narodowe”

Zainicjowany, a następnie uruchomiony w marcu 2017 r. przez Stowarzyszenie „Marsz Niepodległości”<sup>1</sup> projekt „Media Narodowe” ma na celu konsolidację polskiego środowiska patriotycznego wokół idei narodowej. Twórcy definiują go jako koncept oddolny, nową jakość „prawdziwie niezależnych i nowoczesnych mediów”, „głos Polaków w kraju i za granicą płynący prosto z serca”, wspierany finansowo przez „zwykłych Polaków”. Polskie środowisko narodowe za powinność uznało budowę „niepoprawnych politycznie” mediów alternatywnych wobec mediów głównego nurtu. Prezes Stowarzyszenia „Marsz Niepodległości” Robert Bąkiewicz, uzasadniając potrzebę realizacji projektu, wskazał, że w Polsce brakowało mediów reprezentujących polskie interesy. Zdiagnozował polski rynek medialny poprzez wyszczególnienie trzech typów podmiotów: 1) mediów polskojęzycznych o obcym kapitale, 2) mediów o polskim kapitale, ale tworzonych przez osoby związane z systemem PRL, o postawach serwilistycznych, 3) mediów publicznych prezentujących orientację polityczną zwycięskiej opcji politycznej. „Media Narodowe”, jego zdaniem, mają tworzyć platformę prezentowania informacji, które nie pojawią się w wyżej wymienionych mediach. Inaugurując otwarcie portalu, wskazał, że ma mieć on charakter opiniotwórczy (Patronite; Bąkiewicz; Media Narodowe 1).

Projekt jest efektem współpracy środowisk katolickich, narodowych, konserwatywnych zaangażowanych w organizację Marszu Niepodległości. Redakcja „Mediów Narodowych” współpracuje z portalami i pismami o proweniencji narodowej oraz nacjonalistycznej: „Dziennikiem Narodowym”, KierunkiInfo.pl, „Polityką Narodową”, „Myśl.pl”, Narodowcy.net, wMeritum.pl, Prawapolityka.pl, „3Droga.pl” (w spocie reklamowym projekt z 12 marca 2017 r. wymieniono PCh24.pl Polonia Christiana)<sup>2</sup>. Wymienionych partnerów łączy przede wszystkim bliskość ideowa, odwołanie do wartości katolickich, myśli politycznej ruchu narodowego.

---

<sup>1</sup> Stowarzyszenie Marsz Niepodległości zostało wpisane do rejestru stowarzyszeń 29 grudnia 2011 r. Powstało w wyniku potrzeby konsolidacji działań przygotowawczych do corocznej inicjatywy marszu z okazji Święta Niepodległości, w którego organizację od 2010 r. zaangażowanych było kilka organizacji nacjonalistycznych, narodowych, konserwatywnych i katolickich (głównie Młodzież Wszechpolska, Obóz Narodowo-Radykalny). W skład Stowarzyszenie weszli głównie działacze tych dwóch organizacji, zob. szerzej: Szwed-Walczak A. 2017a.

<sup>2</sup> Media Narodowe, *Redakcja*, <https://medianarodowe.com/redakcja/> (18.05.2018), por. Marsz Niepodległości, *Wspólnie budujemy #medianarodowe* [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=56&v=5AntNlqGk\\_s](https://www.youtube.com/watch?time_continue=56&v=5AntNlqGk_s) (18.05.2018).



„Media Narodowe” mają być głównie mediami Marszu Niepodległości, stąd częsta obecność w nich prezesa Stowarzyszenia „Marsz Niepodległości” czy zachęta do finansowego wsparcia inicjatywy upamiętnienia rocznicy odzyskania niepodległości. W filmie promującym akcję „Tworzymy media narodowe” lektor informuje: „Marsz Niepodległości to zryw, wyraz zmęczenia nas wszystkich pookragłostołowym porządkiem. Jest odpowiedzią na propagandę medialną i odpowiedzią na działania kolejnych rządów, które zmusiły wielu rodaków do emigracji. Jest pragnieniem prawdziwie niepodległej Polski, w której realizuje się interes narodu, nie zaś obcych mocarstw. Masz dość tych samych twarzy w mediach, serwowany przez telewizję głównego nurtu przekaz realizuje interes zachodnich lobbystów, a prezentowane treści przedstawiają bardzo niski poziom. Czas na alternatywę, czas, aby Polacy mieli swoje, wyrażające ich racje stanu media” (Media Narodowe 2). Twórcy propagują ideę włączenia się w patronat „Mediów Narodowych” poprzez określony miesięczny próg wsparcia finansowego (5 zł, 10 zł, 15 zł, 20 zł, 30 zł, 50 zł, 100 zł, 200 zł, 400 zł). „Zrzutka” promowana jest w mediach społecznościowych.

„Media Narodowe” tworzą: 1) portal informacyjny funkcjonujący pod domeną medianarodowe.pl (pierwszy wpis ukazał się 31 marca 2017 r.), jest on zsynchronizowany z kontami redakcji w mediach społecznościowych, stanowi bazę informacyjną, z której tworzone są tweety, udostępnia filmy z kanału na YouTube „MediaNarodowe” (ale zawierają one komentarz redakcyjny); 2) telewizja internetowa (kanał na YouTube założony 5 kwietnia 2017 r., pierwszy film ukazał się 14 kwietnia 2017 r. Kanał ma 31 070 subskrypcji oraz 6 146 525 wyświetleń)<sup>3</sup>; 3) mikroblog na Twitterze (aktywny od marca 2017 r. obserwuje go 5158 użytkowników), 4) profil na Instagramie (od 29 maja 2017 r., 528 obserwujących), 5) do stycznia 2018 r. Fanpage na Facebooku, który został zablokowany i usunięty przez administratora Facebooka, wówczas obserwowało go 20 tys. użytkowników. Nie został uruchomiony ponownie<sup>4</sup>.

Portal informacyjny składa się z ośmiu głównych zakładek: „Aktualności”, „Wideo”, „Publicystyka”, „Gospodarka”, „Historia”, „Redakcja”, „Wspieram”, poruszana tam tematyka skorelowana jest z treścią obecną na YouTube oraz Twitterze. W badanym okresie nie pojawiały się żadne publikacje na Instagramie „Mediów Narodowych”. Był on najrzadziej używanym medium przez twórców projektu (dostrzegalna

<sup>3</sup> Dane na dzień: 19.07.2018.

<sup>4</sup> Media Narodowe promowane są na Facebooku przez Fanpage Marszu Niepodległości (w ramach którego funkcjonuje grupa otwarta „Tworzymy media narodowe”), ale też Młodzieży Wszechpolskiej i Ruchu Narodowego.

jest jednak intensyfikacja przekazu od końca maja 2018 r.). Na YouTube opublikowano 43 filmy, których zdecydowana większość była zrealizowana w ramach stałych audycji („Kościół Naród, Państwo” – 6, „Komentarz Mediów Narodowych” – 21, „Relacje” – 2, „Top 20 sceny tożsamościowej”). Na Twitterze pojawiło się 239 wpisów. Należy zaznaczyć, że 238 postów są to komentarze z linkami do publikacji z portalu medianarodowe.com, a jeden stanowi link do strony internetowej partii Ruch Narodowy.

Publikowane materiały można skategoryzować według poruszanej tematyki. Różnicuje ją kanał upowszechniania treści, która została dostosowana do funkcjonalności narzędzia, ale też jego przeznaczenia. Twitter zachęca do wymiany konkretnych i aktualnych (lecz nie zawsze zweryfikowanych) informacji, YouTube do współdzielenia się twórczością. Serwis umożliwia ocenę materiału filmowego (na zasadzie „podoba mi się”, „nie podoba mi się”), zalogowany użytkownik może też komentować publikację, oceniać, komentować czy podążać za zestawem filmów powiązanych tagami (Palczewski 2013: 45; Majorek 2015: 31). Materiały publikowane na YouTube w badanym okresie skategoryzowano na: 1) Wartości narodowe popularyzowane przez ruch narodowy, 2) Źródła i przejawy antypolonizmu, 3) Zagrożenia dla gospodarki narodowej, 4) Kościół katolicki jako fundament polskości oraz państwa polskiego. Treści te pojawiały się w trzech formatach: programów publicystycznych „Kościół, Naród, Państwo”<sup>5</sup>, „Komentarza Mediów Narodowych”, „Relacji” lub nagrań. Wartości narodowe, takie jak: wiara katolicka, naród, państwo narodowe, nacjonalizm gospodarczy, cywilizacja łacińska, propagowano poprzez ich ukierunkowaną interpretację, przedstawiano je jako kanon polskości, „wartości podstawowe Polaka”. Przejawiały się one w dyskursie na temat patriotyzmu, godności człowieka, obrony życia, rocznicach wydarzeń historycznych lub ważnych dat dla obozu narodowego, np. rocznicy powstania ONR. Źródła i przejawy antypolonizmu udowodniano poprzez egzemplifikację działania sądów, które oskarżano o nieuczciwe wyroki, sprzyjanie przeciwnikom obozu narodowego, upolitycznienie, antypolskość. Kolejnym przejawem była cenzura treści patriotycznych. Wskazano także wrogi narodowi polskiemu instytucje międzynarodowe i państwa. W badanym okresie często poruszaną tematyką były problemy gospodarcze Polski. Miały one wy-

---

<sup>5</sup> Tytuł audycji nawiązywał do broszury *Kościół, naród i państwo* (z 1927 r.) autorstwa nestora polskiego obozu narodowego Romana Dmowskiego. W publikacji ideolog wskazywał na istotną rolę Kościoła katolickiego w rozwoju cywilizacji łacińskiej oraz narodów europejskich. Przekonywał, że oddzielenie polskości od katolicyzmu powoduje destrukcję narodu. Broszura wpłynęła na kierunek rozwoju polskiego obozu narodowego w stronę nacjonalizmu chrześcijańskiego.

nikać z podpisanej przez Donalda Trumpa ustawy 447 (zgodnie z którą ma powstać raport weryfikujący, czy państwa dokonały zwrotu przedwojennego mienia żydowskiego), prywatyzacji kopalń, działań polityków na szkodę państwa. Ostatnia kategoria ukazywała relacje pomiędzy katolicyzmem i nacjonalizmem, bliskość doktrynalną, w tym również kwestie obrony życia (od zapłodnienia do naturalnej śmierci), podejmowano tematy popularne wśród katolików, np. charyzmatyczne wspólnoty katolickie.

Opublikowane w badanym okresie na Twitterze posty pozwoliły na wyszczególnienie kategorii: 1) Promocja wydarzeń narodowych, wartości narodowych i katolickich, co stanowiło powielenie treści obecnych na YouTube, przy czym na Twitterze więcej uwagi przywiązywano do treści politycznych, 2) Zagrożenia dla Polski – wydarzenia ze świata, które mogłyby oddziaływać negatywnie na Polskę lub tak oddziałują, 3) informacje zarówno krajowe, jak i zagraniczne mające charakter prezentowania ważnych treści politycznych, 4) Diagnoza problemów Polski: gospodarczych, społecznych, a także wynikających z „antypolskiej propagandy”.

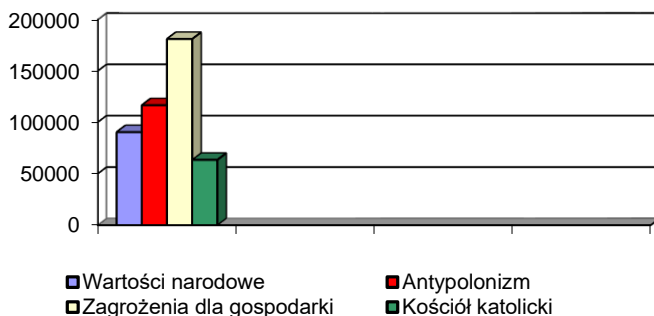
Analiza materiałów udostępnianych przez twórców projektu „Media Narodowe” wykazała, że są one spójne z ideologią popularyzowaną przez obóz narodowy. W treści publikowanych materiałów obecne są kwestie narodu, rodziny, religii, kultury narodowej, a także wskazanie, że bezpieczeństwo powyższych wartości może zapewnić państwo narodowe realizujące odpowiedni typ gospodarki (por. Szwed-Walczak 2017b; Maj 2008; Tokarz 2002). Adresatem treści pozostaje grupa podzielająca ideologię narodową, identyfikująca się z ideą „Marszu Niepodległości”.

## **Spory polityczne w „Mediach Narodowych” – tematy wiodące**

Spór polityczny definiuję jako sprzeczność interesu uwarunkowaną ideologicznie i wzmocnioną ładunkiem emocjonalnym, bez szansy na kompromis, będący wyrazem walki o tożsamość ideologiczną. Analiza treści publikowanych w ramach „Mediów Narodowych” pozwoliła na wysnucie wniosku, że poruszana tematyka z jednej strony promowała ideologię narodową, ukazywała jej związek z katolicyzmem, przez co odwoływała się do idei nacjonalizmu chrześcijańskiego, z drugiej zaś strony poprzez odniesienie do rzeczywistości politycznej wchodziła w spór ideologiczny z realizowaną polityką krajową i zagraniczną. Wymagała od odbiorcy dokonania wyboru pomiędzy treściami narodowymi a „treściami kosmopolitycznymi”, opowiedzenia się po stronie sporu – media narodowe *versus* media antypolskie, a następnie konsekwencji w doborze źródła informacji.

Warto zaznaczyć, że obóz narodowy, zarzucając mediom mainstreamowym jednostronność, wyrugowanie z przestrzeni publicznej „narodowców”, sam tworzy media polityczne propagujące jedną ideologię, bezkompromisowe, w których nie ma miejsca dla innych opcji politycznych. Materiały przygotowane przez redakcję „Mediów Narodowych” są popularyzowane z kolei na Fanpagach organizacji politycznych – Ruchu Narodowego, Młodzieży Wszechpolskiej, a także Stowarzyszenia „Marsz Niepodległości”. Pojawia się więc złudne zróżnicowanie aparatu nadawczego, gdy środowisko narodowe (członkowie i sympatycy) korzysta ze strumienia informacji pochodzących z jednego źródła. Jest to oczywiście również warunkowane tym, że media społecznościowe sprzyjają tzw. efektowi kabiny pogłosowej (*echo chamber*). Użytkownicy poszukują treści zgodnych z ich poglądami, co przyczynia się do wzmocnienia ich racji i uodpornienia na inne poglądy (Jacuński 2016: 21). Jak zauważa Magdalena Szpunar, wielokrotne powielanie treści prowadzi do jej przeinaczenia i nadinterpretacji, co z kolei uwiarygodnia skrajne wersje zdarzeń (Szpunar 2014: 71; Szpunar 2017: 36).

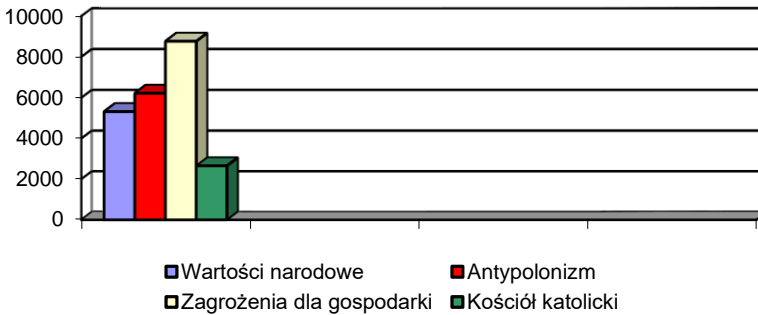
Analiza treści publikowanych przez redakcję „Mediów Narodowych” pozwoliła na wskazanie, że odbiorców frapowały treści o charakterze konfliktowym. W tym zakresie dostrzegalna była analogia na YouTube oraz Twitterze. Były to materiały ukazujące zagrożenia gospodarcze (a więc bezpośrednio wpływające na funkcjonowanie jednostek), ale też źródła antypolonizmu, a więc kwestie traktujące o zagrożeniach dla tożsamości narodowej. Na kanale „Mediów Narodowych” na YouTube te dwie kategorie materiałów filmowych były najczęściej oglądane. Stanowiły łącznie 65,93% wszystkich wyświetleń w badanym okresie, zob. wykres 1.



**Wykres 1.** Liczba wyświetleń filmów na kanale YouTube – „Media Narodowe” z podziałem na tematykę

Źródło: opracowanie własne.

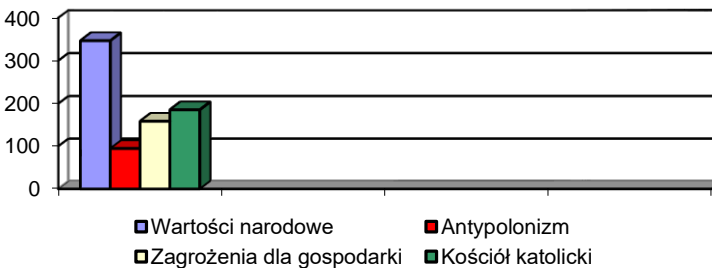
Zainteresowanie tą tematyką wynikało z przyjętej przez obóz narodowy strategii dyskursu politycznego wskazującej, że „własność” (majątek, kultura, poczucie narodowe) jest odbierana w wyniku działań określonych (wrogich Polsce) sił. Przekaz obozu narodowego charakteryzowała diagnoza polskiej rzeczywistości politycznej poprzez pryzmat zagrożeń dla narodu o charakterze materialnym i duchowym. Nasilano przez to poczucie stanu permanentnego niebezpieczeństwa. Treści o takiej wymowie były to również akceptowane w YouTube, co odbiorcy potwierdzali ikoną „popieram”, zob. wykres 2.



**Wykres 2.** Liczba kliknięć „popieram” na kanale YouTube – „Media Narodowe” z podziałem na tematykę

Źródło: opracowanie własne.

Materiały dotyczące zagrożeń gospodarczych oraz zagrożeń tożsamościowych definiowanych jako „antypolonizm” nie powodowały również negatywnego odzewu wśród odbiorców w odróżnieniu od kwestii aksjologicznych. Stąd można przypuszczać, że odbiorcy nieidentyfikujący się ideologicznie z obozem narodowym nie oceniali tej tematyki lub jej nie negowali (nie wzbudzała ona zaangażowania emocjonalnego), zob. wykres 3.



**Wykres 3.** Liczba kliknięć „nie popieram” filmów na kanale YouTube – „Media Narodowe” z podziałem na tematykę

Źródło: opracowanie własne.

Analogiczne pod względem zainteresowania odbiorców były wyniki analizy postów na Twitterze. Warto jednak zauważyć, że mikroblog nie wzbudzał zainteresowania odbiorców w takim zakresie, jak kanał na YouTube, co miało przełożenie na niewielką liczbę reakcji emocjonalnych – „polubień”, udostępnień oraz komentarzy. Średnia liczba „polubień” treści opublikowanych przez „Media Narodowe” na Twitterze wynosiła 15, udostępnień: 8, komentarzy: 2. Z kolei na YouTube na jeden film przypadało średnio 535 polubień oraz 147 komentarzy.

Największą uwagę odbiorców na Twitterze powodowała tematyka dotycząca diagnozy aktualnych problemów Polski (zarówno gospodarczych, jak i ideologicznych), zob. tabela 1.

**Tabela 1.** Zainteresowanie treścią tweetów publikowanych na mikroblogu „Mediów Narodowych”

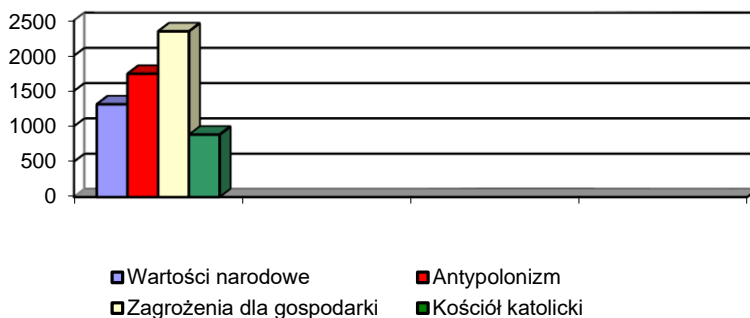
	Polubienia	Udostępnienia
Promocja wartości narodowych i katolickich	1137 32,29%	462 23,80%
Zagrożenia dla Polski	275 7,81%	203 10,46%
Informacje	934 26,52%	422 21,74%
Diagnoza problemów Polski	1175 33,38%	854 44%
Razem	3521	1941

Źródło: opracowanie własne.

Promocja wydarzeń narodowych, wartości narodowych i katolickich stanowiła powielenie treści obecnych na YouTube (w dwóch kategoriach: „Wartości narodowe” oraz „Kościół katolicki”), przy czym na Twitterze więcej uwagi przywiązywano do treści politycznych (informacji o wydarzeniach krajowych i zagranicznych, które mogą negatywnie oddziaływać na interesy Polski).

Wyzwaniem dla badaczy mediów społecznościowych jest odpowiedź na pytania, które zachowanie użytkownika świadczy o jego zaangażowaniu w interakcję, czy można stworzyć skalę zaangażowania. Kwestię tę można rozważać pod kątem trzech zachowań emocjonalnych użytkowników mediów społecznościowych: reakcji (lubię / nie lubię), komentowania publikacji lub udostępniania komunikatu. W badaniu za miernik zaangażowania w interakcję przyjęto komentarz (aprobuje treść) bądź dezaprobuje opublikowaną treść).

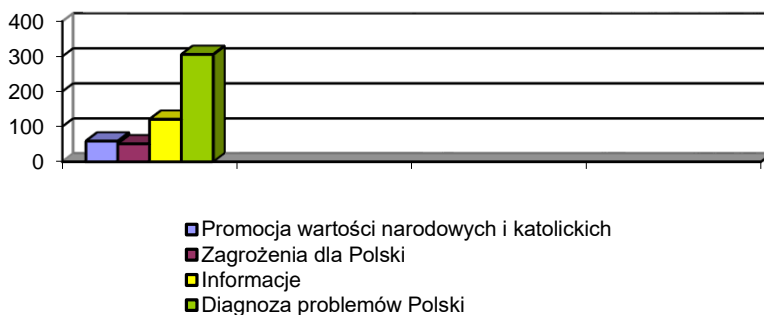
Można zauważyć, że najczęściej komentarzy wzbudziła kwestia związana z zagrożeniami o charakterze gospodarczym i tożsamościowym, co znalazło odzwierciedlenie w największej liczbie komentarzy na YouTube (zob. wykres 4) oraz Twitterze (zob. wykres 5).



**Wykres 4.** Liczba komentarzy pod filmami „Mediów Narodowych” z podziałem na tematykę

Źródło: opracowanie własne.

Zarówno na YouTube, jak i na Twitterze materiały o wybranej tematyce – zagrożenia gospodarcze oraz tożsamościowe były nie tylko najchętniej komentowane, ale też wzbudzały reakcję („polubienia”). Na YouTube były najczęściej wyświetlane, na Twitterze zaś – udostępniane.



**Wykres 5.** Liczba komentarzy pod tweedami na mikroblogu „Mediów Narodowych” z podziałem na tematykę

Źródło: opracowanie własne.

Można zauważyć, że pomimo porównywalnej liczby treści o charakterze propagowania ideologii narodowej i ukazywania zagrożeń, większe zainteresowanie odbiorców wzbudzały te drugie. Na YouTube treści o charakterze ideologicznym stanowiły 51,17% filmów (Wartości narodowe – 30,24%, Kościół katolicki – 20,93%), z kolei publikacje, których tematyką było zagrożenie bezpieczeństwa socjalnego i narodowego – 48,83% (Antypolonizm – 25,58%, Zagrożenia dla gospodarki narodowej – 23,25%). Mimo to atrakcyjniejsze i częściej oglądane przez odbiorców były tematy dotyczące zagrożeń dla gospodarki oraz przejawów antypolonizmu.

Dostrzec można rozbieżności w udziale treści w danym medium. Mianowicie na Twitterze przewagę miały informacje ze świata polityki (36,4%), obecne problemy Polski (25,94%), Wartości narodowe i katolickie – 22,6%, najmniej treści dotyczyło zagrożeń międzynarodowych mających wpływ na interesy polskie (15,06%). Znalazło to przełożenie na zainteresowanie odbiorców, którzy chętniej uaktywniali się przy tweetach dotyczących diagnozy Polski, jej problemów gospodarczych i tożsamościowych, następnie wartości narodowych i katolickich.

### Zakończenie

Media społecznościowe kumulują uwagę poprzez emocjonalizację przekazu, różne formy uczestnictwa, możliwość komentowania, oceniania, udostępniania treści, podglądania reakcji innych osób, w tym liderów opinii publicznej, autorytetów, idoli. Umożliwiają stworzenie spolaryzowanych enklaw, gdzie użytkownicy utwierdzają się w swych sądach, co z kolei utrudnia debatę publiczną. W sferze on-line szuka się treści pokrywających się z własnymi poglądami, co sprzyja wzmocnieniu dotychczasowych przekonań. W następstwie nie dochodzi do racjonalnej debaty czy dyskursu publicznego, lecz do polaryzacji stanowisk. Magdalena Szpunar dowodzi za Jamesem Fishkinem, że media społecznościowe potwierdzają tzw. regułę homofilii oraz koncepcję selektywnego nastawienia. Pierwsza oznacza, że ludzie chętniej porozumiewają się z osobami do nich podobnymi (pod względem fizycznym, kompetencyjnym, światopoglądowym) i w efekcie zaczynają funkcjonować w klice, która uniformizuje przekonania. W założeniu drugiej koncepcji ludzie celowo poszukują osób podobnych sobie (Szpunar 2017: 36). Wykorzystują to aktorzy polityczni do komunikowania z obywatelami i pogłębiania sporu ideologicznego w celu polaryzacji grupowej i poszerzenia elektoratu.

Projekt obozu narodowego „Media Narodowe” w dyskursie politycznym również wykorzystuje strategię sporu. Ma on podłoże gospodarcze i ideologiczne. Przedstawiając interpretację polityki poprzez pryzmat ideologii narodowej, redakcja propaguje określoną interpretację wydarzeń politycznych i przedkłada własne propozycje działania politycznego. Projekt deklarował stworzenie mediów niezależnych, alternatywnych wobec mediów mainstreamowych, wdrożył zaś koncepcję mediów politycznych, których fundamentem jest myśl narodowa. Istotą sporu pozostaje obrona interesu narodowego oraz tożsamości narodowej. Problematyka ta wzbudza także największe zainteresowanie odbiorców, mimo że nie obejmuje większości treści publikowanych w „Mediach



Narodowych”. Zainteresowanie powoduje zaś większe zaangażowanie w materiały o tej tematyce, co przekłada się na ich popularyzację poprzez udostępnianie, komentowanie czy znaczną liczbę „polubień”. Odbiorców „Mediów Narodowych” bardziej angażuje YouTube, co może wynikać z jego multimodalnego charakteru.

## Bibliografia

- Adamik-Szysiak M. 2014, „*Social Media Marketing*” – kreowanie wizerunku polityka w przestrzeni wirtualnej na przykładzie liderów polskiej sceny politycznej, „*Rocznik Nauk Społecznych*”, nr 11.
- Annusewicz O. 2017, *Twitter jako przestrzeń autoprezentacji politycznej. Zarządzanie wizerunkiem polityka w mediach społecznościowych*, „*Studia Politologiczne*”, vol. 45.
- Bańko R. 2017, *Facebook jako zalgorytmizowany proces stanowienia relacji, dostarczania wiedzy i translacji wartości* [w:] *Facebook. Oblicza i dylematy*, red. J. Kreft, Kraków.
- Bąk A., Kubisz-Muła Ł. 2017, *Facebook jako narzędzie odwoływania się do ogólnokrajowych sporów politycznych przez lokalnych polityków – analiza na przykładzie samorządowców z miast na prawach powiatu z województwa śląskiego*, „*Polityka i Społeczeństwo*”, nr 4.
- Bąkiewicz R., *Budujemy prawdziwe Media Narodowe*, <https://www.youtube.com/watch?v=T6uOjuEPN5c> (15.05.2018).
- Bodys M. 2016, *Rola mediów społecznościowych w komunikacji partii politycznych i podejmowaniu decyzji wyborczych przez ich wyborców*, „*Political Preferences*”, nr 12.
- Burgess J., Green J. 2011, *YouTube. Wideo online a kultura uczestnictwa*, przeł. T. Płudowski, Warszawa.
- Castells M. 2003, *Galaktyka Internetu: refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, tłum. T. Hornowski, Poznań.
- Inauguracja działalności Mediów Narodowych – słowo od Roberta Bąkiewicza*, <https://medianarodowe.com/inauguracja-dzialalnosci-mediow-narodowych-slowo-od-roberta-bakiewicza-wideo/> (17.05.2018).
- Jaworowicz P. 2016, *Wideokomunikowanie polityczne w Internecie. YouTube i polskie partie polityczne w latach 2011–2014*, Warszawa.
- Levinson P. 2010, *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka-Strączek, Kraków.
- Maireder A., Ausserhofer J. 2014, *Political Discourses on Twitter: Networking Topics, Objects, and People* [in:] *Twitter and Society*, ed. Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, & Cornelius Puschmann.
- Maj E. 2008, *Mysł narodowa i nacjonalistyczna* [w:] *Mysł polityczna w Polsce po 1989 roku*, Wybrane nurty ideowe, red. E. Maj, A. Wójcik, Lublin.
- Majorek M. 2015, *Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności*, Kraków.
- Marsz Niepodległości, *Wspólnie budujemy #medianarodowe*, [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=56&v=5AntNlqGk\\_s](https://www.youtube.com/watch?time_continue=56&v=5AntNlqGk_s) (18.05.2018).
- Media Narodowe 1*, [www.medianarodowe.com](http://www.medianarodowe.com)
- Media Narodowe 2*, <https://www.youtube.com/watch?v=MYsUcXWv8E4>, 14 IV 2017 (20.05.2018).

- Matuszewski P. 2018, *Wykorzystanie mediów informacyjnych w dyskusjach politycznych na Facebooku*, „Studia Medioznawcze” nr 1.
- Palczewski M. 2013, *Tweet jako odmiana newsa czy nowy (ponowoczesny) gatunek dziennikarski?*, „Nowe Media” nr 4.
- Patronite, *Media Narodowe*, <https://patronite.pl/medianarodowe> (15.05.2018).
- Posyłek M. 2017, *Rola mediów społecznościowych w komunikowaniu politycznym*, „Polityka i Społeczeństwo”, nr 1.
- Przybysz Ł. 2013, *Komunikowanie polityczne 2.0. Analiza amerykańskiej i polskiej kampanii prezydenckiej*, Warszawa.
- Szpunar M. 2014, *Internet – nowa sfera publiczna czy kabina pogłosowa?* [w:] *Media i polityka. Relacje i współzależności*, red. M. Adamik-Szysiak, Lublin.
- Szpunar M. 2017, *Imperializm kulturowy internetu*, Kraków.
- Szuta A. 2014, *Media społecznościowe jako grunt pod nowe ruchy społeczne*, „Świat Idei i Polityki”, nr 13, Toruń.
- Szwed-Walczak A. 2017a, *Komunikowanie polityczne Ruchu Narodowego (2012–2016)* [w:] *Komunikowanie polityczne*, red. E. Maj, E. Podgajna, A. Szwed-Walczak, Ł. Jędrzejski, Lublin 2017.
- Szwed-Walczak A. 2017b, *Partia Ruch Narodowy – historia organizacji politycznej* [w:] *Nowe partie i ruchy polityczne. Praktyka i idee współczesnych demokracji*, red. K. Walecka, K. Wojtas, Warszawa.
- Tokarz G. 2002, *Ruch narodowy w Polsce w latach 1989–1997*, Wrocław.
- Van Dijk J. 2010, *Społeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, przeł. J. Konieczny, Warszawa.

Paulina Gala\*

## WIZERUNEK I KIERUNKI POLITYKI WŁADIMIRA PUTINA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH W KAMPANII PREZYDENCCKIEJ W 2018 ROKU

### IMAGE AND POLICY DIRECTIONS OF VLADIMIR PUTIN IN SOCIAL MEDIA BEFORE THE 2018 PRESIDENTIAL ELECTIONS

#### Abstract

The main aim of this paper is to analyse the image and policy directions of Vladimir Putin in social media before the 2018 presidential elections that he won. The official Twitter channel in English version was traversed in this paper.

The presidential campaign of Vladimir Putin in 2018 was very gentle. The leader strategy, which was adopted, ensured his outright victory.

The most commonly raised issues before the presidential elections in Russia concerned international partnerships, military issues, army and arms. Information concerning private life was not used in the pictures and in the paper. He had condoled, wished and congratulated – the widely promoted image of a charismatic leader was broken down by friendly gestures.

The figure of president was exposed in pictures. The most posted pictures of the President were pictures of him surrounded by common people, workers and politicians. His attire and body language underlined a professional approach.

**Key words:** presidential elections, social media, image, policy directions

#### Wprowadzenie

„Tato, kiedy w lesie przewróci się drzewo, a nie będzie tam dziennikarzy, którzy by o tym poinformowali – to czy ono się naprawdę przewróciło?” – to tekst satyrycznego rysunku w „Saturday Review”, który obrazuje potęgę mediów (Noelle-Neumann 2004: 168). Mimo że media nie mają władzy *sensu stricto*, badacze wskazują na przesunięcie centrum władzy w kierunku mediów (Goban-Klas 2005: 47). Media oddzia-

---

\* Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa, Uniwersytet Śląski w Katowicach, ul. Bankowa 11, 40-007 Katowice, adres e-mail: paulina.gala131@gmail.com

lują na politykę, można pokusić się o stwierdzenie, że prowadzą z nią pewien rodzaj flirtu (Szpunar 2007: 7). Politycy natomiast tylko dzięki nim mogą zaprezentować się szerszej publiczności (Dobek-Ostrowska 1999: 123). Jak zauważa Bogusława Dobek-Ostrowska, określenia „profesjonalizacja”, „modernizacja”, „westernizacja” czy „amerykanizacja” sceny politycznej dotyczą procesu urynkowania się polityki (Dobek-Ostrowska 2005: 11). Szansę na sukces mają kandydaci właściwie „opakowani” (Kuca 2010: 112). Postępująca profesjonalizacja i mediatyzacja kampanii wyborczych w XXI w. prowadzi do koncentrowania kampanii politycznych wokół lidera, z przewagą treści dotyczących wizerunku kandydata (Kolczyński 2013: 7). Coraz ważniejsze stają się cechy osobowe kandydata, szczególnie jeśli ubiega się o urząd prezydenta. Martin P. Wattenberg, który analizował kampanie prezydenckie w Stanach Zjednoczonych w latach osiemdziesiątych ubiegłego wieku, informuje o powstaniu ery polityki skoncentrowanej na kandydacie (Cwalina, Falkowski 2005: 148).

Wizerunek polityczny jest wyobrażeniem sylwetki politycznej powstającym w świadomości odbiorców. Jest pojmowany jako obraz, kształt, wyobrażenie sylwetki politycznej jednostki, grupy, organizacji bądź instytucji powstające w świadomości odbiorców. Zawiera elementy wartościujące, wpływające na decyzje i działania innych podmiotów (Antoszewski, Herbut 2002: 487). W przypadku polityka korzystny wizerunek niesie za sobą poparcie w walce politycznej, a start w wyborach jest okazją do pomiaru wpływu tego wizerunku na karierę polityka (Gackowski, Łączyński 2008: 86). Analiza wizerunku w mediach pozwala oszacować globalną siłę poszczególnych informacji reprodukowanych w mediach (Gackowski, Łączyński 2008: 107).

Coraz większą rolę w komunikowaniu masowym odgrywa Internet, który pozwala „wyeliminować niedogodności komunikacyjne starych mediów (asymetrię komunikacyjną, jednokierunkowość aktu komunikacji)” (Biniewicz 2011: 6). Współczesne kampanie polityczne są prowadzone jednocześnie przy użyciu tradycyjnych środków komunikowania i mediów społecznościowych. Za prekursora kampanii realizowanej w Internecie uważa się Baracka Obamę – już w 2008 r. zainicjował intensywne działania kampanijne na Facebooku (Castells 2013: 367).

### **Zagadnienia wstępne i przyjęta metodologia**

Celem tekstu jest analiza wizerunku i kierunków polityki Władimira Putina w mediach społecznościowych przed wygranymi przez polityka wyborami prezydenckimi w 2018 r. Władimir Putin po raz pierwszy zwyciężył w wyborach prezydenckich w 2000 r. Stanowisko to piasto-

wał już wcześniej, w wyniku rezygnacji Borysa Jelcyna. W 2004 r. Putin zwyciężył w pierwszej turze, zdobywając 71,2% głosów. W 2008 r. objął stanowisko premiera, by znów zasiąść w fotelu prezydenta w 2012 r. Od 2012 r. kadencja prezydenta wynosi sześć lat, wcześniej cztery.

Analizie poddano oficjalny profil prezydenta Rosji w serwisie Twitter w wersji anglojęzycznej. Badania objęły wszystkie tweety zamieszczone w ciągu miesiąca przed wyborami prezydenckimi w Rosji w 2018 r. Obserwacji poddano zatem treści opublikowane na Twitterze od 18 lutego do 18 marca 2018 r.

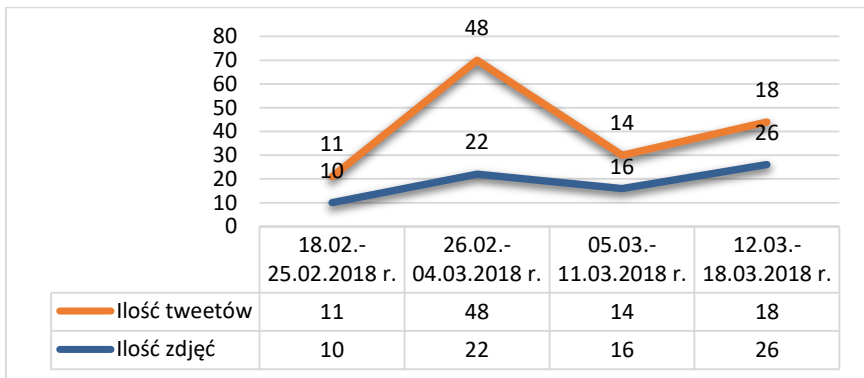
W badaniu posłużono się metodą analizy treści zarówno jakościowej, jak i ilościowej. Zastosowana metoda jest właściwa w sferze komunikacji, ponieważ analizowane są najważniejsze elementy kształtujące jej formę oraz zawartość (Lasswell, Lerner, Sola Pool 1952: 12).

Jako oddzielny post uznano każdą opatrzoną datą publikację niezależnie od powierzchni i formy. Analizie poddano treści zamieszczone w serwisie społecznościowym, ale także linki przekierowujące na oficjalną stronę internetową prezydenta Rosji. Warto wspomnieć, że Putin nie prowadzi swojego konta osobiście – jego działania są relacjonowane przez upoważnione osoby. Jeśli dany tweet zawierał kilka fotografii, analizie poddawano zdjęcie główne. Badanie objęło Twittera, ponieważ prezydent Rosji nie ma konta np. na Facebooku, który jest najpopularniejszym medium społecznościowym na świecie. Oprócz konta na Twitterze wśród źródeł dotyczących informacji na temat działalności prezydenta znajduje się oficjalny kanał na platformie YouTube. Warto wspomnieć, że zgodnie z badaniami z 2016 r. przeciętny Rosjanin korzysta z mediów społecznościowych 34 minuty dziennie dłużej niż Polak. Oficjalne konto prezydenta Rosji na Twitterze w wersji anglojęzycznej obserwuje niemal 700 tys., a rosyjskojęzycznej 3,73 mln osób. Mimo iż teoretycy zauważają, że media społecznościowe są nadal jedynie tłem dla tradycyjnych działań kampanijnych, trudno odmówić im coraz większej siły oddziaływania (Szczepański 2016: 202).

### **Elementy wizerunkowe oficjalnego profilu prezydenta Rosji na Twitterze – podejmowana tematyka**

Na oficjalnym profilu na Twitterze prezydenta Rosji w badanym okresie pojawiło się 91 tweetów opatrzonych łącznie 74 fotografiami. W ostatnim tygodniu przed wyborami prezydenckimi 18 marca 2018 r. zamieszczono jedynie 20% badanych tweetów. Warto zauważyć, że trzy tygodnie przed wyborami opublikowano 53% wszystkich tweetów, przy czym aż 33% jednego dnia – 1 marca 2018 r., kiedy Władimir Putin wygło-

sił doroczne orędzie do Zgromadzenia Federalnego. Orędzie skierowane do dwóch izb parlamentu można zatem uznać za najważniejszy element prowadzonej w mediach społecznościowych kampanii. Pomimo to najwięcej zdjęć, bo ok. 35%, opublikowano w ostatnim tygodniu toczącej się walki politycznej. Cztery tygodnie przed wyborami zarówno ilość opublikowanych zdjęć, jak i tweetów stanowiła niewiele powyżej 12% badanych treści. Potwierdza to zintensyfikowanie badań w czasie ostatniego tygodnia kampanii i duże znaczenie wspomnianego orędzia.



**Wykres 1.** Częstotliwość publikowania treści w serwisie społecznościowym Twitter

Źródło: badania własne.

Wpisy odnoszące się do polityki wewnętrznej i zewnętrznej Rosji pozwalają określić kierunek przyjętej w mediach społecznościowych strategii wyborczej. W badanym okresie 76% tweetów dotyczyło polityki wewnętrznej, a 24% zewnętrznej kraju. Najwięcej wpisów odnoszących się do polityki wewnętrznej i zewnętrznej Rosji opublikowano w tygodniu, w którym Władimir Putin wygłaszał orędzie do Zgromadzenia Federalnego – wówczas tematyka polityki wewnętrznej była poruszana 39, a zewnętrznej 9 razy. W tygodniu wyborczym temat polityki wewnętrznej znalazł się w 12, a zewnętrznej w 6 tweetach.

**Tabela 1.** Tematyka podejmowana na oficjalnym profilu na Twitterze prezydenta W. Putina

Tydzień	18.02.– 25.02.2018 r.	26.02.– 04.03.2018 r.	05.03.– 11.03.2018 r.	12.03.– 18.03.2018 r.	Razem	Razem
<b>Polityka wewnętrzna</b>	8	39	10	12	69	76%
<b>Polityka zewnętrzna</b>	3	9	4	6	22	24%

Źródło: badania własne.

Tematyka podejmowana najczęściej przed wyborami prezydenckimi na Twitterze prezydenta Rosji dotyczyła partnerskich relacji międzynarodowych. Pośród 18 wpisów dotyczących problematyki 20 krajów najczęściej występowały Austria, Francja, Niemcy, Bułgaria i Armenia. Pozostałe państwa, takie jak Chiny, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Stany Zjednoczone, Turcja, Iran, Mongolia, Wenezuela czy Białoruś, pojawiły się przed wyborami jeden raz. Relacje rosyjsko-francuskie we wpisach z 26 lutego i 5 marca dotyczyły współpracy w kwestii normalizacji sytuacji w Syrii i udzielenia pomocy humanitarnej cywilom. Warto dodać, że we wpisie z 5 marca zaznaczono, że rozmowa telefoniczna Władimira Putina z prezydentem Francji Emanuelem Macronem odbyła się z inicjatywy strony francuskiej (*Vladimir Putin had a telephone conversation with President of France Emmanuel Macron at the initiative of the French side*). Dzięki takiej informacji odbiorca uzyskuje informację, że to politycy Europy Zachodniej zabiegają o kontakt z prezydentem Federacji Rosyjskiej. Wcześniejszą rozmowę telefoniczną z 26 lutego prezydent Rosji prowadził nie tylko z Macronem, ale też z kanclerz Niemiec Angelą Merkel.

Prezydent informował o złożeniu gratulacji z okazji objęcia ważnych stanowisk państwowych przez światowych polityków – 14 marca pogratulował Angeli Merkel pozostania na stanowisku kanclerza, wysyłając telegram, a dzień przed wyborami w Rosji pogratulował Xi Jinpingowi reelekcji. Tweet z 17 marca zawierał link z przekierowaniem do strony internetowej, gdzie można przeczytać, że bliskie relacje Rosji i Chin osiągnięto w dużej mierze dzięki osobistym wysiłkom Xi Jinpinga oraz że wzajemne relacje stały się przykładem korzystnej współpracy między wiodącymi mocarstwami (*Vladimir Putin noted the unprecedented high level of relations between Russia and China achieved recently to a large extent due to the personal efforts of Xi Jinping. These relations have become a true example of equal and mutually beneficial cooperation between leading powers*). Władimir Putin w tygodniu wyborczym informował także o rozmowie telefonicznej z księciem Abu Dhabi. Mohammed bin Zayed Al Nahyan rozmawiał z prezydentem Rosji o wzajemnej interakcji i ścisłej koordynacji mającej na celu zapewnienie stabilności i bezpieczeństwa w regionie Zatoki Perskiej i na Bliskim Wschodzie (*They also affirmed interest in further boosting comprehensive efforts in mutual interaction and close coordination aimed to provide stability and security in the Persian Gulf region and the Middle East as a whole*). Putin złożył także życzenia urodzinowe swojemu rozmówcy, co wskazuje na bliską relację polityków. Składanie życzeń w związku z różnego rodzaju okazjami było praktykowane przez głowę państwa. Przywódca kilkakrotnie składał kondolencje związane zarówno

z wydarzeniami wewnątrz krajowymi, jak i polityką zagraniczną. Złożył kondolencje prezydentowi Iranu po rozbiciu się samolotu pod koniec lutego, 12 marca prezydentowi Bangladeszu po katastrofie lotniczej w Katarmandu, czy rodzinom 32 ofiar w wypadku rosyjskiego samolotu w Syrii 6 marca. Kondolencje dotyczące polityki wewnętrznej kraju złożył dwukrotnie 12 i 15 marca z powodu śmierci wybitnego rosyjskiego aktora i reżysera Olega Tabakova, który zmarł po długiej chorobie w wieku 82 lat. Złożył również życzenia z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet wszystkim Rosjankom.

**Tabela 2.** Tematyka poruszana na oficjalnym profilu prezydenta Rosji w serwisie społecznościowym Twitter

Poruszana tematyka	Obserwacje	Procentowy udział obserwacji
Partnerskie relacje międzynarodowe	18	17,14%
Kwestie militarne (uzbrojenia, wojsk)	14	13,33%
Ekonomia i gospodarka	12	11,43%
Infrastruktura i przemysł	9	8,57%
Innowacje i technologie	6	5,71%
Kondolencje	5	4,76%
Sport	5	4,76%
Kwestie społeczne	5	4,76%
Polityka zagraniczna	4	3,81%
Służba zdrowia	4	3,81%
Demografia	4	3,81%
Bezpieczeństwo (walka z przestępczością)	4	3,81%
Udział w wydarzeniach i uroczystościach	3	2,86%
Edukacja	2	1,90%
Inne	2	1,90%
Media	2	1,90%
Sprawa Scripala	1	0,95%
Rolnictwo	1	0,95%
Terroryzm	1	0,95%
Korupcja	1	0,95%
Środowisko	1	0,95%
Krym	1	0,95%

Źródło: badania własne.

Drugie miejsce pod względem najczęściej poruszanej tematyki zajęły kwestie militarne, armii i uzbrojenia. Szczególną uwagę poświęcono tej materii 1 marca 2018 r. podczas orędzia prezydenta. Pośród wielu tweetów znalazły się następujące: „Rosja stworzyła nowoczesną, kompaktową i zaawansowaną armię z personelem oficerskim” (*Russia has developed a modern, compact and high-tech army with officer personnel*



at the core), „nowa rakietą Avangard to przełom technologiczny z hipersoniczną prędkością Mach 20 i wyższą” (*The new Avangard missile is a technological breakthrough with a hypersonic speed of Mach 20 and higher*), „z powodzeniem przetestowaliśmy ponaddzwiękową broń powietrzną Kinzhal. Jest już wdrożona w południowej Rosji” (*We have successfully tested the Kinzhal hypersonic airborne weapon. It is already deployed in southern Russia*), „pod koniec 2017 roku Rosja z powodzeniem przetestowała pocisk jądrowy. To zupełnie nowy rodzaj broni (*In late 2017 Russia successfully tested a nuclear-powered missile. It is a completely new type of weapon*), „opracowaliśmy strategiczne rakiety jądrowe o nieograniczonym zasięgu (*We have developed strategic nuclear-powered missiles with an unlimited range*), „pocisk Sarmata: Rosja tworzy nową broń w odpowiedzi na rozmieszczenie obrony przeciwrakietowej przez USA za granicą” (*Sarmat missile: Russia is creating a new weapon in response to the deployment of missile defence by the US abroad*), „rosyjskie Siły Zbrojne zwiększyły udział nowoczesnej broni w swoim arsenale o 270%” (*The Russian Armed Forces have increased the share of modern weapons in its arsenal by 270%*).

W jednym z artykułów Newsweeka możemy przeczytać o dorocznym orędziu do izb parlamentu, który określono mianem zagrożenia światu niezniszczalnymi raketami: „– Nikt na świecie nie ma nic podobnego – powiedział entuzjastycznie w orędziu Władimir Putin, opisując wielkie sukcesy Rosji w budowie nowoczesnych rakiet. Zapewnił, że nic nie jest groźne dla nowej broni: ani istniejące systemy obrony przeciwrakietowej, ani takie, które dopiero powstaną. I zwrócił się do Zachodu: – Wszystko to, czemu próbowaliście przeszkodzić, już się dokonało. Powstrzymanie Rosji się nie powiodło – dodał”.

**Tabela 3.** Partnerskie relacje międzynarodowe Rosji w badanym okresie przed wyborami prezydenckimi w 2018 r. na oficjalnym profilu prezydenta Rosji w serwisie społecznościowym Twitter

Kraj partnerskich relacji z Rosją	Ilość obserwacji	Procentowy udział obserwacji
1	2	3
Austria	3	11,54%
Francja	2	7,69%
Niemcy	2	7,69%
Bułgaria	2	7,69%
Armenia	2	7,69%
Zjednoczone Emiraty Arabskie	1	3,85%
Chiny	1	3,85%
Turkmenistan	1	3,85%

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
USA	1	3,85%
Turcja	1	3,85%
Iran	1	3,85%
Wenezuela	1	3,85%
Kazachstan	1	3,85%
Katar	1	3,85%
Mongolia	1	3,85%
Serbia	1	3,85%
Uzbekistan	1	3,85%
Białoruś	1	3,85%
Azerbejdżan	1	3,85%
Kirgistan	1	3,85%

Źródło: badania własne.

Warto zaznaczyć, że wygłoszone 1 marca 2018 r. orędzie zawierało elementy programu politycznego prezydenta na kolejne lata. Często poruszał kwestie ekonomiczne i gospodarcze na Twitterze: „nowy rząd musi wypracować stabilne warunki podatkowe, które będą stymulować wzrost gospodarczy” (*The new government must work out stable tax conditions that will stimulate economic growth*), „będziemy dążyć do zwiększenia wydajności w najważniejszych branżach o 5% rocznie” (*We will strive to increase the performance in the essential industries by 5% every year*), „przy najniższej w historii stopie inflacji istnieje okno, w którym można obniżyć stopy procentowe i udostępnić kredyty” (*With the inflation rate at its lowest in history, there is a window for reducing interest rates and making loans more available*), „nasze cele na następną dekadę obejmują zmniejszenie ubóstwa o połowę i zapewnienie długoterminowego wzrostu realnego dochodu Rosjan” (*Our goals for the next decade include reducing poverty by half and ensuring long-term growth of Russians' real income*), „dobrostan ludzi i wysokie dochody gospodarstw domowych są kluczowym czynnikiem rozwoju” (*People's well-being and high household income is a key development factor*), „dążymy do wzrostu PKB o 50% do połowy następnej dekady” (*We are aiming to increase GDP by 50% by the middle of the next decade*).

Polityk poruszał tematykę sytuacji służby zdrowia i planów na kolejne lata: „proponuję rozpocząć specjalistyczny krajowy program profilaktyki raka, od etapu wczesnej diagnozy do skutecznego leczenia” (*I suggest starting a specialised national cancer prevention programme, from the stage of early diagnosis to effective treatment*), „ważne jest, by placówki opieki zdrowotnej przywrócić w bliskich odległościach” (*It is important to ensure that healthcare facilities are brought back within a walking distance*).

Problematyka edukacji pojawiła się dwukrotnie i wskazywała Rosję jako dynamicznie rozwijający się ośrodek naukowy: „rosyjska szkoła matematyczna musi zapewnić sobie przywództwo. To jest nasza silna konkurencyjna przewaga cyfrowa” (*The Russian mathematical school must secure its leadership. It is our strong competitive digital advantage*), „nowoczesna jakość szkolnictwa musi być dostępna dla każdego dziecka. Nasze szkoły podstawowe są uznawane za jedne z najlepszych na świecie” (*Modern quality education must be available to every child. Our elementary school is recognised as one of the best in the world*).

Kwestie demografii były poruszane kilkakrotnie podczas przemówienia. Na oficjalnym Twitterze prezydenta możemy przeczytać: „pod koniec następnego dekady Rosja musi stać się krajem, którego średnia długość życia wynosi ponad 80 lat” (*By the end of the next decade, Russia must become a country with a life expectancy of over 80 years*), czy „nasza polityka demograficzna okazała się skuteczna. Musi być kontynuowana w celu zapewnienia stałego naturalnego wzrostu populacji” (*Our demographic policy has proved effective. It must be continued to ensure a steady natural population growth*).

Zagadnienia infrastruktury i przemysłu w badanym okresie wystąpiły 12 razy i były ważną częścią orędzia: „budżet na budowę dróg zostanie podwojony w ciągu najbliższych sześciu lat” (*The road construction budget will be doubled within the next six years*), „najbliższe lata będą kluczowe dla zmian technologicznych. Jesteśmy gotowi na przełom” (*The next few years will be crucial for technology changes. We are ready for a breakthrough*). Również rozwój rolnictwa został odnotowany na prezydenckim Twitterze jako ważna gałąź rozwoju kraju: „dziękuję pracownikom przemysłu rolnego za rekordowe zbiory ponad 130 mln ton” (*Agriculture: thank you to the agricultural industry workers for the record-breaking harvest of over 130 mln tonnes*).

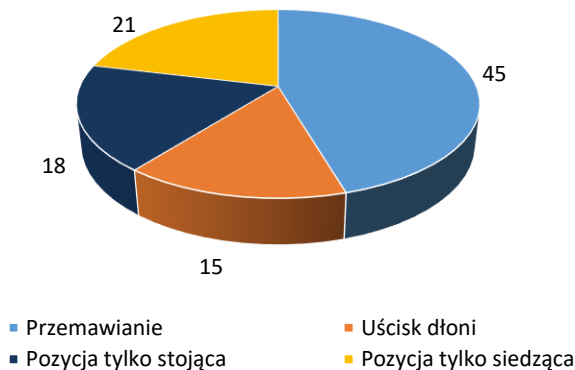
Co ciekawe, tweet bezpośrednio dotyczący kampanii wyborczej na angielskojęzycznym Twitterze prezydenta ukazał się tylko raz i dotyczył oddania głosu przez Władimira Putina. Zamieszczony odnośnik do strony internetowej przekierowuje na stronę internetową z krótką rozmową z Putinem. Na pytanie, czy jest w stanie przewyciężyć niezręczność związaną z oddaniem głosu na samego siebie, odpowiada: „Dlaczego? Nie ma potrzeby, abym przewyciężał cokolwiek. Jestem przekonany o poprawności programu, który oferuję dla rozwoju kraju” (*Why? There is no need for me to overcome anything. I am confident in the correctness of the programme that I offer for the country's development*). Odpowiedź sugeruje pewną siebie postawę przywódcy przekonanego o wygranej.

Ważną tematykę stanowiły wydarzenia sportowe w kontekście Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Pjongczangu – 25 lutego pogratulował złota drużynie hokeistów na lodzie, a dwa dni wcześniej dwóm łyżwiarkom figurowym. Były to kolejne elementy ocieplające wizerunek przywódcy.

### Elementy wizerunkowe oficjalnego profilu prezydenta Rosji na Twitterze – warstwa graficzna

Wizerunek polityka przejawia się w sposobie zachowania, prezentacji sylwetki w mediach i materiałach kampanijnych. Aby zbudować wizerunek polityczny, trzeba wziąć pod uwagę komponenty dotyczące zachowań niewerbalnych (wyraz twarzy, sposób poruszania się czy podania dłoni), cechy osobowe oraz strój (Cwalina, Falkowski 2005: 154; Pease, Pease 2014: 64).

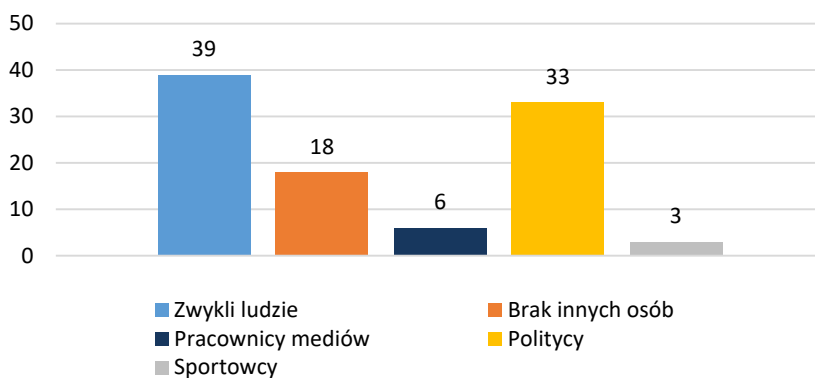
Na każdym głównym zdjęciu tweeta przedstawiona jest sylwetka Władimira Putina, a około 36% zamieszczonych tweetów zawiera co najmniej jedno zdjęcie. Urzędujący prezydent niemal na połowie głównych zdjęć jest przedstawiany podczas przemawiania do mikrofonu bądź z mównicy, stojąc lub siedząc. Pięciokrotnie wymienia się gestem uściśnięcia dłoni z innymi politykami, takimi jak kanclerz Austrii Sebastian Kurz, ministrami obrony Armenii, Wenezueli, Kazachstanu, Mongolii, Serbii czy Białorusi. Tylko na jednym głównym zdjęciu jest pokazany, kiedy ściska dłoń kobiety będącej członkiem komisji wyborczej w momencie oddania swojego głosu. W pozycji tylko stojącej znalazł się w 18%, a tylko siedzącej w 21% badanego materiału.



**Wykres 2.** Sylwetka prezydenta przedstawiona na zdjęciach głównych (wyrażona w %)

Źródło: badania własne.

Na zdjęciach najczęściej prezentował się w otoczeniu zwykłych obywateli i pracowników różnych sektorów gospodarki – przykładowo 14 marca spotkał się z osobami odpowiedzialnymi za ukończenie odcinka mostu prowadzącego na Krym, którego budowa rozpoczęła się w 2016 r. W towarzystwie polityków można było zobaczyć kandydata na prezydenta jedenaście razy. Samotnie występował sześciokrotnie, przy czym pięć razy zabierał głos. Tylko dwukrotnie przedstawiano Putina z pracownikami mediów i raz z medalistami zimowych igrzysk olimpijskich w Pjongczangu.



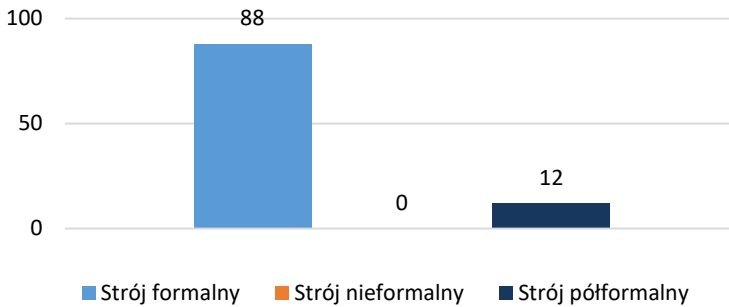
**Wykres 3.** Struktura otoczenia prezydenta na zdjęciach głównych (wyrażona w %)

Źródło: badania własne.

Jednym z istotnych elementów wizerunku polityka jest ubiór, który odpowiednio dobrany, odpowiada za tak zwany efekt aureoli – osobom prezentującym się atrakcyjnie przypisuje się inne pozytywne cechy (Doliński 2003: 143; Aronson, Wilson, Akert 1997: 411). W literaturze przedmiotu możemy doszukać się analiz wskazujących, że duże zaufanie wśród wyborców można uzyskać choćby dzięki białej lub niebieskiej koszuli (Cwalina, Falkowski 2005: 200–205). Należy wspomnieć, że błękitna koszula, granatowy garnitur i niebieskie soczewki były znakiem rozpoznawczym Aleksandra Kwaśniewskiego, który w 1995 r. dzięki pomocy znanego konsultanta ds. wizerunku Jacquesa Séguéli wygrał wybory prezydenckie z Lechem Wałęsą (Mazur 2002: 220–233).

Władimira Putina w badanym okresie na zdjęciach głównych przedstawiono aż w 88% przypadków w stroju formalnym, a w 12% w stroju półformalnym. Polityk preferował eleganckie garnitury w ciemnej tonacji, białe i błękitne koszule oraz krawaty głównie w odcieniach fioletu, granatu czy zdobione delikatnymi wzorami. Podczas oddawania

swojego głosu do urny wyborczej założył czerwony krawat. Za strój półformalny uznano np. biały fartuch założony 16 marca podczas spotkania z pracownikami służby zdrowia lub casualową kurtkę zamiast płaszcza założoną na garnitur. W badanym przedziale czasowym nie wystąpił w stroju nieformalnym.



**Wykres 4.** Strój prezydenta na zdjęciach głównych (wyrażony w %)

Źródło: badania własne.

## Filmy

Co najciekawsze, tweety opublikowane w wersji anglojęzycznej badanego profilu nie zawierały filmów prezentujących przemawiającego do obywateli Władimira Putina, które znalazły się w wersji rosyjskojęzycznej. Treść filmów została zatem wyraźnie skierowana jedynie do osób posługujących się językiem rosyjskim, czyli potencjalnych wyborców. Przemówienia do Rosjan opublikowano przed wyborami 14 i 16 marca i – w przeciwieństwie do prawie wszystkich tweetów w wersji anglojęzycznej – bezpośrednio nawiązywały do kampanii politycznej. Krótkie przemówienie Putina z 14 marca dotyczyło rocznicy przyłączenia Krymu do Rosji: „Swoją decyzją przywróciliśmy dziejową sprawiedliwość, która została naruszona jeszcze w czasach sowieckich”. Ujęcia przedstawiają tłumy ludzi, którzy biją gromkie brawa przemawiającemu przywódcy.

Film zamieszczony na Twitterze prezydenta dwa dni przed wyborami bezpośrednio nawiązywał do kampanii prezydenckiej. Tweet opisano „Władimir Putin zwrócił się do obywateli Rosji #wybory2018”. Było to klasyczne orędzie wyborcze, podczas którego mówił: „Szanowni mieszkańcy Rosji, drodzy przyjaciele! W zbliżającą się niedzielę 18 marca odbędą się wybory prezydenckie. Jako głowa państwa, uważam za istotne zwrócić się do Was w związku z głosowaniem. Zgodnie z konstytucją

naszego kraju, władza należy do narodu. W tych słowach, tej prawnej formule, mieści się cała prawda. Właściwie od woli narodu, woli każdego obywatela Rosji zależy, w jakim kierunku pójdzie nasz kraj, zależy przyszłość Rosji i naszych dzieci. Na kogo zagłosować, jak realizować swoje prawo do wolnego wyboru, to prywatna decyzja każdego człowieka. Jeśli uchylimy się od podjęcia decyzji, wtedy ten kluczowy wybór będzie dokonany bez Waszego udziału”. Tymi słowami przekonywał do pójścia na wybory, ponieważ od tego będzie zależeć przyszłość mieszkańców.

Podkreślał przywiązanie obywateli do ojczyzny, nazywając ją „wielką” i „drogą” Rosją: „My w Rosji zawsze sami decydowaliśmy o swoim losie, postępowaliśmy tak jak kazało nam nasze sumienie, pojmowanie prawdy i sprawiedliwości, nasza miłość do ojczyzny. Jestem przekonany, że każdy z nas martwi się o losy ojczyzny. W związku z tym zwracam się do Was z prośbą, abyście przyszli w niedzielę na wybory. Skorzystajcie z możliwości wybrania przyszłości dla wielkiej i drogiej Wam Rosji”.

### **Podsumowanie**

Kampania prezydencka Władimira Putina na Twitterze w 2018 r. należała do wyjątkowo cichych i spokojnych. W ciągu ostatniego miesiąca przed wyborami trudno odnaleźć wpisy bezpośrednio nawiązujące do prowadzonej kampanii. Działania polityka wskazują na przyjęcie strategii lidera (Kolczyński 2007: 231), która zapewniła przywódcy niekwestionowane zwycięstwo. Nie stosowano strategii rywalizacyjnych zakładających dyskredytację przeciwnika politycznego (Karwat 2001: 119).

Tematyka podejmowana najczęściej przed wyborami prezydenckimi na Twitterze prezydenta Rosji dotyczyła partnerskich relacji międzynarodowych. Najczęściej pojawiały się wzmianki dotyczące krajów i liderów politycznych z Austrii, Francji, Niemiec, Bułgarii i Armenii. Możemy tutaj dopatrywać się zastosowania „efektu odbitego blasku”, czyli chętnie stosowanej w polityce manipulacji, która polega na odwoływaniu się do istotnych postaci w celu podkreślenia znaczenia swojej pozycji (Shopenhauer 2007: 68–74).

Bardzo ważnym elementem były kwestie militarne, armii i uzbrojenia. Szczególną uwagę poświęcono tej materii 1 marca 2018 r. podczas orędzia prezydenta. Przemówienia akcentujące potęgę rosyjskiego uzbrojenia miały na celu budować przekonanie społeczeństwa o sile Rosji i urzędującej głowie państwa. Większość tweetów dotyczyła polityki wewnętrznej kraju – 76%.

Na zdjęciach i w tekście nie posłużono się informacjami dotyczącymi życia prywatnego polityka ani jego słabości do zwierząt. Składał

kondolencje, życzenia i gratulacje – wizerunek silnego, charyzmatycznego przywódcy przełamano życzliwymi gestami.

Silnie eksponowano sylwetkę prezydenta na zdjęciach – znajduje się na każdym głównym zdjęciu w badanym okresie. Niemal połowa głównych fotografii przedstawia polityka podczas przemowy, co miało za zadanie podkreślać jego profesjonalizm i silną pozycję. W badanym okresie najczęściej publikowano zdjęcia prezydenta w otoczeniu zwykłych obywateli i pracowników różnych gałęzi gospodarki, a także polityków. Władimir Putin na 88% zdjęć występuje w stroju formalnym, nie opublikowano żadnego zdjęcia w stroju nieformalnym. Najczęściej zakładał garnitur w ciemnych odcieniach oraz białe i błękitne koszule, które są uważane przez badaczy za najkorzystniejsze w odbiorze wizerunku polityków.

## Bibliografia

- Antoszewski A., Herbut R. 2002, *Leksykon politologii*, Wrocław.
- Aronson E., Wilson T.D., Akert R.M. 1997, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Poznań.
- Biniewicz J. 2011, *Internet – nowa (?) przestrzeń dyskursu politycznego (pragmatyka, struktura, język)* [w:] *Nowe media w systemie komunikowania polityka*, red. M. Jeziński, Toruń.
- Castells M. 2013, *Władza komunikacji*, Warszawa.
- Cwalina W., Falkowski A. 2005, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk.
- Dobek-Ostrowska B. 1999, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław.
- Dobek-Ostrowska B. 2005, *Profesjonalizacja kampanii wyborczych we współczesnym świecie i jej konsekwencje* [w:] *Kampania wyborcza: marketingowe aspekty komunikowania politycznego*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław.
- Doliński D. 2011, *Psychologiczne mechanizmy reklamy*, Gdańsk.
- Gackowski T., Łączyński M. 2008, *Analiza wizerunku w mediach*, Warszawa.
- Goban-Klas T. 2005, *Przesunięcie centrum władzy: media jako pierwsza siła systemu politycznego* [w:] *Media lokalne a demokracja lokalna*, red. J. Chłopecki, R. Polak, Rzeszów.
- Fielsztyński J., *Władimir Putin straszy świat „niezniszczalnymi” raketami. „To otrzeźwi każdego potencjalnego agresora”*, <http://www.newsweek.pl/swiat/polityka/wladimir-putin-oredzie-prezydenta-rosji-putin-straszy-raketami,artykuly,424066,1.html> (25.05.2018).
- Karwat M. 2001, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń.
- Kolczyński M. 2013, *Współczesne kampanie wyborcze w Polsce. Koncepcje, dylematy i praktyka komunikowania politycznego*, Katowice.
- Kuca P. 2010, *Wizerunek polityków i ugrupowań politycznych w Gazecie Codziennej „Nowiny” w latach 1990–2005*, Rzeszów.
- Lasswell H.D., Lerner D., de Sola Pool I., *The Comparative Study of Symbols*, Stanford.
- Mazur M. 2002, *Marketing polityczny. Wyczerpujący przegląd technik i metod stosowanych w kampanii wyborczej*, Warszawa.



- Noelle-Neumann E. 2004, *Spirala milczenia*, Poznań.
- Oficjalna strona internetowa prezydenta Rosji, <http://en.kremlin.ru/> (25.05.2018).
- Oficjalny profil prezydenta Rosji w serwisie społecznościowym Twitter, [https://twitter.com/KremlinRussia\\_E](https://twitter.com/KremlinRussia_E) (25.05.2018).
- Oficjalny profil w serwisie społecznościowym YouTube prezydenta Rosji, <https://www.youtube.com/user/kremlin?gl=RU&hl=ru> (25.05.2018).
- Pease A., Pease B. 2012, *Mowa ciała*, Poznań.
- Shopenhauer A. 2007, *Erystyka. Sztuka prowadzenia sporów*, Gliwice.
- Socialpress, *Ilu użytkowników na świecie korzysta z mediów społecznościowych?* <https://socialpress.pl/2017/02/ilu-uzytkownikow-na-swiecie-korzysta-z-mediow-spoecznościowych/> (25.05.2018).
- Szczepański D. 2016, *Kampania prezydencka w 2015 roku w mediach społecznościowych* [w:] *Media w kampaniach wyborczych*, red. W. Furman, P. Kuca, D. Szczepański, Rzeszów.
- Szpunar M. 2007, *Media a polityka*, Rzeszów.

**Bernardyna Zemła\***

**REZONANS MEDIALNY NOWELIZACJI USTAWY  
O INSTYTUCIE PAMIĘCI NARODOWEJ  
W WYBRANYCH TYGODNIKACH OPINII**

**MEDIA REACTION TO THE AMENDMENT TO THE ACT  
ON THE INSTITUTE OF NATIONAL REMEMBRANCE IN  
SELECTED OPINION-FORMING WEEKLIES**

Abstract

In the prelude I introduce threads related to European anti-Semitism. Presenting the functionalists' standpoint, I elaborate on contemporary attempts to explain the phenomena of mass murder of the Jewish nation during World War II, while placing emphasis on the fact that the historical politics of the Holocaust in Israel and Poland is not yet a closed chapter.

Following these conclusions, the goal and methodology of my research is devoted to media reaction to the amendment to the Act pertaining to the Institute of National Remembrance in chosen Polish weekly newspapers of record. In the end I present the results of the research conducted from 29th of January to 15th of April.

**Key words:** anti-Semitism, Holocaust, modernity, historical policy

**Wprowadzenie**

Transformacja od antyjudajizmu (rozumianego jako uprzedzenie religijne żywione przez społeczność chrześcijańską wobec „starszych braci” w wierze, postrzeganie ich nie tylko jako tych, którzy nie uznają Chrystusa za Mesjasza, ale tych, którzy bezpośrednio wzięli udział w jego ukrzyżowaniu) do antysemityzmu przebiegała na przestrzeni wielu wieków. W samym antyjudajizmie nie istniało przeświadczenie o nieprzekraczalnej granicy między wyznawcami religii Mojżeszowej a chrześcijanami, bazującej na „żydowskiej krwi” czy pochodzeniu. W imaginariu kulturowym Europy przed XIX–XX wiekiem nie pojawiało się

---

\* Wydział Nauk Społecznych, Uniwersytet Śląski w Katowicach, ul. Bankowa 11, 40-007 Katowice, adres e-mail: bernardyna.zemla96@gmail.com

uprzedzenie oparte na rasie. Europejski antysemityzm stał się rasizmem, gdy został wrznięty w świecki projekt rosnących w siłę nacjonalizmów wspieranych pseudonaukowymi teoriami rozwijających się nauk społecznych i medycznych (w tym trendem eugenicznym). „Antyjudyzm stał się antysemityzmem, kiedy zamienił się w zapiekłą nienawiść, prowadzącą do tego, że pozbycie się Żydów wydawało się lepsze niż próby ich nawrócenia” (Fredrickson 2002: 19)

Intelektualną konfrontację z wyjątkowością zbrodni Holocaustu podjęła Hannah Arendt, która w charakterze obserwatora uczestniczyła w procesie funkcjonariusza SS odpowiedzialnego za realizację „ostatecznego rozwiązania kwestii żydowskiej” Adolfa Eichmanna. Główny oskarżony jerozolimskiego procesu „odczuwałby wyrzuty sumienia jedynie wówczas, gdyby nie wykonał otrzymanego rozkazu, to znaczy nie posłał milionów mężczyzn, kobiet i dzieci na śmierć, czyniąc to z wielką energią i najbardziej pedantyczną stanowczością” (Arendt 1998: 373). Był on w swoim świecie zwykłym człowiekiem, dobrze wykonującym swój zawód, posłusznym prawu – nawet powoływał się na imperatyw kategoryczny I. Kanta, którego istoty nie rozumiał (u Kanta źródłem prawa jest rozum, a nie wola dyktatora). Zbrodniarz wojenny okazał się jednostką moralną w ramach systemu biurokratycznego, w którym funkcjonował, stąd H. Arendt dokonuje rozróżnienia między moralnością a niezdolnością do odróżniania dobra i zła, która wynika z niemyślenia, co doprowadza ją do wniosku, że zło nie jest radykalne, lecz banalne: „Kłopot z Eichmannem polegał na tym, że ludzi takich jak on było bardzo wielu, a nie byli oni sadystami ani osobnikami perwersyjnymi, byli natomiast – i wciąż są – okropnie i przerażająco normalni” (Arendt 1998: 359).

Rozważania Zygmunta Baumana idą w podobnym kierunku: Zagłada nie była celem samym w sobie, lecz środkiem do osiągnięcia celu właściwego, w którym państwo przyjęło wobec społeczeństwa rolę „ogrodnika”, dokonując podziału na „ludzkie kategorie użyteczne” i „chwastry” w drodze do ustanowienia Państwa ucieleśniającego nakazy Rozumu w sposób racjonalny i planowy. Istnienie nowoczesnego społeczeństwa nie tylko umożliwiło dokonanie Zagłady, ale stało się warunkiem niezbędnym do jej przeprowadzenia, zatem Zagłada jest immanentną cechą nowoczesności: „w naszym nowoczesnym, racjonalnym społeczeństwie, w zaawansowanym stadium jego cywilizacyjnego rozwoju, w szczytowej fazie rozkwitu naszej kultury” (Bauman 2009: 13). Holocaust jako przejaw nowoczesności jest doświadczeniem, przed którym możemy się nie uchronić w przyszłości, ponieważ wciąż żyjemy „w tym samym modelu społecznym, który umożliwił Zagładę i który nie posiadał żadnych mechanizmów pozwalających jej zapobiec” (Bauman 2009: 192–193).

Administracja i technologia oraz „erozja bliskości” stają się wystarczającymi warunkami, by nie przyjmując personalnej odpowiedzialności, w obecności milczących świadków, dokonać zbrodni na „Innym”<sup>1</sup>.

Bauman częściowo zgadza się ze znaną tezą H. Arendt o banalności zła (Arendt 1998). Zagłada nie wynika z uosobianego przez nazistowskie Niemcy absolutnego zła, lecz z warunków charakterystycznych dla biurokratycznej struktury, w których dysonans poznawczy łatwo zniwelować i równie łatwo można zdjąć z siebie odpowiedzialność (co potwierdzają wyniki badań z zakresu psychologii społecznej, w tym eksperymenty Stanleya Milgrama i Philippa Zimbardo). Zgoda Z. Baumana jest częściowa w tym sensie, że odrzuca zło absolutne tkwiące w określonej nacji, a podkreśla zło racjonalne, leżące u podstaw nowożytnego masowego ludobójstwa – to nie „przeżytki barbarzyństwa”, którego nie zdążyła wypełnić cywilizacja: „Nie odkryła nowożytność leków cudownych na moralną wieloznaczność egzystencji ludzkiej, drogowskazy nowożytne nie uczyniły dróg ludzkich mniej rozstajnymi, a prawo nie wyřęczyło w niczym odpowiedzialności moralnej” (Bauman 1993: 118).

G. Orwell w czasie trwania II wojny światowej napisał zdanie, w którym pobrzmiewa echo interpretacji zła podobnej do ujęcia obojga wymienionych myślicieli: „Podczas gdy piszę te słowa, nad moją głową latają bardzo kulturalni ludzie, którzy próbują mnie zabić. Nie odczuwają wobec mnie żadnej wrogości, ani ja wobec nich. Spełniają jedynie swój obowiązek” (Orwell 2002: 91).

Intelektualne i etyczne zmierzenie się z ogromem zbrodni Holocaustu trwało dziesięciolecia i nie jest procesem zakończonym. Jakże mylił się L. Kołakowski, pisząc w roku 1977: „Za dziesięć lub piętnaście lat światem będą rządzić ludzie, dla których II wojna światowa będzie zamkniętym rozdziałem przeszłości. Związek między tamtymi wydarzeniami a istnieniem państwa Izrael zostanie zapomniany, a polityczne decyzje nie będą już w gestii ludzi, którzy byli świadkami lub ofiarami okrucieństwa tamtych czasów” (Kołakowski 2006a: 382).

Nowelizacja ustawy o Instytucie Pamięci Narodowej stała się powodem konfliktu dyplomatycznego między Polską a Izraelem, doprowadziła także do napięcia pomiędzy rządem polskim i amerykańskim oraz wzbudziła szeroki rezonans społeczny w naszym kraju.

---

<sup>1</sup> Z. Bauman, analizujący nowoczesność w kontekście zagrożeń, jakie wnosi ona w świat ludzkich relacji, używa pojęcia „adiaforyzacja”, które oznacza zawieszenie sądów moralnych w odniesieniu do drugiego człowieka w jakikolwiek sposób wpisującego się w kategorię „Inny”. Z. Bauman znajduje analogię między czasem przeszłym a obecnym, odkrywa zagrożenia tkwiące w relacjach „poza dobrem i złem” podlegających wyłącznie zasadzie skuteczności w racjonalnym „przynoszeniu rezultatów” (Bauman 2016: 91–94).

Na tle konfliktu uwidocznił się rozłam pomiędzy polityką historyczną dotyczącą bolesnego tematu uprawianą w obu państwach. Żywa reakcja opinii międzynarodowej, w tym Stanów Zjednoczonych Ameryki, wpłynęła na podniesienie temperatury dyskursu wewnętrznego prowadzonego w naszym kraju i artikulacji przeciwstawnych stanowisk.

Celem mojego artykułu jest przedstawienie wyników badania rezonansu medialnego wspomnianych wydarzeń w tygodnikach opinii: „Polityka” i „W Sieci”.

### **Podstawy teoretyczne badania**

Teoria konstruktywizmu zakłada, że poszczególne jednostki ludzkie nie dysponują możliwością bezpośredniego poznawania świata. Świat rozpoznawalny za pomocą naszych zmysłów ogranicza się do przypadkowych, często niebędących reprezentatywnymi próbkami fragmentów rzeczywistości.

Najpowszechniejszym sposobem pozyskiwania informacji jest korzystanie z zasobów dostarczanych przez media masowe, które odnosząc się do rzeczywistości obiektywnej, wytwarzają rzeczywistość medialną (Michalczyk 2013: 23).

O ile nasze zmysły mogą rejestrować tylko bodźce płynące z bezpośredniego otoczenia, o tyle media masowe wprowadzają obrazy nawet z najdalszych zakątków świata i różnorodnych dziedzin życia, dostarczają informacji bieżących i zabierają nas w podróż w czasie. Rzeczywistość medialna w postaci słów i obrazów w naszych głowach, układających się w mniej lub bardziej zrozumiałą mozaikę przefiltrowaną przez pryzmat osobistych doświadczeń, uprzednio zdobytej wiedzy, a nawet aktualnego stanu psycho-fizycznego, przekłada się na świat naszych wartości i postaw, ostatecznie modyfikuje nasze bycie w świecie – nasze działania, które ten świat współtworzą.

Analiza zawartości mediów jest jedną z podstawowych metod badawczych w nauce, której przedmiotem jest komunikowanie masowe (Michalczyk 2007: 24). Analiza ta pozwala na ustalenie relacji mediów z rzeczywistością, określenie treściowych i formalnych struktur rzeczywistości medialnej, odkrycie, jakie (czyje) interesy stoją za tworzonym wtórnie przekazem medialnym (Michalczyk 2009: 108).

W kontekście analizy zawartości łączącej elementy ilościowe i jakościowe mamy szansę zastanowić się nad poziomem obiektywizmu dziennikarskiego (lub jego brakiem) w prezentowanych treściach. Jak słusznie zauważa W. Furman, „Sprzeniewierzenie się obiektywizmowi traktowane jest jako naruszenie prawa prasowego oraz zasad etyki” (Furman

2012: 99), jednakże niejednokrotnie trudno jest ustalić – czasem bardzo płynną – granicę między informacyjnym obiektywizmem a publicystycznym subiektywizmem. Reakcją na te dylematy i jednocześnie przeciwwagą dla klasycznego obiektywizmu dziennikarskiego jest podejście opisywane jako „nowe dziennikarstwo”, będące nurtem stworzonym w Stanach Zjednoczonych Ameryki, którego początki sięgają lat 70. XX w., a jego esencję stanowi uprawniony subiektywizm dziennikarza jako podmiotu uczestniczącego.

Niezależnie od tego, czy jesteśmy zwolennikami jednego, czy drugiego nurtu, analizując zawartość mediów, musimy zwrócić uwagę na niebezpieczeństwo tkwiące w ukrywaniu treści normatywnych, w narracji pozornie opisowej (Kołakowski 2006b: 11).

## Metodologia

Na tle wszystkich funkcjonujących we współczesnym świecie mass mediów prasa nadal odgrywa znamioną rolę w kształtowaniu opinii. W odróżnieniu od radia i telewizji proponuje uważną recepcję społeczną zawartości, umożliwiając wielokrotne powracanie do artykułów czy to drukowanych, czy dostępnych na platformach cyfrowych.

W badaniu rezonansu medialnego koncentruję się na dwóch tygodnikach o zasięgu krajowym, znacznie różniących się linią redakcyjną. W doborze materiału badawczego wzięłam pod uwagę poziom sprzedaży (drugie miejsce „Polityka”: sprzedaż w roku 2017 – 109 105, trzecie miejsce „W Sieci”: sprzedaż w roku 2017 – 61 836<sup>2</sup>), czytelności („Polityka” – 5,1%, „W Sieci” – 1,9%<sup>3</sup>) oraz wskaźnik opiniotwórczości prasy przedstawiany w liczbie cytowań (pierwsze miejsce „Polityka” – 94, drugie miejsce „W Sieci” – 77<sup>4</sup>).

W badaniu przeprowadziłam analizę frekwencyjno-tematyczną, wartościująco-oceniającą oraz analizę argumentacyjną pod kątem potencjalnej mocy perswazyjnej argumentów. Materiałem badawczym były wszystkie wydania wymienionych tygodników od 29 stycznia do 15 kwietnia 2018 r.

W badanym okresie ukazało się 11 wydań obu tygodników. Analizowałam ich zawartość, próbując uchwycić granicę między bezstronnością (neutralnością) przekazu a zaangażowaniem politycznym ukierun-

---

<sup>2</sup> <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/sprzedaz-tygodnikow-opinii-w-2017-roku-tygodnik-powszechny-wprost>

<sup>3</sup> <http://www.pbc.pl/rynek-prasowy/raporty-pbc/tygodniki/2018-03-09>

<sup>4</sup> <https://www.signs.pl/badanie:-ranking-cytowan-w-grudniu-2017,35202,artykul.html>

kowanym dodatnio lub ujemnie, zależnym od afiliacji partyjnych obu nadawców medialnych, a co za tym idzie, poparcia lub krytyki działań decydentów politycznych na szczeblu państwowym w kontekście nowelizacji Ustawy o IPN. M. Kolczyński, odwołując się do koncepcji L.W. Benetta, podkreśla jedną z czterech wymienionych przez niego zasad doboru informacji, zakładającą, że dobór i ekspozycja materiałów medialnych jest zdominowana przez kryterium ekonomiczno-marketingowe silnie skorelowane z bieżącym stanem relacji podmiotu medialnego i politycznego (Kolczyński 2017). Wyniki analizy ilościowej w znaczącym stopniu pozwoliła stwierdzić adekwatność tego twierdzenia.

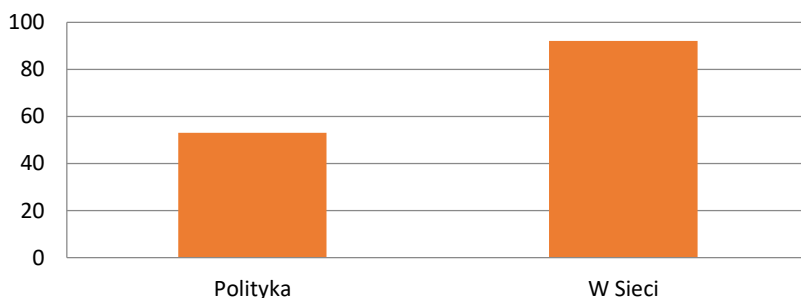
W badaniu przeanalizowałam następujące elementy przekazu medialnego:

1. ilość publikacji,
2. pozycjonowanie publikacji,
3. powierzchnia publikacji,
4. powierzchnia zamieszczonych ilustracji,
5. rodzaj publikacji z podziałem na gatunki (Furman, Kaliszewski, Wolny-Zmorzyński 2000), w których dominuje:
  - a) wzmianka, informacja prosta – pozbawiona komentarza krótka informacja o fakcie,
  - b) artykuł, relacja, reportaż – dłuższe wypowiedzi,
  - c) komentarz,
  - d) felieton,
  - e) wywiad,
  - f) wstępniak, artykuł redakcyjny,
6. przekaz zawarty w tytułach,
7. wydźwięk publikacji w odniesieniu do działań państwa polskiego w kontekście nowelizacji ustawy o IPN i wydarzeń towarzyszących,
8. przekonania co do występowania przejawów antysemityzmu w Polsce w czasie Holocaustu,
9. przekonania co do występowania współcześnie przejawów antysemityzmu w Polsce,
10. retoryka wobec aktualnej polityki historycznej Izraela,
11. nadawcy reklam zajmujących powierzchnię całej strony w tygodniku.

Dla uwiarygodnienia wniosków wynikających z badania ilościowego przeprowadziłam jakościową analizę dyskursu fragmentów materiału z badanych tygodników (Lisowska-Magdżiarz 2006) stanowiących wyrazistą lub typową ilustrację omawianych zjawisk i tendencji oraz sporządziłam tabelę cytatów z poszczególnych wydań tygodników odnoszących się do aktualnie prowadzonej przez państwo polskie i państwo izraelskie polityki historycznej w kontekście nowelizacji ustawy o IPN.

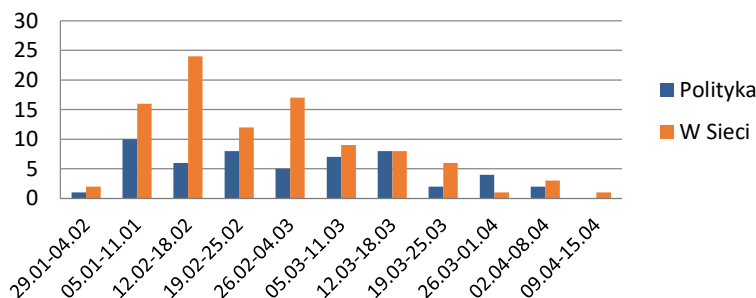
## Wyniki badania

Badając rezonans medialny nowelizacji ustawy o Instytucie Pamięci Narodowej i działań rządu związanych z wydarzeniami jej towarzyszącymi, przeliczono ilość publikacji związanych z tematem badanym w obu tygodnikach. Zdecydowanie częściej odnoszono się do sprawy w tygodniku „W Sieci” (92 publikacje) niż w tygodniku „Polityka” (53 publikacje), zob. rys. 1.



Rys. 1. Łączna ilość publikacji w okresie od 29.01.2018 do 15.04.2018

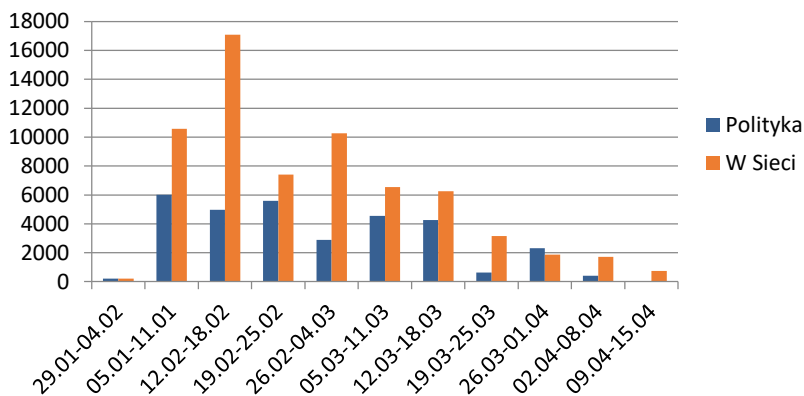
Obserwując częstotliwość, z jaką poruszano sprawę nowelizacji w poszczególnych tygodniach od jej uchwalenia, wyraźnie widać nasilenie zainteresowania tematem w pierwszych sześciu tygodniach. W tygodniku „Polityka” największa ilość publikacji związanych z nowelizacją i jej skutkami została zaobserwowana w pierwszym tygodniu po jej uchwaleniu, natomiast tygodnik „W Sieci” najwięcej uwagi poświęca sprawie w drugim tygodniu. Częstotliwość narracji spada w sposób znaczący w obu tygodnikach po sześciu tygodniach od wydarzenia, by ulec całkowitemu wyciszeniu w ostatnich badanych wydaniach w okresie 9–15 kwietnia 2018 r. (zob. rys. 2).



Rys. 2. Ilość publikacji w poszczególnych tygodniach badanego okresu

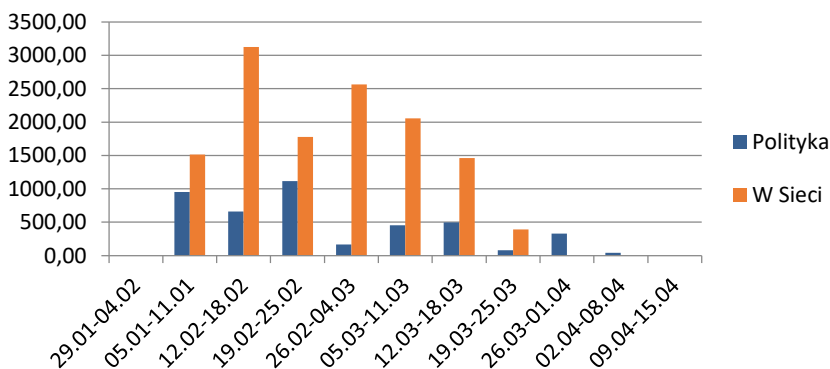


Z nieco innej perspektywy można analizować aktywność tygodników, sprawdzając dane dotyczące powierzchni publikowanych materiałów. Analogicznie jak w przypadku ilości publikacji zdecydowany prym w omawianiu problematyki związanej z nowelizacją ustawy o IPN wiedzie tygodnik „W Sieci” i dotyczy to prawie wszystkich wydań tygodników (zob. rys. 3).



Rys. 3. Powierzchnia publikacji wyrażona w centymetrach kwadratowych

Publikacje dotyczące nowelizacji ustawy nie były bogato ilustrowane, większość ilustracji sprowadzała się do zdjęć osób, których poglądy były reprezentowane, a powierzchnia ilustracji była proporcjonalna do powierzchni publikowanych materiałów tekstowych. Należy odnotować, że najwyższy odsetek publikacji, którym towarzyszyły ilustracje, przypada na okres 12–18 lutego 2018 r., z kolei od 19 marca 2018 r. publikacje są praktycznie ograniczone do materiału tekstowego (zob. rys. 4).

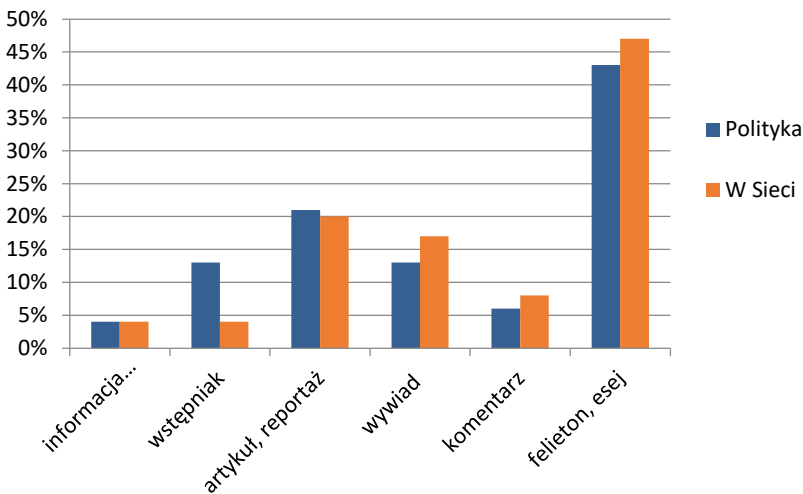


Rys. 4. Powierzchnia ilustracji wyrażona w cm kw.

Prezentując problematykę związaną z nowelizacją ustawy o IPN, wykorzystano różne gatunki dziennikarskie, z wyraźną przewagą materiałów publicystycznych nad informacyjnymi. Felietony i eseje stanowiły 43% treści publikowanych w „Polityce” i 47% w „W Sieci”.

Gatunki pozwalające na pogłębione ujęcie tematu, jak: artykuł, reportaż, wywiad, zajęły 34% treści w „Polityce” i były publikowane w okresie od 5 stycznia do 11 marca 2018 r., następnie kolejne wydania odnosiły się do badanej problematyki wyłącznie w oparciu o materiały publicystyczne (felietony i eseje), których łączny procentowy udział w całości publikacji wyniósł 34.

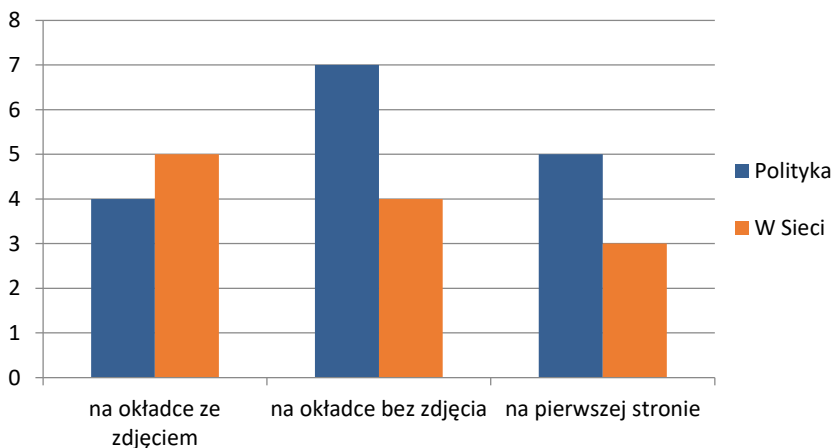
W tygodniku „W Sieci” artykuł, reportaż, wywiad stanowiły łącznie 37% i były publikowane w okresie od 5 stycznia do 18 marca 2018 r. (zob. rys. 5).



**Rys. 5.** Rodzaj publikacji poświęconych problematyce związanej z nowelizacją ustawy o IPN (w % udziału)

Waga prezentowanego tematu (poza objętością i ilością publikacji) przejawia się także w pozycjonowaniu, określanym w przypadku niniejszej analizy w trzech kategoriach: zapowiedź publikacji na okładce ze zdjęciem, zapowiedź na okładce bez zdjęcia i zapowiedź na pierwszej stronie tygodnika.

Zważywszy, że w badaniu analizowano zaledwie po 11 wydań obu tygodników, należy podkreślić, że temat był istotny dla obu redakcji (zob. rys. 6). Obrazują to przykładowe okładki nawiązujące do badanej tematyki, wyraźnie ilustrujące linie redakcyjne tygodników.



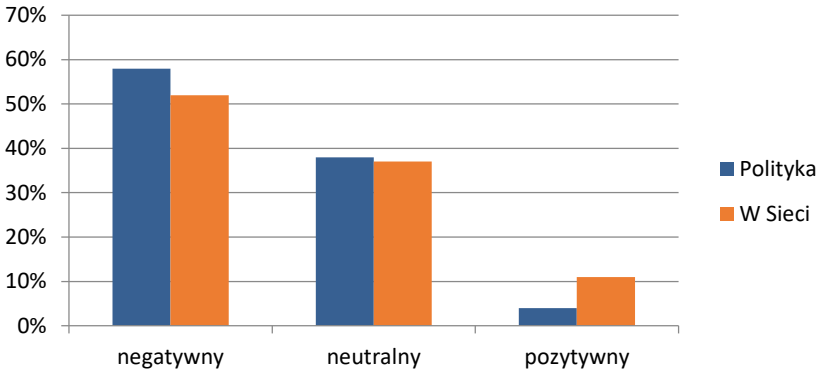
Rys. 6. Pozycjonowanie materiału związanego z nowelizacją ustawy o IPN (liczbowo)

Kolejną kategorią analizowaną w badaniu był wydźwięk tytułów publikacji.

W obu tygodnikach przeważały tytuły brzmiące negatywnie: w „Polityce” aż 58%, w „W Sieci” niewiele mniej, bo 52%.

Odpowiednio tytułów brzmiących neutralnie było 38% w „Polityce” i prawie tyle samo – 37% w „W Sieci”.

Tytuł o pozytywnym wydźwięku pojawił się tylko w 4% artykułów na łamach „Polityki” i w 11% drugiego tygodnika (zob. rys. 7).

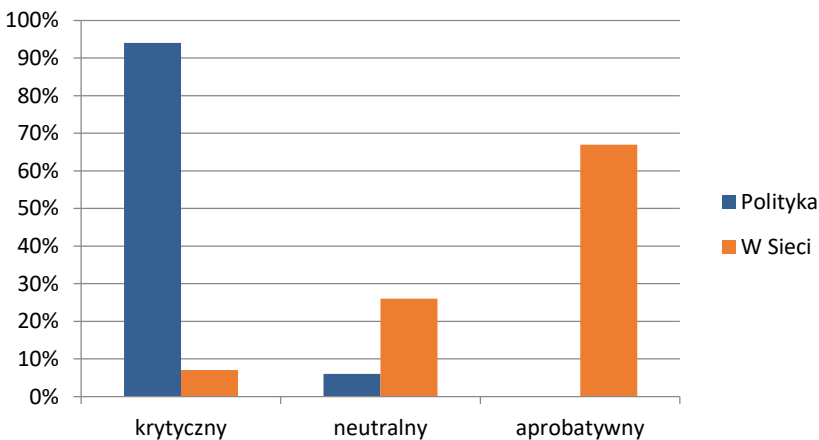


**Rys. 7.** Wydźwięk tytułu publikacji (udział w %)

Analiza stosunku badanych mediów do nowelizacji ustawy o IPN i związanych z nią działań rządu wskazuje jednoznacznie na polaryzację stanowisk prezentowanych przez oba tygodniki.

Tygodnik „Polityka” w 94% artykułów zajmuje stanowisko krytyczne wobec badanego tematu, 6% analizowanych publikacji jest utrzymane w tonie neutralnym, brak natomiast wypowiedzi aprobatywnych.

Tygodnik „W Sieci” prezentuje stanowisko przychylne nowelizacji i działaniom rządu z nią związanym. Pozytywny stosunek do tematu występuje w 67% publikacji, 26% publikowanych materiałów ma charakter neutralny, lecz pojawiają się również głosy krytyczne, które stanowią 7% całości (zob. rys. 8).

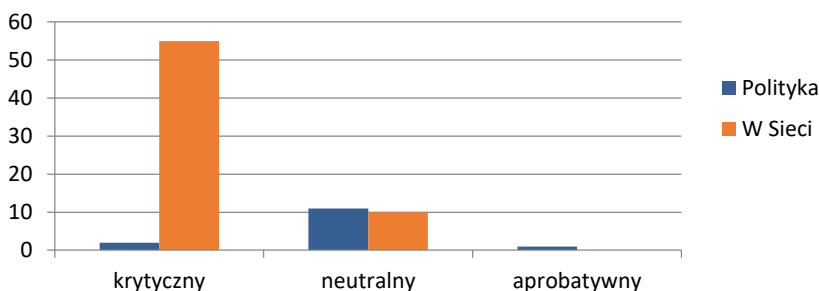


**Rys. 8.** Stosunek do nowelizacji ustawy o IPN i związanych z nią działań rządu (w %)

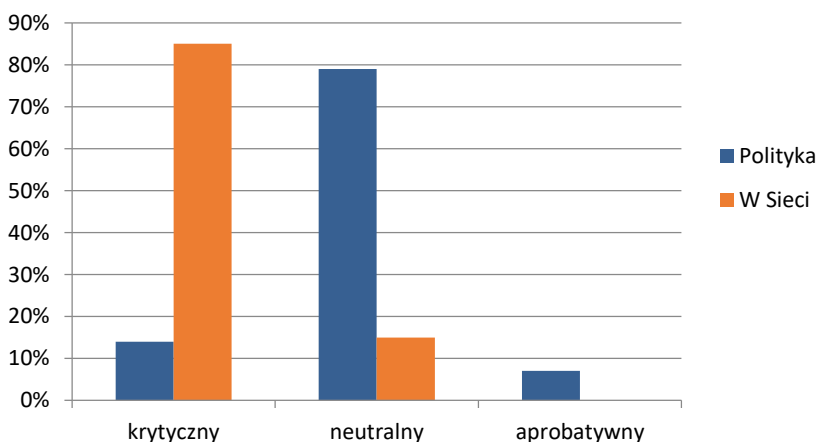
W ścisłym związku z powyższymi wskaźnikami jest sposób, w jaki linie redakcyjne obu tygodników przedstawiają politykę Izraela w kontekście nowelizacji ustawy o IPN.

„Polityka” w zdecydowanej większości publikacji dotyczących nowelizacji nie odnosi się bezpośrednio do polityki Izraela: zaledwie w 14 wypowiedziach znajdujemy echo retoryki wobec działań państwa Izrael, i tutaj 11 publikacji jest neutralnych (79%), dwie krytyczne (14%) i jedna aprobatywna (7%).

Tygodnik „W Sieci” pozostaje zdecydowanie bardziej aktywny na tym polu i odnosi się do sprawy aż w 65 publikacjach, przyjmując w 55 (85%) krytyczny stosunek tak do bieżącej polityki Izraela, jak i prowadzonej przez to państwo polityki historycznej (w znacznej mierze budowanej wokół Holocaustu). Publikacje neutralne stanowią 10% całości materiałów publicystycznych (zob. rys. 9 i 10).



**Rys. 9.** Stosunek do działań Izraela w kontekście nowelizacji ustawy o IPN (ilość publikacji)



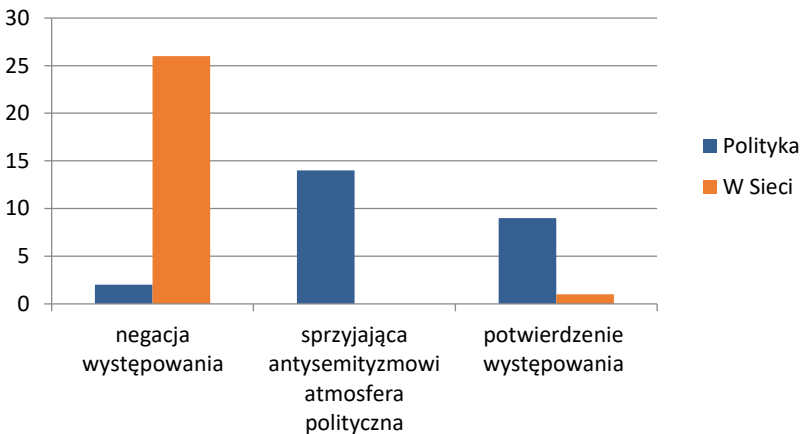
**Rys. 10.** Stosunek do działań Izraela w kontekście nowelizacji ustawy o IPN (w %)

Dyskurs medialny wobec nowelizacji ustawy i towarzyszących jej wydarzeń pozostaje w ścisłym związku z postrzeganiem narodu polskiego w kontekście współodpowiedzialności lub jej braku w zagładzie Żydów, która została dokonana w czasie II wojny światowej przez naziistowskie Niemcy. To, w jaki sposób redakcje obu tygodników postrzegają występowanie antysemityzmu w Polsce czasów wojennych i w Polsce obecnej, w znacznym stopniu wpływa na temperaturę debaty i na ocenę działań obu państwowych graczy politycznych.

„Polityka” w badanym okresie publikuje 25, a „W Sieci” 27 materiałów, w których znajdują się odniesienia do problemu antysemityzmu.

Tygodnik „Polityka” przestrzega na swych łamach przed wzbierającą falą antysemityzmu inspirowaną nieoficjalnym przyzwoleniem władzy – 14 razy, co stanowi 56% publikacji, oraz prezentuje jego przejawy w 9 publikacjach (36%). Pojawiają się też głosy negujące istnienie współczesnego antysemityzmu w Polsce – 2 publikacje (8%).

„W Sieci” całkowicie neguje istnienie sprzyjającej antysemityzmowi atmosfery politycznej kształtowanej przez obecną władzę (26 publikacji), a pojedyncze przejawy antysemityzmu traktuje jako marginalne i niezwiązane z działaniami partii rządzącej – jedna publikacja (zob. rys. 11).

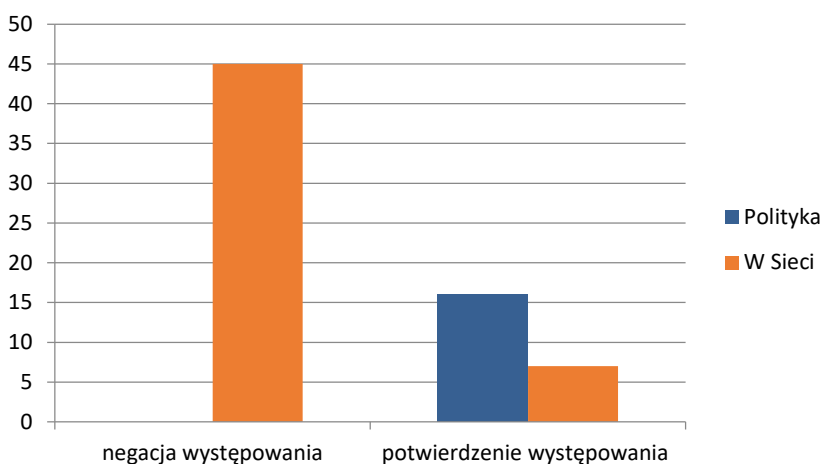


**Rys. 11.** Przekonania co do występowania współcześnie przejawów antysemityzmu w Polsce

Zdecydowanie większa ilość publikacji porusza temat antysemityzmu w czasie II wojny światowej, przy czym intensywniejszą aktywność przejawia tygodnik „W Sieci” – 52 publikacje, przy zaledwie 16 publikacjach na łamach „Polityki”.

„W Sieci” całkowicie neguje współodpowiedzialność Polaków za zbrodnię popełnioną na Żydach przez nazistowskie Niemcy; w 45 publikacjach zaprzecza występowaniu antysemityzmu, przedstawia pojedyncze przypadki polskiego udziału w zagładzie jako marginalne, niebędące w żadnym stopniu charakterystyką narodu polskiego jako ogółu.

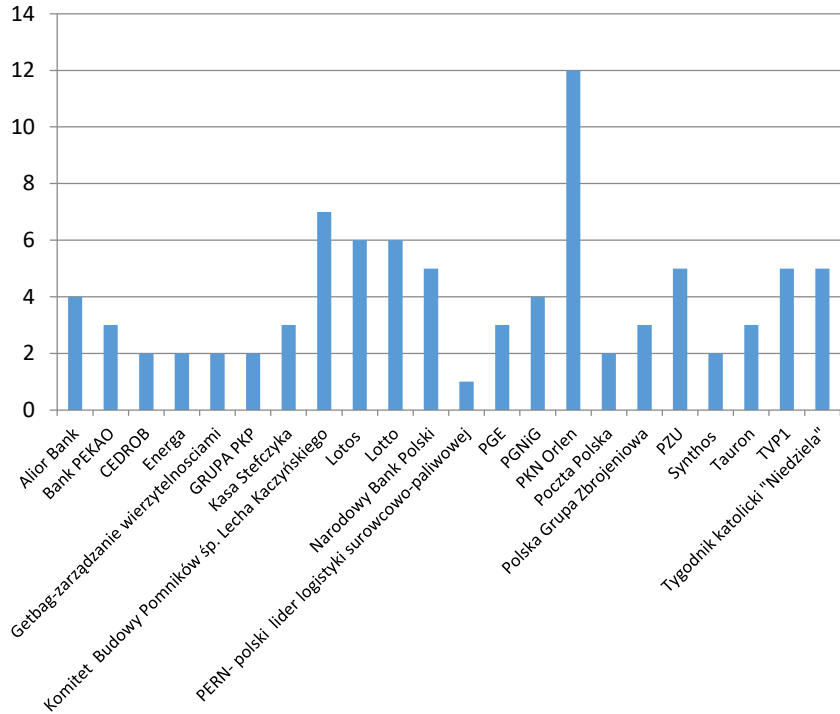
„Polityka” nie neguje występowania antysemityzmu na ziemiach polskich w czasie II wojny światowej, jednak podobnie jak tygodnik „W Sieci” sprzeciwia się zrównywaniu Polski i Niemiec w odpowiedzialności za Holocaust. Jednocześnie prezentuje przypadki zbrodni, których sprawcami byli Polacy, nawiązując do nich w 16 publikacjach (zob. rys. 12).



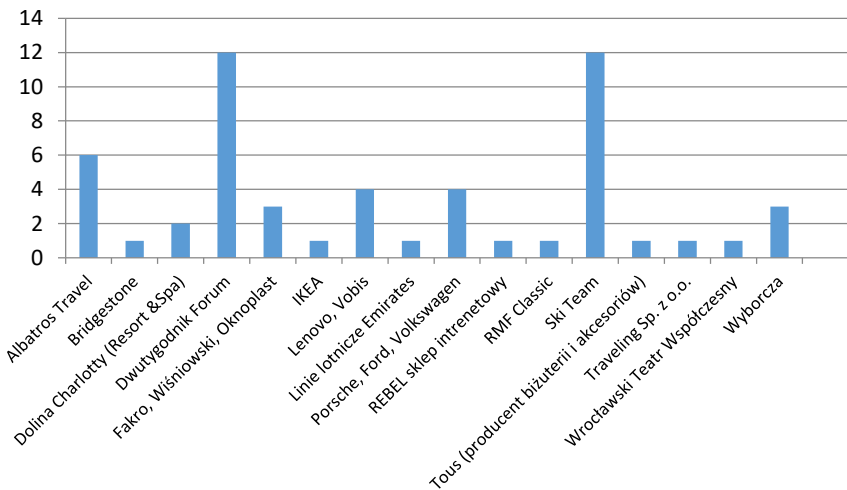
**Rys. 12.** Przekonania co do występowania antysemityzmu w społeczeństwie polskim w czasie Holocaustu

Ostatnią kategorią badaną jest analiza ilościowa reklam publikowanych w obu tygodnikach. Koncentruję się wyłącznie na reklamach zajmujących całą stronę czasopisma. Większość reklamodawców tygodnika „W Sieci” należy do spółek skarbu państwa lub instytucji popierających opcję polityczną będącą aktualnie u władzy. Największą ilość reklam zamieściły następujące instytucje: PKN Orlen (12), Komitet Społeczny Budowy Pomników śp. Lecha Kaczyńskiego i Ofiar Katastrofy Smoleńskiej (7), Lotos i Lotto (po 6 reklam). Często – po 5 razy – reklamowany jest tygodnik katolicki „Niedziela”, TVP1, NBP i PZU.

W „Polityce” reklamy zamieszczają podmioty prywatne z branży motoryzacyjnej, budowlanej, informatycznej, turystycznej, komunikacyjnej. Najczęściej (w każdym wydaniu tygodnika) reklamowany jest sklep sportowy SkiTeam i dwutygodnik „Forum”. Szczegóły przedstawiam na rysunkach 13 i 14.



**Rys. 13.** Ilość reklam dużego formatu w tygodniku „W Sieci” w okresie 29.01.2018–15.04.2018



**Rys. 14.** Ilość reklam dużego formatu w tygodniku „Polityka” w okresie 29.01.2018–15.04.2018



Analizę ilościową uzupełniam tabelami zawierającymi cytaty najbardziej charakterystycznych dla poszczególnych tygodników wypowiedzi w zakresie badanego tematu (zob. tabele 1 i 2).

**Tabela 1.** Stosunek do działań rządu w kontekście nowelizacji ustawy o IPN

	Nr	Cytat
Polityka	5	W ciągu kilku dni PiS zdołał poważnie uszkodzić budowane przez lata (także przez Lecha Kaczyńskiego) dobre stosunki z władzami Izraela i społecznością żydowską, tak jak wcześniej zdewastował relacje polsko-niemieckie czy polsko-ukraińskie.
	6	Dla Kaczyńskiego utrata „patriotycznej wiarygodności” wobec ludu, któremu przewodzi, jest ryzykiem większym niż protesty Izraela, oburzenie Ukraińców czy połajanki Departamentu Stanu USA, gdyż jego władza w żadnym stopniu nie zależy od zagranicy. PiS niemal całkowicie zlikwidował politykę zagraniczną, bo dla stabilności i bezpieczeństwa tej władzy bardziej potrzebne są konflikty niż sojusznicy. To jest rusefikacja życia publicznego w Polsce. Bardzo podobne jest rosyjskie prawo, nawet co do tego, że odnosi się do spraw międzynarodowych z epoki drugiej wojny światowej. W Rosji od 2014 r. jest ustawa, która zabrania wspomniania o tym, że ZSRR był sojusznikiem nazistowskich Niemiec.
	7	Władza nie znosi kontaktów opozycji z mediami zagranicznymi. Uważa, że Polska jest otoczona przez wielki spisek sterowany z Warszawy. Zarówno w Marcu '68, jak i teraz pojawia się oskarżanie przeciwników o współpracę ze zgniłym Zachodem, zwłaszcza z Niemcami i z Izraelem
	8	Ważny polityk powie coś złego o Polakach – niekoniecznie o „polskich obozach”, ale coś podpadającego pod ustawę. I co? Aresztujemy go? Wyślemy list gończy? Przed całym światem obnażą głupotę tej nowelizacji i naszą bezradność. Sami się wystawiliśmy.
	9	Stała się rzecz okropna i trudno odwracalna: za sprawą PIS powrócił stereotyp Polaka – antysemita, degradujący nas w oczach zachodniej opinii publicznej
W Sieci	6	Nie może być tak, że inne państwa będą nam nakazywały taki lub inny kształt ustaw przyjmowanych w naszym kraju. To jest suwerenna decyzja polskiego parlamentu.
	6	Nakazem chwili jest nieugiętość. Gdy druga strona zrozumie, że nie da się nas złamać, będzie można zacząć myśleć o kompromisie. Przebieg obecnego kryzysu ewidentnie wskazuje na to, że druga strona – czyli Izrael i potężne siły w żydowskiej diasporze – nie chce żadnego kompromisu. Bodaj jego pozoru. Odwrotnie – ich świadomie przyjętym celem jest maksymalne upokorzenie Polski. Dowodzi tego cała sekwencja wydarzeń.
	7	Chcemy uciec od polityki wstydu, jesteśmy zdeterminowani, nie ugniemy się pod żadnym szantażem.
	7	Sądzę, że za wiele lat dzięki temu liczba użycia sformułowania: „polskie obozy śmierci” drastycznie spadnie i stosowanie ustawy będzie niepotrzebne. Polska obudziła się z letargu i zmienia myślenie o swojej polityce historycznej.
	9	Uchwalenie ustawy zawierającej elementy prawnego buba i pozwalające na interpretację jej treści w sposób paniczny było oczywistym błędem.
	10	Próba wprowadzenia prawa, które będzie kryminalizować pewien sposób mówienia o przeszłości, choćby kłamliwy i bardzo krzywdzący, będzie na pewno nieskuteczna i także niemądra.
10	Kryzys wzmocnił Morawieckiego. Pokazał męża stanu. Niekwestionowanego przywódcę.	

**Tabela 2.** Odbiór aktualnej polityki Izraela wobec Polski w kontekście nowelizacji ustawy o IPN

	Nr	Cytat
Polityka	6	Tak jak Norman Finkelstein, amerykański historyk i politolog żydowskiego pochodzenia, stwierdził, że istnieje przedsiębiorstwo Holocaust, można powiedzieć, że istnieje przedsiębiorstwo Polska. Żadne z nich nie obejmuje wszystkich Żydów ani wszystkich Polaków, ale są ogromne środowiska, które na swój sposób hodują swój byt na byciu ofiarą.
	10	Polacy są często postrzegani jako gorsi niż Niemcy, jako prymitywni, okrutni wieśniacy. Ich naturą ma być przemoc, tymczasem Niemcy to kulturalny, subtelny naród filozofów i poetów, który w wyniku niefortunnego zbiegu geopolitycznych i ekonomicznych okoliczności został wmanewrowany przez Hitlera w wojnę i Holocaust. Polacy byli gorsi niż Niemcy – uważa wielu Izraelczyków. To zresztą jedyny chyba narodowy stereotyp, z którym się w tym kraju nie walczy.
	10	W Warszawie czuje się potrzebę rozszerzenia pojęcia Holocaustu, które pozwoli wpisać Polaków na listę jego ofiar, a za tym pójdą inne narodowości, i tym samym Żydy stracą monopol na bycie ofiarą tej arcyzbrodni, co niektórych bardzo uwiera. Holocaust przestanie być jedyny, wyjątkowy, przestanie być kamieniem węgielnym tożsamości izraelskiej i jednym z najważniejszych filarów współczesnej tożsamości żydowskiej.
Sieci	9	Pierwszą turę kryzysu zapoczątkował nie rząd Izraela, tylko Yair Lapid, polityk lewicowo-liberalny. Opozycyjny, uznawany tam przez wielu za pierwszą od dawna nadzieję odebrania władzy prawicy. Zapoczątkował słynną deklaracją o „babci” i „polskich obozach śmierci”. Netanjahu poczuł się zagrożony, postanowił nie dać odebrać prawicy sztandaru patriotyzmu i brutalnie wszedł w sytuację.
	5	Zaskakująco agresywna reakcja rządu Izraela i Światowego Kongresu na ustawę Sejmu penalizującą kłamstwo pod nazwą „polskie obozy śmierci” to nieprzypadkowy odruch niezrozumienia, to sztabowa decyzja o ataku. Fragment akcji znieważania Polaków, zohydżania Polski. Kolejny epizod wojny psychologicznej z naszym narodem.
	5	Deklaracje amerykańskie, z oświadczeniem Departamentu Stanu na czele, zawierające niezwykle ostre sugestie, z podważaniem partnerstwa Polski z USA nie pojawiły się ze spontanicznej inicjatywy Amerykanów: w oczywisty sposób zadziałało tu potężne, zwłaszcza w administracji Trumpa, lobby izraelskie.
	6	Jak twierdzi większość izraelskich publicystów i historyków, Polacy byli antysemitami, i to jeszcze przed wojną, dlatego „naziści” (o Niemcach w większości artykułów w izraelskiej prasie nie ma mowy) zbudowali obozy koncentracyjne właśnie nad Wisłą, licząc na ich współpracę. A Polacy współpracowali wydając Żydów, okradając ich, a niekiedy nawet mordując. A teraz mają czelność stawiać się w roli ofiar.
	10	Wyjazd do Polski (młodzieży izraelskiej – dopisek autorki), wizyty w synagogach na Kazimierzu oraz w obozach zagłady w Auschwitz i na Majdanku mają jeden cel: wzmocnić gniew. To na nim ma się opierać izraelska i żydowska tożsamość.

Analiza jakościowa nie tylko wyraźnie określa afiliacje polityczne tygodników („Polityka” pozostaje w opozycji do obozu władzy, „W Sieci” jest jej zdecydowanym zwolennikiem), lecz pozwala na uchwycenie ważnego aspektu stosunków polsko-izraelskich. Polityka historyczna, w tym edukacyjna prowadzona przez Izrael, jest polityką instrumentalnego zawłaszczania Holocaustu na bieżące potrzeby i nie sprzyja zbliżeniu obu narodów. Strategia zamieniania klęsk w zwycięstwa i rzutowanie przeszłości na rozwiązywanie aktualnych problemów, sytuowanie się

w pozycji narodu w stanie wiecznego obłączenia (Zertal 2010) nie tworzy warunków do autentycznego zbliżenia.

Ze strony Polski należy uznać, że budowanie wizerunku poprzez wydawanie aktów prawnych penalizujących działania oszczercze, niezgodne z faktami historycznymi, nie jest wystarczające, a szczególnie przeciwnie skuteczne, gdy konstrukcja tego prawa uniemożliwia jego implementację. Z drugiej strony polityka Izraela wzmocnienia tożsamości narodowej we własnym kraju i w żydowskiej diaspory na świecie, gdzie główny przekaz brzmi: „jedynym bezpiecznym miejscem dla Żydów jest ich własne państwo” (Dyduch 2010: 317), powoduje utwierdzenie silnie negatywnego stereotypu Polaka.

Przykładem tych działań jest sposób przedstawiania Polski i jej społeczeństwa w izraelskich podręcznikach szkolnych oraz przygotowania i przebieg licznych wycieczek młodzieży do byłych obozów zagłady znajdujących się na naszym terytorium. Auschwitz – a więc Polska – to zagrożenie, ciemność, śmierć; Izrael to bezpieczeństwo, światło, życie. W tym czarno-białym świecie nie można sobie pozwolić na zmianę odcieni poprzez spotkanie z drugim człowiekiem – młodzież przyjeżdżająca z Izraela prawie nie spotyka się z polską młodzieżą, w bezpośrednich kontaktach zawsze tli się ryzyko poddania w wątpliwość tezy, że cały świat pozostaje wrogi.

## **Podsumowanie**

Na podstawie przeprowadzonych analiz uprawnione jest twierdzenie o dużym stopniu upolitycznienia obu tygodników. Bez trudu można określić nachylenie ideologiczne oraz sympatie i antypatie wobec partii rządzącej i opozycji. Badanie unaocznia wysoki stopień polaryzacji politycznej linii redakcyjnych, odzwierciedlający podziały w preferencjach politycznych charakterystyczne dla naszego społeczeństwa. Wyniki badania wskazują wyraźnie na silne zaangażowanie ideowe obu redakcji. Tendencja ta płynnie wpisuje się w wyniki badań B. Dobek-Ostrowskiej (Dobek-Ostrowska 2015: 35–37) wskazujących, że komercjalizacja rynku wydawniczego w Polsce nie doprowadziła do neutralizacji światopoglądowej dziennikarzy.

W kontekście nowelizacji ustawy o IPN można dostrzec niepokojące zjawisko: obie strony podkreślają wagę kształtowania polityki wizerunkowej naszego kraju i potrzebę przedstawiania Polski na arenie międzynarodowej w sposób godny i zgodny z faktami historycznymi, a jednak dyskurs nie stanowi próby wypracowania wspólnego stanowiska, lecz pretekst do nieustających ataków na pozycje „przeciwnika”. Konflikt światopoglądowy dotyka preferowanego sposobu uprawiania polityki

historycznej, a linia podziału przebiega pomiędzy historiografią krytyczną (nazywaną w tygodniku „W Sieci” „pedagogiką wstydu”) a historiografią heroiczną (krytykowaną przez tygodnik „Polityka”).

## Bibliografia

- Arendt H. 1998, *Eichmann w Jerozolimie. Rzecz o banalności zła*, przeł. A. Szostkiewicz, Społeczny Instytut Wydawniczy ZNAK, Kraków.
- Arendt H. 2011, *Prawda i polityka* [w:] *Między czasem minionym a przyszłym*, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa.
- Bauman Z. 1993, *O nowoczesności TEJ Zagłady raz jeszcze*, „Kultura Współczesna. Teoria – Interpretacje – Krytyka”, nr 2.
- Bauman Z. 2009, *Nowoczesność i Zagłada*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Bauman Z. 2016, *Obcy u naszych drzwi*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Dobek-Ostrowska B. 2015, *Między politologią i komunikologią. Razem czy osobno? Przypadek studiów porównawczych nad relacjami polityki i mediów w Europie Środkowo-Wschodniej „Politeja”*, 36, 27–49.
- Dyduch J. 2010, *Stosunki polsko-izraelskie w latach 1990–2009. Od normalizacji do strategicznego partnerstwa*, Wydawnictwo TRIO, Warszawa.
- Fredrickson G.M. 2002, *Racism: A Short History*, Princeton University Press.
- Furman W. 2012, *Obserwator czy uczestnik. Dwa podejścia do obiektywizmu dziennikarskiego*, „Polityka i Społeczeństwo”, nr 9.
- Furman W., Kaliszewski A., Wolny-Zmorzyński K. 2000, *Gatunki dziennikarskie. Specyfika ich tworzenia i redagowania*, Rzeszów.
- Kolczyński M. 2017, *Stronniczość mediów w bipolarnym środowisku politycznym. Tygodnik „Polityka” w kampaniach wyborczych 2015 roku*, „Polityka i Społeczeństwo” nr 1(15), DOI: 10.15584/polispol.2017.1.3
- Kołąkowski L. 2006a, *Ludobójstwo i ideologia* [w:] *Czy diabeł może być zbawiony i 27 innych kazań*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Kołąkowski L. 2006b, *Szukanie barbarzyńcy* [w:] *Czy diabeł może być zbawiony i 27 innych kazań*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Lisowska-Magdziarz M. 2006, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Michałczyk S. 2007, *Nauka o komunikowaniu masowym: struktura i charakter dyscypliny* [w:] *Studia nad mediami i komunikowaniem masowym*, red. J. Fras, Toruń.
- Michałczyk S. 2009, *Uwagi o analizie zawartości mediów*, „Rocznik Prasoznawczy” 3, s. 95–109.
- Michałczyk S. 2013, *Prezydencja Polski w Radzie Unii Europejskiej. Teoretyczno-metodologiczne aspekty badań rezonansu medialnego* [w:] *Obraz prezydencji Polski w Radzie Unii Europejskiej (2011) w wybranych tytułach prasy polskiej*, red. M. Kolczyński, GNOME – Wydawnictwa Naukowe i Artystyczne, Katowice.
- Orwell G. 2002, *Lew i jednorożec: socjalizm i duch angielski*, przeł. M. Szuster [w:] *Jak mi się podoba. Eseje, felietony, listy*, przeł. A. Husarska, M. Szuster, B. Zborski, Warszawa.
- Zertal I. 2010, *Naród i śmierć. Zagłada w dyskursie i polityce Izraela*, Universitas, Kraków.

**Rafał Leśniczak\***

**WIZERUNEK PRASOWY I INTERNETOWY  
INSTYTUCJI KOŚCIELNEJ A LINIA REDAKCYJNA  
– CASUS FUNDACJI  
„DZIEŁO NOWEGO TYSIĄCLECIA”**

**THE PRESS AND INTERNET IMAGE  
OF CHURCH INSTITUTION AND THE EDITORIAL LINE  
– CASE STUDY OF THE “WORK OF THE NEW  
MILLENNIUM” FOUNDATION**

**Abstract**

The author has analyzed the image of the “Work of the New Millennium” Foundation in nationwide weekly magazines “Gość Niedzielny”, “Newsweek Polska”, “W Sieci” and on the websites <http://gosc.pl>, <http://www.newsweek.pl> and <https://www.wsiecprawdy.pl>. An attempt was made to determine to what extent the editorial line of the above-mentioned press titles and websites affects the presentation of ecclesiastical institutions. The analysis covered paper editions and websites of Polish opinion-forming weeklies, which are among the most influential and, at the same time, representing a different profile: Catholic and secular (left liberal and right-wing). The author used the method of press content analysis. Press studies confirmed the catholic profile of the “Gość Niedzielny”, while in the case of secular press titles, there was no reference to the topic of the foundation, which prompted the author to try to explain such a research result based on media studies.

**Key words:** image, press, opinion-forming weeklies, foundation

**Wstęp**

Przedmiot badań odwołuje się do tematu linii redakcyjnej wybranych polskich tygodników opiniotwórczych oraz ich witryn interneto-

---

\* Katedra Teorii, Aksjologii i Prawa Mediów, Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa, Wydział Teologiczny, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa, adres e-mail: r.lesniczak@uksw.edu.pl

wych jako istotnych determinantów wizerunku instytucji kościelnej<sup>1</sup>. W polskim medioznawstwie odnotowuje się prace dotyczące public relations organizacji religijnych, medialnego wizerunku kościołów i związków wyznaniowych, jak również teoretycznego namysłu nad linią programową przedstawicieli polskiej prasy opinii w kontekście prezentowania i interpretowania zagadnień z życia Kościoła katolickiego<sup>2</sup>.

Do osób, które miały ogromny wpływ na przemiany ustrojowe w Europie, w tym także w Polsce, należał bez wątpienia Jan Paweł II. Papież Polak znacząco oddziaływał na życie społeczne, kulturalne i duchowe Starego Kontynentu (Czaja 2001: 92–97; Mariański 2003: 124–125). Tekst publikacji, w której podjęto analizę medialnego wizerunku Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”, nawiązuje do osoby Jana Pawła II. Instytucja ta jest pozarządową organizacją kościelną powołaną do istnienia przez Konferencję Episkopatu Polski w 2000 r., a jej celem jest upamiętnianie pontyfikatu papieża Polaka poprzez promowanie jego nauczania i wspieranie określonych przedsięwzięć społecznych, w szczególności w dziedzinie edukacji i kultury (*Kim jesteśmy?*). Fundacja działa na podstawie ustawy o fundacjach, ustawy o stosunku państwa do Kościoła katolickiego, ma, jako osoba prawna, status organizacji pożytku publicznego, zaś opieką objęła kilka tysięcy młodych Polaków (*Kim jesteśmy?*). Do jej najważniejszych inicjatyw należy zaliczyć: Dzień Papieski, Nagrodę TOTUS, program stypendialny<sup>3</sup>.

Dzień Papieski, w zamyśle twórców, nie miał być zwykłym dniem ku czci Jana Pawła II, ale miał świadczyć o wdzięczności i jedności narodu polskiego z papieżem i promować jego nauczanie. Zdaniem litewskiego politologa Andrea Griffantego, obchody tego dnia zapewniałyby nowoczesny mecenat kulturalny Kościoła katolickiego, a także byłyby nową strategią działania, która umożliwiłaby mu dalszy wpływ na społeczeństwo polskie i jego wartości oraz nie powodowałyby utraty zaintereso-

---

<sup>1</sup> W artykule autor traktuje jako synonimiczne pojęcia: „linia redakcyjna”, „linia programowa”, „editorial line”. Linia redakcyjna jest jednym z czynników wyznaczających horyzont przyjętych norm i wartości pracy dziennikarskiej, określa sposób interpretacji wydarzeń oraz wpływa na wizerunek osób i instytucji. Profil mediów promuje określony punkt widzenia świata, determinuje proces selekcji informacji oraz prezentowania lub przemilczania pewnych ich aspektów. Na linię redakcyjną wpływa istotnie alians mediów, świata polityki oraz biznesu. *Editorial line* należy postrzegać jako schemat – klucz służący subiektywnej interpretacji świata oraz ugruntowanych o nim przekonań (Karatysz 2014: 90).

<sup>2</sup> Tytułem przykładu warto wspomnieć o medioznawczych badaniach Moniki Przybysz, Józefa Klocha, Tomasza Mielczarka, Ryszarda Filasa (Przybysz 2013; Kloch 2013; Mielczarek 2013; Filas 2010; Filas 2007).

<sup>3</sup> Autor przyjął założenie, że ww. inicjatywy stanowią o tożsamości fundacji.

sowania działalnością kościoła ze strony odbiorców (Griffante 2015: 86-87). Dzień Papieski obchodzony jest w niedzielę poprzedzającą wybór Karola Wojtyły na Stolicę Piotrową. Inicjatywa ta obejmuje cztery podstawowe wymiary: wymiar intelektualny (seminaria naukowe i panele dyskusyjne na temat nauczania Jana Pawła II), duchowy (duchowa łączność z obecnym papieżem oraz modlitwa w jego intencji), artystyczny (nagroda TOTUS, jedna z najbardziej prestiżowych nagród w Kościele katolickim, wręczana w wigilię Dnia Papieskiego na Zamku Królewskim w Warszawie), charytatywny (fundusz stypendialny fundacji, która przyznaje stypendia uzdolnionym młodym ludziom pochodzącym z wiosek i małych miast) (*Idea*). Laureatami nagrody TOTUS są „ludzie, którzy oddali się służbie prawdzie i dobru, wyciągający pomocną dłoń zmarginalizowanym czy też dzielący się ze swoimi czytelnikami, słuchaczami lub widzami słowami św. Jana Pawła II. Inni pielęgnują i promują wartości chrześcijańskie – rdzeń naszej kultury i tożsamości” (*Co robimy?*).

Analiza prasoznawcza objęła następujące wersje papierowe i internetowe tygodników opiniotwórczych: religijno-społeczny „Gość Niedzielny”, lewicowo-liberalny „Newsweek Polska” oraz prawicowy „W Sieci”<sup>4</sup>. W badaniach został zatem uwzględniony problem multikanalowej aktywności współczesnych mediów (Kolczyński 2017: 36). Przyjęto założenie o wzajemnym uzupełnianiu się wersji papierowej i internetowej w budowaniu wizerunku analizowanej instytucji kościelnej.

Autor uzyskał reprezentatywną grupę badawczą tygodników opinii o zróżnicowanych profilach, a zatem również o różnych liniach redakcyjnych. To powinno pomóc dostrzec podobieństwa i różnice w prezentowaniu tożsamości i działań Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” przez poszczególnych reprezentantów polskiej prasy. Przyjęto założenie, że „Gość Niedzielny”, którego wydawcą jest Kuria Metropolitalna w Katowicach, spośród trzech ww. tytułów prasowych poświęcił najwięcej uwagi katolickiej organizacji. Od katolickiego tytułu prasowego można oczekiwać większej uwagi wobec tematu kościelnej instytucji i jej aktywności w porównaniu z tytułami świeckimi.

Jednym z ważnych celów fundacji jest zapewnienie lepszego dostępu i odpowiednich warunków do zdobycia wykształcenia dla młodzieży polskiej. Zadanie to ma charakter uniwersalny i nie jest powiązane jedynie z tożsamością instytucji katolickiej. Uzasadnione jest założenie, że działalność fundacji stanie się płaszczyzną spotkania i współpracy ludzi

---

<sup>4</sup> W przypadku tygodników w wersji papierowej badaniom podlegały wyłącznie ogólnopolskie strony, pominięto zaś edycje lokalne. Autor dokonał analizy wizerunku fundacji na następujących portalach: <http://gosc.pl>, <http://www.newsweek.pl> oraz <https://www.wsieciprawdy.pl>.

o różnych poglądach politycznych, światopoglądach i konfesjach. Z tego powodu przyjęto założenie, że temat tożsamości organizacji kościelnej i jej działań nie powinien zostać pominięty przez prasę świecką, zarówno prawnicową, jak i liberalną.

Można przypuszczać, że w tekstach prasowych odnoszących się do analizowanej fundacji pojawią się również wątki dotyczące innych działań Kościoła katolickiego w Polsce, w tym także odniesienie do działalności i wypowiedzi duchownych. W opinii autora prasa katolicka ujawni przychylnie nastawienie wobec instytucji eklezjalnej. Postawy dezaprobaty można oczekiwać natomiast od „Newsweek Polska”, ponieważ dotychczasowe badania dotyczące stosunku tego tytułu prasowego do Kościoła katolickiego ukazują ateistyczną agresję czy też nastawienie kontestujące obecność religii w szkole (Lewek 2010: 35; Panuś 2011: 14–15)<sup>5</sup>. Tygodnik „W Sieci”, ze względu na swój profil prawnicowy, przyczynia się do budowania pozytywnego wizerunku Kościoła katolickiego, wspiera podejmowane przez niego inicjatywy oraz broni wartości chrześcijańskich (Kotras 2013: 90–91; Mielczarek 2016: 155–157). Z tego też powodu można oczekiwać rzetelnego poinformowania opinii publicznej o działaniach fundacji przez ww. tytuł prasowy<sup>6</sup>.

Agnieszka Hess i Agnieszka Szymańska zauważają, że wyniki prasoznawczych badań empirycznych zazwyczaj ujawniają głębokie przywiązanie dziennikarzy do redakcyjnej linii programowej (Hess, Szymańska 2014: 12). Autor przyjął hipotezę, że w przypadku analizowanych tytułów prasowych ich linia redakcyjna wobec Kościoła katolickiego zostanie potwierdzona w sposobie prezentacji Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” w publikacjach.

Autor stawia zatem następujące hipotezy badawcze:

H1: Największa liczba publikacji prasowych spośród analizowanych tytułów prasowych, odnosząca się do tematu Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”, została odnotowana w papierowej i internetowej wersji „Gościa Niedzielnego”, najmniejsza zaś w „Newsweek Polska”.

---

<sup>5</sup> Na stronie internetowej <http://www.newsweek.pl> autor nie odnalazł jakiegokolwiek deklaracji wyrażającej linię redakcyjną „Newsweek Polska” wobec Kościoła katolickiego i organizacji kościelnych.

<sup>6</sup> Na stronie *Sieci* – *największy konserwatywny tygodnik opinii w Polsce*, <https://www.wsiecprawdy.pl/o-tygodniku.html> (24.04.2018) można przeczytać m.in.: „Jesteśmy największym konserwatywnym tygodnikiem opinii w Polsce. W Polsce, która jest dumna ze swego dziedzictwa, i która jest gotowa ze wszystkich sił walczyć o fundamentalne, konserwatywne wartości. Wartości takie jak poszanowanie tradycji, odwagi i honoru, szacunek dla wspólnoty i solidarności społecznej oraz religii i prawa naturalnego”.



H2: O tożsamości Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” (Dzień Papieski, nagrody TOTUS, program stypendialny) i o podstawowych wymiarach Dnia Papieskiego (intelektualnym, duchowym, artystycznym, charytatywnym) czytelnik dowiadyuje się z wszystkich poddanych analizie tytułów prasowych w wersji papierowej oraz ze stron internetowych <http://gosc.pl>, <http://www.newsweek.pl> oraz <https://www.wsieciprawdy.pl>.

H3: Linia redakcyjna poddanych analizie wersji papierowej tygodników opinii dostrzegalna jest w tonacji dyskursu publikacji na temat Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”. Autor zakłada ton aprobujący wersji papierowej „Gościa Niedzielnego”, „W Sieci” oraz portali <http://gosc.pl>, <https://www.wsieciprawdy.pl>, zaś obecność tonacji krytycznej w wersji papierowej „Newsweek Polska” oraz na portalu <http://www.newsweek.pl>.

Zakres czasowy analizy objął okres października w latach 2013–2016. W tym bowiem miesiącu przypadają: rocznica wyboru Karola Wojtyły na Stolicę Apostolską, obchody Dnia Papieskiego, w październiku także wręczane są nagrody TOTUS. Można zatem spodziewać się, że wydarzenia te, związane z tożsamością i działalnością Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”, znajdą odzwierciedlenie w polskich tygodnikach opinii. Każdą z publikacji spełniającą kryteria analizy autor klasyfikuje do jednej kategorii. W przypadku cechy „INICJATYWY” autor wskazuje w publikacji jedną lub dwie dominujące, pierwszoplanowe inicjatywy.

W przypadku wersji papierowej i internetowej tygodników materiał badawczy stanowiły wszystkie teksty, które zawierały w treści lub tytule jedno z następujących słów: „dzieło”, „fundacja”, „nowe tysiąclecie”, „młodzież”, „dzień papieski”, „nagroda TOTUS”, „program stypendialny” i odnosiły się do tematu Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”. W przypadku analizowanych witryn internetowych tygodników, celem znalezienia materiału badawczego, autor posłużył się następującymi wyszukiwarkami internetowymi, umieszczając w nich słowa kluczowe: „fundacja dzieło nowego tysiąclecia”: <http://gosc.pl/wyszukaj/wyrazy?q=fundacja+dzieło+nowego+tysiąclecia&o=2>, <https://www.wsieciprawdy.pl/siecisearch.html?search=fundacja+dzieło+nowego+tysiąclecia>, <http://www.newsweek.pl/szukaj?q=fundacja+dzieło+nowego+tysiąclecia&cx=%2Fszukaj&ie=UTF-8&sa=>.

Autor posłużył się metodą analizy zawartości prasowej. Przeprowadzone badania miały charakter ilościowy i jakościowy.

Celem weryfikacji hipotez H2 i H3 posłużono się specjalnie opracowanym kluczem kategoryzacyjnym. Badanymi cechami są odpowiednio: „TOŻSAMOŚĆ”, „INICJATYWY”, „TONACJA”.

Badana cecha: „TOŻSAMOŚĆ” – autor dokonuje odpowiedzi na pytanie, czy i w jaki sposób zostaje zaprezentowana w tekstach prasowych (wersji papierowej i internetowej tygodników) tożsamość Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” (fundacja jest organizacją kościelną, powołaną przez KEP, upamiętnia pontyfikat Jana Pawła II).

Kategorie:

1. „zgodność” – tekst prasowy / strona internetowa przedstawia tożsamość fundacji zgodnie z jej stanem deklaratywnym,
2. „brak zgodności” – tekst prasowy / strona internetowa przedstawia tożsamość fundacji w odmienny sposób od deklaratywnego,
3. „nieobecność” – tekst prasowy / strona internetowa nie odnosi się do kwestii tożsamości fundacji (tzn. nieobecne są w tekście wszystkie trzy następujące informacje o fundacji: o tym, że jest organizacją kościelną, że jest powołaną przez episkopat i że upamiętnia pontyfikat Jana Pawła II).

Badana cecha: „INICJATYWY” – autor dokonuje odpowiedzi na pytanie, do którego z podstawowych wymiarów inicjatyw Dnia Papieskiego odnosi się publikacja prasowa/internetowa: intelektualny, duchowy, artystyczny, charytatywny.

Kategorie:

1. intelektualny – publikacja odnosi się do seminariów naukowych i paneli dyskusyjnych na temat nauczania Jana Pawła II,
2. duchowy – publikacja podejmuje temat duchowej łączności z obecnym papieżem oraz modlitwy w jego intencji,
3. artystyczny – publikacja odnosi się do nagrody TOTUS,
4. charytatywny – publikacja podejmuje temat funduszu stypendialnego Fundacji.

Badana cecha: „TONACJA” – autor dokonuje odpowiedzi na pytanie, która tonacja dyskursu na temat Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”, jest tonacją dominującą: aprobująca, dezaprobaty, neutralna.

Kategorie:

1. „aprobująca” – dominującą tonacją tekstu prasowego jest tonacja aprobująca (wyraża szacunek, uznanie wobec inicjatyw podjętych przez fundację),
2. „dezaprobaty” – dominującą tonacją tekstu prasowego jest tonacja dezaprobaty (wyraża krytykę wobec działań fundacji),
3. „neutralna” – dominującą tonacją tekstu prasowego jest tonacja neutralna (autor publikacji nie wyraża swoich odczuć wobec działań fundacji, jedynie wypełnia funkcję informacyjną).

Liczby zawarte w tabelach 2–4 wskazują liczbę publikacji zaklasyfikowanych do określonych kategorii w ramach badanych ww. cech.

## Wizerunek Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” w wersji papierowej i internetowej tygodników opinii

W wersji papierowej tygodników autor odnotował ogółem 8 tekstów prasowych, które spełniły kryteria analizy, z czego wszystkie zostały opublikowane w „Gościu Niedzielnym”. W tygodniu „W Sieci” oraz w tygodniku „Newsweek Polska” autor nie odnotował żadnej publikacji podejmującej analizowany temat fundacji. Jeśli chodzi o wersję internetową tygodników, łączna liczba publikacji przedstawiała się następująco: 58 publikacji na portalu <http://gosc.pl> oraz brak jakiegokolwiek publikacji na portalach <https://www.wsieciprawdy.pl> oraz <http://www.newsweek.pl>. Łącznie odnotował autor 66 tekstów spełniających kryteria analizy, wszystkie bez wyjątku zostały opublikowane w „Gościu Niedzielnym”. Przywołane poniżej przykłady publikacji oraz statystyki liczbowe odnoszą się zatem wyłącznie do tygodnika katolickiego.

Tabela 1 prezentuje liczbę publikacji w wersji papierowej i internetowej tygodników „Gość Niedzielnym”, „Newsweek Polska” oraz „W Sieci” w kolejnych okresach w latach 2013–2016 (1.10.2013 – 31.10.2013, 1.10.2014 – 31.10.2014, 1.10.2015 – 31.10.2015, 1.10.2016 – 31.10.2016). Z kolei tabele 2–4 prezentują liczbę publikacji zaklasyfikowanych do kategorii „TOŻSAMOŚĆ”, „INICJATYWY”, „TONACJA”.

**Tabela 1.** Liczba publikacji wersji papierowej i internetowej tygodników opinii „Gość Niedzielnym”, „Newsweek Polska”, „W Sieci” w latach 2013–2016

	1.10.2013 – 31.10.2013	1.10.2014 – 31.10.2014	1.10.2015 – 31.10.2015	1.10.2016 – 31.10.2016	2013– 2016 (łączna liczba publikacji)
„Gość Niedzielnym”	1	1	1	5	8
„Newsweek Polska”	0	0	0	0	0
„W Sieci”	0	0	0	0	0
<a href="http://gosc.pl">http://gosc.pl</a>	29	24	4	1	58
<a href="http://www.newsweek.pl">http://www.newsweek.pl</a>	0	0	0	0	0
<a href="https://www.wsieciprawdy.pl">https://www.wsieciprawdy.pl</a>	0	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne.

Dane liczbowe zawarte w tabeli 1 dowodzą braku publikacji prasowych odnoszących się do tematu Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” w tytułach prasy świeckiej, ukazują wzrost liczby publikacji w wersji papierowej „Gościa Niedzielnego” w 2016 r. wobec lat 2013–2015 oraz systematyczny spadek publikacji w wersji internetowej pomiędzy 2013 a 2016 r. na portalu <http://gosc.pl>.

**Tabela 2.** Liczba publikacji w badanej cesze „TOŻSAMOŚĆ”

	„Gość Niedzielny”	„W Sieci”	„Newsweek Polska”	http://gosc.pl	http://www.newsweek.pl	https://www.wsieciprawdy.pl
Zgodność	7	0	0	49	0	0
Brak zgodności	0	0	0	0	0	0
Nieobecność	1	0	0	9	0	0

Źródło: opracowanie własne.

Teksty w przeważającej mierze były zaklasyfikowane do kategorii „zgodność” (7 publikacji w wersji papierowej oraz 49 w wersji internetowej poddanej analizie tygodnika katolickiego, ogółem 56 spośród 66, co daje wynik 84,85% wszystkich tekstów) i była w nich obecna informacja przynajmniej o jednej z trzech cech tożsamości Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” (organizacja kościelna, organizacja powołana przez episkopat, organizacja upamiętniająca pontyfikat Jana Pawła II)<sup>7</sup>.

Z kolei teksty krótkie, o charakterze notki prasowej, nie omawiały cech determinujących tożsamości fundacji. Do tej kategorii autor zaliczył ogółem 10 publikacji (1 w wersji papierowej i 9 w wersji internetowej).

**Tabela 3.** Liczba publikacji w badanej cesze „INICJATYWY”

Wymiar	„Gość Niedzielny”	„W Sieci”	„Newsweek Polska”	http://gosc.pl	http://www.newsweek.pl	https://www.wsieciprawdy.pl
Intelektualny	0	0	0	11	0	0
Duchowy	3	0	0	34	0	0
Artystyczny	5	0	0	3	0	0
Charytatywny	3	0	0	27	0	0

Źródło: opracowanie własne.

<sup>7</sup> Oto przykłady tekstów w kategorii „zgodność”:

– „W Jedlni-Letnisku i Pionkach zorganizowano papieskie biegi, a przed kościołami zbierano datki na rzecz Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”, która jest żywym pomnikiem bł. Jana Pawła II. Poprzez stypendia wspomaga uzdolnioną młodzież z ubogich rodzin. – Program stypendialny rozpoczyna się w II klasie gimnazjum i trwa do końca studiów – mówi ks. Dariusz Kowalczyk, członek Zarządu Fundacji, kapłan naszej diecezji” (Deka).

– „Dzień Papieski jest organizowany przez powołaną przez episkopat Fundację „Dzieło Nowego Tysiąclecia”. Jej zadaniem jest budowa żywego pomnika papieża Jana Pawła II. Przez cały dzień stypendiści i wolontariusze Fundacji prowadzili zbiórkę na program wsparcia dla zdolnej młodzieży z małych miejscowości” (MM).

Dane liczbowe zawarte w tabeli 3 ukazują, że wymiar duchowy i charytatywny fundacji były dominującymi w przypadku prezentacji analizowanej instytucji kościelnej w internetowej wersji „Gościa Niedzielnego”, z kolei wymiar artystyczny był najrzadziej tam obecny. Publikacje wersji papierowej nieco inaczej rozłożyły akcenty w prezentacji wizerunku Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”. W tym przypadku dominującym wymiarem w spojrzeniu na organizację kościelną był wymiar artystyczny.

Kategoria „intelektualny” uwydatniła się w publikacjach odwołujących się do postrzegania wiary, chrześcijaństwa, wartości w nauczaniu Jana Pawła II<sup>8</sup>. Niektóre z tekstów prasowych zawierały cytaty pochodzące z przemówień papieża Polaka<sup>9</sup>. Kategorię „duchowy” autor odnotował m.in. w publikacjach odnoszących się do roli wartości chrześcijańskich w życiu<sup>10</sup>. Do tej grupy autor zaliczył również teksty będące świadectwami osób zaangażowanych w Fundację „Dzieło Nowego Tysiąclecia”, np. świadectwa Moniki Niewiadomskiej czy Krzysztofa Mętle<sup>11</sup>. Warto również wspomnieć o wywiadzie z wieloletnim przewodniczącym zarządu fundacji, ks. Drobem, w którym prezentuje on swoje

---

<sup>8</sup> Na przykład o rozumieniu dialogu w ujęciu Jana Pawła II można przeczytać w następującej publikacji: „Pontyfikat Jana Pawła II był czasem wielkiego dialogu, czyli rozmowy Papieża z Bogiem na modlitwie, w czasie Liturgii i w osobistych kontaktach. Lata papieskiego posługiwania były również naznaczone jego dialogiem z człowiekiem i ze współczesnym światem. Temu zagadnieniu chcemy poświęcić tegoroczny Dzień Papieski, który odbędzie się w najbliższą niedzielę. Jego tematem będą słowa: Jan Paweł II – Papież Dialogu” (BP KEP).

<sup>9</sup> Na przykład „Jan Paweł II podczas wizyty w Żywcu 22 maja 1995 r. powiedział: „Modlę się, aby duch dialogu i współpracy przeważał nad duchem walki i konfrontacji. Modlę się o poszanowanie godności każdego człowieka, o kulturę wzajemnego współżycia”. Te i inne słowa ojca świętego dotyczące komunikowania się były cytowane podczas XIII Dnia Papieskiego, który 13 października odbył się pod hasłem „Jan Paweł II – papież dialogu” (Deka).

<sup>10</sup> „Pokolenie JP II nie zakopuje swoich talentów. Dzięki wsparciu Fundacji *Dzieło Nowego Tysiąclecia* młodzi ludzie nie tylko rozwijają swoje zainteresowania, ale też odkrywają powołanie do czynienia dobra” (Kalbarczyk 2016: 30).

<sup>11</sup> – „Monika Niewiadomska z Katowic: – Rewelacja! Jestem bardzo zadowolona, że tu przyszedłam. Myślałam, że może się nie udać takie ogromne przedsięwzięcie. Jednak Duch Święty zadziałał i wszystko zagrało. Dzisiejsze czasy potrzebują kogoś, kto pokaże nam, jak żyć i jak świadczyć o Bogu. To umacnia wiarę widzów, ale i występujących. Widać było, ile serca włożyli w przygotowanie widowiska aktorzy i organizatorzy, jak wiele radości z tego czerpią. To wszystko wpływa na nasze świadectwo” (*Było mega*).

– „Bez stypendium nie pojechałbym na pewno np. do Szanghaju, skąd właśnie wróciłem – mówi Krzysztof Mętle z Jędrzychowa k. Nysy. Zgłoszenie się z wnioskiem o stypendium fundacji papieskiej zaproponowała mu w II klasie gimnazjum katechetka. Chłopak bowiem prócz dobrych ocen miał wielką pasję – malowanie. Angażował się także w bractwo rycerskie” (Grytz-Jurkowska).

przemyslenia na temat duchowej strony organizacji kościelnej<sup>12</sup>. Kategorię „artystyczny” autor odnotował w tekstach podejmujących temat sylwetek osób odznaczonych nagrodą TOTUS<sup>13</sup>. Kategoria „charytatywny” była obecna z kolei m.in. w publikacjach dotyczących przeprowadzonych zbiórek pieniężnych, w publikacjach przedstawiających środowiska zaangażowane w organizację Dnia Papieskiego i prace na rzecz funduszu stypendialnego Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”, a także w tekstach prezentujących sylwetki darczyńców oraz stypendystów<sup>14</sup>.

**Tabela 4.** Liczba publikacji w badanej cesze „TONACJA”

Tonacja	„Gość Nie-dzielny”	„W Sieci”	„New-sweek Polska”	http://gosc.pl	http://www.newsweek.pl	https://www.wsieci.prawdy.pl
Aprobująca	7	0	0	50	0	0
Dezaprobata	0	0	0	0	0	0
Neutralna	1	0	0	8	0	0

Źródło: opracowanie własne.

Tonacja zdecydowanej większości publikacji, bo aż 7 w wersji papierowej oraz 50 w wersji internetowej, została zaklasyfikowana do kategorii „aprobująca” w badanej cesze „TONACJA”. Była w nich zawarta zachęta do współtworzenia wymiaru intelektualnego, duchowego, artystycznego i charytatywnego Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”. Autor nie odnotował słów krytyki dotyczących inicjatyw tej instytucji kościelnej ani też głosów, które wyrażałyby dezaprobatę lub też podawa-

<sup>12</sup> – „A. Puścikowska: To już 15 lat pracy Fundacji *Dzieło Nowego Tysiąclecia!* Powód do dumy czy refleksji? ks. Jan Drob: Gdy pomyślę, jak długo to trwa i jak wyjątkowe owoce przynosi, to oczywiście czuję dumę i radość. Wychowaliśmy już ponad 800 absolwentów. Obecnie opiekujemy się 2400 stypendystami. Z drugiej strony cały czas tkwi we mnie pewna obawa, czy ci młodzi ludzie spełnią pokładane w nich nadzieje. Pewnie podobnie myślą rodzice o swoich dzieciach. Starają się je wychować jak najlepiej, a i tak czasem dzieci wybierają inne wartości niż te, które przekazali im ojciec i matka. Cieszę się, że większość naszych stypendystów to wspaniali młodzi ludzie – realny i żywy pomnik Jana Pawła II” (Puścikowska 2015: 36).

<sup>13</sup> „Stowarzyszenie na rzecz Niepełnosprawnych SPES, twórca koncertów *Jednego Serca Jednego Ducha* Jan Budziaszek, s. prof. Zofia Zdybicka – filozof, pedagog i religioznawca z KUL oraz miesięcznik *W Drodze* – to tylko niektórzy nominowani do tegorocznej edycji nagrody Totus. Te prestiżowe wyróżnienia, przyznawane przez Fundację *Dzieło Nowego Tysiąclecia*, wręczone zostaną na Zamku Królewskim w Warszawie 8 października, w przeddzień obchodów XVI Dnia Papieskiego” (Babuchowski 2016: 11).

<sup>14</sup> „Zebrane tego dnia ofiary zasilą fundusz stypendialny Fundacji Dzieło Nowego Tysiąclecia wspierającej ponad 2,3 tys. młodych i zdolnych osób pochodzących z niezamożnych rodzin” (*Dzień Papieski*).

łyby w wątpliwość, czy akurat fundacja jest najlepszym sposobem realizacji duchowego testamentu Jana Pawła II.

Jedną publikację w wersji papierowej „Gościa Niedzielnego” oraz 8 w wersji elektronicznej autor przyporządkował do kategorii „neutralna”. Były to najczęściej krótkie teksty o charakterze notatki prasowej, której dominującą funkcją była funkcja informacyjna<sup>15</sup>.

## Zakończenie

Dokonując weryfikacji hipotez badawczych H1, H2 i H3, należy skonstatować, że „Gość Niedzielny”, jako przedstawiciel prasy katolickiej i jako jedyny z poddanych analizie tytułów prasowych, podjął w publikacjach zagadnienie tożsamości fundacji i inicjowanych przez nią działań. Teksty tygodnika katolickiego spełniające kryteria badań odniosły się do wszystkich, deklarowanych przez jej organizatorów, wymiarów Dnia Papieskiego: intelektualnego, duchowego, artystycznego i charytatywnego.

Tonacja tekstów prasowych w „Gościu Niedzielnym” zasadniczo była aprobująca, tym samym czasopismo to ujawniło głębokie przywiązanie dziennikarzy do linii programowej.

Brak jakiegokolwiek odniesienia tytułów świeckich do ogólnopolskich działań Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” skłania autora do postawienia pytania o przyczynę ich pominięcia. Jak interpretować milczenie świeckich tygodników opinii w kwestii tożsamości i działalności ww. organizacji kościelnej? Czy jest to znak świadomego marginalizowania przez polską prasę opinii tematów odnoszących się do codziennej działalności katolickich organizacji pozarządowych (NGO)? Czy milczenie „Newsweek Polska” w temacie fundacji można interpretować jako aprobatę dla działań organizacji kościelnej, zaś brak publikacji na łamach konserwatywnego „W Sieci” można odczytywać jako niespójność z deklarowaną przez prawicowy tygodnik walką o fundamentalne, konserwatywne wartości oraz troską o poszanowanie tradycji, odwagi i honoru, szacunku dla wspólnoty i solidarności społecznej oraz religii i prawa naturalnego? (*Sieci – największy konserwatywny tygodnik opinii w Polsce*)

---

<sup>15</sup> Taką publikacją był np. tekst prasowy informujący o wręczeniu statuetek TOTUS: „Na Zamku Królewskim wręczono statuetki TOTUS-ów, nagrody zwanej katolickim Noblem. W tym roku otrzymali ją: kompozytor Krzysztof Penderecki, Helena Pyz – lekarka i misjonarka pracująca wśród trędowatych w Indiach, Poczta Polska S.A. oraz portal Deon.pl. Specjalne wyróżnienie kapituła przyznała poecie i prozaikowi Ernestowi Bryllowi” (*Gala Nagrody TOTUS’2015*).

Próba odpowiedzi na wyżej postawione pytania nie należy do łatwych i zerojedynkowych, chociaż może być rozpatrywana na kilku płaszczyznach badawczych. Jedną z nich jest kwestia kryteriów selekcji informacji dokonywanych przez redakcje tygodników opinii. Dość często przywoływanymi teoriami prognozującymi prawdopodobieństwo publikacji są dziś powszechnie znane: teoria wartości informacji (TWI) Galtunga i Ruge, która wskazuje tzw. listę czynników informacji, oraz teoria dwóch komponentów autorstwa Kepplingera (Galtung, Ruge 1965: 64–90; Kepplinger, Ehmig 2006: 25–43). Odnosząc tzw. hipotezę kumulacji, jedną z hipotez koncepcji Galtunga i Ruge, funkcjonującą w ramach ww. TWI, do rozpatrywanego *case study*, należy skonstatować, że w przypadku wiadomości prasowych dotyczących Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia” trudno jest doszukiwać się spełnienia w tekstach prasowych warunków, o których ta teoria stanowi, tj. połączenia osób elitarnych z państwami elitarnymi, połączenia negatywizmu z państwami elitarnymi (*big power conflict*), połączenia negatywizmu z osobami elitarnymi (*struggle for power*) czy też połączenia negatywizmu z personalizacją (*scandals*) (Galtung, Ruge 1965: 71). Nietrudno zauważyć, że w myśl ww. hipotezy promowany jest w mediach negatywny obraz świata, w którym mamy do czynienia z nieustannymi starciami, walką i konfliktem, a to – jak się wydaje – nie ma zbyt wiele wspólnego z tożsamością i działalnością fundacji kościelnej (Michalczyk 2013: 135). Jeśli hipoteza ta stanowi zasadniczy horyzont selekcji informacji, to nie wywołuje zdziwienia brak informacji o fundacji w tygodnikach „Newsweek Polska” oraz „W Sieci”. Odnosząc się do teorii dwóch komponentów, można postawić pytanie, czy analizowana organizacja kościelna, jej tożsamość i inicjatywy powinny wzbudzić zainteresowanie tygodników opinii, których linia redakcyjna zorientowana jest na informacje polityczno-społeczne? Badania socjologiczne potwierdzają, że życie i nauczanie Jana Pawła II są wciąż dla znacznej części społeczeństwa ważne<sup>16</sup>. W tym przypadku, jeśli przyjąć założenie o nadrzędnej roli teorii dwóch komponentów w wyborze tematów newsa, można byłoby oczekiwać zainteresowania się „Newsweeka” oraz „W Sieci” kwestią Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”.

<sup>16</sup> Komunikat z badań Centrum Badań Opinii Społecznej BS/47/2010, zatytułowany „Jan Paweł II w pamięci i w życiu Polaków”, z kwietnia 2010 r. dowodzi postrzegania przez Polaków osoby i nauczania papieża Polaka jako ważnego. Dla 71% rodaków papież nadal jest najważniejszym Polakiem, z którego są dumni, zaś ponad 80% Polaków coś szczególnego zawdzięcza papieżowi. Na pytanie „Czy zaliczył(a)by Pan(i) siebie do ludzi, którzy kierują się w życiu wskazaniem Jana Pawła II, czy raczej nie?”, w 2015 r. odpowiedzi „tak” lub „raczej tak” udzieliło 68% respondentów sondażu CBOS (Boguszewski, Komunikat z badań CBOS BS/47/2010; Boguszewski, Komunikat z badań CBOS BS/44/2012; Boguszewski, Komunikat z badań CBOS BS/46/2015).



Inne wytłumaczenie pominięcia przez redakcje świeckich tygodników opinii tematu fundacji nawiązuje do powszechnego już dziś przeświadczenia, że na treść i zawartość mediów coraz większy wpływ mają konsultanci i specjaliści public relations oraz spin doktorzy. W następstwie ich działań kształtuje się dyskusja publiczna wokół tematów kreowanych przez media, „narzucane są wręcz pewne siatki pojęciowe służące skoncentrowaniu ludzkiej uwagi wokół określonych problemów społecznych” (Olędzki 2013: 60). W opinii Jerzego Olędzkiego, konsultanci public relations wraz ze środowiskiem dziennikarskim moderują i kreują publiczny dyskurs poprzez podrzucanie wątków do rozważań, a inne wątki pomijają (Olędzki 2013: 60). Pozostaje kwestią dokładnego zweryfikowania, czy organizacja kościelna podjęła stosowne działania w obszarze PR, mające na celu dotarcie z komunikatem prasowym do analizowanych tytułów prasowych, czy może też wysiłki fundacji nie spotkały się z zainteresowaniem redaktorów „Newsweeka” oraz „W Sieci”. Ze strony internetowej fundacji <https://dzielo.pl> wynika, że zaniechań w obszarze komunikowania instytucjonalnego instytucji kościelnej nie można potwierdzić. Istnieje biuro prasowe, na stronie internetowej dostępne są aktualne materiały prasowe do pobrania. Stypendyści fundacji współpracują z mediami, także z mediami społecznościowymi. Warto zauważyć, że fundacja wyszczególnia na swojej stronie internetowej niektóre z relacji i wystąpień z udziałem członków zarządu fundacji, jej stypendystów i absolwentów (wśród nich można wymienić m.in. [Wiadomosci24.pl](http://Wiadomosci24.pl), Polskie Radio, TVP, TVP Info, Onet.pl (*Media o nas*)).

Podjmując próbę odpowiedzi na pytanie dotyczące promowania tematu fundacji w tygodniku katolickim oraz przemilczania go przez tytuły prasy świeckiej można też odwoływać się do innych teorii komunikowania masowego, jak np. teorii *newsmaking*, podkreślającej, że wymagania rynku i biznesu czynią uprzywilejowanymi niektóre rodzaje informacji (Powers 2017: 1070–1086).

Wyniki analizy prasoznawczej skłaniają autora do podkreślenia doniosłości koniecznej współpracy i podejmowanych wspólnych badań osób specjalizujących się w obszarze *public relations* oraz medioznawców analizujących procesy selekcji informacji w kontekście linii redakcyjnej tytułu prasowego.

## Bibliografia

- Babuchowski S. 2016, *Nominacje do Totusa*, „Gość Niedzielny”, 2.10.2016, nr 40.  
Boguszewski R. 2010, *Komunikat z badań CBOS BS/47/2010*, kwiecień 2010, [https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K\\_047\\_10.PDF](https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_047_10.PDF) (24.04.2018).

- Boguszewski R. 2012, *Komunikat z badań CBOS BS/44/2012*, marzec 2012, [https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2012/K\\_044\\_12.PDF](https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2012/K_044_12.PDF) (24.04.2018).
- Boguszewski R. 2015, *Komunikat z badań CBOS BS/46/2015*, marzec 2015, [https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K\\_046\\_15.PDF](https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2015/K_046_15.PDF) (24.04.2018).
- BP KEP 2013, *Jan Paweł II – Papież Dialogu*, 3.10.2013, <http://gosc.pl/doc/1728028.Jan-Pawel-II-Papiez-Dialogu> (24.04.2018).
- Było mega* 2013, <http://gosc.pl/doc/1750006.Bylo-mega>, 24.10.2013 (24.04.2018).
- Co robimy?*, <https://dzielo.pl/o-fundacji/co-robimy/> (24.04.2018).
- Czaja J. 2001, *Stolica Apostolska wobec procesów integracyjnych w Europie*, „Studia Europejskie”, nr 1.
- Deka M. 2013, *Żywy pomnik błogosławionego*, 17.10.2013, <http://gosc.pl/doc/1741232.Zywy-pomnik-blogoslawionego> (24.04.2018).
- Dzień Papieski* 2016, „Gość Niedzielny”, 2.10.2016, nr 40.
- Filas R. 2007, *Sytuacja na polskim rynku prasowym a możliwości wpływu gazet i czasopism na debatę publiczną*, [w:] *Media masowe w praktyce społecznej*, red. D. Waniek, J. Adamowski, Warszawa.
- Filas R. 2010, *Dwadzieścia lat przemian polskich mediów (1989–2009) w ujęciu periodycznym*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3–4.
- Gala Nagrody TOTUS’ 2015*, 10.10.2015, <http://gosc.pl/gal/spis/2753225.Gala-Nagrody-TOTUS-2015> (24.04.2018).
- Galtung J., Ruge M.H. 1965, *The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers*, „Journal of peace research”, nr 2.1.
- Griffante A. 2015, *Mecenat i religia – fundacja „Dzieło Nowego Tysiąclecia” jako forma mecenatu kultury Kościoła katolickiego w Polsce*, „Roczniki Kulturoznawcze”, nr 6.
- Grytz-Jurkowska K. 2014, *Sztafeta talentów*, 16.10.2014, <http://gosc.pl/doc/2200285.Sztafeta-talentow> (24.04.2018).
- Hess A., Szymańska A. 2014, *Dziennikarze i promocja idei. Jak wiedza i osobiste przekonania dziennikarzy wpływają na rekonstruowany w mediach obraz rzeczywistości politycznej i społecznej*, „Kwartalnik Naukowy OAP UW e-Politikon”, nr 12.
- Idea*, <https://dzielo.pl/dzien-papieski/idea/> (24.04.2018).
- Kalbarczyk M. 2016, *Rozwiń skrzydła*, „Gość Niedzielny”, 2.10.2016, nr 40.
- Karatysz M. 2014, *W poszukiwaniu rzetelności. Między subiektywizmem a obiektywizmem dziennikarskim*, „Refleksje. Pismo naukowe studentów i doktorantów WNPiD UAM”, nr 9.
- Kepplinger H.M., Ehmić S.C. 2006, *Predicting News Decisions: An Empirical Test of the Two-Component Theory of News Selection*. „Communications”, nr 1.31.
- Kim jesteście?*, <https://dzielo.pl/o-fundacji/kim-jestesmy/> (24.04.2018).
- Kloch J. 2013, *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, Kielce.
- Kolczyński M. 2017, *Stronniczość mediów w bipolarnym środowisku politycznym*. *Tygodnik „Polityka” w kampaniach wyborczych 2015 roku*, „Polityka i Społeczeństwo”, nr 1(15).
- Kotras M. 2013, *Dwa światy, dwie narracje. Retoryka tygodników opinii „W Sieci” i „Polityka”*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Sociologica”, nr 46.
- Lewek A. 2010, *Kościół a mediokracja w Polsce*, „Kultura – Media – Teologia”, nr 2.
- Media o nas*, <https://dzielo.pl/dla-mediow/media-o-nas/> (24.04.2018).
- MM 2014, *Wielka modlitwa za rodziny*, 16.10.2014, <http://gosc.pl/doc/2200641.Wielka-modlitwa-za-rodziny> (24.04.2018).

- Mariański J. 2003, *Kościół katolicki a rozwój społeczeństwa obywatelskiego*, „Rocznik Lubuski”, t. XXIX, cz. I.
- Michalczyk S. 2013, *Teoria wartości informacji: historia i współczesność*, „Studia Politicae Universitatis Silesiensis”, nr 10.
- Mielczarek T. 2016, *On contemporary conservative opinion weeklies*, „Media i Społeczeństwo. Medioznawstwo – Komunikologia – Semiologia – Socjologia Mediów – Media a Pedagogika”, nr 6.
- Mielczarek T. 2013, *Współczesna polska prasa opinii*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, nr 1.16.
- Olędzki J. 2013, *Czy PR-owcy zagrażają dziennikarstwu? Związki public relations z media agenda setting*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1 (213).
- Panuś T. 2011, *„Dwadzieścia lat minęło” – o blaskach i cieniach katechezy w szkolnej rzeczywistości*, „Sympozjum”, nr 2.
- Powers M. 2017, *Beyond boon or bane: Using normative theories to evaluate the news-making efforts of NGOs*, „Journalism Studies”, nr 18.9.
- Przybysz M. 2013, *Rzecznictwo prasowe w instytucjach kościelnych w Polsce w kontekście mediów społecznościowych*, Kielce.
- Puścikowska A. 2015, *To jest mocna wspólnota!* (rozmowa z ks. Janem Drobem), „Gość Niedzielny”, 4.10.2015, nr 40.
- Sieci – największy konserwatywny tygodnik opinii w Polsce*, <https://www.wsiecprawdy.pl/o-tygodniku.html> (24.04.2018).

Wojciech Furman\*

**POJĘCIE LINII REDAKCYJNEJ  
ORAZ POSZUKIWANIE JEJ OBRAZU  
W POLSKIEJ OPINII PUBLICZNEJ  
I CZASOPIŚMIE BRANŻOWYM  
W 2017 ROKU**

**THE CONCEPT OF AN EDITORIAL LINE  
AND THE SEARCH FOR ITS IMAGE  
IN POLISH PUBLIC OPINION  
AND A TRADE MAGAZINE IN 2017**

Abstract

The press law requires the journalist to follow the editorial line. However, attempts to find a clearly formulated editorial line, sought after on the websites of press titles, did not provide unequivocal results. Public opinion polls were only indirectly related to the editorial line. Therefore, the statements of journalists remained to be examined. They have been referred to four normative journalistic social roles. Most often, the role of the reporter and advocate was mentioned, and the role of a debater or moderator of the discussion was the least frequently stated.

**Key words:** Editorial line, journalistic social roles, public opinion, branch magazine

Celem artykułu jest naszkicowanie odpowiedzi na trzy pytania. Pierwsze z nich dotyczy pojęcia linii redakcyjnej. Drugie jest pytaniem o ramy normatywne, w jakich powinna się mieścić linia redakcji funkcjonującej we współczesnym społeczeństwie zorganizowanym wedle zasad liberalnej demokracji. Trzecie pytanie dotyczy obrazu linii redakcyjnej wybranych polskich mediów w 2017 r., jaki wynika z badań opinii publicznej oraz zawartości czasopisma „Press”.

---

\* Instytut Nauk o Polityce, Wydział Socjologiczno-Historyczny, Uniwersytet Rzeszowski, al. Kopisto 2a, 35-959 Rzeszów, e-mail: wojciech.furman@ur.edu.pl

## Linia redakcyjna

W polskim prawie prasowym używa się pojęcia linii programowej. Prawo prasowe wymaga pisemnego sformułowania linii programowej w statucie redakcji, regulaminie lub redakcyjnym kodeksie etyki. Dziennikarz zatrudniony w redakcji lub z redakcją współpracujący ma obowiązek realizowania linii programowej. Oznacza to wymóg czynnego działania na rzecz realizowania celów sformułowanych w linii programowej (Sobczak 2000: 206).

W przypadku konfliktu między linią programową a zawartym w prawie prasowym obowiązkiem służby społeczeństwu i państwu prawo prasowe wymaga od dziennikarza dokonania wyboru na rzecz służby społeczeństwu i państwu. Co więcej, jeżeli dziennikarz posiada wiedzę o faktach ważnych dla społeczeństwa, które z uwagi na linię programową podawane są celowo w sposób niepełny lub nierzetelny, dziennikarz ma prawo i obowiązek przekazania takiej informacji w inny sposób (Sobczak 2000: 207, 212).

W wyniku nowelizacji przyjętej w październiku 2017 r. dziennikarz ma prawo odmówić wykonania polecenia służbowego, jeżeli oczekuje się od niego publikacji łamiącej zasady rzetelności zawodowej (Ustawa Prawo Prasowe 2017). Podobne sformułowanie znajduje się w punkcie 23 Kodeksu Etyki Dziennikarskiej SDP: „Wobec przełożonych i wydawców lub nadawców obowiązuje dziennikarza lojalność, ale nie mogą oni nakazać dziennikarzowi, a dziennikarz ma prawo odmówić, wykonywania poleceń sprzecznych z prawem, etyką zawodową lub swymi ugruntowanymi przekonaniem” (<http://sdp.pl/s/kodeks-etyki-dziennikarskiej-sdp>).

Obok wymienionych powyżej zapisów formalnych znaczenie ma także tradycja przestrzegania niekoniecznie zapisanej linii programowej redakcji. Wieloletni redaktor naczelny brytyjskiego dziennika „The Guardian” Alastair Hetherington (1981: IX) napisał w swoich wspomnieniach, że jedyna instrukcja, jaką otrzymał podczas powołania na to stanowisko, dotyczyła prowadzenia gazety w tym samym duchu co poprzednio (*to carry on the paper in the same spirit as before*).

Innym przykładem mogą być cztery związane zasady redagowania dziennika „Ouest-France”: Mówić nie szkodząc, pokazywać nie szokując, dawać świadectwo nie atakując, ujawniać nie potępiając (Sławińska 2011: 154).

Znaczenie tradycji rozumianej jako sztuka nieustannego poszukiwania kompromisu między doświadczeniem a nowymi wyzwaniem trafnie ujął Michael Oakeshott (1999: 77):

Tradycja postępowania jest czymś, co chytrze wymyka się poznaniu [...]. Nie jest ani ustalona, ani zamknięta; nie ma niezmiennego rdzenia, w którym można by zakotwiczyć rozumienie; nie ma nadrzędnego celu, który należałoby określić, ani niezmiennego kierunku, który należałoby ustalić; nie ma modelu do skopiowania, nie ma idei do uświadomienia ani reguły do uchwycenia. Niektóre jej składniki mogą się zmieniać wolniej niż inne, żaden jednak nie jest niepodatny na zmianę [...]. Jej zasadą jest zasada ciągłości, autorytet jest rozproszony między przeszłość, teraźniejszość i przyszłość; między stare, nowe i nadchodzące. Jest stabilna, ponieważ choć się porusza, nigdy nie rusza się cała; a choć jest spokojna, nigdy nie jest zupełnie bez ruchu. Nic, co kiedykolwiek do niej należało, nie jest zupełnie stracone; stale spoglądamy za siebie, by przywołać i przystosować do bieżących potrzeb najbardziej nawet odległe momenty; i nic dłużej nie zostaje bez zmiany. Wszystko jest doraźne, lecz nie jest arbitralne [...]. Tym, czego trzeba się nauczyć, nie jest abstrakcyjna idea czy zestaw sztuczek ani nawet rytuał, lecz konkretny, spójny sposób życia z całym jego zawikłaniem.

Jeśli odnieść powyższe stwierdzenia do linii redakcyjnej, można dojść do wniosku, że wszelkie próby precyzyjnego sformułowania linii redakcyjnej skazane są na niepowodzenie. Możliwe jest tylko określenie ogólnych zasad.

### Ramy normatywne linii redakcyjnej

Niech punktem wyjścia do wskazania ram normatywnych linii redakcji funkcjonującej w społeczeństwie liberalnej demokracji będzie propozycja, jaką przedstawili Christians, Glassser, McQuail, Nordenstreng i White (2009). Wskazali oni na cztery kluczowe role pełnione przez dziennikarzy. Role te zostały ułożone w matrycę, której oś pionową wyznacza siła instytucji władzy, a oś poziomą – autonomia bądź zależność dziennikarzy<sup>1</sup>. Przedstawia je tabela 1.

**Tabela 1.** Role społeczne dziennikarzy

	Silne instytucje władzy		
Autonomia dziennikarska	Monitorowanie ( <i>monitorial</i> )	Demokratyczne uczestnictwo ( <i>radical</i> )	Zależność dziennikarska
	Społeczna odpowiedzialność ( <i>facilitative</i> )	Dziennikarstwo dla rozwoju ( <i>collaborative</i> )	
	Słabe instytucje władzy		

Źródło: opracowanie własne wg Christians et al. (2009: 125).

<sup>1</sup> Przedstawiona tu koncepcja czterech dziennikarskich ról społecznych jest rozszerzoną wersją wcześniejszej publikacji (Furman 2017a).

Pierwszą z tych ról jest monitorowanie. Obejmuje ono najbardziej rozpowszechnione czynności zbierania, selekcjonowania, przetwarzania i rozpowszechniania informacji o wydarzeniach. Informacjom towarzyszą interpretacje, oceny i poglądy, lecz nacisk został położony na rzetelność i niezależność przekazów. Zakres monitorowania rozciąga się od biernej sprawozdawczości aż po umiarkowane działania dziennikarzy na rzecz odbiorców przekazów i kontrolowanie władz (*a watchdog role*).

Rola określona jako wypełnianie społecznej odpowiedzialności polega na prowadzeniu oświeczonej dyskusji i zachęcaniu do deliberowania, a przez to do udziału społeczeństwa w podejmowaniu decyzji. Ta rola wiąże się z kształtowaniem i funkcjonowaniem sfery publicznej społeczeństwa obywatelskiego. Mimo pluralizmu opinii działania dziennikarzy sprzyjają formowaniu pewnej wizji dobra wspólnego wykraczającej poza partykularne interesy różnych grup społecznych. Władza jest w takim przypadku nie tyle słaba, co świadomie rezygnuje z części swych uprawnień na rzecz obywateli zajętych poszukiwaniem najlepszych rozwiązań.

Rola demokratycznego uczestnictwa dotyczy dążenia do radykalnych zmian przez koncentrowanie się na wskazywaniu nieprawidłowości i nadużyć władzy. Nie chodzi tu o pojedyncze przypadki krytyki, jak w przypadku monitorowania, lecz o systematyczne zaangażowanie na rzecz określonych celów politycznych. W demokratycznym społeczeństwie taką rolę wypełniają zazwyczaj media reprezentujące mniejszości i domagające się radykalnych zmian systemu politycznego.

Rola współpracy, nazywana też dziennikarstwem dla rozwoju, znajduje zastosowanie w państwach rozwijających się, w których instytucje polityczne nie osiągnęły jeszcze stanu dojrzałości. Media wspierają tam rozwój społeczeństwa i państwa, a ich działania nabierają wagi w przypadkach narastania problemów lub nawet kryzysów. Współpraca mediów i władz w sytuacji różnorodnych zagrożeń dla stabilności państwa jest czymś normalnym również w dojrzałych systemach demokratycznych.

Dodajmy, że cztery wymienione powyżej role dają się powiązać z czterema wielkimi koncepcjami dziennikarstwa określanymi jako obiektywizm, społeczna odpowiedzialność, demokratyczne uczestnictwo oraz dziennikarstwo dla rozwoju.

W wydanej kilka lat później pracy Denis McQuail (2013: 87) dokonał bardziej szczegółowego rozróżnienia wymienionych wyżej ról dziennikarskich. Rolę monitorowania podzielił na dostarczanie informacji o istotnych wydarzeniach oraz na nadzorowanie działań władzy dokonywane w imieniu społeczeństwa. Rola społecznej odpowiedzialności została podzielona na wspieranie sprawnego funkcjonowania najważ-

niejszych instytucji oraz sprzyjanie spójności społeczeństwa, jak też dbanie o gospodarcze i kulturowe interesy państwa i regionu. Bez zmian pozostała rola rzecznika w wybranych kwestiach oraz rola współpracownika władz w sytuacjach zagrożeń.

Zgodnie z innym podejściem Thomas Hanitzsch (2007) określił kulturę dziennikarską jako zestaw idei (wartości, postaw, przekonań), działań i wytworów. Podjął ambitną próbę wskazania uniwersalnych cech tej kultury, obejmującą zarówno dziennikarstwo zachodnie, jak i azjatyckie. W tak szeroko rozumianej kulturze dziennikarskiej Hanitzsch wyróżnił siedem wymiarów podzielonych pomiędzy trzy filary. Filar instytucjonalny obejmuje wymiary od 1 do 3, filar poznawczy – wymiary 4 i 5, a filar etyczny – wymiary 6 i 7. Każdy z tych siedmiu wymiarów został rozpięty między dwoma biegunami.

1. Interwencjonizm
  - a) Interwencja, pełnienie misji, promowanie wartości, stymulowanie zmian. Dziennikarz działa jako uczestnik ruchu lub rzecznik grup słabszych i mniej wpływowych.
  - b) Brak interwencji, bezstronność, neutralność, nacisk na rzetelność przekazów.
2. Dystans wobec władzy
  - a) Adwersarz: Społeczna kontrola działań władzy, równoważenie potęgi władzy, krytyczne i sceptyczne podejście do decyzji władzy dokonywane otwarcie lub w sposób zawoalowany.
  - b) Lojalność wobec władzy, autocenzura, propaganda, paternalistyczny stosunek do odbiorców przekazów, wspieranie autorytetu władzy, aż po dziennikarstwo dworskie stanowiące tubę władzy.
3. Orientacja rynkowa
  - a) Podporządkowanie logice rynku, kierowanie się potrzebami i zainteresowaniami odbiorców, dostarczanie rozrywki oraz porad i informacji przydatnych w codziennym życiu, traktowanie odbiorców jako konsumentów.
  - b) Traktowanie odbiorców jako wolnych, świadomych i samorządnych obywateli, oświecanie obywateli, wskazywanie wzorów społecznej aktywności.
4. Obiektywizm
  - a) Przekazy odzwierciedlają rzeczywistość, dziennikarz spogląda z zewnątrz na obserwowany obiekt, nie tworzy go ani nie przekształca, lecz opisuje tak dokładnie, jak tylko istota ludzka potrafi. Informacje dają się oddzielić od opinii.
  - b) Wszelkie informacje dobierane są selektywnie i wymagają odniesienia do kontekstu, postrzeżenie rzeczywistości zależy od



wyznawanych poglądów. Przekazy tworzą subiektywne obrazy i dopiero porównanie różnych obrazów może przybliżyć odbiorcę do poznania rzeczywistości.

#### 5. Empiryzm

- a) Preferowanie obserwacji, pomiarów, świadectw, doświadczeń, które są źródłem wiedzy. Należy metodycznie sprawdzać fakty, które powinny mówić same za siebie.
- b) Nacisk na analityczne uzasadnianie wiedzy, uwzględnianie przyczyn, wartości i opinii. Interpretowanie faktów i wyrażanie opinii nie wymaga neutralności. Wiarygodność publicysty nie jest odnoszona do tradycyjnych wzorów dokładności, uczciwości i bezstronności, liczy się natomiast umiejętność przekonania odbiorców.

#### 6. Relatywizm

- a) Odniesienie do kontekstu i konkretnej sytuacji, uwzględnianie specyficznych wartości moralnych danego środowiska, także nacisk na osobiste przekonania moralne.
- b) Stosowanie uniwersalnych zasad i kodeksów etycznych.

#### 7. Idealizm

- a) Orientacja na stosowanie etycznych sposobów postępowania.
- b) Orientacja na osiąganie celu; w wyjątkowych przypadkach dopuszczanie możliwości wyrządzenia szkody, która przyniesie dobry skutek, na przykład wprowadzanie w błąd lub prowokowanie.

Dla rozważania linii redakcyjnej znaczenie ma przede wszystkim filar instytucjonalny, wymieniony powyżej jako pierwszy i obejmujący interwencjonizm, dystans wobec władzy i orientację rynkową. Dwa kolejne filary dotyczą kwestii bardziej ogólnych. Filar poznawczy wiąże się z teorią poznania, a dokładniej z pytaniem o empiryzm i aprioryzm (Ajdukiewicz 2003: 32–33). Filar etyczny dotyczy kwestii bezpieczeństwa moralnego (Kołakowski 2000: 152–158).

Niech wymienione powyżej role dziennikarskie oraz filary kultury dziennikarskiej wyznaczają ramy dla linii redakcyjnej w społeczeństwach liberalnej demokracji. Rzeczywiste przekazy dziennikarskie będą mieściły się w polu napięcia między tymi rolami dziennikarskimi oraz filarami kultury dziennikarskiej. Nie przesądzając o znaczeniu wszystkich ról i filarów, a tylko w celu sprawnego przebiegu analizy, w dalszym ciągu rozważań zostanie przyjęty jako podstawowy model czterech ról dziennikarskich (Christians et al. 2009). Wszystkie pozostałe, ujęte bardziej szczegółowo role dziennikarskie i filary kultury dziennikarskiej, stanowią niezbędne uzupełnienie przyjętego modelu.

## Hipoteza, metoda, dobór próby

Wewnętrzne dokumenty określające linię redakcyjną, jeżeli zostały sformułowane, pozostają trudno dostępne. Na ogół w witrynach internetowych można znaleźć tylko ogólne sformułowania, na przykład takie: „Siła »Polityki« tkwi w niepowtarzalnym zespole dziennikarzy i redaktorów, składającym się z najbardziej znanych i cenionych dziennikarzy w branży. Zasada jest prosta: pismo sprzedaje rzetelny tekst przygotowany przez dobrego autora. I ta zasada sprawdza się od dziesięcioleci, znajdując uznanie wśród czytelników i specjalistów zajmujących się analizą medialnego rynku” (<https://www.polityka.pl/galerie/1571731,1,historia-polityki-w-obrazkach.read>).

Pozostaje zatem próba odczytania linii redakcyjnej na drodze analizy konkretnych publikacji. Jeżeli linia redakcyjna mieści się w ramach wyznaczonych przez cztery wymienione w poprzednim punkcie role dziennikarskie, główna hipoteza powinna zakładać występowanie każdej z tych ról w publikacjach wybranych redakcji w wybranym okresie. W takim przypadku analiza zawartości pozwoli na zidentyfikowanie eksponowanych bądź pominiętych informacji, treści dyskusji toczonych wokół tych informacji oraz wsparcia lub braku wsparcia określonych dążeń. Przykładem takiego badania może być analiza stosunku tygodników „Polityka” i „Do Rzeczy” do zmian w polskich mediach publicznych w pierwszej połowie 2016 r. Analiza wykazała, że pierwszy z tych tygodników konsekwentnie wykazywał zależność mediów publicznych od władzy politycznej. Drugi tygodnik przyznawał, że taka zależność istnieje, lecz jakby dla równowagi powoływał się dość głośno na wewnętrzny pluralizm mediów publicznych, co miało ową zależność łagodzić (Furman 2017b: 54).

Badanie uproszczone może polegać na próbie odniesienia czterech wskazanych ról dziennikarskich do opinii wyrażanych przez odbiorców oraz opinii samych dziennikarzy. Taki sposób postępowania został przyjęty w prezentowanych badaniach. Do próby badawczej weszły raporty z wszystkich czterech sondaży opinii CBOS z roku 2017, jakie dotyczyły działalności polskich mediów, oraz 7 wywiadów z mistrzami zawodu dziennikarskiego, jakie ukazały się w roku 2017 w branżowym czasopiśmie „Press”, czyli po jednym wywiadzie z każdego numeru.

Hipotezy szczegółowe zakładały występowanie każdej z kolejnych ról: H1 – monitorowanie; H2 – społeczna odpowiedzialność; H3 – demokratyczne uczestnictwo; H4 – dziennikarstwo dla rozwoju. Metodą badania publikacji była analiza zawartości rozumiana jako obiektywny, systematyczny, ilościowy opis jawnej zawartości publikacji. Jednostką analizy była kwestia traktowana jako zdanie lub sekwencja zdań na temat dziennikarskiej roli społecznej.

## **Wyniki badania opinii publicznej**

Spośród sondaży opinii przeprowadzonych przez CBOS w roku 2017 cztery dotyczyły działalności mediów. Badano kolejno: oceny wiarygodności telewizyjnych programów informacyjnych i publicystycznych (52/2017, maj); dystans wobec przekazu medialnego (54/2017, maj); finansowanie mediów publicznych (94/2017, lipiec); oceny działalności parlamentu, prezydenta oraz stacji telewizyjnych i radiowych (136/2017, październik).

W pierwszym badaniu respondenci oceniali wiarygodność telewizyjnych programów informacyjnych i publicystycznych w skali od 1 (niewiarygodne) do 5 (wiarygodne). Najwyższe średnie oceny uzyskały programy informacyjne i publicystyczne telewizji Polsat i Polsat News (średnia 3,36) oraz TVN i TVN24 (średnia 3,26). Oceny wiarygodności tych stacji telewizyjnych kształtowały się nieco powyżej średniej, która na tak skonstruowanej skali wynosi 3. Trochę niższe oceny uzyskały natomiast programy informacyjne i publicystyczne telewizji publicznej (średnia 2,99) oraz Telewizji Trwam (średnia 2,84).

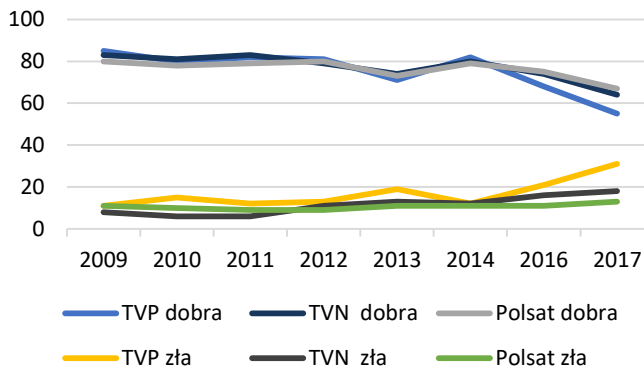
W drugim sondażu pytano o bezstronność mediów. Mniej więcej co trzeci ankietowany (32%) był zdania, że większość mediów w Polsce pozostaje bezstronna, a ponad połowa respondentów (53%) nie zgadzała się z tym stwierdzeniem. Bardziej krytyczni w ocenach byli lepiej wykształceni, młodszy, mieszkający w większych miejscowościach. Co szczególnie istotne, zgeneralizowane opinie na temat obiektywizmu mediów były w zasadzie niezależne od poglądów politycznych, mierzonych na skali lewica – centrum – prawica. Biorąc pod uwagę główne źródła informacji, można powiedzieć, że nieufność do mediów najczęściej zgłaszali badani korzystający przede wszystkim z internetu, a najrzadziej ci, dla których podstawowym źródłem informacji były telewizja i radio.

Trzeci sondaż dotyczył finansowania mediów publicznych. Za finansowaniem mediów publicznych z budżetu państwa opowiedziało się niemal trzy czwarte respondentów (72%, od kwietnia 2016 r. wzrost o 12 punktów procentowych), natomiast z abonamentu płaconego przez obywateli – niespełna jedna piąta (19%, spadek o 11 punktów). Niewykluczono, że spadek poparcia dla abonamentu był reakcją sprzeciwu wobec proponowanego rozwiązania mającego poprawić jego ściągalność.

W czwartym sondażu pytano o ocenę działalności nadawców telewizyjnych i radiowych. Spośród objętych badaniem stacji telewizyjnych najlepiej postrzegana była telewizja Polsat. Pozytywnie o jej działalności wypowiedziało się siedmiu na dziesięciu badanych (70%), natomiast negatywnie – 12%. Z nieco mniej przychylnym odbiorem spotkała się TVN, której działalność aprobowały dwie trzecie respondentów (65%), a krytykowała blisko jedna piąta (18%). Najrzadziej była akceptowana

telewizja publiczna – zadowoleni z działalności TVP stanowili ponad połowę badanych (57%), a niezadowoleni ponad jedną czwartą (27%). Nasilenie krytycyzmu wobec dwóch ostatnich nadawców telewizyjnych wystąpiło od marca 2016 r. i w dużo większym stopniu dotyczyło TVP.

Pozytywnie o pracy Polskiego Radia wypowiedziało się 46% badanych, o działalności RMF FM – 58%, a Radia Zet – 51%. Negatywnie oceniający te rozgłośnie pozostawali w mniejszości (odpowiednio: PR – 14%, a Radio Zet i RMF FM – po 6%). Warto jednak zaznaczyć, że o ile w przypadku stacji komercyjnych poziom krytyki był w dłuższym okresie stabilny, o tyle w przypadku Polskiego Radia, począwszy od marca 2016 r., wystąpił jego dwukrotny lub nawet trzykrotny wzrost w stosunku do wcześniejszych wyników. Najbardziej zróżnicowany pozostawał odbiór Radia Maryja. Działalność tej rozgłośni dobrze oceniła ponad jedna piąta badanych (22%), a źle – dokładnie jedna piąta (20%); niemal sześciu na dziesięciu respondentów (58%) nie miało zdania o tej stacji.



**Rys. 1.** Oceny stacji telewizyjnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatu CBOS 136/2017.

Do linii redakcyjnej nadawców telewizyjnych i radiowych można bardzo ogólnie odnieść wyniki sondażu pierwszego, drugiego i czwartego. Odbiorcy okazali się raczej mało wymagający. Oceny działalności telewizji i radia były w większości pozytywne. Wiarygodność telewizyjnych programów publicystycznych oceniano jako średnią. Wątpliwości budziła tylko bezstronność polskich mediów traktowanych jako całość. Zaledwie co trzeci respondent wyraził opinię, że są to media bezstronne, a ponad połowa uznała je za media stronnice.

Nacisk na badanie ocen nadawców telewizyjnych i radiowych jest uzasadniony ich zasięgiem. W sondażu nr 52 z maja 2017 r. 64% respondentów

deklarowało czerpanie informacji o wydarzeniach w kraju i na świecie z telewizji, także oglądanej w internecie; 21% wymieniło internet, 8% – radio, a tylko 4 % wskazało na czerpanie informacji z prasy.

### **Wyniki analizy zawartości czasopisma „Press”**

„Press” jest czasopismem branżowym dla dziennikarzy, pracowników reklamy i public relations. W latach 1996–2017 ukazywał się jako miesięcznik, od maja 2017 r. jest dwumiesięcznikiem. Jego średni nakład wynosi 9,3 tys. egzemplarzy.

W roku 2017 ukazało się 7 wydań „Press”. Z każdego wydania do próby badawczej weszła jedna rozmowa ze znanym dziennikarzem. Było wśród nich dwóch dziennikarzy tygodnika „Polityka” (Rafał Woś i Piotr Pytlakowski), po jednej osobie z „Gazety Wyborczej” (Dominika Wielowieyska), portalu OKO.press (Bianka Mikołajewska) i Telewizji Polskiej (Włodzimierz Szaranowicz) oraz dwoje wolnych strzelców (Ludwika Włodek i Jacek Pałkiewicz).

Wypowiedzi trzech osób, czyli blisko połowy, pozwoliły na bardziej lub mniej jednoznaczne zakwalifikowanie ich jako zwolenników roli społecznej dziennikarza sprawozdawcy. Wskazują na to następujące sformułowania:

„Trener [...] słuchał tej relacji w radiu tranzystorowym. Opowiadał mi, że dzięki niej widział przebieg walk tak dokładnie, że zanim został ogłoszony werdykt, już wiedział, który zawodnik wygrał”. „Nawet ciężki nokaut musi pan opowiedzieć i musi pan zbudować przekonanie u słuchaczy, że wszystko będzie dobrze ze sportowcem” (Szaranowicz).

„Nigdy nie zmyślałam, ale autor powinien liczyć się z tym, że ktoś go sprawdzi”, „Zawsze sprawdzam fakty”, „Na ile reportaż ma być prawdziwy, a na ile efektowny. Nie lubię na przykład, kiedy autor zgaduje, co jego bohater myślał” (Włodek).

„Gdyby zdjęcia były słabe i nie robiły wrażenia, nikt we włoskiej gazecie by ich nie pokazał, a już na pewno nie na okładce”. „Jeśli cień padał nie tak i zasłaniał człowieka, przestawiałem go nieco w lewo czy w prawo, żeby było coś widać” (Pałkiewicz).

Trzy kolejne osoby deklarowały łączenie ról sprawozdawcy i rzecznika określonych grup społecznych. „Siłą OKO.press jest demaskowanie kłamstw i półprawd”. „Powrót do dziennikarstwa dociekliwego jest niezbędny”. „Pod wpływem tekstów, które ukazywały się w tygodniku »Polityka« została zmieniona ustawa o SKOK” (Mikołajewska).

„Dwa razy zastanowiłabym się nad weryfikacją materiałów. Wskazała fragmenty, gdzie ewidentnie mamy do czynienia z kłamstwem”.

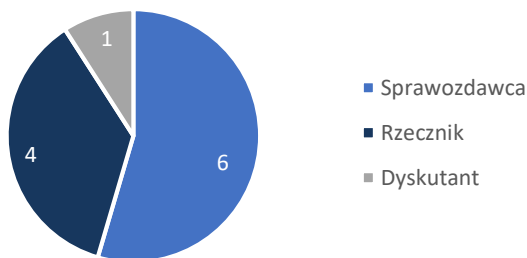
„Pod tym względem nie różnimy się od Zachodu, gdzie gazety stosują tak zwany *endorsement*, wprost ujawniają sympatie polityczne. Siłą rynku jest pluralizm”. „Ani »Newsweek« ani »Gazeta« nie kryją swoich poglądów” (Wielowieyska).

„Jestem po stronie prawdy. Reporter ma prawo czuć się pisarzem i stwarzać różne sytuacje, ale wtedy uprawia literaturę”. „Postanowiłem ich wspierać i wspieram ich do tej pory, jestem uczestnikiem tego ruchu”. „Po tym, co dzieje się w Polsce od jesieni 2015 r., uznałem, że nie jest to pora na udawanie, że jako obywatel nie mam poglądów lub że nie chcę czegoś zmienić” (Pytlakowski).

Tylko jeden rozmówca zadeklarował się wyraźnie wyłącznie jako rzecznik: „Media wciąż mają rolę edukacyjną, choć bardziej polemiczną. Ważna jest dla mnie obrona słabszego”. „Obserwowałem, jak polskiej prowincji odebrano nadzieję. Odczłowieczono ją [...]. Buntowałem się przeciwko temu i szukałem sojuszników intelektualnych” (Woś).

Tylko w jednej rozmowie, obok wskazania roli sprawozdawcy i rzecznika, można było dostrzec zalecenie wypełniania roli dyskutanta: „Trzeba zachować umiar i ocalić minimalną możliwość rozmowy i dialogu. Zbyt łatwo jest uruchomić lawinę, którą niełatwo jest potem zatrzymać”. „Nie ma w »Gazecie« takiego zacięcia, żeby za wszelką cenę dowalić Kościołowi. Weź fundamentalny wywiad z Adamem Michnikiem, który mówił, że Kościół jest ważny w życiu Polski i każda próba jego wyrugowania w stylu Janusza Palikota czy Magdaleny Środy jest szkodliwa” (Wielowieyska).

Każdy z powyższych cytatów wskazuje, że wyróżnione w poprzednim punkcie cztery role dziennikarskie nie stanowią rozłącznych kategorii, lecz są raczej punktami skupienia. Gdyby jednak spróbować policzyć, w ilu wywiadach powoływano się na daną rolę, otrzymamy rysunek 2. Każdy z 7 rozmówców wskazał od jednej do trzech ról dziennikarskich. Zabrakło wymienienia roli współpracownika władzy.



**Rys. 2.** Liczba wywiadów, w których deklarowano wypełnianie dziennikarskich ról społecznych

Źródło: obliczenia własne.

## Wnioski

Linia redakcyjna została zapisana w prawie prasowym, lecz w praktyce okazuje się trudna do uchwycenia. Można o niej wyrokować, badając stosunek danej redakcji do konkretnych wydarzeń.

Sondaże opinii publicznej prowadzone przez CBOS w roku 2017 nie dotyczyły wprost linii redakcyjnej. Wymogi, jakie respondenci stawiali mediom traktowanym jako całość, nie okazały się wygórowane. Wiarygodność przekazów oceniano jako średnią, lecz wątpliwości budziła bezstronność przekazów medialnych. Tylko co trzeci respondent stwierdził, że współczesne polskie media są bezstronne, a ponad połowa uznała je za media stronicze.

Siedmioro znanych polskich dziennikarzy w wywiadach opublikowanych w branżowym czasopiśmie „Press” w 2017 r. zadeklarowało wypełnianie społecznej roli sprawozdawcy (6 osób), rzecznika (4 osoby) oraz dyskutanta (1 osoba). Te liczby wskazują, że każda z indagowanych osób wskazała na wypełnianie od 1 do 3 ról. Zabrakło wśród tych deklaracji czwartej roli – współpracownika władzy – jaka wynika z literatury przedmiotu.

## Bibliografia

- Ajdukiewicz K. 2003, *Zagadnienia i kierunki filozofii. Teoria poznania. Metafizyka, Aletheia*, Warszawa.
- Christians C.G., Glasser T.L., McQuail D., Nordenstreng K., White R.A. 2009, *Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies*, University of Illinois Press, Urbana and Chicago.
- Furman W. 2017a, *Dwa typy stowarzyszeń społecznych w publikacjach tygodnika „Polityka”*. „Polityka i Społeczeństwo”, 1 (15), s. 48–58. DOI: 10.15584/polispol.2017.1.4
- Furman W. 2017b, *Spór o media publiczne w publikacjach dwóch polskich tygodników opinii z pierwszej połowy 2016 roku*, „Polityka i Społeczeństwo”, 4 (15), s. 45–55. DOI: 10.15584/polispol.2017.4.4
- Hanitzsch T. 2007, *Deconstructing Journalistic Culture: Toward a Universal Theory*, “Communication Theory”, vol. 17, s. 367–385.
- Hetherington A., 1981, *Guardian Years*, Chatto and Windus, London.
- Historia „Polityki” w obrazkach*, <https://www.polityka.pl/galerie/1571731,1,historia-polityki-w-obrazkach.read> (24.03.2018).
- Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, <http://sdp.pl/s/kodeks-etyki-dziennikarskiej-sdp> (10.03.2018).
- Kołakowski L. 2000, *Kultura i fetysze. Eseje*, WN PWN, Warszawa.
- Komunikaty z badań nr 52/2017, 54/2017, 94/2017, 136/2017, Centrum Badania Opinii Społecznej, [www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty.php](http://www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty.php) (12.03.2018).

- McQuail D. 2013, *Journalism and Society*, Sage, London.
- Oakeshott M. 1999, *Wieża Babel i inne eseje*, Aletheia, Warszawa.
- Sławińska T. 2011, *Prasa regionalna na nowe czasy? Historia sukcesu francuskiego przedsiębiorstwa prasowego Ouest-France*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Sobczak J. 2000, *Prawo prasowe. Podręcznik akademicki*, Muza, Warszawa.
- Ustawa z dnia 27 października 2017 r. o zmianie ustawy – Prawo prasowe, DzU RP 2017, poz. 2173.



**Krystian Daniel\***

**MEDIA WOBEC FAKE NEWSÓW  
– MOTYWY KREOWANIA,  
PRZYJMOWANE POSTAWY,  
PODEJMOWANE DZIAŁANIA**

**THE MEDIA ATTITUDE TOWARDS FAKE NEWS  
– THE MOTIVES CREATED, ACTIONS ADOPTED  
AND STEPS TAKEN AFTER PUBLICATION**

Abstract

The article is devoted to reflection on the attitudes of professional media (especially the news media) towards false information (fake news). The aim of the analysis was to establish the motives behind the creation and dissemination of such information by the media, as well as actions and attitudes adopted after its publication. The findings were presented based on an analysis of various cases of fake news, mainly from the political sphere. The author points out that similar media deal with fake news in a similar way assuming the same actions and attitudes. The way the media behave also shows an instrumental approach to fake news as a means or a tool to achieve a certain goal.

**Key words:** fake news, false information, fake news in the media

**Wprowadzenie**

Po kampanii prezydenckiej w USA w 2016 r. kwestia fake newsów stała się przedmiotem dyskusji jako poważny problem współczesnej sfery polityczno-medialnej (Lazer et al. 2017: 4; Nielsen, Graves 2017: 1). Problem dostrzegły władze różnych państw, omawiając lub już wprowadzając przepisy mające na celu ograniczenie publikowania i rozpowszechniania informacji tego typu. Szczególnie dotyczy to wiadomości, których źródłem jest internet. Pojawianie się i rozwój różnych platform internetowych umożliwiających publikowanie informacji stanowi

---

\* Instytut Dziennikarstwa i Informatyki, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, ul. Świętokrzyska 21D, 25–406 Kielce, e-mail: krystiandan@wp.pl

zjawisko, które wpływa na pozycję i rolę profesjonalnych mediów jako dostarczczyeli informacji. Blogi, media społecznościowe (np. Facebook, Twitter), portale tematyczne, strony prywatne, poza profesjonalnymi mediami, mogą stać się źródłem wiadomości o bieżących wydarzeniach. Rozwój funkcjonalności internetu sprawił, że w zasadzie każdy może być autorem i nadawcą informacji, która obiegnie cały świat. Ta funkcjonalność komplikuje pozycję profesjonalnych mediów (oraz zatrudnionych w nich dziennikarzy), ponieważ w pewnym stopniu tracą monopol na wyszukiwanie i dostarczanie wiadomości. Z drugiej strony sprawia, że część pojawiających się w internecie informacji jest niskiej jakości lub wręcz są nieprawdziwe. Nieprofesjonalni autorzy/nadawcy publikują wiadomości mające spełniać jakieś ich różnorodne cele (np. zdyskredytowanie kogoś, popisanie się, wzbudzenie zainteresowania sobą, uzyskanie korzyści finansowych). Niepoddawani zwykle żadnej kontroli, niepodlegający przepisom (takim jak profesjonalne media), nie czują powinności publikowania rzetelnych informacji i w efekcie publikują, co im się podoba. Konsekwencją takich działań jest m.in. wzrost liczby nieprawdziwych wiadomości, które pojawiają się w internecie.

Profesjonalne media mają do takich informacji różny stosunek. Wydaje się, że oczywistą sprawą powinno być staranne sprawdzenie wiadomości przed jej dalszym rozpowszechnianiem, co jednak w realiach pracy współczesnych mediów internetowych (szczególnie ogólnoinformacyjnych np. Onet, WP) często nie jest praktykowane<sup>1</sup>. Dzieje się tak z różnych względów, np. z uwagi na fakt, że dziennikarz musi wytworzyć kilka albo kilkanaście materiałów dziennie i zwyczajnie nie ma czasu na rzetelne sprawdzenie informacji (Vergeer 2018). Osobną sytuację stanowią przypadki, w których to profesjonalne medium kreuje i/lub rozpowszechnia nieprawdziwą informację, realizując takim działaniem jakiś swój cel, np. związany z chęcią przyciągnięcia odbiorców.

Niniejszy artykuł poświęcony jest właśnie refleksji nad postawami mediów profesjonalnych (szczególnie informacyjnych) wobec informacji nieprawdziwych (fake news). Celem analizy jest określenie motywów kreowania i rozpowszechniania takich wiadomości przez media oraz

---

<sup>1</sup> Sami dziennikarze wskazują, że głównymi przyczynami pojawiania się nieprawdziwych informacji są: postępujące zjawisko tabloidyzacji mediów, konkurencja – chęć podania newsa „jako pierwszy”, brak czasu na weryfikację informacji, tempo rozpowszechniania informacji, wirusowy charakter informacji, powszechny dostęp do informacji, liczba informacji, liczba autorów informacji. Ponadto wśród innych przyczyn wskazano: chęć manipulacji opinią publiczną, cele polityczne, niekompetencję (Agencja Public Dialog 2017: 20).

działań i postaw przyjmowanych po publikacji. Ustalenia przedstawiono na podstawie analizy różnych przypadków fake newsów, głównie ze sfery politycznej<sup>2</sup>. W ramach badania analizowano moment pojawienia się informacji, jej motywy, kontekst (np. trwająca kampania wyborcza), postępowanie mediów po publikacji. Wykorzystano metodę studium przypadku do analizy wybranych przykładów fake newsów, które wyselekcjonowane zostały na podstawie zyskanego rozgłosu, aktualności (przypadki z ostatnich lat). W doborze przykładów pomocna była dostępna literatura tematu oraz szereg publikacji pochodzących z mediów. W ramach danego studium skupiono się na analizie publikacji medialnych związanych z tematem oraz dyskursem wokół niego (czas pojawienia się informacji i kilka następných dni pozwalających na określenie przyjętej przez dane medium postawy i podjętych działań). Dotyczyło to głównie publikacji medium, które zainicjowało konkretnego fake newsa. Na podstawie treści publikacji dokonano próby określenia następujących kategorii: motyw kreacji (i rozpowszechniania) fake newsa, przyjęta postawa, podjęte działanie. Do opisu danego przykładu wykorzystano również kategorie związane z: umowną nazwą fake newsa i rokiem zaistnienia; określeniem medium, które go zainicjowało (rodzaj, nazwa); kategorię medium przypisaną według proponowanej klasyfikacji; oraz pozycją określającą, czy wskazane medium zainicjowało fake newsa, czy tylko go rozpowszechniało. Kategorie te znajdują odzwierciedlenie w głównych celach analizy i zostały przedstawione w dalszej części pracy oraz skrótowo w tabeli 1.

## Definiowanie pojęcia fake news

Według potocznego rozumienia fake news to wiadomość fałszywa, nieprawdziwa, której źródłem jest szeroko rozumiany internet. Takie rozumienie nie wyklucza również tego, że fake news może pochodzić z innych mediów, jednak częściej źródła takich informacji doszukuje się w internecie. W słownikowych definicjach fake news określany jest jako „fałszywe, często sensacyjne informacje podawane pod pretekstem prawdziwych wiadomości” (*Collins English Dictionary*), albo „nieprawdziwe, fałszywe wiadomości, najczęściej rozpowszechniane przez tabloidy w celu wywołania sensacji, bądź zniesławienia kogoś” (*Słownik języka polskiego*). Obie definicje uwidaczniają, że źródłem informacji nie musi być wcale internet, co w pewien sposób różni się od wspomnianego

---

<sup>2</sup> Z uwagi na ograniczone miejsce wymienione są tylko 3 przykłady (tabela 1), aczkolwiek analiza obejmowała większą ich ilość.

wyżej potocznego rozumienia terminu. Z kolei druga definicja odnosi się do mediów, wskazując, że istotną rolę w rozpowszechnianiu fake newsów odgrywają tabloidy, co w przypadku mediów teleologicznych, nastawionych na dostarczanie rozrywki, jest czymś oczywistym i w dużym stopniu akceptowalnym jako zwyczajowa praktyka. W przypadku mediów deklarujących wartości, czy też uchodzących za deontologiczne, z zasady kreowanie fake newsów nie powinno się zdarzać, natomiast ich rozpowszechnianie winno być ograniczone do minimum. W tym ostatnim kontekście warto dodać, że całkowite wyeliminowanie fake newsów jest raczej niemożliwe. Nie da się wykluczyć przypadków, w których np. informatorzy będą kłamać i potwierdzać nieprawdziwe informacje, albo politycy wraz z podległymi im organami będą forsować dany przekaz w ramach politycznej rywalizacji z konkurentami (np. w postaci zwykłego oskarżenia o korupcję urzędującego ministra, który po publikacji zostaje odwołany, a po śledztwie okazuje się, że zarzuty były bezpodstawne).

W literaturze odnoszącej się do fake newsów można znaleźć różne interpretacje tego terminu, które zwykle zawężają lub poszerzają zakres pojęcia. W pierwszym kontekście pojęcie definiują np. Alcott i Gentzkow, dla których „fałszywymi newsami były wyłącznie artykuły, które celowo sfalszowano, tak by wprowadzały czytelników w błąd. Autorzy wykluczali ze swojej definicji niezamierzone błędy w przekazach, plotki, niemające swojego źródła w artykułach prasowych, teorie spiskowe, fałszywe wypowiedzi polityków, tendencyjne i nieobiektywne raporty, oraz łatwą do rozpoznania, jako fałszywą, satyrę” (Michel 2017: 5–6). W drugim kontekście za fake newsy uznaje się przeinaczenia, nadinterpretacje, informacje, które mają na celu wywołanie dezinformacji, żartu, dokonanie oszustwa, wprowadzenie odbiorców w błąd (Woźniak-Zapór 2017: 100). Takie podejścia mają swoje zalety i wady, ale utrudniają analizę. Warto zwrócić uwagę, że w rozważaniach na temat definicji fake news pojawiają się odniesienia do stopnia nieprawdziwości informacji. Według takiego podejścia fake news może być np. całkowicie nieprawdziwy, zawierać półprawdę lub część prawdy (Agencja Public Dialog 2017: 7). Ujęcie to jest dosyć problematyczne i może komplikować analizę zjawiska. Przykładowo C. Wardle (2017) wskazała w odniesieniu do materiałów w internecie siedem typów fake news wyróżnionych ze względu na stopień dezinformacji:

1. *satire or parody* – humorystyczne ujęcie informacji;
2. *false connections* – materiały, w których tytuły nie zgadzały się z resztą treści;

3. *misleading content* – materiały zwodzące odbiorcę, wykorzystujące prawdziwe informacje do przedstawienia danego podmiotu w określonym świetle;
4. *false context* – materiały bazujące na prawdziwej treści, ale osadzone w fałszywym kontekście;
5. *fabricated content* – materiały całkowicie fałszywe;
6. *imposter content* – wiadomości wytworzone przez podmioty, które podszyły się pod profile danych osób lub witryny instytucji;
7. *manipulated content* – materiały, w których prawdziwe informacje są manipulowane w celu oszukania, zwodzenia odbiorcy.

Powyższe ujęcia pokazują, że do fake newsów można podchodzić na różne sposoby i trudno wskazać ich jednoznaczną definicję (Himma-Kadakas 2017: 26). W praktyce z informacją można zrobić różne rzeczy, które sprawiają, że przybierze ona postać fake newsa. Stąd wydaje się, że pojęciem fake news często określa się różne przypadki manipulacji informacjami przez autorów/nadawców<sup>3</sup>. Odnosząc się do encyklopedycznych ujęć terminu, można stwierdzić, że istota fake news polega na opublikowaniu w zawartości materiału nieprawdziwej informacji. W rozumieniu pojęcia dochodzi więc do pomieszania merytorycznej treści informacji oraz różnych form jej przedstawienia. W efekcie nawet prawdziwe informacje, przekazane w specyficznym kontekście, sprawiają, że odbiorca wyciąga błędny wniosek, uzyskuje wypaczoną wiadomość. Czy taką informację też można określić jako fake news? W niektórych ujęciach tak, aczkolwiek może to być dyskusyjne. Pozostawiając na marginesie rozstrzygnięcie tych kwestii, warto odnotować, że profesjonalni dziennikarze, jako specjaliści, znają techniki manipulacji informacjami i mają możliwości (i w pewnym stopniu powinność zawodową) wyjaśniania i eliminowania fake newsów. Co jednak w przypadku, kiedy to media kreują i rozpowszechniają fake newsy?

### **Motywy kreowania i rozpowszechniania fake news przez media**

Media publikują informacje z różnych źródeł. Zasadniczo jednak są to wiadomości wytworzone przez własnych dziennikarzy oraz pochodzące z wszelkich innych źródeł (z agencji informacyjnych, innych mediów, komunikatów instytucji itp.). W pierwszym przypadku media kreują informację, w drugim rozpowszechniają, czasem oczywiście wzbogacając, komentując itd. W pierwszym ujęciu media występują

---

<sup>3</sup> Szereg praktyk omawia M. Iłowiecki (2003: 113–155).

jako samodzielny nadawca komunikatu, w drugim pośrednik przekazujący informacje wytworzone przez różne źródła. W przypadku środków masowego przekazu mówić można o kilku ogólnych celach, które motywują je do publikowania fake newsów<sup>4</sup>, szczególnie w kontekście mediów poważnych. Najważniejsze z nich to:

– Informowanie – bez względu na to, o czym media mają potrzebę przekazywania wiadomości, ponieważ od tego właśnie są. To zapewnia im byt, daje pracę dziennikarzom, personelowi, dochody z reklam itd. Wiąże się to także z dostarczaniem informacji o różnej specyfice, m.in. rozrywkowej, sensacyjnej. Ponadto, często motywem publikacji jest tylko fakt, że inne media o tym napisały, a więc „my także o tym napiszemy”.

– Konieczność zawodowa – w dużym stopniu wynika z poprzedniego celu. Dziennikarze czują powinność wypełniania swoich obowiązków (które oczywiście są indywidualnie definiowane), czasami nawet za wszelką cenę, bez zważania na konsekwencje tych działań. Dla wielu dziennikarzy liczy się przede wszystkim sama publikacja, np. dlatego, że są rozliczani „za tekst”. W związku z tym publikują dużo, co zwykle wiąże się z małym i powierzchownym zaangażowaniem w temat, a także rodzi konsekwencje w postaci braku weryfikacji informacji, niesprawdzenia źródeł itp. Na tym właśnie bazują fake newsy.

– Dowodzenie lojalności wobec idei wolności słowa, prasy, wartości demokratycznych – są to istotne powody publikacji fake newsów, szczególnie tych o charakterze politycznym. Ponadto, za sprawą tych motywów, media łatwo zostają wciągnięte w rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Powyższe trzy cele w praktyce najczęściej realizowane są jako: ujawnienie sprawy (afery, powiązań, prawdziwej natury polityka itd.), prowokacje dziennikarskie, wyjaśnienie danej kwestii.

– Konieczność posiadania własnego zdania, interpretacji – część mediów, szczególnie tych uważanych za opiniotwórcze, podejmuje temat, ponieważ chce pokazać, że ma jakiś swój punkt widzenia na daną kwestię, własne stanowisko. Poniekąd obowiązuje tutaj podejście, że poważne medium musi wypowiedzieć się na dany temat, czasem także dorzucić swoje „trzy grosze”. W taki sposób najczęściej następuje rozbudowanie faka newsa, wprowadzenie nowych wątków, osób, co wpływa także na uwiarygodnienie informacji.

– Realizacja własnych interesów – które dotyczyć mogą różnych kwestii, np. uzyskania koncesji na nadawanie czy rozszerzenie działalności, zakupu innych mediów, przeprowadzenia korzystnych dla siebie zapisów

---

<sup>4</sup> Z uwagi na ich podobieństwo, zbieżność autor nie wyróżnia motywów związanych z jednej strony z kreowaniem, z drugiej z rozpowszechnianiem.

ustawodawczych<sup>5</sup>. Cele te mogą wiązać się również z prywatnymi motywami właścicieli mediów, takimi jak promocja własnej osoby (ponieważ np. chce się zaistnieć w sferze politycznej<sup>6</sup>), pomoc rodzinie, znajomym (np. w sytuacji, gdy ktoś taki został oskarżony, jest oczerniany, medium może wpłynąć na zmianę stosunku opinii publicznej do tej osoby), wsparcie działalności fundacji lub innej organizacji (np. pomoc w zbieraniu funduszy). Cel ten związany jest z oddziaływaniem na opinię publiczną.

– Rywalizacja z innymi mediami – może odnosić się do wielu kwestii, od zdobycia najwyższej liczby odbiorców i reklamodawców do jak największego rozpowszechnienia wspieranych linii ideologicznych, wzorów kulturowych itp. Między mediami istnieje także konkurencja o pierwszeństwo w publikacji danego tematu. Dotyczy to szczególnie mediów opiniotwórczych i dziennikarzy śledczych. Pierwszeństwo w publikacji niejednokrotnie przynosi nawet sławę, prestiż, uznanie i nagrody. Jednak w przypadku fake newsów mowa raczej o kompromitacji i niesławie.

– Realizacja funkcji mediów jako IV władzy – cel ten wydaje się usprawiedliwiać każdą publikację dotyczącą sfery politycznej. Nawet jeśli mamy do czynienia z ewidentnym fake newsem, który działa na niekorzyść danego aktora politycznego, media i tak zwykle o nim piszą, czasem jednak w kontekście wytknięcia pomyłki innym redakcjom. W przypadku mediów zaangażowanych politycznie, organów danego ugrupowania, motywacja jest jeszcze większa. Poza tym media jako IV władza mają potrzebę rzeczywistego jej sprawowania, a fake newsy mogą być narzędziem uwidaczniania własnej siły, poczucia przewagi. Ujawnianie afer, skandali, podejrzanych powiązań, także w formie dziennikarskiej prowokacji, stanowi realizację tego celu.

– Uzupełnienie zestawu wiadomości – z braku tematów do wydania gazety czy telewizyjnych wiadomości redakcje uzupełniają je fake newsami, które w wielu przypadkach stanowią atrakcyjne medialnie ciekawostki, żarty. Cel ten może także wynikać z nudy oraz chęci dostarczenia rozrywki samej redakcji czy odbiorcom. W przypadku polityki niektóre okresy wręcz sprzyjają pojawianiu się fake newsów, np. kampania wyborcza lub wakacyjny „sezon ogórkowy”.

– Zabieg mający zwiększyć poczytność/oglądalność/słuchalność – to, co skandalizuje, jest kontrowersyjne, dotyczy znanych osób – przyciąga uwagę odbiorców. Fake news w krótkim okresie może sprawić, że dane medium zwiększy swój udział w rynku, pozyska nowych odbiorców. Z czasem jednak utraci wiarygodność i prestiż, zyskując miano tabloidu.

---

<sup>5</sup> Przykładem realizacji tego celu może być sprawa okrzyknięta później aferą Rywi-  
na. U jej podłoża leżały plany koncernu medialnego Agora, lobbującego wprowadzenie  
do ustawy korzystnych dla siebie zapisów.

<sup>6</sup> Np. działalność S. Berlusconiego na początku lat 90. XX w.

– Zemsta – media nie są wolne od takiego motywu. Często zdarza się, że jeśli pojawi się okazja, to media chętnie „uszczyzną” jakiegoś polityka, ugrupowanie lub rząd. Cel ten wynika z rzeczywistych doświadczeń, to np. zemsta za prześladowania dziennikarzy (aresztowania, zatrzymywanie paszportów).

– Dyskredytacja konkurencyjnych mediów lub innych podmiotów, zarówno zbiorowych, jak i indywidualnych – media, tak jak inne firmy, walczą ze sobą o udziały w rynku, stosując różne metody, nie zawsze etyczne, a nawet prawnie dozwolone. Środki masowego przekazu uczestniczą w życiu społecznym, gospodarczym, politycznym itd., dzięki czemu mają własne poglądy i interesy, które forsują i których bronią. To sprawia, że krytykują i dyskredytują te kwestie czy też ludzi, którzy reprezentują inne lub konkurencyjne stanowiska, szczególnie jeśli sprzyjają danej sile politycznej.

– Błąd – rozumiany w różnych kontekstach, m.in. jako zwykle niedopatrzenie (np. wynikające z nieprawidłowej interpretacji materiałów), rezultat oszustwa (dziennikarz został okłamany przez informatora), efekt manipulacji (ktoś sfałszował dokumenty, które przekazano redakcji; politycy próbujący wykorzystać media do własnych celów).

W praktyce motywy te mogą łączyć się i występować w różnych formach. Takie teoretyczne wyróżnienie stanowi tylko pewną płaszczyznę pomagającą w analizie zagadnienia. Do wymienionych kategorii można dodać jeszcze jedną, która jest wynikiem wykorzystania mediów przez inne podmioty, np. ze sfery politycznej. W takim przypadku media mogą świadomie – na zlecenie danego podmiotu, niejako w jego imieniu, lub nieświadomie – w efekcie manipulacji, być autorem i nadawcą fake newsa. Ten drugi przypadek jest mniejszym naruszeniem niż pierwszy, aczkolwiek media na etapie przygotowania publikacji winny starannie i rzetelnie sprawdzać informatorów i dowody, co być może przyczyniłoby się do wykrycia manipulacji i złych intencji. Ponadto trudno go jednoznacznie zakwalifikować jako motyw samych mediów, z uwagi na fakt, że inne podmioty, stosując „brudne” metody, próbują wykorzystać media.

Biorąc pod uwagę wyróżnione motywy, zasadne wydaje się odniesienie do kwestii wiarygodności mediów kreujących i rozpowszechniających fake newsy. Z tego punktu widzenia można dokonać kategoryzacji podmiotów medialnych pod względem ich wiarygodności jako źródła informacji oraz w pewnym sensie, z uwagi na tematykę, rodzaj prowadzonej działalności.

I. Media publikujące informacje wymyślone, fantastyczne, satyryczne itp. – są to przede wszystkim strony w internecie nastawione na dostarczanie różnego rodzaju nieprawdopodobnych informacji, całkowicie



zmyślonych, nieprawdziwych, także humorystycznych (np. WTOE5 News.com). Jednak należy podkreślić, że forma przekazu tych informacji jest zbliżona do tych transmitowanych przez media informacyjne (Reid 2016). Świadczyć może o tym np. wygląd portalu, samego artykułu, informacje o redakcji, firmie prowadzącej stronę (takie dane wskazują na rzetelność czy też prawdziwość strony). Aczkolwiek portale takie w jakimś sensie deklarują działalność związaną z dziennikarstwem, dostarczają głównie informacji o charakterze rozrywkowym, humorystycznym, fantastycznym. Do tej kategorii zaliczyć można również strony, które powstały pod kątem jakiegoś działania, np. na kilka miesięcy przed wyborami, mające na celu publikować wiadomości o wypadkach danego kandydata (sama strona mogła zostać założona przez firmę PR zatrudnioną przez sztab konkurenta). Z tego powodu wiarygodność takich podmiotów może być trudna do ustalenia, a informacje z tego źródła powinny być dokładnie weryfikowane.

II. Media tabloidowe – w tej kategorii są media prowadzące działalność informacyjną, o pewnym specyficznym nastawieniu na prostotę, sensację, skandal, rozrywkę itp. W Polsce są to gazety „Fakt”, „Super Ekspres”, portale: Onet, WP, Interia. Podmioty te często korzystają z informacji pochodzących z niepewnych źródeł, anonimowych. Charakterystyczne dla nich jest również to, że część publikowanych wiadomości jest dobrej jakości, natomiast reszta zawiera różne kłamstwa, nadinferpretacje, domysły. Rodzi to poważny problem z wiarygodnością takich nadawców. Odbiorcy o tym wiedzą (przynajmniej część), ale i tak korzystają z tych mediów.

III. Media poważne, opiniotwórcze (opiniotwórcze gazety, tygodniki, telewizyjne programy informacyjne) – są to media deklarujące wartości deontologiczne, uchodzące za wiarygodne, dbające o rzetelność przekazywanych treści. Jednak ich problemem bywa stronniczość i zaangażowanie po danej stronie, szczególnie w polityce. Może to prowadzić do zmanipulowania treści i formy przekazu, tak aby odbiorca otrzymał informację w pożądaną przez medium postaci.

Każde z tych mediów może kreować i rozpowszechniać fake newsy, choć motywy tego działania, sam przekaz, późniejsze konsekwencje mogą być różne. Z punktu widzenia etyki mediów/dziennikarzy największe przewinienia popełniają media poważne. Ich wpływ, z uwagi na największą wiarygodność, może wywołać największe szkody. Również z tego względu, że inne media, powołując się na te poważne, rozpowszechnią fake newsa, przez co dotrze on do jeszcze większej liczby odbiorców. Ponadto media poważne niejako uwiarygodniają fake newsa przez sam fakt, że się nim zajmują (Himma-Kadakas 2017: 37–38). W przypadku mediów poważnych publikacja fake newsa wiąże się z naj-

większym naruszeniem standardów etyki dziennikarskiej oraz potencjalnymi szkodami wizerunkowymi dla dziennikarzy, redakcji, medium. W przypadku mediów z pozostałych dwóch kategorii podobne konsekwencje w zasadzie nie występują. Ponadto wydaje się, że media poważne powinny stać na straży jakości informacji oraz weryfikować i kontrolować wiadomości podawane przez media z pozostałych kategorii. Pełnić rolę kontrolera, wyjaśniacza, korektora (Beckett 2017). Sprawdzając doniesienia różnych mediów oraz informacje z internetu (m.in. z mediów społecznościowych), powinny wyjaśniać i korygować nieprawdziwe wiadomości.

### **Działania i postawy mediów wobec fake newsów**

Bazując na określonych motywach kreowania fake newsów, warto zwrócić uwagę na postępowanie mediów w dwóch kontekstach: 1. kreowania fake newsów oraz 2. rozpowszechniania tych, które już zaistniały. Chodzi przede wszystkim o sposób postępowania konkretnych dziennikarzy, redakcji, wydawców, którzy decydują się na opublikowanie informacji, pomimo że (zwykle) wiedzą, że jest nieprawdziwa (nie jest ona potwierdzona itp.). W przypadku mediów sytuacja jest dosyć skomplikowana. Inspiracja fake newsów może być podyktowana różnymi motywami. Ponadto, nawet jeśli redakcja powołuje się na szczytne cele, np. wyjaśnienie sprawy dla dobra państwa, związane z funkcją mediów jako IV władzy, to w rzeczywistości mogą jej przyświecać całkiem inne motywy. M. Warecki i W. Warecki (2011: 192–193) wyróżnili osiem powodów uzasadniających posługiwanie się kłamstwem przez dziennikarzy czy też szerzej media. Według nich dziennikarze kłamią, ponieważ:

- „1. Zwyczajnie im się to opłaca.
2. Obawiają się utraty pracy, co prowadzi do lęków i autocenzury.
3. Chcą przypodobać się kolegom – wymusza to konformizm i syndrom myślenia grupowego.
4. Z głupoty i braku wiedzy, do której się nie przyznają.
5. Wykonują swoją prawdziwą pracę, będąc np. na usługach jakiegoś polityka.
6. Udają ekspertów w różnych sprawach, szczególnie w polityce.
7. Bywają doktrynerami, w związku z czym posiadana wizja świata wypacza ich osądy – o czym jednak odbiorców nie informują.
8. Dążą do zachowania dobrego zdania o samych sobie oraz podniesienia poczucia własnej wartości. Jeśli kłamali już wcześniej, chcą konsekwentnie racjonalizować swoje działania” (Warecki, Warecki 2011: 192–193).

Niestety, jednoznaczne określenie celów fake newsów, których źródłem były media, a tym bardziej inne podmioty (np. aktorzy polityczni), jest trudne. Uwidacznia to wskazana sytuacja, w której źródki przekazu mogły zostać wykorzystane przez inne podmioty. W takiej sytuacji kluczowym pytaniem jest: dlaczego media zdecydowały się na publikację? Odpowiedzi może być wiele, m.in.: było to polityczne zlecenie (częsty motyw w przypadku mediów publicznych); redakcja wspiera dane ugrupowanie, polityka; dla zemsty; z poczucia obowiązku zawodowego i przeświadczenia, że informacja jest prawdziwa. Ten ostatni motyw mógłby w pewien sposób usprawiedliwiać medium. Pojawia się jednak pytanie, co z dziennikarskimi powinnościami, np. rzetelnym zbadaniem sprawy i dowodów przed publikacją. Idąc tą drogą, stwierdzić można, że fake news jest efektem zaniedbań, lenistwa. Takie przypadki też mogą występować. Polityka jest jednak wyjątkową sferą, w której podobne błędy nie powinny się zdarzać, ponieważ mogą prowadzić do poważnych konsekwencji. W praktyce często bywa inaczej.

Wyróżnienie tych prawidłowości pozwala określić kilka częstych działań i dominujących postaw<sup>7</sup>, jakie przyjmują media w stosunku do fake newsów. Całościowo można je uznać za pewien sposób postępowania z nieprawdziwymi informacjami. W przypadku działań podejmowanych przez media po publikacji fake newsa wskazać można na:

– Wyjaśnianie – próba weryfikacji prawdziwości informacji, potwierdzenia u źródeł, wskazanie, czy jest ona prawdziwa, jakie były motywy publikacji. W praktyce są to działania, które powinno podjąć każde medium przed publikacją.

– Rozpowszechnianie – powielanie informacji zwykle ze wskazaniem, skąd ona pochodzi. Praktyka typowa dla portali informacyjnych (np. Wp.pl), które kopiują informację z innych serwisów, redagują i publikują na własnej stronie. Często nawet nic nie dodają od siebie.

– Podkreślanie informacji – w tym kontekście, że medium zwykle (w niewielkim stopniu) dodaje coś od siebie, np. komentuje, wskazuje poboczny wątek, cytuje czyjeś wypowiedzi (m.in. z portali społecznościowych), ale tylko po to, aby zainteresować odbiorcę, wzbudzić ciekawość. W portalach informacyjnych takie działanie często wzmocnione jest specyficznym tytułem, który ma zachęcać do kliknięcia.

– Tworzenie tematu medialnego – szerszej historii związanej z informacją, uzupełnionej o kontekst, wątki poboczne, wypowiedzi różnych podmiotów itp. Działanie to zależy głównie od zainteresowania (odbior-

---

<sup>7</sup> Postawa to „stosunek człowieka do życia lub do pewnych zjawisk, wyrażający jego poglądy; też: sposób postępowania lub zachowania wobec określonych zjawisk, zdarzeń lub w stosunku do ludzi” (*Słownik języka polskiego*).

ców) danym tematem, a z drugiej strony może wiązać się z chwilowym brakiem innych informacji. Postępowanie to odnosi się również do moderowania komentarzy pod artykułami w portalach oraz mediach społecznościowych, ukierunkowywania dyskusji, utrzymywania tematu na najwyższych pozycjach (na stronie głównej). Trzy powyższe praktyki trafnie podsumowuje M. Kleiber (2018): „Trwa wojna na szybkość portalowych wpisów, w których internauci ochoczo powtarzają wszystkie, także łatwe do krytycznej weryfikacji opinie. Problem pogłębia wielu zawodowych dziennikarzy, bezkrytycznie czerpiących z portali internetowych niesprawdzone informacje, bądź wykorzystujących prawdziwe fakty do skrajnie stronniczej ich interpretacji”.

– Przekształcanie informacji w coś humorystycznego – w zależności od rodzaju informacji media rozpowszechniają ją, ale w specyficzny sposób. W przypadku informacji o polityce jest to zwykle satyra, żart, czasami wyśmiewanie i kpienie, a nawet dorabianie pewnej teorii spiskowej albo wskazanie na celowe działanie jakichś podmiotów. Takie podejście zauważalne jest w materiałach telewizyjnych programów informacyjnych (np. „Fakty” TVN pod koniec wydania).

– Krytyka medium, które wykreowało fake newsa – w typowo politycznym kontekście mogą pojawić się również oskarżenia o stronniczość, sprzyjanie danej partii, drobne uszczypliwości personalne wobec konkretnych dziennikarzy. W delikatnej formie może to być wytknięcie wpałki, lekkie naśmiewanie się z „kolegów z branży”.

– Podtrzymywanie swojego stanowiska – dotyczy medium, które informację opublikowało i pomimo np. zdementowania jej przez zainteresowane podmioty, nadal twierdzi, że jest ona prawdziwa. W sferze politycznej często są to m.in. informacje zawierające oskarżenia, przypisanie jakiegoś działania realnego lub planowanego.

– Przyznanie się do błędu, pomyłki, nadinterpretacji – w tym przypadku medium publikujące fake newsa przyznaje się do jakiejś formy pomyłki zawinionej przez autora materiału, redakcję. Wiązać się to może z publikacją sprostowania, przeprosin wobec podmiotów, których materiał dotyczył, deklaracjami zadośćuczynienia (np. w formie pieniężnej). Z drugiej strony, medium może przypisywać winę informatorom albo w innej postaci obarczać winą danego dziennikarza, pomimo że redaktor zatwierdził materiał.

Natomiast w kontekście przyjmowanych postaw wyróżnić można cztery dominujące praktyki mediów:

1. Postrzegają siebie jako narzędzie przekazu, a co za tym idzie, nie biorą odpowiedzialności za jego treść. W związku z tym nie są związane kwestiami etycznymi. W końcu tylko relacjonują informację. Od tego właśnie są media. Perspektywa ta zwykle jest dwuznaczna. Z jednej

strony media deklarują, że obiektywnie przekazują wiadomość, z drugiej robią to w sposób, który wyraźnie wpływa na postrzeganie sprawy, stosunek do konkretnych podmiotów, ich działalność. Oczywiście część mediów może obiektywnie relacjonować zdarzenie, ale to i tak prowadzi do rozpowszechniania fałszywej informacji.

2. Są stroną w sprawie, np. wtedy, kiedy oskarżają danego polityka o korupcję. W takich przypadkach kwestie etyczne schodzą na dalszy plan. W zależności od charakteru tematu, liczy się przeforsowanie swojego stanowiska, realizacja własnego interesu.

3. Utożsamiają się z głosem opinii publicznej, który przejawia się m.in. w stroniczej krytyce, ferowaniu wyroków, wskazywaniu dalszych działań, moralizowaniu. Kwestie etyczne są tutaj wyraźnie podkreślane. Powołując się na dobro państwa, interes publiczny, chęć poznania prawdy, media mogą opublikować, co tylko chcą. Postawa ta związana jest z funkcją mediów jako IV władzy. Jest ona również przejawem usprawiedliwienia swojego działania. Ponadto, jak zauważa A. Wagner, „media przyznają sobie prawo wyrażania opinii publicznej, a jednocześnie do kształtowania tej opinii, ferowania wyroków i formułowania ocen moralnych. Niejednokrotnie przemawiają z pozycji autorytetu, posługując się językiem powinnościowym opartym na wyrażeniach modalnych typu: należy, powinno się, musi, trzeba” (Wagner 2010: 183).

4. Wchodzą w rolę ofiary. Postawa ta odznacza się tym, że media traktują siebie jako poszkodowanych w sprawie, dokonują również przeniesienia odpowiedzialności na informatorów albo inne podmioty, które udzielając informacji, wprowadziły dziennikarza w błąd itp. To właśnie w takiej sytuacji media powołują się na kwestie etyczne, które jednak wykorzystują jako własny argument.

W trakcie medialnego relacjonowania danej sprawy wymienione działania i postawy mogą ulegać zmianie oraz być stosowane łącznie. Każde z nich można postrzegać jako pewną strategię działania konkretnego medium, która bazuje na dostosowaniu się do aktualnej sytuacji (wynikającej np. z postaw innych znaczących środków przekazu). Jej wybór uzależniony jest m.in. od przyjętych celów, rozwoju wydarzenia. Wymienione postawy wynikają z charakteru współczesnych mediów oraz ich relacji z aktorami politycznymi. Powiązania między sferą polityki, biznesu i środków przekazu determinują postawy etyczne pracowników mediów. Prymat ekonomiki w działalności mediów sprawia, że są one nastawione na przekaz komercyjny, taki, który przyciągnie jak najwięcej reklamodawców. W związku z tym dziennikarzy i innych pracowników mediów można postrzegać jako ludzi do wynajęcia, którzy mają zrealizować określoną usługę zgodnie z życzeniem zleceniodawcy

i za przyzwoleniem pracodawcy (właściciela, wydawcy)<sup>8</sup>. Stąd wynika również, że zadaniem dziennikarzy jest realizowanie poleceń przełożonych. „Rola dziennikarza w tym systemie ulega marginalizacji, ewoluując w kierunku pozbawionej autonomii rzemieślnika od słowa mówionego i pisanego. Proces urynkowania mediów i przeobrażenia polityczne doprowadziły do sytuacji, w której główna wartość informacji przestaje być utożsamiana z prawdą. Wydawcę – a w konsekwencji dziennikarza – interesuje tylko taka prawda, która zwiększa rentowność lub pozycję medium” – pisze E. Migaczewska (2007: 63). Niezależność pojedynczych dziennikarzy i mediów w ogóle jest fikcją. Wartości wynikające z zawodowego etosu dziennikarzy i misji społecznej środków przekazu upadają. Dzieje się tak dlatego, że są m.in. interpretowane przez pryzmat bieżących potrzeb danego medium. Realizacja społecznej misji mediów wymaga przestrzegania zasad moralnych i standardów etycznych, które sprzyjają interesowi ogółu i państwa. Tymczasem środki przekazu dążą do realizacji interesów własnych, swoich zlecniodawców oraz różnych grup nacisku (Wagner 2010: 226). Powstaje zatem sprzeczność, której jednak nie sposób rozwiązać. W gospodarce kapitalistycznej oraz ustrojach demokratycznych, u których podłoża leżą konkurencja i rywalizacja, zawsze będzie istniało dążenie do zwycięstwa. Różne podmioty będą wykorzystywały siebie nawzajem, aby osiągnąć jak najlepsze rezultaty. Nawet jeśli ogół będzie stosował dopuszczalne metody, to i tak znajdą się podmioty, które skorzystają z tych „brudnych” i nieuczciwych. Ustrój demokratyczny i gospodarka wolnorynkowa sprzyjają ukształtowaniu i dominacji wartości optujących wokół konkurencji, konfliktu, nastawienia na zwycięstwo. Natomiast nie sprzyjają wypełnianiu normatywnych misji mediów, dążeniu do prawdy, obiektywizmu itp. Nic zatem dziwnego, że wartości etyczne ustępują tym związanym z potrzebą sukcesu, zwycięstwa, zysku. Niestety ten proces wyrugowania i degradacji wartości etycznych ze świata mediów (i nie tylko) postępuje. Instrumentalne podejście zmierzające do realizacji własnych interesów wymusza stosowanie wszelkich metod, nawet tych opartych na kłamstwie i manipulacji. To wszystko w sferze etycznej ustawia media w takiej samej pozycji, w jakiej są podmioty polityczne, dla których liczy się przede wszystkim skuteczność i osiągnięcie celu. Jeśli etyka i moralność w tym przeszkadzają, to się je zwyczajnie pomija. A fake newsy mogą być dobrym sposobem na realizację własnych celów, nawet jeśli tylko w perspektywie krótkookresowej.

---

<sup>8</sup> Jak zauważa P. Pawełczyk (2007: 146), „dysponowanie środkami materialnymi jest podstawą owocnego wykorzystywania kreatywnej roli mediów, niezależnie od głoszonych wartości czy ideałów oraz zasad etyki”.

**Tabela 1.** Fake newsy – analiza

Fake news / rok	Medium	Kategoria medium	Kreacja fake news / rozpowszechnianie	Motyw (domniemany)	Postawa	Działanie
Informacja T. Lisa z 2015 r., jakoby A. Duda miał twierdzić, że odda Oscara za film „Ida”	Telewizja, program TVP2	III. Media poważne	Kreacja	Informowanie; Realizacja funkcji mediów jako IV władzy; Dyskredytacja konkurencyjnych mediów lub innych podmiotów	Strona w sprawie; Wchodzenie w rolę ofiary	Przyznanie się do błędu, pomyłki, nadinterpretacji
Informacja gazety „The Sun” z 2016 r. o tym, że królowa Elżbieta II rzekomo popiera Brexit	Gazeta „The Sun”	II. Media tabloidowe	Kreacja	Informowanie; Realizacja funkcji mediów jako IV władzy	Strona w sprawie; Utożsamianie się z głosem opinii publicznej	Podtrzymywanie swojego stanowiska
Informacja, jakoby papież Benedykt popierał w wyborach prezydenckich w USA w 2016 r. D. Trumpa	Portal WTOE 5News.com	I. Media publikujące informacje wymyślone	Kreacja	Informowanie; Zabieg mający zwiększyć poczytność	Strona w sprawie	Rozpowszechnianie; Tworzenie tematu medialnego

## Podsumowanie

Skrótowe zestawienie analizowanych przypadków zawarto w tabeli 1. Zarówno motywy kreowania i rozpowszechniania, jak i ogólny sposób postępowania mediów z fake newsami są zróżnicowane. Jednak analiza przypadków pozwala na sformułowanie pewnych ogólnych prawidłowości, które powtarzają się w działalności mediów. Widać to szczególnie w przypadku mediów należących do konkretnej ww. ustalonej kategorii. I tak, media z pierwszej kategorii kreują fake newsy, ponieważ jest to ich domena, specyficznie pojmowana konieczność zawodowa wynikająca z rynkowego zapotrzebowania na tego typu informacje albo realizacji jakiegoś celu, np. politycznego. Media tabloidowe kreują fake newsy przede wszystkim po to, aby zwiększyć poczytność, przyciągnąć odbior-

ców. Natomiast media poważne mogą kierować się różnymi powodami i określenie dominujących jest trudne. Jak się wydaje, istotnymi motywami są: realizacja własnych interesów, dyskredytacja innych podmiotów, uzupełnienie zestawu wiadomości. Ponadto wszystkie trzy kategorie mediów mogą kierować się motywem związanym z informowaniem, który jak się wydaje, jest inaczej rozumiany przez każdą z wskazanych kategorii.

W przypadku działań podejmowanych przez media po publikacji fake news wśród najczęstszych wymienić można: wyjaśnianie, rozpowszechnianie, podkreślanie informacji, przekształcanie w coś humorystycznego, tworzenie tematu medialnego, krytykowanie medium, które wykreowało fake newsa, podtrzymywanie swojego stanowiska, przyznanie się do błędu. Działaniom tym towarzyszy kilka dominujących postaw: postrzeganie siebie jako narzędzia przekazu, bycie stroną w sprawie, utożsamianie się z głosem opinii publicznej, wchodzenie w rolę ofiary. W odnotowanych w tabeli 1 przypadkach media, które kreowały fake newsy, były także stroną w sprawie.

Charakterystyczne dla współczesnych mediów wydaje się to, że sposób postępowania z fake newsami ulega dosyć swobodnym zmianom. Media dobierają działania i postawy do aktualnej sytuacji oraz własnych zamierzeń, często zapominając, że trochę wcześniej forsowano inne stanowisko, co z drugiej strony sprawia, że temat można dalej „wałkować”, tylko z innej perspektywy.

W ogólnej konstatacji warto z niepokojem podkreślić, że media zaczynają traktować fake newsy jako pewien środek czy też narzędzie do realizacji jakiegoś interesu, celu, często wymuszonego przez proces tabloidyzacji albo wpływ np. aktorów politycznych. Z tego względu to instrumentalne podejście jest już charakterystyczne nie tylko dla mediów tabloidowych, ale także i tych poważnych.

## Bibliografia

- Agencja Public Dialog 2017, *Raport: Fake news z perspektywy polskich dziennikarzy*, [http://publicdialog.pl/wp-content/uploads/2017/05/Raport\\_Badanie-fake-news-23-05-2017.pdf](http://publicdialog.pl/wp-content/uploads/2017/05/Raport_Badanie-fake-news-23-05-2017.pdf) (19.03.2018).
- Beckett C. 2017, *Fake news: the best thing that's happened to journalism*, [blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/](https://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/) (23.03.2018).
- Collins English Dictionary, <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news> (20.03.2018).
- Himma-Kadakas M. 2017, *Alternative facts and fake news entering journalistic content production cycle*, „Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal”, nr 9(2), <http://dx.doi.org/10.5130/ccs.v9i2.5469> (23.03.2018).



- Howiecki M. 2003, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Lublin.
- Kleiber M. 2018, *Fake newsy i cenzura*, <http://www.rp.pl/Publicystyka/304169923-Michal-Kleiber-Fake-newsy-i-cenzura.html> (20.04.2018).
- Lazer D., Baum M., Grinberg N., Friedland L., Joseph K., Hobbs W., Mattsson C. 2017, *Combating Fake News: An Agenda for Research and Action*, <http://www.sipotra.it/wp-content/uploads/2017/06/Combating-Fake-News.pdf> (29.03.2018).
- Michel A. 2017, *Falszywe wiadomości – występowanie, znaczenie oraz następstwa ich rozpowszechniania*, [https://www.researchgate.net/publication/318215475\\_Fake\\_news\\_falszywe\\_wiadomosci\\_-\\_wystepowanie\\_znaczenie\\_oraz\\_nastepstwa\\_ich\\_rozpowszechniania](https://www.researchgate.net/publication/318215475_Fake_news_falszywe_wiadomosci_-_wystepowanie_znaczenie_oraz_nastepstwa_ich_rozpowszechniania) (19.03.2018).
- Migaczewska E. 2007, *Profesjonalizm w dziennikarstwie – historycznie i współcześnie* [w:] *Media – między władzą a społeczeństwem*, red. M. Szpunar, Rzeszów.
- Nielsen R.K., Graves L. 2017, *News you don't believe: Audience perspectives on fake news*, [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves\\_s\\_factsheet\\_1710v3\\_FINAL\\_download.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_s_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf) (29.03.2018).
- Pawelczyk P. 2007, *Socjotechniczne aspekty gry politycznej*, Poznań.
- Reid A. 2016, *The 5 sources of fake news everyone needs to look out for online*, <https://firstdraftnews.org/the-5-sources-of-fake-news-everyone-needs-to-look-out-for-online/> (4.04.2018).
- Słownik języka polskiego PWN*, hasła: *fake news; postawa*, <https://sjp.pwn.pl/> (20.03.2018).
- Vergeer M. 2018, *Incorrect, fake, and false. Journalists' perceived online source credibility and verification behavior*, "Observatorio (OBS) Journal", vol. 12, nr 1, <http://dx.doi.org/10.15847/obsOBS12120181126> (29.03.2018).
- Wagner A. 2010, *Zaufać mediom*, Kraków.
- Wardle C. 2017, *Fake news. It's complicated*, <https://firstdraftnews.com/fake-news-compliated/> (10.03.2018).
- Warecki M., Warecki W., 2011, *Woda z mózgu. Manipulacja w mediach*, Warszawa.
- Woźniak-Zapór M., 2017, *Fake news – niebezpieczeństwo w mediach*, „Bezpieczeństwo. Teoria i praktyka”, nr 4.

Jacek Suder\*

**WPLYW ZMIANY  
STRATEGII KARTELU OPEC  
NA CENY ROPY NAFTOWEJ**

**THE IMPACT  
ON OIL PRICES OF THE CHANGE  
IN OPEC CARTEL STRATEGY**

Abstract

The article summarizes recent events related to the crude oil market, regarding particularly the policy of reduction in the commodity supply introduced by the countries of the OPEC cartel and Russia. The author examined the next steps undertaken by member nations of the oil association, which were targeted at an increase in the price of oil and at lowering the level of crude oil reserves in the OECD countries. In addition, the process of creating a shale revolution in the United States was outlined, which led to a great level of independence of this country from the supply of energy resources from other parts of the world. The article is an attempt to introduce a wider topic which is the shale revolution in the USA, and its and impact on the global oil market. It is also a starting point for further considerations regarding possible steps of the OPEC cartel arising after expiration of the current agreement.

**Key words:** crude oil, OPEC, trade war, the US shale revolution

**Wstęp**

Ropa naftowa to najważniejsze źródło energii na świecie i jeden z najpopularniejszych surowców wśród inwestorów, z którego uzyskuje się około 40% zużywanej na świecie energii. Ze względu na swoje strategiczne znaczenie od wielu lat stanowi narzędzie międzynarodowych rozgrywek politycznych, za pomocą którego ścierają się interesy gospodarcze największych mocarstw na świecie (Socha, Wdowiński 2018:

---

\* Wydział Finansów i Prawa, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków, adres e-mail: jaceks1027@gmail.com

104). Dlatego też obserwowane w ostatnich latach istotne wahania cen tego surowca mogą mieć poważne konsekwencje dla stabilnego funkcjonowania gospodarek państw importujących znaczne jego ilości (Lardic, Mignon 2006: 847–855).

Stany Zjednoczone przez większą część XIX i na początku XX w. były największym producentem ropy naftowej na świecie. Wszystko uległo jednak zmianie, kiedy grupa państw z Bliskiego Wschodu<sup>1</sup> w porozumieniu z Wenezuelą utworzyła Organizację Krajów Eksportujących Ropę Naftową (OPEC)<sup>2</sup>, mającą za zadanie wpływać na globalne ceny surowca. W tym samym okresie rosnąć zaczęło również znaczenie Związku Radzieckiego (ZSRR), który w latach 70. XX w. osiągnął pozycję globalnego lidera w produkcji ropy.

W II połowie XX w., z powodu wyczerpywania się zasobów surowca w USA, doszło do silnego osłabienia produkcji w sektorze naftowym w tym państwie. Amerykanie nie zrezygnowali jednak z planów osiągnięcia samowystarczalności w zakresie wydobycia surowców energetycznych i wykorzystując środki z budżetu państwa, rozwijali różnego rodzaju technologie wydobywcze. Tego typu działania doprowadziły ostatecznie na początku XXI w. do wybuchu rewolucji łupkowej w USA. Wykorzystano w tym celu proces szczelinowania hydraulicznego, który umożliwiał produkcję ogromnych ilości ropy naftowej po obniżonych cenach, szczególnie w Teksasie i Północnej Dakocie. W wyniku tego Stany Zjednoczone powróciły do ścisłej czołówki producentów ropy naftowej i silnie uniezależniły własną gospodarkę od zewnętrznych dostaw tego surowca (Sierakowska 2015: 26–30). Obecnie USA z największego importera surowców energetycznych na świecie stały się eksporterem ropy naftowej i bardzo istotnym dostawcą gazu ziemnego.

Celem artykułu była próba usystematyzowania ostatnich wydarzeń związanych z rynkiem surowca dotyczących wprowadzenia przez kartel OPEC oraz Rosję<sup>3</sup> polityki ograniczenia jego podaży, ponieważ rozwój współczesnego przemysłu jest silnie uzależniony od cen importowanej ropy naftowej. Autor do swoich badań wykorzystał bazy danych zgromadzone na platformie Bloomberg oraz materiały analityczne Agencji In-

<sup>1</sup> Państwa założycielskie: Arabia Saudyjska, Irak, Iran i Kuwejt.

<sup>2</sup> Organizacja Krajów Eksportujących Ropę Naftową (OPEC) – powstała w 1960 r., a swoją siedzibę ma w Wiedniu. Celem organizacji jest głównie kontrolowanie światowego wydobycia ropy naftowej, poziomu cen i opłat eksploatacyjnych.

<sup>3</sup> Państw spoza kartelu uczestniczących w porozumieniu jest w sumie 10, ale największe znaczenie na rynku ropy ma wśród nich Rosja. Ponadto państwo to zadeklarowało największą redukcję wydobycia na poziomie około 300 tys. b/d, dlatego też rynki uważnie przyglądały się ograniczeniu rosyjskiej produkcji.

formacyjnej Departamentu Energii Stanów Zjednoczonych (EIA). Za ich pomocą badał kolejne kroki podejmowane przez członków stowarzyszenia naftowego, które miały za zadanie podwyższyć ceny surowca i doprowadzić do spadku światowych zapasów ropy. Ponadto zarysował również proces powstawania rewolucji łupkowej w USA, która doprowadziła do istotnego uniezależnienia się tego państwa od zewnętrznych dostaw surowców energetycznych. Artykuł stanowi bowiem próbę wprowadzenia do szerszego omówienia tematu, jakim jest rewolucja łupkowa w Stanach Zjednoczonych, oraz zaprezentowania jej wpływu na globalny rynek ropy naftowej. Ponadto umożliwia on przeprowadzenie kolejnych rozważań nad dalszymi poczynaniami państw OPEC, które będą realizowane po wygaśnięciu obecnie obowiązującego porozumienia.

### **Zmiana w strategii produkcji ropy naftowej kartelu OPEC dokonana w 2016 roku**

Od początku 2016 r. sytuacja na globalnym rynku ropy naftowej zaczęła się sukcesywnie zmieniać. Rosja i Arabia Saudyjska, jako dwa najważniejsze państwa będące eksporterami tego surowca, sygnalizowały rynkom finansowym gotowość wprowadzenia ograniczeń w produkcji ropy. Zmiana w przekazywanym komunikacie była spowodowana bardzo niską globalną ceną surowca, która silnie ograniczyła uzyskiwane dochody budżetowe z jego sprzedaży<sup>4</sup>. Wcześniej bowiem Arabia Saudyjska wykorzystywała swoje ogromne zasoby rezerw walutowych do prowadzenia „wojny cenowej” z amerykańskimi przedsiębiorstwami naftowymi, sukcesywnie przyczyniając się do zbijania cen ropy poprzez powiększanie wysyłanej na rynki produkcji. Miało to w konsekwencji doprowadzić do możliwie jak największej liczby bankructw wśród spółek wydobywających ten surowiec w Stanach Zjednoczonych oraz do maksymalnego zwiększenia udziału w rynku wśród państw zrzeszonych

---

<sup>4</sup> Według szacunków Agencji Informacyjnej Departamentu Energii USA (EIA) dochody z eksportu ropy w państwach OPEC spadły w 2016 r. do poziomu 433 mld USD – najniższej wartości od 2004 r. Oznacza to spadek o 16% w stosunku do 2015 r. i o 63,5% w relacji do 2012 r. (do roku z najwyższymi dochodami uzyskanymi przez OPEC). Ponadto EIA prognozowała w maju 2017 r., że dochody kartelu w 2017 r. wyniosą 539 mld USD, a w 2018 r. 595 mld USD. EIA, *OPEC revenues fact sheet* <https://www.eia.gov/beta/international/regions-topics.cfm?RegionTopicID=OPEC> (3.01.2018).

w stowarzyszeniu naftowym OPEC (Fattouh, Sen 2016: 3). Tego typu działania negatywnie odbijały się jednak na pozostałych państwach produkujących ropę, które miały wyższe koszty produkcji surowca (m.in. na Wenezueli oraz na Rosji). W sytuacji znaczącego spadku cen ropy zaczęły one wywierać coraz silniejszą presję na podjęcie stanowczych kroków mających przeciwdziałać temu procesowi<sup>5</sup>. Dodatkowo sytuację pogarszały:

- zmniejszający się popyt na ropę wśród państw z grupy *emerging markets* (Ulatowski 2016: 133–134) (szczególnie jeżeli chodzi o Chiny, w których zarysowywano perspektywę silniejszego spowolnienia koniunktury);
- proces zacieśniania polityki monetarnej przez Rezerwę Federalną w Stanach Zjednoczonych, która wywierała presję na umocnienie amerykańskiego dolara<sup>6</sup>.

W celu zażegnania pogłębiającego się problemu państwa kartelu we wrześniu 2016 r. zasygnalizowały możliwość zredukowania poziomu wydobywanego surowca. Podczas nieformalnego spotkania w Algierze wskazano, że do zmniejszenia wydobycia ropy może dojść na początku 2017 r. Deklaracja ta stanowiła zauważalny sygnał odejścia kartelu od strategii polegającej na ustabilizowaniu udziału państw zrzeszonych w OPEC w światowej produkcji ropy (deklaracja z listopada 2014 r.) w kierunku strategii ograniczenia produkcji.

Ostatecznie do podjęcia decyzji o zmniejszeniu wydobycia doszło 30 listopada 2016 r. na spotkaniu kartelu w Wiedniu. Podczas rozmów członkowie stowarzyszenia po raz pierwszy od 2008 r. zgodzili się na ograniczenie wydobycia o około 1,2 mln b/d<sup>7</sup> do poziomu 32,5 mln b/d. Celem podpisanego porozumienia miał być trwały wzrost cen ropy naftowej. Jednocześnie ograniczenie podaży połączone z prognozowanym przez Sekretariat OPEC wzrostem popytu miało prowadzić do redukcji nadpodaży surowca na rynku globalnym.

Podpisana umowa miała wejść w życie 1 stycznia 2017 r. i obowiązywać początkowo przez pół roku. Największe ograniczenia w produkcji wśród członków kartelu nałożono na Arabię Saudyjską – blisko 500 tys. b/d. Zaskakującą informacją była redukcja wydobycia dokonana przez Irak, który zobligował się do cięcia w wysokości 210 tys. b/d. Ustalono

---

<sup>5</sup> Biznes Alert, *USA i Arabia Saudyjska kontynuują naftową wojnę*, [https:// biznes.alert.pl/usa-i-arabia-saudyjska-kontynuuj-naftowa-wojne/](https://biznes.alert.pl/usa-i-arabia-saudyjska-kontynuuj-naftowa-wojne/) (30.11.2017).

<sup>6</sup> Na rynkach finansowych istnieje ujemna korelacja pomiędzy cenami ropy i notowaniami dolara amerykańskiego.

<sup>7</sup> Skróć mln b/d oznacza miliony baryłek dziennie.

również, że Iran (jako jedyny członek OPEC) może zwiększyć produkcję ropy o około 100 tys. b/d do poziomu 3,8 mln b/d. Ponadto Libia i Nigeria zostały tymczasowo wyłączone z planu ograniczeń produkcji, natomiast Indonezja poinformowała o zawieszeniu swojego członkostwa w stowarzyszeniu<sup>8</sup> (tabela 1).

Wejście w życie zawartego porozumienia zostało uzależnione od przyłączenia się do niego przez państwa niezrzeszone z kartelem<sup>9</sup>. Umowa z pozostałymi członkami została sfinalizowana 10 grudnia 2016 r. w Wiedniu. Dziesięć państw spoza stowarzyszenia, w tym Rosja, zobligowały się do zredukowania swojego wydobycia o blisko 560 tys. b/d (połowa cięć spadła na rosyjskich producentów). Było to pierwsze od 2001 r. przyłączenie się do redukcji podaży ropy przez państwa spoza tej organizacji (Henderson 2016: 4). Wspólne działanie OPEC i pozostałych członków biorących udział w porozumieniu miało przyczynić się do zmniejszenia wydobycia w sumie o około 1,8 mln b/d.

W konsekwencji tych wydarzeń od stycznia do grudnia 2016 r. cena baryłki ropy Brent wzrosła o ponad 49% z poziomu 39,28 USD/b do 58,61 USD/b, natomiast cena baryłki ropy WTI o ponad 103% z poziomu 26,55 USD/b do 53,90 USD/b<sup>10</sup>.

Pod wpływem podpisanego porozumienia Międzynarodowa Agencja Energetyki (IEA) prognozowała pod koniec 2016 r., że jeżeli ogłoszone porozumienie o ograniczeniu produkcji zostanie w całości zrealizowane, to w I połowie 2017 r. na rynku ropy może pojawić się deficyt<sup>11</sup>. Natomiast zdaniem EIA, jeżeli umowa kartelu OPEC doszłaby do skutku i ceny ropy osiągnęłyby poziom powyżej 50 USD/b, to mogłyby to być czynnik zachęcający do szybszego powrotu do wzrostu podaży w USA i w innych państwach poza stowarzyszeniem. Z tego powodu Agenda Informacyjna Departamentu Energii w Stanach Zjednoczonych sądziła, że na rynku ropy nie dojdzie do szybkiego osiągnięcia równowagi rynkowej<sup>12</sup>.

---

<sup>8</sup> ECB Economic Bulletin, *Impact of the November 2016 OPEC agreement on the oil market* [https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/eb201608\\_focus01.en.pdf?84e6b1f5356e53c615d6e8e5af195007](https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/eb201608_focus01.en.pdf?84e6b1f5356e53c615d6e8e5af195007) (27.11.2017).

<sup>9</sup> Do państw tych zalicza się: Azerbejdżan, Bahrajn, Brunei, Kazachstan, Malezja, Oman, Rosja, Sudan Południowy, Sudan.

<sup>10</sup> Dane z platformy Bloomberg.

<sup>11</sup> IEA, *OMR: What a difference a year makes – December 2016* <http://www.iea.org/newsroom/news/2016/december/omr-what-a-difference-a-year-makes.html> (22.12.2017).

<sup>12</sup> EIA, *Short-term Energy Outlook – December 2016* <https://www.eia.gov/outlooks/steo/outlook.cfm#issues2016> (22.12.2017).

**Tabela 1.** Uzgodnione dostosowania w wielkości produkcji ropy i referencyjne poziomy produkcji wśród państw OPEC

Państwo-członek OPEC	Referencyjny poziom produkcji (tys. b/d) <sup>13</sup>	Zmiana w wielkości produkcji (tys. b/d)	Referencyjny poziom produkcji od stycznia 2017 r. (tys. b/d)
Algieria	1 089	-50	1 039
Angola	1 751	-78	1 673
Ekwador	548	-26	522
Gabon	202	-9	193
Indonezja <sup>14</sup>	-	-	-
Iran	3 975	90	3 797
Irak	4 561	-210	4 351
Kuwejt	2 838	-131	2 707
Libia <sup>15</sup>	-	-	-
Nigeria <sup>16</sup>	-	-	-
Katar	648	-30	618
Arabia Saudyjska	10 544	-486	10 058
ZEA	3 013	-139	2 874
Wenezuela	2 067	-95	1 972

Źródło: Sekretariat OPEC, [http://www.opec.org/opec\\_web/static\\_files\\_project/media/downloads/publications/MOMR%20December%202016.pdf](http://www.opec.org/opec_web/static_files_project/media/downloads/publications/MOMR%20December%202016.pdf) (27.11.2017).

W grudniu 2016 r. na rynkach finansowych nie doszło do obniżenia poziomu niepewności wśród inwestorów. Ceny surowca charakteryzowały się relatywnie wysokim poziomem zmienności z powodu kontynuacji silnego wzrostu produkcji ropy przez państwa należące do kartelu. Wzrost wydobycia wyniósł 34,140 mln b/d i był o 1,64 mln b/d wyższy od zadeklarowanego poziomu na pierwszą połowę 2017 r.<sup>17</sup> Obawy inwestorów co do rzeczywistego obniżenia wydobycia przez kartel OPEC zwiększały również:

- sukcesywnie rosnące zapasy ropy na świecie;
- oczekiwania dotyczące powrotu produkcji surowca z Libii i z Nigerii;
- ożywienie w sektorze naftowym w Stanach Zjednoczonych<sup>18</sup> – dane EIA pokazały, że w styczniu 2017 r. doszło do przerwania datujące-

<sup>13</sup> Poziomy produkcji surowca określone zostały na październik 2016 r., z wyjątkiem Angoli, dla której dane dotyczą września 2016 r.

<sup>14</sup> Indonezja zawiesiła swoje członkostwo w kartelu OPEC.

<sup>15</sup> Państwo czasowo wyłączone z porozumienia do marca 2018 r.

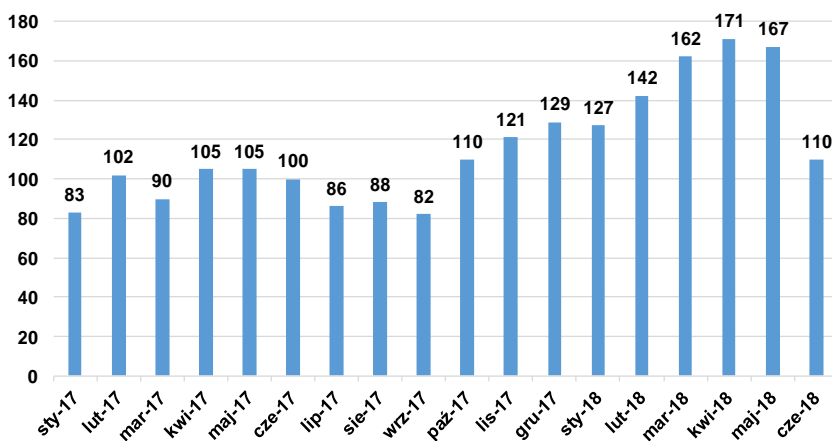
<sup>16</sup> Tamże.

<sup>17</sup> Dane z platformy Bloomberg.

<sup>18</sup> Grudzień był siódmym kolejnym miesiącem wzrostu liczby aktywnych wiertni w Stanach Zjednoczonych. Łącznie od końca maja 2016 r. ich liczba zwiększyła się o 209, osiągając najwyższy poziom od stycznia 2016 r. wg danych firmy Baker Hughes.

go się od kwietnia 2015 r. spadkowego trendu w wydobywaniu ropy ze skał łupkowych.

Do końca 2016 r. OPEC intensywnie zwiększał poziom wydobycia, realizując politykę podażową ukierunkowaną na maksymalizację udziału w światowej produkcji. W IV kwartale 2016 r. wydobywanie osiągnęło historycznie najwyższą wartość, plasując się średnio na poziomie 33,27 mln b/d.



Wykres 1. Stopień realizacji redukcji wielkości produkcji ropy przez kartel OPEC (w %)

Źródło: opracowanie własne, Bloomberg, *Daily Brief: Oil* (4.04.2018).

W styczniu 2017 r., po zastosowaniu się większości zobligowanych państw do postanowień podpisanego porozumienia, doszło do ustabilizowania się cen ropy na najwyższym poziomie od 1,5 roku. Wydobywanie w tym miesiącu spadło o blisko 1 mln b/d (wobec oczekiwań na poziomie 1,8 mln b/d) – był to jednak jeden z największych jednorazowych spadków wydobycia w historii tej organizacji.

W kolejnych miesiącach sukcesywnie wzrastało prawdopodobieństwo przedłużenia postanowień porozumienia przez kartel OPEC i państw z nim stowarzyszonych na II połowę 2017 r. Taką decyzję rekomendował bowiem Komitet OPEC monitorujący realizację polityki podażowej kartelu, ponieważ zauważalnie wzrosła produkcja surowca w USA, która utrudniała skuteczne działania mające na celu zrównoważenie rynku ropy.

W maju 2017 r. kartel zdecydował się na przedłużenie porozumienia do końca marca 2018 r. (o kolejnych 9 miesięcy). Spowodowało to spadek cen ropy naftowej, które dodatkowo były pogłębiane przez obawy



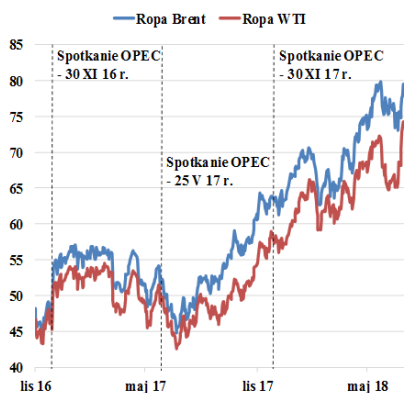
uczestników rynku uważających, że podjęte działania przez kartel OPEC są niewystarczające, aby zrównoważyć w najbliższym czasie podaż z relatywnie niskim popytem. Niepewność wśród inwestorów potęgowały również informacje o zwiększeniu produkcji odnotowanej w Libii i w Nigerii, w państwach, które wcześniej zostały wyłączone z ograniczeń produkcyjnych.

Dopiero w sierpniu obie grupy państw wykazały wysoką dyscyplinę w realizacji polityki podażowej, mimo że już wcześniej można było zaobserwować pozytywne skutki zmniejszenia wydobycia ropy naftowej w postaci sukcesywnie wzrastających cen (wykres 1). Co więcej, cel kartelu dotyczący redukcji światowych zapasów surowca został znacznie przyspieszony w wyniku powstałych zakłóceń produkcji w amerykańskim sektorze naftowym spowodowanych wysoką aktywnością huraganów na atlantyckim wybrzeżu Stanów Zjednoczonych. Spadek aktywności w USA w połączeniu z silnym obniżeniem wydobycia ropy w kartelu OPEC oraz w Rosji i w Kazachstanie, a także prognozowany przez Sekretariat OPEC i IAE wzrost popytu na ropę w 2017 r. doprowadził do dalszego umacniania się notowań surowca. W konsekwencji cena gatunku WTI od stycznia do końca listopada 2017 r. wzrosła o 6,85% (57,40 USD/b), a dla gatunku Brent umocniła się o 11,88% (63,57 USD/b) (wykres 2).

### **Sytuacja na rynku ropy naftowej po wydłużeniu okresu umowy do końca 2018 roku**

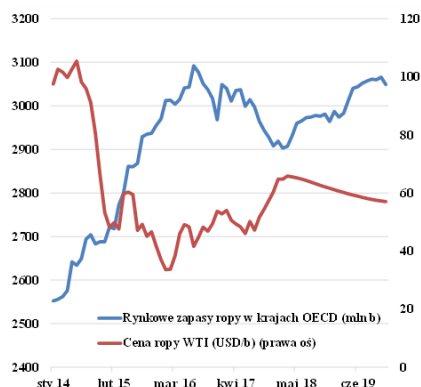
Jeden z głównych celów postawionych przez kartel OPEC nie został w pełni wykonany i dlatego państwa, które zawarły porozumienie, spotkały się kolejny raz w Wiedniu 30 listopada 2017 r. i wydłużyły okres obowiązywania umowy o następnych 9 miesięcy, do końca 2018 r. Decyzja ta była zgodna z konsensusem rynkowym i nie doprowadziła do znacznych ruchów cenowych na rynku surowca (wykres 2). Argumentowano ją brakiem wystarczającego zmniejszenia się światowych zapasów ropy w państwach OECD wyznaczanych do średniej z ostatnich 5 lat. Od początku stycznia do końca listopada 2017 r. nadpodaż surowca w relacji do pięcioletniej średniej zmniejszyła się bowiem o ponad połowę, ale nadal wynosiła 174 mln baryłek (wykres 3)<sup>19</sup>.

<sup>19</sup> EIA, *Short-term Energy Outlook – December 2017* <https://www.eia.gov/outlooks/steo/archives/Dec17.pdf> (12.12.2017).



**Wykres 2.** Ceny ropy naftowej typu Brent i WTI (USD/b) od początku umowy OPEC

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z platformy Bloomberg.



**Wykres 3.** Rynkowe zapasy ropy w krajach OECD w relacji do ceny ropy

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z EIA. *Short-term Energy Outlook – December 2017*. Bloomberg – kontrakty na ropę WTI z 1 lutego 2018 r.

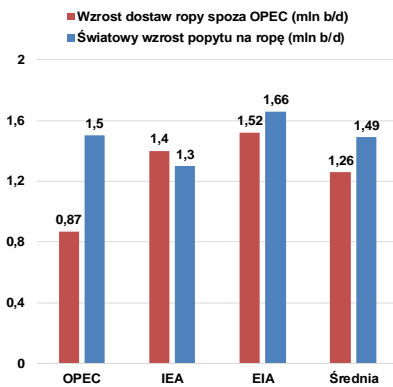
Państwa uczestniczące w posiedzeniu uzgodniły także, że do porozumienia mogą dodatkowo zostać włączone Nigeria oraz Libia, które do tej pory nie miały obowiązku obniżenia poziomu swojego wydobycia<sup>20</sup>. Jeżeli do tego dojdzie, mają one utrzymywać wielkość krajowej produkcji na poziomie z 2017 r. Kartel poinformował również, że w połowie 2018 r. dokona rewizji sytuacji panującej na rynku ropy w celu ewentualnego dostosowania poziomów produkcji do nowych warunków<sup>21</sup>.

Powstałe niedopowiedzenie w kwestii ewentualnej strategii wyjścia z obecnego porozumienia miało pozwolić kartelowi zwiększyć jego elastyczność decyzyjną szczególnie ze względu na różne prognozy dotyczące wielkości podaży i popytu surowca, które zostały zaprezentowane przez analityków IEA, EIA oraz przez Sekretariat OPEC (wykres 4). Kartel szacował, że różnica między wzrostem dostaw surowca a światowym popytem wyniesie w 2018 r. około 630 tys. b/d. Natomiast anality-

<sup>20</sup> Jak dotąd informacje te jednak nie zostały oficjalnie potwierdzone przez kartel OPEC.

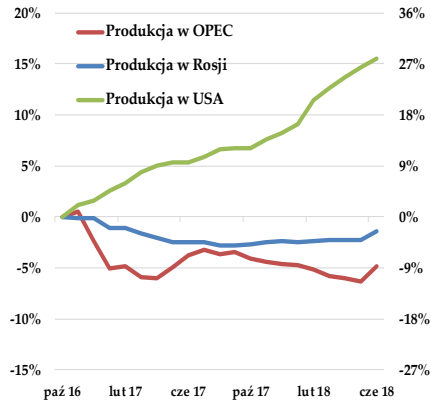
<sup>21</sup> Najbliższe spotkanie odbyło się 22 czerwca 2018 r. O rozwiązanie kwestii wcześniejszego wyjścia z obecnego porozumienia silnie zabiegały władze rosyjskie, które chciały jak najwcześniej uzyskać jak najwięcej niezbędnych informacji. Wynikało to z odmiennej struktury właścicielskiej przedsiębiorstw naftowych w Rosji, które w dużej części należą do prywatnych przedsiębiorców, a nie jak to jest w większości państw OPEC – do skarbu państwa. W marcu 2018 r. pojawiły się jednak nowe informacje, jakoby Arabia Saudyjska i Rosja chciały podpisać długoletnie (10- lub 20-letnie) porozumienie w sprawie ograniczenia produkcji.

cy z IEA prognozowali, że wzrost dostaw przekroczy wielkość światowego zapotrzebowania o 100 tys. b/d. Eksperti Saxo Banku wyliczyli średnią wartość przy uwzględnieniu wszystkich trzech instytucji i oszacowali, że popyt może przekroczyć dostawy o 230 tys. b/d i o taką wartość będą się sukcesywnie zmniejszały światowe zapasy ropy naftowej<sup>22</sup>.



**Wykres 4.** Struktura wzrostu popytu oraz wzrostu dostaw z państw spoza kartelu w 2018 r.

Źródło: Bloomberg, Saxo Bank, EIA, IEA, OPEC. Daily Brief: Oil (29.11. 2017) (Uwaga: 100% – 31.10.2016 r.).



**Wykres 5.** Wzrost produkcji ropy naftowej dla OPEC, Rosji i USA od zawarcia

Źródło: opracowanie własne, EIA, Bloomberg. Daily Brief: Oil (28.11.2017).

Istnieje jednak inne ryzyko, które może doprowadzić do wydłużenia w czasie okresu dochodzenia do równowagi rynkowej. Zdaniem analityków notowaniom ropy może obecnie ciążyć produkcja surowca w Stanach Zjednoczonych (wykres 5). Od początku 2017 do połowy 2018 r. wzrosła ona z poziomu 8,771 mln b/d do wartości 10,900 mln b/d<sup>23</sup>. Ponadto jej dalszy wzrost prognozują analitycy EIA. Agenda Departamentu Energii w USA uważa, że w 2018 r. średnia produkcja ropy naftowej w USA wyniesie 10,7 mln b/d, a w 2019 osiągnie średni poziom 11,7 mln b/d. Będzie to najwyższy poziom wydobywania w historii tego państwa – poprzedni rekord został ustanowiony w 1970 r., a produkcja ukształtowała się wtedy na poziomie 9,6 mln b/d<sup>24</sup>.

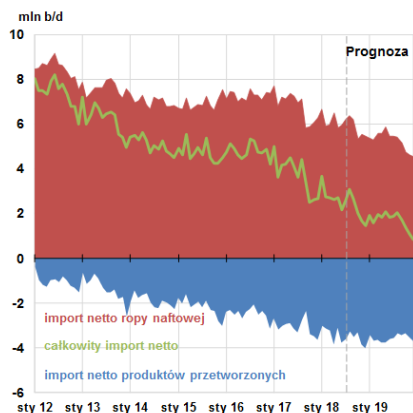
W tym miejscu należy dodać, że Stany Zjednoczone produkują dużą część zużywanej przez siebie ropy naftowej, ale nadal opierają się na

<sup>22</sup> Bloomberg, Saxo Bank, EIA, IEA, OPEC Daily Brief: Oil (28.11.2017).

<sup>23</sup> Stan na 29 czerwca 2018 r. – dane z platformy Bloomberg.

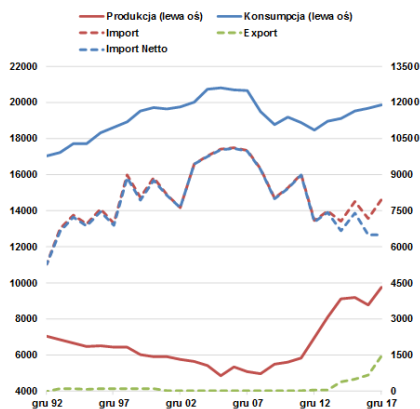
<sup>24</sup> EIA, Short-term Energy Outlook – August 2018, [https://www.eia.gov/outlooks/steo/pdf/steo\\_full.pdf](https://www.eia.gov/outlooks/steo/pdf/steo_full.pdf) (7.08.2018).

importie surowca, aby móc w pełni zaspokoić krajowy popyt. Jak pokazują dane EIA, w II kwartale 2018 r. Stany Zjednoczone produkowały średnio około 17,4 mln b/d produktów ropopochodnych, a zużywały średnio około 20,20 mln b/d<sup>25</sup> (wykres 7).



**Wykres 6.** Import netto ropy i produktów ropopochodnych w USA

Źródło: EIA, *Short-Term Energy Outlook*, sierpień 2018.



**Wykres 7.** Konsumpcja, produkcja, import, eksport i import netto w USA (mln b/d)

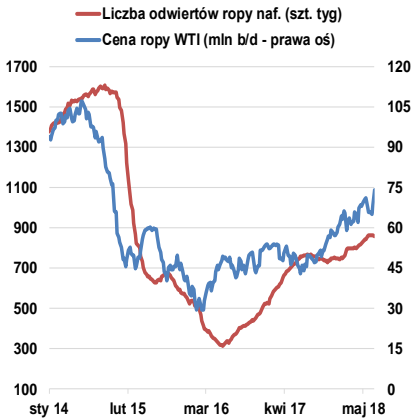
Źródło: EIA, *Monthly Energy Review*, marzec 2018.

Ponadto pomimo wciąż wysokiego popytu na produkty naftowe w ostatnich latach zmniejszyła się zależność USA od importu tego surowca. Poziom importu osiągnął najwyższą wartość dla Stanów Zjednoczonych w 2005 r. i od tego czasu zaczął się sukcesywnie zmniejszać. Trend ten był spowodowany wieloma czynnikami, w tym obniżeniem się krajowej konsumpcji, większym zużyciem biopaliw oraz wzrostem krajowej produkcji surowca. W konsekwencji w 2017 r. import netto ropy wyniósł średnio 3,7 mln b/d, co odpowiadało 19% całkowitego zużycia ropy w Stanach Zjednoczonych, i był najniższym odsetkiem od 1967 r. (wykres 6)<sup>26</sup>. Ponadto zmieniła się struktura dostawców. W latach 70. XX w. USA im-

<sup>25</sup> Należy jednak podkreślić, że produkty ropopochodne to nie tylko ropa naftowa. Do tej grupy zaliczane są również produkty rafinacji ropy naftowej, takie jak benzyna, olej napędowy, paliwo lotnicze, oleje i inne ciecze, jak np. etanol paliwowy, składniki mieszanki do benzyny i inne składniki rafinacji, EIA, *Oil Imports and Exports*, [https://www.eia.gov/energyexplained/index.php?page=oil\\_imports](https://www.eia.gov/energyexplained/index.php?page=oil_imports) (8.08.2018).

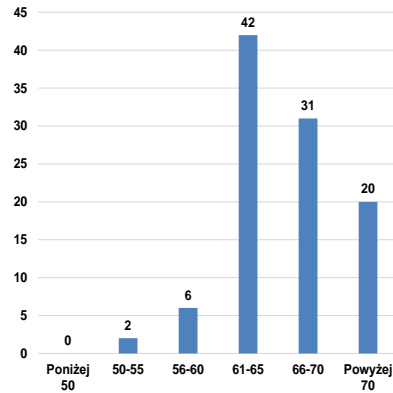
<sup>26</sup> Według prognoz EIA całkowity import netto ropy i produktów naftowych w USA w bieżącym roku ma spaść do poziomu 2,4 mln b/d, a w przyszłym ma osiągnąć poziom 1,6 mln b/d – będzie to najniższa wartość importu netto od 1958 r. EIA, *Short-Term Energy Outlook* – July 2018, <https://www.eia.gov/outlooks/stco/archives/ Jul18.pdf> (8.08.2018).

portowało 70% ropy naftowej z krajów OPEC, a w ubiegłym roku ten stosunek uległ zmniejszeniu do około 17%. Obecnie Stany Zjednoczone największą część ropy importują z Kanady. Jej udział w strukturze importu wzrósł bowiem z poziomu 15% w 1994 r. do wartości 40% w 2017 r.<sup>27</sup> Przyczynia się to zatem do osiągnięcia coraz wyższego poziomu bezpieczeństwa dla amerykańskiej gospodarki.



**Wykres 8.** Ceny ropy WTI oraz liczba aktywnych wiertni w USA od początku 2014 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z platformy Bloomberg.



**Wykres 9.** Udziałowy poziom skłonności do zwiększenia produkcji ropy naftowej wśród producentów w USA

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Federal Reserve Bank of Dallas*<sup>28</sup>.

Dodatkowo silnie wzrasta również liczba czynnych odwiertów wydobywających surowiec w USA. Od najniższego poziomu odnotowanego w maju 2016 r. do połowy 2018 r. ich liczba według danych firmy Baker Hughes przyrosła o 542 do poziomu 858 (wykres 8)<sup>29</sup>. Jest to bardzo istotne, ponieważ według badań analityków EIA zmiany cen ropy wpływają na liczbę wiertni z około 4-miesięcznym opóźnieniem, a z kolei zmiany liczby wiertni oddziałują na zmiany wielkości produkcji w ciągu około 2 miesięcy. Zmiany wielkości produkcji pojawiają się

<sup>27</sup> EIA, *Oil Imports and Exports*, [https://www.eia.gov/energyexplained/index.php?page=oil\\_imports](https://www.eia.gov/energyexplained/index.php?page=oil_imports) (08.08.2018), EIA, *How much of the oil produced in the United States is consumed in the United States?* <https://www.eia.gov/tools/faqs/faq.php?id=268&t=6> (8.08.2018).

<sup>28</sup> Uwaga: Kierownictwo 125 firm wydobywających ropę i gaz ziemny odpowiadało na to pytanie w okresie od 13 do 21 grudnia 2017 r. Dla porównania ceny spot ropy WTI wynosiły w tym okresie 57,42 USD/b.

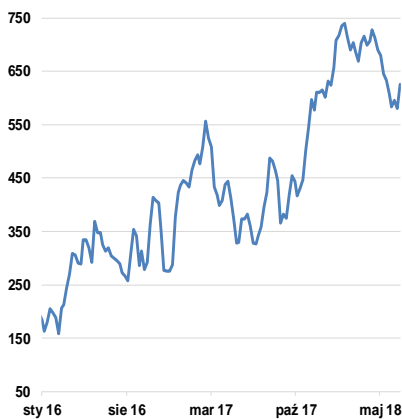
<sup>29</sup> Stan na 29 czerwca 2018 r. – dane z platformy Bloomberg.

zatem po upływie około 6 miesięcy od wzrostu ceny ropy naftowej na globalnych rynkach surowcowych<sup>30</sup>. Przy obecnych poziomach cen surowca produkcja w USA staje się zatem bardzo opłacalna. Potwierdzają to badania przeprowadzone przez Rezerwę Federalną z Dallas, według której przy cenie powyżej 61 USD/b aż 42% badanych firm produkujących ropę w USA będzie skłonnych zwiększać produkcję. Ponadto dodatkowe 31% przedsiębiorstw zwiększyłoby inwestycje, gdyby ceny przekroczyły poziom 66 USD/b (wykres 9)<sup>31</sup>.



**Wykres 10.** Produkcja ropy naftowej w Iraku od początku grudnia 2016 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z platformy Bloomberg



**Wykres 11.** Różnica pomiędzy długimi i krótkimi pozycjami otwartymi na kontraktach na ropę naftową

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z platformy Bloomberg.

Problemem kartelu może być również często występująca u jego członków tendencja do oszukiwania w zakresie wyznaczonych limitów produkcyjnych. W trakcie wieloletniej współpracy państw w stowarzyszeniu, pomimo licznych ustaleń i nałożonych ograniczeń, bardzo często dochodziło do łamania wcześniej określonych porozumień. Podobna sytuacja występuje w przypadku Iraku, który w listopadzie 2016 r. zadeklarował, że ograniczy wielkość swojej produkcji do poziomu 4,351 mln b/d, niemniej jednak tylko raz w ciągu całego okresu obowiązywania limitów produkcji udało mu się osiągnąć miesięczny poziom wydobycia na wyznaczonym poziomie (wykres 10). Poniekąd światowe zapasy

<sup>30</sup> EIA, *U.S. crude oil production expected to increase through end of 2017, setting up record 2018* <https://www.eia.gov/todayinenergy/detail.php?id=33332> (8.01.2018).

<sup>31</sup> Bloomberg, *Crude Surge Beyond \$61 to Trigger Shale. Daily Brief: Oil* (4.01.2017).

surowca cały czas spadają za sprawą redukcji wydobycia oraz problemów politycznych i finansowych wśród niektórych członków produkujących ten surowiec (m.in. Wenezuela), ale gdyby pozostałe państwa, które obecnie wywiązują się z podpisanego porozumienia, przestały je respektować, może dojść do szybkiego i niekontrolowanego „zalanania rynku” ropą, co będzie się przekładało na sukcesywne obniżenie globalnych cen surowca. Ponadto w sezonie letnim wzrasta zapotrzebowanie na surowiec, a to może być dodatkowym pretekstem do szybszego zerwania obecnie obowiązującej umowy, szczególnie dla państw, które mają wolne moce produkcyjne.

Jednym z czynników, jaki może doprowadzić do wzrostu produkcji w USA, jest również wysoka liczba otwartych kontraktów terminowych na sprzedaż ropy naftowej, przy której producenci surowca wykorzystują strategię zabezpieczenia ceny zwaną *hedging*. Zabezpieczenie finansowe dla producentów zmniejsza bowiem efekt spadku przychodów w sytuacji obniżenia się ceny surowca. Według danych gromadzonych przez agencję *Commodity Futures Trading Commission*<sup>32</sup> w Stanach Zjednoczonych różnica w saldzie pomiędzy długimi i krótkimi pozycjami osiągnęła na początku lutego 2018 r. rekordowy poziom 739 097 kontraktów<sup>33</sup> (wykres 11). W kolejnych miesiącach uległa niewielkiemu obniżeniu, ale i tak plasuje się na podwyższonych poziomach. W konsekwencji, dzięki zagwarantowaniu sobie możliwości sprzedaży ropy po średniej cenie 48,95 USD/b przez wielu amerykańskich producentów, obecnie, gdyby nawet doszło do silnego spadku cen surowca, spółki zajmujące się wydobyciem ropy będą mogły ją nadal sprzedawać, zyskując na zawartych kontraktach, i nie będą musiały zmniejszać swojej produkcji<sup>34</sup>.

## Zakończenie

W listopadzie 2016 r. doszło do bardzo dużej zmiany w polityce podażowej kartelu OPEC. Państwa członkowskie zobowiązały się do znaczącego ograniczenia produkcji, i jak pokazały dalsze wydarzenia, wprowadziły ustalone ograniczenia w życie. W rezultacie doprowadziło to do znaczącego podwyższenia cen ropy naftowej. Ponadto kartelowi udało się również doprowadzić do znacznego ograniczenia światowych zapasów ropy naftowej w postaci zredukowania zapasów wśród państw należących do grupy OECD (wyznaczanych za pomocą pięcioletniej średniej).

<sup>32</sup> *Commodity Futures Trading Commission* (CFTC) – niezależna agencja w Stanach Zjednoczonych, zajmująca się regulacją rynku kontraktów terminowych oraz opcji.

<sup>33</sup> Stan na 29 czerwca 2018 r. – dane z platformy Bloomberg.

<sup>34</sup> Bloomberg, *Once again, it's all about U.S. Shale in 2018. Daily Brief: Oil* (20.12.2017).

W 2018 r. zwiększyło się jednak ryzyko zaprzepaszczenia osiągniętych wyników. Producenci surowca ze Stanów Zjednoczonych po przeczekaniu okresu silnego spadku cen na rynkach globalnych zwiększyli swoją produkcję, głównie jeżeli chodzi o ropę z łupków, co w rezultacie doprowadziło do osiągnięcia nowego historycznego szczytu w produkcji ropy w tym państwie. Ponadto Amerykanie zwiększyli poziom eksportowanych produktów ropopochodnych, przez co podnieśli konkurencję na rynku zbytu między innymi dla producentów z kartelu OPEC.

Sytuację komplikuje również zerwanie porozumienia nuklearnego z Iranem przez Stany Zjednoczone. Prezydent Donald Trump wprowadził już bowiem część sankcji gospodarczych na sektor finansowy w tym kraju w postaci zakazu nabywania przez rząd w Teheranie amerykańskich dolarów, zakazu nabywania i subskrypcji irańskich obligacji oraz pośrednictwa w emisji długu przez Iran. Rynek ropy naftowej czeka jednak na listopad 2018 r., kiedy to mają wejść w życie ograniczenia zakazujące nabywanie irańskiej ropy pod groźbą nałożenia na kupujących sankcji gospodarczych ze strony USA. Wprowadzenie takich restrykcji może poważnie zaburzyć globalną strukturę cen ropy naftowej, co w przypadku wzrostu jej cen przekładać się będzie na osłabienie światowego wzrostu gospodarczego. Dodatkowo konflikt na linii Iran – USA komplikują także sankcje gospodarcze nałożone przez USA na Chiny. Chińskie władze w ramach odwetu chcą bowiem nałożyć cła na import amerykańskiej ropy, co może negatywnie wpływać na jej ceny. W rezultacie tych zdarzeń wszystkie dotychczasowe posunięcia państw kartelu OPEC mogą zostać zaprzepaszczone, co w konsekwencji może doprowadzić do spadku wartości ropy naftowej.

Artykuł nie zamyka możliwości dalszych rozważań nad kwestią rozwoju rewolucji łupkowej w USA oraz nad następnymi poczynaniami państw OPEC, które będą realizowane po wygaśnięciu obecnie obowiązującego porozumienia. W dalszej kolejności warto przeanalizować skutki toczącej się wojny handlowej pomiędzy USA i Chinami, które wpływają na rynek ropy, oraz konsekwencje zamrożenia możliwości eksportu ropy ze strony Iranu. Dodatkowo istotną kwestią kontynuowania ograniczenia produkcji surowca wśród krajów OPEC+ będzie dalsze utrzymywanie wydobycia na wcześniej wyznaczonych limitach. Podwyższenie produkcji przez jakiegokolwiek członka stowarzyszenia skutkować może zerwaniem dotychczasowego porozumienia i ponownym „zalaniem rynku” ropą naftową.

## Bibliografia

- Bloomberg, *Crude Surge Beyond \$61 to Trigger Shale* (4.01.2017).  
Bloomberg, *Daily Brief: Oil* (28.11.2017).  
Bloomberg, *Once again, it's all about U.S. Shale in 2018* (20.12.2017).



- ECB Economic Bulletin, *Impact of the November 2016 OPEC agreement on the oil market* [https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/eb201608\\_focus01.en.pdf?84e6b1f5356e53c615d6e8e5af195007](https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/eb201608_focus01.en.pdf?84e6b1f5356e53c615d6e8e5af195007) (27.11.2017).
- EIA, *How much of the oil produced in the United States is consumed in the United States?* <https://www.eia.gov/tools/faqs/faq.php?id=268&t=6> (8.08.2018).
- EIA, *Oil Imports and Exports*, [https://www.eia.gov/energyexplained/index.php?page=oil\\_imports](https://www.eia.gov/energyexplained/index.php?page=oil_imports) (8.08.2018).
- EIA, *Short-term Energy Outlook – December 2016* <https://www.eia.gov/outlooks/steo/outlook.cfm#issues2016> (22.12.2017).
- EIA, *Short-term Energy Outlook – December 2017* <https://www.eia.gov/outlooks/steo/archives/Dec17.pdf> (12.12.2017).
- EIA, *Short-term Energy Outlook – April 2018* [https://www.eia.gov/outlooks/steo/pdf/steo\\_full.pdf](https://www.eia.gov/outlooks/steo/pdf/steo_full.pdf) (10.04.2018).
- EIA, *Short-Term Energy Outlook – July 2018*, <https://www.eia.gov/outlooks/steo/archives/Jul18.pdf> (8.08.2018).
- EIA, *Short-term Energy Outlook – August 2018*, [https://www.eia.gov/outlooks/steo/pdf/steo\\_full.pdf](https://www.eia.gov/outlooks/steo/pdf/steo_full.pdf) (7.08.2018).
- EIA, *U.S. crude oil production expected to increase through end of 2017, setting up record 2018* <https://www.eia.gov/todayinenergy/detail.php?id=33332> (8.01.2018).
- Fattouh B., Sen A. 2016, *OPEC Deal or No Deal? This Not the Question*, The Oxford Institute for Energy Studies <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2016/10/OPEC-Deal-or-No-Deal-This-is-Not-the-Question.pdf> (7.08.2018).
- Henderson J. 2016, *Room for cynicism and hope in Russia's deal with OPEC*, The Oxford Institute for Energy Studies <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2016/10/OPEC-Deal-or-No-Deal-This-is-Not-the-Question.pdf> (7.08.2018).
- IEA, *OMR: What a difference a year makes – December 2016* <http://www.iea.org/newsroom/news/2016/december/omr-what-a-difference-a-year-makes.html> (22.12.2017).
- Lardic S., Mignon V. 2006, *Oil prices and economic activity: an asymmetric cointegration approach*, „Energy Economics”, nr 30.
- OPEC revenues fact sheet*, EIA <https://www.eia.gov/beta/international/regionstotics.cfm?RegionTopicID=OPEC> (3.01.2018).
- Sierakowska D. 2015, *Świat surowców*, Warszawa.
- Socha R., Wdowiński P. 2018, *Tendencje zmian cen na światowym rynku ropy naftowej po 2000 roku*, „Gospodarka Narodowa”, nr 1.
- Ulatowski R. 2016, *Analiza porównawcza polityki energetycznej importerów i eksporterów surowców energetycznych na przykładzie Niemiec i Arabii Saudyjskiej: perspektywa geoeconomiczna*, Warszawa.
- USA i Arabia Saudyjska kontynuują naftową wojnę*, Biznes Alert <https://biznes.alert.pl/usa-i-arabia-saudyjska-kontynuuj-naftowa-wojne/> (30.11.2017).

Joanna Dyduch\*, Jarosław Jarzabek\*\*, Artur Skorek\*\*\*

## THE DEPENDENCE OF GULF COUNTRIES ON HYDROCARBONS EXPORT – A PERSPECTIVE OF REGIONAL SECURITY COMPLEX THEORY

### UZALEŻNIENIE PAŃSTW ZATOKI PERSKIEJ OD EKSPORTU WĘGLOWODORÓW – PERSPEKTYWA TEORII REGIONALNYCH KOMPLEKSÓW BEZPIECZEŃSTWA

#### Abstrakt

Artykuł podejmuje problematykę zależności państw subregionu Zatoki Perskiej od dochodów z eksportu węglowodorów i analizuje ją z perspektywy teorii regionalnych kompleksów bezpieczeństwa (TRKB). Hipoteza badawcza zakłada, że zależność od eksportu węglowodorów jest jednym istotnych czynników pogłębiających dylemat bezpieczeństwa w tym subregionie. Artykuł charakteryzuje główne zależności w obszarze bezpieczeństwa pomiędzy państwami Zatoki Perskiej, analizuje stopień i skutki uzależnienia poszczególnych państw od eksportu ropy naftowej i gazu ziemnego oraz przedstawia działania ich rządy, mające na celu uniknięcie popadnięcia w zależność kłętwy surowcowej. Wykorzystywana w artykule TRKB pozwala na ukazanie, w jaki sposób zależność od eksportu gazu i ropy naftowej podsyca regionalne konflikty, utrudnia bliższą współpracę i w ten sposób utrwała nieefektywny i zasobochłonny model gospodarki rozdzielczej, opartej na dochodach zewnętrznych.

**Słowa kluczowe:** TRKB, Zatoka Perska, eksport węglowodorów, zależność, dylemat bezpieczeństwa

#### Introduction

The aim of the article is to investigate the problem of dependence of the Gulf countries on hydrocarbon export in the perspective of the regional security complex theory (RSCT). The assumed research

---

\* Instytut Bliskiego i Dalekiego Wschodu, Uniwersytet Jagielloński, ul. Gronostajowa 3, 30-387 Kraków, adres e-mail: joanna.dyduch@uj.edu.pl

\*\* Instytut Studiów Międzynarodowych, Uniwersytet Wrocławski, ul. Koszarowa 3, 51-149 Wrocław, adres e-mail: jaroslaw.jarzabek@uwr.edu.pl

\*\*\* Instytut Bliskiego i Dalekiego Wschodu, Uniwersytet Jagielloński, ul. Gronostajowa 3, 30-387 Kraków, adres e-mail: artur.skorek@uj.edu.pl

hypothesis is structured as follows: the dependence on hydrocarbons export is one of the important factors that deepen the security dilemma in the Gulf. The article starts with delineating the features of the Gulf subregion, which will be followed by the analysis of the degree and effects of dependence on hydrocarbons export for the region's states. Some of them, aware of the problem caused by such a dependence have undertaken attempts to escape the pitfall of resource curse with varying success. The RSCT perspective will be used consistently throughout the article to show how the reliance on gas and oil exports exacerbates regional conflicts, prevents closer cooperation and thus petrifies the inefficient and resource costly model of the distributive economy based on the external rent.

### **Regional security subcomplex of the Gulf**

In the regional security complex theory (RSCT) the Gulf is one of three subcomplexes of the Middle Eastern regional security complex. The Middle Eastern regional security complex is described as a perennial conflict formation, in which the autonomous regional level of security is intertwined with strong external influences from the global level (Buzan, Waever 2003: 187). The borders of the region include all Arab states plus Iran and Israel. Afghanistan and Turkey play the role of isolators between the Middle East and the regions of South Asia and Europe respectively. Middle Eastern RSC is then divided into three subcomplexes: Maghreb, which includes the Arab states of North Africa, such as Algeria, Libya, Morocco and Tunisia; the Levant, which includes Egypt, Israel along with the Occupied Palestinian Territories, Jordan, Lebanon and Syria; Persian Gulf, which consists of Iran, Iraq, and all countries lying on the Arabian Peninsula, namely Bahrain, Yemen, Qatar, Kuwait, Oman, Saudi Arabia and United Arab Emirates (Buzan, Waever 2003: 187–191).

For decades the Gulf subcomplex has been "centered on a triangular rivalry among Iran, Iraq, and the Gulf Arab states led by Saudi Arabia" (Buzan, Waever 2003: 191). After 2003, however, when Iraq fell into chaos after the overthrow of Saddam Hussein and ceased to play a role of regional power, the subcomplex is centered on a two-sided rivalry between Iran and Saudi Arabia. In addition to this, there is a number of peripheral rivalries: inside Yemen (which became a proxy conflict of the Saudi-Iranian rivalry) and more recently between Qatar and Saudi Arabia. The Saudi-Iranian rivalry stemmed from both the traditional patterns of amity and enmity as well as from more recent political and economic interest and ambitions. Both parties to claim leadership of opposing sides

in the traditional Middle Eastern rivalries: Sunni-Shiite and Arab-Persian. In the XXI century, this sectarianism has been consequently securitized by both sides, becoming a defining regional cleavage. As Saudi Arabia and Iran are the most powerful countries located on the Gulf, they naturally compete with each other for influence in other states of the subregion and for control over the Persian Gulf itself and sea transport routes running there. Saudi Arabia has gained a much stronger position in the smaller states of the subregion: Bahrain, Kuwait, Oman, and the UAE, while Iran consistently strengthens its influence in Iraq and recently also in Qatar. The Saudi-Iranian rivalry is also partially a result of "a diversionary tactic of domestically vulnerable Gulf monarchies to divert attention away from their democratic and economic shortcomings" (Hanau Santini R. 2017: 103). The same can be said about Iranian authorities, which securitize the external relations of the country in an attempt to divert the attention of their own society from unresolved internal problems.

Iran's actions are of course a certain objective threat to Saudi Arabia's national security, especially in the context of supporting and inciting local Shi'ite communities and threats to block shipping routes in the waters of the Persian Gulf. However, it is hard to imagine that Iran could pose an existential threat to Saudi Arabia, especially if we take into account the security guarantees that the United States give to the government in Riyadh. The scale of securitization of threats from Iran and the Shiite community allows even to talk about the anti-Shiite paranoia of the authorities in Riyadh, bolstered to a large extent by the Wahhabi religious-political doctrine. It takes the form of fear of tightening around Saudi Arabia, the "Shiite ring", which would surround it from the south (Yemeni Zaidis), the east (Iran and the Shiite minority in the east of Saudi Arabia) and the north (Iraqi Shiites and Alawites in Syria) (Shihabi 2018, Coogle 2017).

### **The degree and effects of dependence on hydrocarbons export**

For decades of oil and gas extraction and export, the economies of the Gulf countries have become deeply dependent on this source of income. This is perfectly illustrated by the percentage of fiscal revenues, which in individual countries come from the hydrocarbons export. Between 2011 and 2014 it was over 90% in Iraq, approx. 80% in Saudi Arabia and Kuwait, 70% in Bahrain, Qatar, and Yemen, 50% in Iran,

45% in Oman and 40% in UAE (Economic Diversification..., 2016: 8; US Energy Information Administration). Since the oil crisis in early 1970, the Gulf countries used the rising oil and gas export revenues to develop the model distributive economy. Using their privileged financial situation, these countries imported technologies, knowledge, and labor, developing not through their own invention or innovation but through imitation and learning (Hvidt 2015: 24-25). This model, however, turned out to be problematic, causing the enormous dependence on the export of energy resources on the one hand and on the import of knowledge and technology on the other. The distributive economy was also unable to create a sufficient number of jobs for the local population in non-oil sectors or to meet the other needs of citizens of the Gulf states. The Gulf countries have failed in ensuring an equitable distribution of income and government expenditures were often wasteful (Askari and Arfaa 2007: 177–202).

The economy of Saudi Arabia, the biggest in the region, is significantly dependent on hydrocarbons export. Oil, gas and oil products represent ca. 80% of fiscal revenues and 90% of total export revenues, as well as account for 45% of the country's GDP. Saudi Arabia has the second largest oil resources in the world, estimated at ca. 266 billion barrels and in 2016 produced ca. 10,5 million barrels of oil per day (*Saudi Arabia Facts...*). The economy of Saudi Arabia, giving employment to over 10 million foreigners (Saudi Arabia, *CIA Factbook*), is also struggling with the problem of high unemployment among its own citizens, especially poorly educated young Saudis. This supposed to be changed by the complex program of socio-economic reforms, Vision 2030, announced in April 2016 (Vision 2030). It is still too early to prejudge the chances of this program's success, however, it seems that the economic problems of Saudi Arabia are to a large extent structural. They are partly caused by the cultural limitations of the Saudis themselves, resulting from their Bedouin-tribal traditions, and partly by the government's policy of social distribution, which discourages young citizens from making efforts to increase their knowledge or improve their skills to become competitive on the labor market. Obviously, the purely economic factor, that is replacing local workers with much cheaper employees from abroad, also plays a huge role here (Sons 2018: 125-143; El-Katiri 2016).

Iran, the second-biggest economy among the Gulf countries, in addition to oil and gas production (proven crude oil reserves of 157,200 million barrels and proven natural gas reserves of 33,721.2 billion cu. m.) has also a fairly well-developed agriculture, industry, and service

sector. The country struggles, however, with numerous economic problems and its own limitations, which significantly hinder its economic development. These include international economic sanctions, largely abolished in January 2016 as a result of the implementation of the JCPOA nuclear deal, but partially restored in May 2018 after the US president, Donald Trump decided to withdraw the US from the agreement (*The JCPOA Timeline...*). No less important are also the internal factors, such as huge state interference in the economy, ubiquitous corruption, inflation, high unemployment, price control, subsidizing unprofitable projects and weak banking system (Eltejaei 2015; Jalilvand D. R. 2018: 95-105).

The war-shattered economy of Iraq is particularly heavily dependent on the revenues from oil export. Its proven crude oil reserves of 148,766 million barrels represent over 90% of the country's fiscal revenues and almost 100% of the value of its exports. The Iraqi economy has been hit hard by recent conflict with self-proclaimed Iraq and Levant State (ISIS), ongoing disputes with the authorities of the Iraqi Kurdistan Autonomous Region and numerous pathologies of political and economic life, such as bad governance, endemic corruption, nepotism, mismanagement, etc. (Al-Khatteeb 2018: 106-124).

The United Arab Emirates, unlike most other Gulf countries, achieved considerable success in diversifying their economy. This was possible mainly due to investments in infrastructure, promotion of the market economy and private enterprise as well as incentives for foreign investors from non-oil sectors. The main problems of the Emirates' economies are still significant dependence on oil inflows, huge dependence on the foreign labor force and growing inflationary pressure (El-Katiri 2018: 82-94). The Qatari authorities followed the same path and although sales of crude oil and natural gas continue to be the main sources of income, the country has also made significant investments in non-energy sectors, in particular processing, construction, and financial services. The attempts to diversify the Kuwaiti economy have been less successful. The authorities were not able to stimulate the private sector, nor to create a good climate for foreign investment in non-oil-producing sectors. The reserves of this resource in Kuwait are huge and reach 101,500 million barrels (6% of global reserves), but also account for 80% of budget revenues, 90% of total exports and half of the country's GDP (*Kuwait facts and figures*).

Oil resources in Oman are slowly depleting and the country must use more and more advanced (and therefore more expensive) mining techniques to maintain its production level. Sultanate authorities have

adopted an ambitious plan to limit the oil sector's share in the country's GDP from 46% to 9% by 2020 through investments in tourism and gas-based industries, but the success of this plan seems unlikely. The economic situation of Bahrain is even worse, as the excessively large social expenditures and employment in the public sector have exceeded the country's financial capabilities for a long time. The own oil resources of this island kingdom began to run out already in 1970. and now it can supply its own refineries with crude oil and export oil products only thanks to Saudi Arabia agreeing to make additional shares available to them in their joint Abu Saafa deposit (Cordesman, al-Rodhan 2007: 65). In April 2018 the Bahraini authorities have announced the discovery of huge oil and gas deposits that may contain up to 80 billion barrels of oil and 390 billion cu. m. of natural gas. The oil and gas resources are, however, held in source-rock formations (shale deposits) and it remains unknown how much of it is at all recoverable (Noel 2018). Any attempts to diversify the Bahraini economy did not bring the desired results so far. Additionally, both Oman and Bahrain, for a long time have had problems balancing their budgets, so at the moment they already have a high public debt and no significant financial reserves (El-Katiri 2018: 82-94). Yemen, the poorest country in the Arabian Peninsula, has much fewer oil reserves than other countries in the region. Despite this, revenues from its exports still represent 1/4 of its GDP and over 65% of budget revenues. At least that was so until the overthrow of President Salah and the outbreak of the civil war that caused the country's further economic downturn. In the face of ongoing conflict, the perspectives of the Yemeni economy look very bad and the situation of the majority of the population of the country is dramatic (Feierstein 2018).

The sharp drop in oil prices recorded since 2014 has seriously affected the economies of the Persian Gulf countries. To balance their budgets for the years coming many of them had to use their foreign currency reserves, issue bonds and cut selected expenses. In the second quarter of 2016, crude oil prices bounced back from their record low 26 USD per barrel in February 2016 and began to grow, reaching 80 USD per barrel in mid-May 2018 (Geiger 2018). The fall in oil prices since 2014 have been caused by several factors: smaller demand due to the generally poor global economic situation, increasing efficiency of the industry and growing substitution of oil by other energy sources; prolonged lack of agreement among producers to reduce extraction; growing production of shale oil in the USA (*Why the Oil Price is Falling*). Furthermore, an agreement on the Iranian nuclear program in July 2015 (JCPOA) and lifting the economic sanctions imposed earlier,

resulted in increased crude oil export from that country. In 2016, the International Energy Agency (IEA) believed that the drop in the price of oil is long-term and will not stabilize at a level close to 80 USD per barrel at least until 2020 (*World Energy Outlook*).

### **In the search for alternative solutions**

The crisis associated with the fall in oil prices in the years 2014-2017 shows the fragility of an adopted economic model and raises the question of how to deal with this type of sudden drop in income. If the Gulf countries decide to cut subsidies, investment expenditures and other government programs, it will certainly have a negative impact on the social mood and internal stability of these countries. Societies accustomed to receiving numerous goods and services for free or at very preferential prices will not favor the power that takes them away from them. An attempt to strengthen the income side of the budget, for example by raising (and in some countries introducing) taxes, would certainly provoke similar, angry responses from the public. Meanwhile, the break-even oil prices (oil prices necessary to balance the budget, without limiting public spending) in 2016 were: 106 USD per barrel for Bahrain, 97 for Saudi Arabia, 89 for Oman, 61 for UAE, 58 for Iran, 50 for Qatar, 47 for Iraq, and 43 for Kuwait (*Oct 2017 MCD REO...*).

The steps taken by the leaders of the Gulf states in 2014 and 2015 to reduce the budget deficits, shown they are aware of this problem. In Saudi Arabia, in 2015 the budget deficit amounted to around 20% of GDP, the authorities in the first place decided to finance it from foreign exchange reserves and by borrowing money. However, without reducing expenditures and finding other sources of income, even huge foreign currency reserves of Saudi Arabia would be enough to balance the budget for only several years. Therefore Saudi authorities had to plan some expenditure reductions that, according to the government, would affect mainly various investment projects that are not crucial for the state economy. The military and social expenditure supposed to remain mostly intact (*Saudi Arabia to run out...*). These plans, however, proved to be unrealistic and ultimately Saudi Arabia had to significantly reduce its military and, to some extent, social spending in 2016 (*The Military Balance 2017: 401*).

Even more difficult was the situation of Bahrain, which in 2015 recorded a budget deficit of USD 4 billion, which accounted for around 13% of its GDP. Because the kingdom did not have any significant foreign currency reserves and its bonds had a "junk" rating in order to save public finances, the Bahraini authorities had to cut down on some



social expenses and benefits, including subsidies for water, electricity, fuels, meat and poultry (*Bahrain, Oman cut...*). The situation of Oman was equally difficult because its budget deficit in 2015 amounted to USD 6.5 billion, which accounted for 11% of its GDP. Just like Bahrain, Oman had limited possibilities to finance the deficit from reserves or loans, so the sultanate's authorities tried to cut social expenditures, which met with strong resistance from society (Al Kharusi, Stella Ada 2018: 1141–1157).

In Iraq, low oil prices caused problems with balancing the budget and significantly hinder the reconstruction of the areas previously occupied by ISIS and destroyed as a result of the fighting. In Yemen, low oil prices combined with the ongoing civil war led to an uncontrolled rise in inflation and a significant reduction in food and fuel imports, which caused a humanitarian crisis in many regions of the country. Low oil prices were also a problem for Iran, which, after the abolition of economic sanctions in early 2016, planned to use higher profits from the sale of oil and gas to rebuild its economy and increase investment. Iran, however, according to its officials, prefers a "reasonable" oil price, which should oscillate around 60–70 USD per barrel (*Iran oil min says...*).

Other Gulf states are in a relatively better situation. The United Arab Emirates have taken some steps to reduce social spending, but the country anyway has sufficiently large foreign currency reserves to survive for decades of low oil prices. Similarly, Qatar and Kuwait, which, although affected by declines in oil prices, have managed to accumulate sufficiently large financial reserves over the past decades to balance their budgets in the long run. It is estimated that Kuwait and Qatar could survive for 25 years with oil prices below 50 USD a barrel, and UAE even 30 years (*Saudi Arabia to run out...*).

In the face of unstable revenues from the export of hydrocarbons, one of the areas of the Gulf states' public spending, which is military expenditure, becomes particularly important. Military expenditures represent a significant burden on the budgets of most Gulf countries, accounting for a large share of government spending (in 2017 it was 11,8% in Bahrain, 15,8% in Iran, 9,4% in Iraq, 11,3% in Kuwait, 26,3% in Oman, 30,4% in Saudi Arabia (SIPRI Military Expenditure Database 2018) <sup>1</sup>). A possible reduction of these expenditures would not be associated with such serious social dissatisfaction as limiting social spending, but countries of the Gulf are not very eager to limit these expenses. This is mainly due to the fact that the authorities perceive the reinforcement and expansion of the armed forces as a response to the

---

<sup>1</sup> Reliable, recent data on Qatar, UAE and Yemen are unavailable, but they are likely high-spending countries (SIPRI Military Expenditure Database 2018).

inevitable, immediate and deadly threat to their existence. Other threats, such as the public finances crisis or public dissatisfaction, are perceived as less dangerous and not immediate or fatal (Jarzabek 2016).

### **Deepening rivalry**

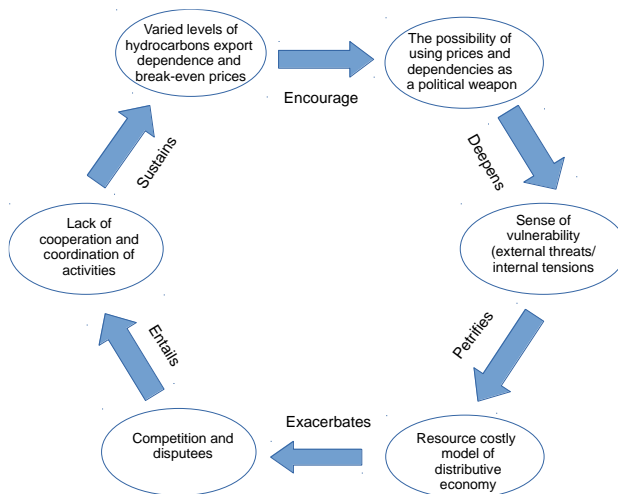
Theoretically, all the Gulf states are in a similar situation, with their high or very high level of dependence on hydrocarbon exports. This supposed to facilitate their cooperation as all of them should have an interest in maintaining relatively high oil and natural gas prices. There is, however, a number of other factors that influence their mutual relations, which include durable patterns of amity and enmity as well as numerous current political issues. In many cases, they overshadow the purely economic interests of the states. As a result, the countries are willing to sacrifice their financial profits in exchange for achieving political goals and a chance to gain a strategic advantage.

Even among the GCC member states, the chances for a higher level of integration and closer cooperation are hindered by sovereignty concerns and internal rivalries. It seemed probable that the organization bound together by a shared interest of its members on the one hand but torn by discords and divisions on the other will function in the same way over the next decades (Martini et al. 2016: 5-58). The crisis in the relations between Qatar and Saudi Arabia, which escalated in June 2017, shows that these calculations may already be out of date. Saudi Arabia attempts to pressure the smaller GCC states to adopt its strict anti-Iranian position. While Bahrain and UAE stay in line with Saudi position, Kuwait and Oman remained hesitant and "see their future interests best served by hedging their bets on both the kingdom and the Islamic Republic" (Cafiero and Karasik 2017). For some time the developing contacts between Oman and Kuwait with Iran caused the Saudi dissatisfaction, but Qatari's explicit opposition to demands of cessation of cooperation with Tehran provoked outrage. For now, it is manifested in the form of political and economic sanctions and attempts to isolate Qatar on the regional level, but a further escalation of the dispute may lead to a situation in which Saudi Arabia and the UAE will be willing to use force against the disobedient emirate.

Meanwhile, as experience from the past indicates, in favorable conditions the Gulf states are both willing and able to peacefully resolve conflicts and de-escalate tensions. What is more, the patterns of amity and enmity do not necessarily play a decisive role in the conflict resolution between the Gulf states, as in the past both naturally friendly

and naturally unfriendly states were able to settle disputes. For example, the dispute between Saudi Arabia and Kuwait on oil deposits in the so-called neutral zone between the two countries, although it has been going on since 1922, has never led to a serious political conflict. Both sides have an interest in oil production from two shared neutral zone oil fields, the offshore Khafji field, and the onshore Wafra field, and despite the temporary difficulties, they managed to divide the deposits (Elass 2016). Qatar was able to settle its border disputes with both the brotherly Arab states, Saudi Arabia and Bahrain in 2001 (*Saudi and Qatar End...*) as well as with Iran, peacefully dividing their respective continental shelves in the Gulf in 1970 (*Limits in the Seas...*). No territorial disputes exist between two major rivaling powers of the Gulf, Iran and Saudi Arabia.

Thus the perennial tensions between the countries of the Gulf are not so much the result of objectively conflicting interests but rather the result of a specific perception of threats. Saudi crusade against Iran results from their overwhelming fear of being encircled by Shiite forces favoring Iran. Recent events, especially seizure of power by Shiites in Iraq and the rebellion of Houthis in Yemen, in conjunction with the activity of Iranian intelligence services among Shiites living in the eastern part of the Arabian peninsula, are securitized by Saudi Arabia as an immediate, existential threat. Similarly, Iran perceives activities of Saudi Arabia and UAE, particularly their enormous military expenditures, attempts to isolate Iran regionally and internationally and military actions against Iran's allies in the region as an existential threat to its own existence. This further deepens the security dilemma and accelerates the regional arms race.



**Figure 1.** How hydrocarbons export dependence deepens security dilemma in the Gulf

In these circumstances, the dependence of the subregion's states on hydrocarbons export becomes a vulnerability that deepens their own sense of danger and contributes to further increasing mutual distrust. The crude oil and natural gas production quantities and desired price are based not only on the economic calculation but become politicized and in certain situations also securitized. Various levels of dependence on hydrocarbons export and break-even prices different for each country allow using this leverage. This petrifies their economic models of distributive economies and hinders efforts to become independent of hydrocarbons exports. The capital-surplus oil and gas exporters (GCC member states) use their sizeable rents on generous welfare high government consumption, which stabilized their autocracies but also generated labor market distortions, patronage-driven private sectors, and a high dependence on resource rents. The capital-deficient economies (with relatively modest resource rents per capita like Iran and Iraq) tried but largely failed to deploy rent to create competitive industrial strength. They also created systematic welfare entitlements, which combined with manipulation of the economy led to rent-seeking, unproductive investment, weak private sectors and greater resistance to reform (Malik 2017: 45).

## **Conclusions**

In the Gulf subregion, common economic interests do not lead to a transformation of the subcomplex into a security regime, not to mention the possibility of developing there a security community. On the contrary, the export of hydrocarbons becomes yet another factor contributing to increasing mutual distrust and rising tensions. Region's states are reluctant to undertake any steps to reduce the security dilemma and mitigate the tensions among them. This reluctance is further increased by the influence of external forces e.g. the support and security guarantees of the United States to the GCC member states and Russian support to Iran. With the powerful protector behind them, the states are more willing to take offensive actions and risky decisions, thus approaching or balancing on the threshold of war.

Not only the objective conflicting interests but also the specific perception of own strengths and vulnerabilities on both the regional and state level petrifies the inefficient model of the distributive economy in the Gulf countries. This exacerbates competition and disputes as the states perceive each other as rivals and enemies rather than friends. It makes cooperation between countries, between which there are persistent patterns of enmity impossible, and where there are traditional patterns of amity, difficult. This inability to cooperate and coordinate sustains diversification of interests, which in turn encourages the political usage of economic tools.

## References

- Al Kharusi S., Stella Ada M. 2018, *External Debt and Economic Growth: The Case of Emerging Economy*, "Journal of Economic Integration" 33(1).
- Al Khatteeb L. 2018, *Struggling with low oil prices: from bad to worse in crisis-torn Iraq* [w:] *The Political and Economic Challenges of Energy in the Middle East and North Africa*, red. D. R. Jalilvand and K. Westphal, London.
- Askari H. and Arfaa N. 2007, *Social Safety Net in Islam: The Case of Persian Gulf Oil Exporters*, "British Journal of Middle Eastern Studies", 34(2)
- Bahrain, *Oman cut gas subsidies as oil hits 12-year low*, Al-Jazeera, <http://america.aljazeera.com/articles/2016/1/12/bahrain-oman-cut-gas-subsidies-as-oil-hits-12-year-low.html> (18.05.2018).
- Buzan, B., Wæver O. 2003, *Regions and Powers: The Structure of International Security*, Cambridge.
- Cafiero G. and Karasik T. 2017, *Kuwait, Oman, and the Qatar Crisis*, Middle East Institute, <http://www.mei.edu/content/article/kuwait-oman-and-qatar-crisis> (28.05.2018).
- Coogle A. 2017, *Saudi Arabia's 'War on Terror' Is Now Targeting Saudi Shiites*, "Foreign Policy", <https://foreignpolicy.com/2017/08/23/saudi-arabias-war-on-terror-is-now-targeting-saudi-shia/> (04.12.2018).
- Cordesman A., Al-Rodhan K. 2007, *Gulf Military Forces in an Era of Asymmetric Wars*, Washington.
- Economic Diversification in Oil Exporting Arab Countries, IMF, April 2016, <https://www.imf.org/external/np/pp/eng/2016/042916.pdf> (18.05.2018).
- El Katiri L. 2016, *Saudi Arabia's Labor Market Challenge*, "Harvard Business Review", <https://hbr.org/2016/07/saudi-arabias-labor-market-challenge> (4.12.2018).
- El Katiri L. 2018, *Oil and resilience: changing energy dynamics and the smaller Gulf states* [w:] *The Political and Economic Challenges of Energy in the Middle East and North Africa*, red. D. R. Jalilvand and K. Westphal, London.
- Elass J. 2016, *Kuwait and Saudi Arabia agree to restart neutral zone oil production*, "The Arab Weekly", <https://theArabweekly.com/kuwait-and-saudi-arabia-agree-restart-neutral-zone-oil-production> (29.05.2018).
- Eltejaei E. 2015, *Oil, government's budget and economic growth in Iran*, "International Journal of Economic Policy in Emerging Economies", 8(3)
- Feierstein G. 2018, *What Happens When Yemen Collapses?*, "The National Interest", <http://nationalinterest.org/feature/what-happens-when-yemen-collapses-24774> (18.05.2018).
- Geiger J. 2018, *Saudi Arabia, UAE Assuage Oil Supply Fears*, <https://oilprice.com/Latest-Energy-News/World-News/Saudi-Arabia-UAE-Assuage-Oil-Supply-Fears.html> (18.05.2018).
- Hanau Santini R. 2017, *A New Regional Cold War in the Middle East and North Africa: Regional Security Complex Theory Revisited*, "The International Spectator" 52(4), DOI: 10.1080/03932729.2017.1371487.
- How US drillers weathered OPEC's new oil order*, CNBC, <http://www.cnn.com/2015/12/01/how-us-drillers-weathered-opecs-new-oil-order.html> (18.05.2018).
- Hvidt M. 2015, *The State and the Knowledge Economy in the Gulf: Structural and Motivational Challenges*, "Muslim World", 105 (1).
- Iran oil min says Tehran prefers "reasonable" oil price*, "Reuters", <https://uk.reuters.com/article/oil-opec-iran/iran-oil-min-says-tehran-prefers-reasonable-oil-price-shana-idUKD5N1PO00H> (25.05.2018).

- Jalilvand D. R. 2018, *Iranian energy between nuclear deal, oil price decline and new US administration* [w:] *The Political and Economic Challenges of Energy in the Middle East and North Africa*, red. D. R. Jalilvand and K. Westphal, London.
- Jarżabek J. 2016, G.C.C. Military Spending in Era of Low Oil Prices, MEI Policy Focus 2016-19, [https://www.mei.edu/sites/default/files/publications/PF19\\_Jarżabek\\_GCC\\_military\\_web.pdf](https://www.mei.edu/sites/default/files/publications/PF19_Jarżabek_GCC_military_web.pdf) (25.05.2018).
- Kuwait facts and figures*, OPEC, [http://www.opec.org/opec\\_web/en/about\\_us/165.htm](http://www.opec.org/opec_web/en/about_us/165.htm) (18.05.2018).
- Limits in the Seas No. 25. Continental Shelve Boundary: Iran-Qatar, July 9, 1970, <https://www.state.gov/documents/organization/61564.pdf> (29.05.2018).
- Malik A. 2017, *Rethinking the Rentier Curse*, (in:) *Combining Economic and Political Development. The Experience of MENA*, ed. Giacomo Luciani, Leiden.
- Martini J. et al. 2016, *The Outlook for Arab Gulf Cooperation*, RAND Corporation.
- Noel P. 2018, A large oil and gas discovery in Bahrain, IISS, <https://www.iiss.org/en/politics%20and%20strategy/blogsections/2018-4cda/april-600c/a-large-oil-and-gas-discovery-in-bahrain-3fca> (18.05.2018).
- Oct 2017 MCD REO Statistical Appendix - IMF*, <https://www.imf.org/.../reo-stat-appendix-tables-with-front-matter> (25.05.2018).
- Saudi and Qatar End 35-Year Border Dispute, Sign Accord*, "Al Bawaba News", <https://www.albawaba.com/news/saudi-and-qatar-end-35-year-border-dispute-sign-accord> (29.05.2018).
- Saudi Arabia facts and figures*, OPEC, [http://www.opec.org/opec\\_web/en/about\\_us/169.htm](http://www.opec.org/opec_web/en/about_us/169.htm) (18.05.2018).
- Saudi Arabia to run out of cash in less than 5 years*, CNN, <http://money.cnn.com/2015/10/25/investing/oil-prices-saudi-arabia-cash-opec-middle-east/index.html?iid=EL> (23.05.2018).
- Saudi Arabia, *CIA Factbook* 2018, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sa.html> (4.12.2018).
- Shihabi A. 2018, The Iranian Threat: The Saudi Perspective, LSE Middle East Centre Blog, <http://blogs.lse.ac.uk/mec/2018/06/15/the-iranian-threat-the-saudi-perspective/> (4.12.2018).
- SIPRI Military Expenditure Database 2018, <https://www.sipri.org/databases/milex> (25.05.2018).
- Sons S. 2018, *In dire need of a new social contract: Saudi Arabia's socioeconomic and political challenges* [w:] *The Political and Economic Challenges of Energy in the Middle East and North Africa*, red. D. R. Jalilvand and K. Westphal, London.
- The JCPOA Timeline*, Center for Strategic and International Studies, <http://jcpoa.timeline.csis.org> (18.05.2018).
- The Military Balance 2017, International Institute for Strategic Studies.
- Vision 2030, <http://vision2030.gov.sa/en> (18.05.2018).
- Why the Oil Price is Falling*, The Economist, <http://www.economist.com/blogs/economist-explains/2014/12/economist-explains-4> (18.05.2018).
- World Energy Outlook – Executive Summary, IEA, <https://www.iea.org/Textbase/.../WEO2015SUM.pdf> (18.05.2018).

Wojciech Rutkowski\*

## BARIERY INTEGRACJI MOŁDAWII Z UNIĄ EUROPEJSKĄ – WYMIAR ENERGETYCZNY

### BARRIERS TO MOLDOVA-EU INTEGRATION – THE ENERGY DIMENSION

#### Abstract

The article presents an analysis of energy barriers to integration between the Republic of Moldova and the European Union. Moldova is one of the most important objectives of external activity of the European Union in Eastern Europe. Nowadays, the energy market problems have a strong influence on the process of political and economic integration between Moldova and the EU. The biggest challenge for Moldova in the energy sector is to break the reliance on the supply of Russian fossil fuels, and to implement EU energy legislation, especially the rules of the third energy package. The article also emphasizes the impact of the conflict in Transnistria on EU-Moldova energy relations.

**Key words:** energy, integration, European Union, Moldova, Russia, Transnistria

#### Wstęp

Republika Mołdawii to obecnie jeden z najważniejszych adresatów aktywności Unii Europejskiej w jej najbliższym geograficznym sąsiedztwie. W ciągu ostatniej dekady nastąpiło zauważalne zdynamizowanie relacji między oboma podmiotami, zwieńczone podpisaniem przez Mołdawię umowy stowarzyszeniowej z Unią Europejską, otwierającej możliwość pogłębienia integracji politycznej i gospodarczej Mołdawii z politycznym centrum Europy.

Pomimo ożywienia stosunków między Kiszyniowem i Brukselą na drodze do integracji Mołdawii z Unią Europejską wciąż pojawiają się trudne do ominięcia przeszkody. Wiele z nich ujawnia się na płaszczyźnie energetycznej. Liczne trudności w procesie unifikacji mołdawskiego

---

\* Wydział Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych, Uniwersytet Warszawski, ul. Krakowskie Przedmieście 26/28, 00-927 Warszawa, adres e-mail: wojtek.rutkowski@poczta.onet.pl

i unijnego rynku energii wynikają bowiem z faktu, że w sferze energetyki jak w soczewce skupiają się problemy rynku surowców, geopolityka, wpływy Rosji w Mołdawii i zacofanie gospodarcze państwa. Zarówno dla Mołdawii, jak i Unii Europejskiej oznacza to konieczność brania pod uwagę wielu czynników podczas rozwiązywania problemów, które wymagają niestandardowego podejścia. Celem poniższego artykułu jest identyfikacja i wskazanie barier integracji Mołdawii z Unią Europejską w wymiarze energetycznym. Kwestie wpływu zamrożonego konfliktu o Naddniestrze na politykę energetyczną Mołdawii oraz silnego oddziaływania Rosji na kształt mołdawskiego rynku energii zostały wyszczególnione w poniższych rozważaniach z uwagi na ich doniosłe znaczenie w problematyce artykułu. Artykuł stanowi wyłącznie analizę używania instrumentów energetycznych w prowadzeniu polityki, zatem zagadnienia takie, jak przestrzeganie standardów demokratycznych w Mołdawii, świadomość obywatelska czy problemy etniczne nie są przedmiotem poniższych rozważań.

## **Budowanie związków Republiki Mołdawii z Unią Europejską**

Początków relacji między Republiką Mołdawii i Unią Europejską należy upatrywać w pierwszej połowie lat 90. XX w. Ogłoszenie deklaracji niepodległości przez Mołdawię 27 sierpnia 1991 r., a następnie przeprowadzenie w 1994 r. referendum dotyczącego niepodległości pozwoliło temu państwu rozpocząć proces nawiązywania stosunków z Unią Europejską. Było to również niewątpliwie możliwe dzięki postępującej konsolidacji ustroju politycznego państwa oraz wejściu na drogę politycznych i gospodarczych reform (Kunert-Milcarz 2013: 45).

W listopadzie 1994 r. Mołdawia podpisała z Unią Europejską umowę o współpracy i partnerstwie (ang. *Partnership and Co-operation Agreement*). Był to początek sformalizowanych stosunków między obiema stronami. Umowa normalizowała obszary współpracy m.in. w wymiarach politycznym, gospodarczym, kulturowym, a także tworzyła załączki zinstytucjonalizowania wzajemnych relacji (Kunert-Milcarz 2013: 45; *Partnership and Cooperation Agreement*). W grudniu tego samego roku Mołdawia stała się również sygnatariuszem Traktatu Karty Energetycznej, którego celem było ustanowienie przejrzystych zasad współpracy w dziedzinie energetyki, ze szczególnym uwzględnieniem najważniejszych kwestii z zakresu bezpieczeństwa energetycznego (*The International Energy...* 2015b: 10–21; Borucińska-Dereszkiewicz 2016: 561).

Po początkowych sukcesach tempo integracji Mołdawii z Unią Europejską znacząco spadło. Nowe otwarcie w relacjach Brukseli z Kiszyni



niowem nastąpiło dopiero na początku XXI w. Jak zauważa A. Legucka, wzrost zainteresowania unijnych instytucji Mołdawią w tym okresie nastąpił w rezultacie dostrzeżenia zagrożeń dla bezpieczeństwa Unii Europejskiej płynących z bliskiego sąsiedztwa tego państwa (Legucka 2014: 94–95). Przede wszystkim uwagę zwrócono na konflikt w Nadniestrzu oraz kwestie nielegalnego handlu. W 2003 r. Unia Europejska wprowadziła zakaz wjazdu na jej obszar dla wybranych przywódców naddniestrzańskich, a także delegowała swojego przedstawiciela do komisji mającej za zadanie opracować tekst konstytucji przyszłego zjednoczonego państwa mołdawskiego (Kosienkowski 2010: 180–181). Jednak prawdziwie przełomowym wydarzeniem było włączenie Mołdawii w 2004 r. do tworzonej właśnie Europejskiej Polityki Sąsiedztwa, będącej mechanizmem koordynacji polityki Unii Europejskiej wobec krajów znajdujących się w najbliższym sąsiedztwie jej granic. Bezpośrednim tego następstwem było przyjęcie planu działania UE – Mołdawia, który zaczął obowiązywać w 2005 r., a w ramach jego realizacji powołano specjalnego przedstawiciela Unii Europejskiej ds. Mołdawii (Kosienkowski 2010: 179; Popescu 2009: 135).

Najnowszy rozdział w stosunkach Mołdawii i Unii Europejskiej rozpoczął się wraz z inauguracją projektu Partnerstwa Wschodniego w 2009 r. Inicjatywa ta nie tylko dowiodła zainteresowania Unii Europejskiej krajami za jej wschodnią granicą, lecz także stworzyła warunki do intensyfikacji wzajemnych relacji z nimi, w tym z Mołdawią. Zaferowała realną alternatywę dla integracji krajów Europy Wschodniej i Kaukazu Południowego z Federacją Rosyjską. Dla lepszej koordynacji współpracy w ramach Partnerstwa Wschodniego dokonano jego instytucjonalizacji, wprowadzając regularne spotkania na szczeblu szefów rządów oraz ministrów spraw zagranicznych. Ostatecznego kształtu współczesnym stosunkom Mołdawii i Unii Europejskiej nadało przystąpienie Mołdawii do Wspólnoty Energetycznej w 2010 r. oraz podpisanie umowy stowarzyszeniowej z Unią Europejską w 2014 r., której wszechstronne postanowienia będą zakreślały kierunek obustronnej integracji na płaszczyźnie politycznej, gospodarczej i kulturowej w najbliższej przyszłości.

## **Energia**

Republika Mołdawii jest krajem niemającym wewnętrznych źródeł surowców energetycznych. Oddziałuje to znacząco na kształt i kondycję sektora energetycznego tego państwa, przede wszystkim poprzez konieczność importowania surowców energetycznych z zewnątrz. Niezmiennie od lat głównym dostarczycielem węgla, ropy naftowej i gazu

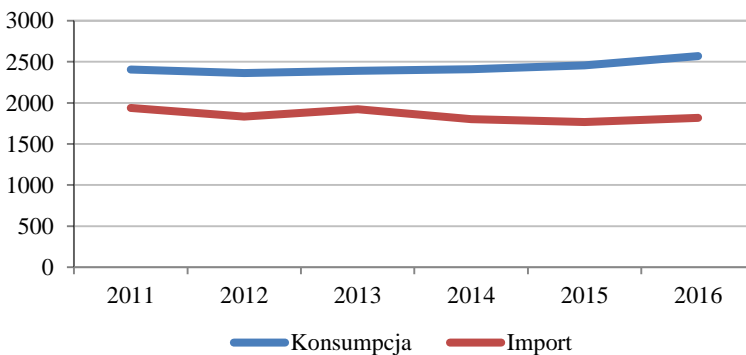
ziemnego do Mołdawii pozostaje Federacja Rosyjska. Uzależnienie od dostaw tych surowców tylko z jednego kierunku stwarza wiele problemów gospodarczych i politycznych państwa. Dodatkowymi słabościami sektora energii w Mołdawii są również energochłonność i niska efektywność energetyczna oraz brak ujednoliconego i przejrzystego otoczenia prawnego. Wymienione kwestie stanowią obecnie przeszkodę w integracji mołdawskiego rynku energii z rynkiem Unii Europejskiej, a co za tym idzie, wpływają na możliwość dalszego zbliżenia polityczno-gospodarczego na linii Bruksela – Kiszyniów.

Mołdawia od 2010 r. uczestniczy jako pełnoprawny członek we Wspólnocie Energetycznej, czyli projekcie wprowadzonym przez Unię Europejską w celu stworzenia zintegrowanego rynku energii państw członkowskich Unii Europejskiej z państwami trzecimi. Przystąpienie Mołdawii do Wspólnoty Energetycznej zobowiązało ją do wdrożenia obszernego prawodawstwa unijnego obejmującego regulacje nie tylko sektora gazu ziemnego, energii elektrycznej, odnawialnych źródeł energii czy ochrony środowiska, ale także konkurencyjności na rynku energii, budowy i dostępu do infrastruktury oraz funkcjonowania instytucji odpowiedzialnych za zarządzanie sektorem energii. Ponadto państwa Wspólnoty Energetycznej zgodziły się na przyjęcie do 2015 r. postanowień trzeciego pakietu energetycznego (Konończuk, Matuszak 2012). Do momentu akcesji Mołdawii do Wspólnoty Energetycznej ogólne cele współpracy w dziedzinie energii między Brukselą a Kiszyniowem były definiowane w ramach współpracy Partnerstwa Wschodniego. Aktualnie dopełnieniem dla regulacji Wspólnoty Energetycznej są postanowienia podpisanej w 2014 r. umowy stowarzyszeniowej pomiędzy Mołdawią i Unią Europejską, w której zagadnieniom współpracy w dziedzinie energii poświęcono cały rozdział 14, a w wielu innych rozdziałach wielokrotnie do niej nawiązywano (Borucińska-Dereszkiewicz 2016: 563).

Aby możliwe było sprawne przyjęcie *acquis* wymaganego przez Wspólnotę Energetyczną, rząd mołdawski opracował szereg dokumentów strategicznych wyznaczających priorytety i kierunki polityki energetycznej państwa w ujęciu krótko- i długofalowym. Wśród nich można wymienić Narodowy Plan Działania na rzecz Energii Odnawialnej, Strategię rozwoju gospodarki niskoemisyjnej 2020, Strategię Energetyczną do roku 2020, Strategię Energetyczną do roku 2030, a także Narodową Strategię Rozwoju „Mołdawia 2020”. Cele postawione przez rząd mołdawski w powyższych dokumentach są w znacznej mierze zbieżne z celami wyrażonymi w dokumentach Wspólnoty Energetycznej i umowie stowarzyszeniowej. W Narodowej Strategii Rozwoju „Mołdawia 2020” wprost wskazano, że integracja Republiki Mołdawii z europejskim rynkiem energii będzie jednym z elementów wzmocnienia bezpieczeństwa ener-

getycznego państwa (*In-Depth Review...* 2015a: 56). Mimo to wciąż wiele z nich pozostaje niezwykle trudne do zrealizowania. Wprawdzie od chwili przystąpienia do Wspólnoty Energetycznej, a następnie podpisania umowy stowarzyszeniowej Mołdawia poczyniła zauważalne kroki naprzód w zapewnieniu bezpieczeństwa energetycznego i harmonizacji prawa krajowego z prawem europejskim, ale znaczna część przepisów nie została do tej pory zaimplementowana. Według raportu sporządzonego przez sekretariat Wspólnoty Energetycznej implementacja dorobku prawnego organizacji przez Mołdawię do 2016 r. pozostaje na bardzo niskim poziomie w wielu obszarach rynku energii (Annual Implementation Report 2017: 123).

Przyczyn wolnego tempa integracji energetycznej Mołdawii z Unią Europejską należy upatrywać przede wszystkim w braku dywersyfikacji dostaw gazu ziemnego i ropy naftowej. Niemał całkowite uzależnienie gospodarki mołdawskiej od zaopatrzenia w rosyjski gaz ziemny i ropę naftową powoduje zagrożenie dla kraju w postaci wywierania przez Federację Rosyjską presji politycznej na rządzących z zamiarem spowolnienia integracji Mołdawii z Unią Europejską. Jednym ze sposobów na przełamanie rosyjskiej dominacji w zaopatrzeniu w gaz ziemny ma być połączenie mołdawskiej sieci gazociągów z siecią rumuńską (a co za tym idzie – z siecią krajów członkowskich UE). W tym celu wybudowano interkonektor gazowy łączący Jassy i Ungheni pozwalający na transport 1,5 mld m<sup>3</sup> gazu rocznie, sfinansowany w części ze środków Unii Europejskiej (Pieńkowski 2014: 80). W przyszłości gaz importowany z Rumunii ma być dostarczany aż do samego Kiszyniowa za pomocą rurociągu Ungheni-Kiszyniów. Budowa rurociągu rozpoczęła się w styczniu 2019 r. (Moldpres 2019), a kredytu na jego budowę udzieliły Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju oraz Europejski Bank Inwestycyjny (*EU bank and EBRD...*).



**Wykres 1.** Konsumpcja i import energii w Mołdawii w latach 2011–2015 (ktoe)

Źródło: opracowanie własne na podstawie National Bureau of Statistics of the Republic of Moldova.

Kolejną przeszkodą na drodze do ujednoczenia mołdawskiego rynku energii z rynkiem europejskim jest zmonopolizowanie mołdawskiego rynku gazu przez jednego operatora sieci przesyłowych – spółkę Moldovagaz<sup>1</sup>. Utworzona w 1999 r. spółka Moldovagaz odpowiedzialna jest za zarządzanie mołdawską siecią gazociągów, ale także za zakup i tranzyt gazu ziemnego na terytorium państwa. Sytuację komplikuje dodatkowo fakt, że spółka ta kontrolowana jest przez rosyjskie przedsiębiorstwo Gazprom, które jest w posiadaniu 50% jej akcji. Przejęcie spółki dokonało się już na samym początku jej istnienia, w zamian za umorzenie części mołdawskiego długu za gaz ziemny względem Gazpromu (Varol 2013: 302–303). Wdrożenie trzeciego pakietu energetycznego przez Mołdawię oznacza konieczność rozdzielenia spółki i stworzenia modelu składającego się z niezależnych podmiotów odpowiedzialnych za transport, zakup, sprzedaż i wydobycie gazu ziemnego w terminie nie dalszym niż do 1 stycznia 2020 r. W interesie Gazpromu leży jednak utrzymanie status quo, gdyż pozwoli to rosyjskiemu dostawcy zabezpieczyć własne dostawy gazu ziemnego do Mołdawii. Kontrola mołdawskiej sieci przesyłowej przez Gazprom stawia również pod dużym znakiem zapytania przyszłe użytkowanie gazociągu z rumuńskim gazem z Ungheni do Kiszyniowa. To od Gazpromu może zależeć, czy gaz ziemny z Rumunii w ogóle popłynie do stolicy Mołdawii.

Dla integracji Mołdawii z Unią Europejską może mieć również znaczenie fakt, że jest ona istotnym krajem tranzytowym rosyjskiego gazu ziemnego do krajów bałkańskich oraz Turcji. Oznacza to, że zbliżenie polityczno-gospodarcze między Brukselą i Kiszyniowem może przynieść obawy bałkańskich członków Unii Europejskiej (głównie Bułgarii) o trwałość dostaw tego surowca.

## **Naddniestrze**

Naddniestrze, a właściwie Naddniestrzańska Republika Mołdawska, to quasi-państwo funkcjonujące w granicach Republiki Mołdawii, pozbawione jakiegokolwiek uznania międzynarodowego za państwo. Jego terytorium pozostaje permanentnie poza kontrolą administracyjną rządu w Kiszyniowie od początku lat 90. XX w., chociaż formalnie stanowi integralną część Mołdawii. Nieuregulowany status prawny Naddniestrza jest źródłem nie tylko wielu problemów wewnętrznych Mołdawii, ale także niekorzystnie oddziałuje na możliwości integracji tego państwa z Unią Europejską. Można zaryzykować stwierdzenie, że przyszła pogłębiona

---

<sup>1</sup> Spółce Moldovagaz podlegają również spółki Moldovatransgaz oraz Tiraspol-transgaz-Pridnistrovie, odpowiedzialne za przesył gazu na terytorium Mołdawii.

integracja nie będzie możliwa bez przynajmniej tymczasowego rozwiązania konfliktu naddniestrzańskiego. Zależć to będzie jednak w znacznym mierze od relacji na linii Bruksela – Moskwa, gospodarka Naddniestrza w ogromnym stopniu uzależniona jest bowiem od handlu z Federacją Rosyjską oraz od rosyjskiej bezpośredniej pomocy finansowej.

Naddniestrze odgrywa zasadniczą rolę w kontekście integracji Mołdawii z Unią Europejską w wymiarze energetycznym. Na lewym brzegu Dniestru ulokowane są najważniejsze ośrodki produkcji energii elektrycznej zaopatrujące w dużej mierze całość terytorium Mołdawii. Oznacza to, że możliwość modernizacji i kontroli znajdującej się tam infrastruktury energetycznej przez rząd mołdawski jest w praktyce całkowicie ograniczona. Największa mołdawska elektrownia Moldavskaya-GRES, zasilana gazem ziemnym, znajduje się w miejscowości Kuczurgan na obszarze Naddniestrza i jest zarządzana przez rosyjskie przedsiębiorstwo Inter-Rao. Jej moc wytwórcza pozwala pokryć około 70% zapotrzebowania Mołdawii na energię elektryczną (Annual Implementation Report 2017: 123; Dąbrowski 2013: 85). W obliczu braku własnych dostatecznych możliwości wytworzenia energii elektrycznej zmusza to Mołdawię do jej zakupu z kontrolowanej przez Rosję elektrowni Moldavskaya-GRES. W rezultacie tego konkurencyjność na mołdawskim rynku energii elektrycznej jest bardzo niewielka.

Przez obszar Naddniestrza przebiegają wszystkie gazociągi doprowadzające gaz ziemny z Federacji Rosyjskiej do Republiki Mołdawii. Generuje to poważne ryzyko niestabilności dostaw gazu ziemnego na prawy brzeg Dniestru, zależą one bowiem od poprawności relacji politycznych między Tyraspołem, Kiszyniowem i Moskwą. Co więcej, położenie gazociągów umożliwi Rosji wstrzymanie dostaw gazu ziemnego do Mołdawii, jednocześnie zachowując dostawy surowca na terytorium Naddniestrza. Taka sytuacja miała miejsce chociażby w trakcie sporu dotyczącego długu Mołdawii wobec Gazpromu za importowany gaz ziemny w latach 1999–2000. Pomimo zawieszenia dostaw gazu ziemnego do Mołdawii przez stronę rosyjską, Naddniestrze nadal było w niego zaopatrywane. Gazprom uzasadniał takie postępowanie technicznym brakiem możliwości wstrzymania dostaw gazu ziemnego na terytorium Naddniestrza, bez jednoczesnego zatrzymania tranzytu surowca gazociągiem do Rumunii i Bułgarii (Varol 2013: 303). Należy również wspomnieć, że władze w Tyraspolu są w posiadaniu 13,44% akcji mołdawskiego przedsiębiorstwa zarządzającego krajowym rynkiem gazu Moldovagaz. W rzeczywistości jednak przekazały one w 2005 r. zarządzanie swoimi aktywami rosyjskiemu Gazpromowi, tym samym przyznając mu całkowitą kontrolę nad spółką Moldovagaz (Varol 2013: 304).

Rząd w Kiszyniowie, pozbawiony w praktyce zwierzchnictwa nad terytorium Naddniestrzańskiej Republiki Mołdawskiej, ma trudności z wdrażaniem przepisów prawa europejskiego tak, aby obowiązywały one na całym obszarze państwa. Naddniestrzańskie elity polityczne konsekwentnie odmawiają włączenia Naddniestrza w większość planów reform i projektów podejmowanych z zamiarem realizacji zapisów umowy stowarzyszeniowej Mołdawii z Unią Europejską. Z kolei Unia Europejska nie zgodziła się na propozycję władz w Tyraspolu wypracowania bilateralnego porozumienia dotyczącego handlu między Naddniestrzem i Unią Europejską. Brak jednoznacznej chęci Naddniestrza do uczestnictwa w procesie integracji europejskiej stawia również pod znakiem zapytania możliwość skutecznego wypełniania przez Mołdawię obowiązków wynikających z członkostwa we Wspólnocie Energetycznej i implementacji reguł trzeciego pakietu energetycznego. Niemniej jednak za duży sukces należy uznać decyzję Tyraspola z 2015 r. o przystąpieniu do tworzonej na mocy umowy stowarzyszeniowej pogłębionej i kompleksowej strefy wolnego handlu (ang. *Deep and Comprehensive Free Trade Area*). Należy jednak zauważyć, że akceptacja Naddniestrza dla tej inicjatywy motywowana była zapowiedzią Brukseli o wygaśnięciu z końcem 2015 r. systemu autonomicznych preferencji handlowych (ang. *Autonomous Trade Preferences*), który od 2008 r. dawał możliwość bezcłowego eksportu naddniestrzańskich towarów do państw członkowskich Unii Europejskiej (Lachert 2016: 31; Całus 2015). Rozwój wymiany handlowej między Naddniestrzem i Unią Europejską daje nadzieję, że stanie się ona czynnikiem wzmacniającym nie tylko ich wzajemne relacje w sferze gospodarczej, ale również politycznej.

Szansą na przełamanie impasu w kwestii ostatecznego ustalenia statusu Naddniestrza mogą okazać się rozmowy dotyczące reintegracji tego quasi-państwa z Republiką Mołdawii prowadzone obecnie w formacie 5 + 2 (Rosja, Stany Zjednoczone, Ukraina, Unia Europejska i OBWE + Mołdawia, Naddniestrze). Silne zaangażowanie Unii Europejskiej w tę formułę negocjacyjną mogłoby przyspieszyć zakończenie trwającego od niemal trzech dekad konfliktu, a w konsekwencji doprowadzić do wejścia Mołdawii na drogę pogłębionej integracji z Unią Europejską (Kosienkowski 2010: 180).

## Rosja

Poziom uzależnienia gospodarczego i politycznego Republiki Mołdawii od działań Federacji Rosyjskiej powoduje, że dokonanie analizy możliwości integracji tego państwa z Unią Europejską jest niemożliwe

bez uwzględnienia czynnika rosyjskiego. Polityka Kremla stoi wprost w opozycji do aktywności Unii Europejskiej w tym regionie Europy. Jest ona stałą barierą na drodze Kiszyniowa do zacieśnienia stosunków z Brukselą zarówno w wymiarze energetycznym, jak i innych dziedzinach.

Rosja systematycznie podejmuje czynności na rzecz spowolnienia integracji Mołdawii ze strukturami Unii Europejskiej. Są to działania przeważnie w formie nacisku politycznego i gospodarczego na rząd mołdawski w celu bezpośredniego opóźnienia integracji. Egzemplifikacją takich poczynań może być chociażby próba wywarcia presji przez Rosję na rząd w Kiszyniowie z zamiarem powstrzymania go przed podpisaniem umowy o pogłębionej i kompleksowej strefie wolnego handlu z Unią Europejską. Aby dowieść niechęci społeczeństwa mołdawskiego do tego pomysłu, Kreml poparł politycznie zorganizowane w Gagauzji (należącym do Mołdawii obszarze autonomicznym) referendum, w którym mieszkańcy tego regionu opowiedzieli się za przystąpieniem do zainicjowanego przez Rosję projektu Euroazjatyckiej Unii Celnej (obecnie Euroazjatycka Unia Gospodarcza) (Kostanyan 2016: 2–3). Ponadto podpisanie umowy stowarzyszeniowej z Unią Europejską spotkało się z reakcją Rosji w postaci sankcji wobec Mołdawii, takich jak zniesienie korzystnych taryf celnych na handel niektórymi towarami. Warto w tym miejscu również wspomnieć, że Rosja od lat wspiera politycznie i finansowo ruchy i partie polityczne w Mołdawii sprzeciwiające się integracji z Unią Europejską<sup>2</sup>.

Na gruncie polityki energetycznej Federacja Rosyjska ma wiele możliwości oddziaływania na władze w Kiszyniowie, co jest rezultatem uzależnienia gospodarki mołdawskiej od rosyjskich dostaw surowców energetycznych. Najpowszechniejszym środkiem wywierania presji przez Rosję względem Mołdawii jest wstrzymanie bądź groźba wstrzymania dostaw gazu ziemnego. W ten sposób Kreml był w stanie wielokrotnie uzyskiwać korzystne dla siebie warunki porozumienia z mołdawskim rządem, chociażby przejmując większość aktywów spółki Moldovagaz w zamian za wznowienie dostaw gazu ziemnego i częściowe umorzenie mołdawskiego długu za ten surowiec, czy w zamian za podwyższenie opłat za importowany przez Mołdawię gaz ziemny (Varol 2013: 303–305). Nie ma wątpliwości, że Rosja nie zawaha się wykorzystać swoich wpływów na mołdawskim rynku energii do odciążenia Mołdawii od pomysłu integrowania się z Unią Europejską. Dowodzi tego chociażby oferta przedstawiona Mołdawii przez Rosję obniżenia ceny importowanego gazu ziemnego w zamian za wycofanie się ze zo-

---

<sup>2</sup> Lider Partii Socjalistów Republiki Mołdawii Igor Dodon spotkał się przed wyborami parlamentarnymi w Mołdawii w 2014 r. z prezydentem Rosji Władimirem Putinem.

bowiązania wdrożenia trzeciego pakietu energetycznego (*Commissioner urges EU...*). Istnieje prawdopodobieństwo, że w braku alternatywy dla rosyjskiego surowca rząd w Kiszyniowie mógłby przystać na propozycje składane przez Rosję, a tym samym utrudnić zbliżenie gospodarcze i polityczne z Unią Europejską.

Polem do nacisku przez Rosję na rząd Mołdawii jest także sposób rozliczania mołdawskiego długu za gaz ziemny. Gazprom konsekwentnie argumentuje, że państwo mołdawskie jest odpowiedzialne za całość długu powstałego za import surowca, włączając w to dług wygenerowany przez Naddniestrze. Kiszyniów sprzeciwia się takiemu stanowisku, niezmiennie wskazując, że dług Naddniestrza i Mołdawii powinien zostać rozdzielony. Pomimo wielu prób rozwiązania konfliktu na przestrzeni lat nie osiągnięto żadnych rezultatów satysfakcjonujących obie strony. Oznacza to, że w praktyce Naddniestrze otrzymuje rosyjski gaz ziemny za darmo, oczekując od Kiszyniowa spłaty naliczonych przez Gazprom należności finansowych. Kwestia rozliczania naddniestrzańskiego długu nieustannie powraca przy okazji negocjacji kolejnych kontraktów na dostawę gazu ziemnego między Gazpromem a rządem Mołdawii (Varol 2013: 303–304).

Powyższe przykłady obrazują, że Federacja Rosyjska wykorzystuje swoją dominację energetyczną w Mołdawii niemal jako broń przeciwko interesom Unii Europejskiej. Niemniej jednak należy zwrócić uwagę, że rosyjskie wysiłki na rzecz powstrzymania Mołdawii przed przystąpieniem do Wspólnoty Energetycznej i podpisaniem umowy stowarzyszeniowej z Unią Europejską okazały się niewystarczające. Pozwala to domniemywać, że w przyszłości przeszkoda do integracji europejskiej Mołdawii, jaką jest polityka Rosji, będzie stopniowo ulegać osłabieniu pod wpływem aktywnego zaangażowania Unii Europejskiej i jej państw członkowskich.

## Podsumowanie

Wskutek wielu problemów na płaszczyźnie energetycznej, zaprezentowanych w powyższym artykule, dynamika integracji Republiki Mołdawii z Unią Europejską pozostaje mocno ograniczona. Obserwując aktywność Rosji i Unii Europejskiej w Mołdawii, można odnieść wrażenie, że jest ona polem dużej gry nowych interesów obu tych podmiotów, zauważalnych zwłaszcza w sektorze energii. Chociaż w ostatnich latach poczyniono istotne kroki zbliżające Mołdawię do Unii Europejskiej, to jednak niezwykle trudno jednoznacznie stwierdzić, czy ten kierunek polityki zagranicznej zostanie utrzymany w przyszłości przez rządzących tym krajem. Przemawia za tym fakt znacznego zmonopolizowania moł-



dawskiego rynku energii przez Federację Rosyjską zarówno w kwestii dostaw surowców energetycznych, jak i zarządzania strategiczną infrastrukturą. Dodatkowo wpływy Rosji w Mołdawii umacnia wciąż nieustalony status Naddniestrza pozostającego poza kontrolą władz w Kiszyniowie. Mołdawia nie chce uznać nawet de facto państwowości Naddniestrza, co w wymiarze proceduralnym znacząco komplikuje wdrażanie prawa Unii Europejskiej na tym terytorium przez mołdawskie władze. Bez wątpienia w najbliższym czasie kluczowe znaczenie dla stosunków Mołdawii z Rosją i Unią Europejską będzie miało uruchomienie gazociągu zaopatrującego Kiszyniów w gaz ziemny z Rumunii. Powodzenie tej inwestycji stworzy szansę zdywersyfikowania przez Mołdawię dostaw tego surowca oraz może dać impuls do dalszej integracji tego kraju z Unią Europejską w sferze politycznej i gospodarczej.

## Bibliografia

- Borucińska-Dereszkiewicz I. 2016, *Strategia energetyczna Mołdawii do 2030 r. w kontekście zobowiązań umowy stowarzyszeniowej z Unią Europejską*, „Przegląd Naukowo-Metodyczny. Edukacja dla bezpieczeństwa”, nr 1.
- Całus K. 2015, *Naddniestrze: kruchy kompromis w sprawie DCFTA*, <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2015-12-30/naddniestrze-kruchy-kompromis-w-sprawie-dcfta> (17.05.2018).
- Commissioner urges EU to face down Russia on energy, <https://www.politico.eu/article/commissioner-urges-eu-to-face-down-russia-on-energy/> (17.05.2018).
- Dąbrowski T. 2013, *Third Energy Package in Wider Black Sea Area: A Panacea for Energy Security Problems?* [w:] *Energy Security in the Wider Black Sea Area – National and Allied Approaches*, red. E. Lyutskanov, L. Alieva, M. Serafimova, Amsterdam.
- Energy Charter Secretariat 2015a, *In-Depth Review of the Energy Efficiency Policy of Moldova*, [https://energycharter.org/fileadmin/DocumentsMedia/IDEER/IDEER-Moldova\\_2015\\_en.pdf](https://energycharter.org/fileadmin/DocumentsMedia/IDEER/IDEER-Moldova_2015_en.pdf) (17.05.2018).
- Energy Charter Secretariat 2015b, *The International Energy Charter Consolidated Energy Charter Treaty with Related Documents*, <https://energycharter.org/fileadmin/DocumentsMedia/Legal/ECTC-en.pdf> (17.05.2018).
- Energy Community Secretariat 2017, *Annual Implementation Report*.
- EU bank and EBRD support gas interconnection between Moldova and Romania, <http://www.ebrd.com/news/2016/eu-bank-and-ebrd-support-gas-interconnection-between-moldova-and-romania-.html> (17.05.2018).
- Konończuk W., Matuszak S. 2012, *Ukraina i Mołdawia wobec Wspólnoty Energetycznej*, <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2012-03-28/ukraina-i-moldawia-wobec-wspolnoty-energetycznej> (17.05.2018).
- Kosienkowski M. 2010, *Naddniestrzańska Republika Mołdawska: determinanty przetrwania*, Toruń.
- Kostanyan H. 2016, *Why Moldova's European integration is failing?*, Centre for European Policy Studies, <https://www.ceps.eu/system/files/EU-Moldova%20formatted.pdf> (17.05.2018).

- Kunert-Milcarz R. 2013, *Rozwój stosunków Mołdawii z Unią Europejską*, „Wrocławskie Studia Politologiczne”, nr 14.
- Lachert J. 2016, *Naddniestrze w polityce Unii Europejskiej i Rosji*, „Przegląd Europejski”, nr 3.
- Legucka A. 2014, *Miejsce Mołdawii we Wspólnej Polityce Bezpieczeństwa i Obrony Unii Europejskiej* [w:] *Mołdawia i Unia Europejska: od współpracy do integracji*, red. B. Piskorska, M. Kosienkowski, Lublin.
- Partnership and Cooperation Agreement*, <http://eubam.org/wp-content/uploads/2015/11/pca-moldova-eng.pdf> (17.05.2018).
- Pieńkowski J. 2014., *Granica rumuńsko-mołdawska – aspekty infrastrukturalne zewnętrznej granicy Unii Europejskiej* [w:] *Mołdawia i Unia Europejska: od współpracy do integracji*, red. B. Piskorska, M. Kosienkowski, Lublin.
- Popescu N. 2009, *EU Foreign Policy and Post-Soviet Conflicts: Stealth Intervention*, Budapeszt.
- Varol T. 2013, *The Russian Foreign Energy Policy*, European Scientific Institute, Kocani.

Wojciech Furman\*

**JAKUB CZOPEK: DWIE DEKADY PRZEMIAN.  
MONOGRAFIA CZASOPISMA SPOŁECZNO-  
-KULTURALNEGO „PROFILE” (1968–1989),  
WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU RZESZOWSKIEGO,  
RZESZÓW 2017, 214 SS.**

Autor wykonał solidną pracę. Zaczął od przedstawienia pejzażu prasowego regionu w latach 60. XX w., wybiegając przy tym zarówno w przeszłość, jak i odnosząc się do roli pełnionej przez czasopisma społeczno-kulturalne w ówczesnej Polsce. W kolejnych rozdziałach znalazły się dzieje redakcji „Profilów” oraz jej stosunki z cenzurą. Następnie Autor omówił występujące w tym czasopiśmie gatunki dziennikarskie, zbadał też stopień trudności języka tekstów. Bardziej szczegółowo przedstawił publikacje „Profilów” dotyczące literatury, teatru i sztuk plastycznych. Konkluzję swego opracowania Autor sformułował bardzo oględnie. Stwierdził, że „Profile” były w regionie czasopismem wyjątkowym i że jak na skalę ówczesnej rzeszowskiej inteligencji należycie spełniły swoją rolę.

Z pozycji świadka tamtego czasu chciałbym dodać tylko drobne uwagi. Nie było konkurencji „Profilów”, „Prometeja” i „Konfrontacji”, o której Autor wspomniał na s. 95, gdyż podówczas właściwie nie było rynku. Nakłady tytułów prasowych były wyznaczane przez decyzje władz i twarde realia gospodarki. Wielu tytułów notorycznie w kioskach brakowało, a tylko nieliczne, cieszące się względami dysponentów politycznych, drukowano w nadmiarze.

Jagienka Wilczak nie zaczynała w roku 1977 swojej przygody z zawodem dziennikarskim, gdyż pracę na stanowisku redaktora w Radio Rzeszów rozpoczęła cztery lata wcześniej (Wilczak 1989: 151). Justyna Woś nie tylko pisywała do „Prometeja”, lecz była etatową dziennikarką

---

\* Instytut Nauk o Polityce, Wydział Socjologiczno-Historyczny, Uniwersytet Rzeszowski, al. Kopisto 2a, 35-959 Rzeszów, e-mail: wojciech.furman@ur.edu.pl

tego miesięcznika od roku 1975 do jego likwidacji w stanie wojennym. „Prometej” wyróżniał się kolorową okładką od roku 1971, a nie od końca lat 70. Odznaczenia „Zasłużony dla województwa rzeszowskiego” przyznawała Wojewódzka Rada Narodowa, a nie Komitet Wojewódzki PZPR, choć aprobata Komitetu zapewne była wymagana. RSW „Prasa-Książka-Ruch” nie przeszła w prywatne ręce, lecz została zlikwidowana, a poszczególne tytuły prasowe sprzedawano po uważaniu za cenę wziętą z sufitu. Tytuł nowego czasopisma zaproponowany przez Juliana Przybosia to „Patria”, a nie „Patria”, o czym pisał w notce na śmierć poety Stanisław Frycie (1970: 3).

Trudno zostawić bez komentarza umieszczone na s. 151 recenzowanej monografii sformułowanie dotyczące początków „Prometeja”. Są to wprawdzie tylko dwa zdania, jednak wynika z nich, że znaczący wkład w powstanie „Prometeja” wniósł ówczesny szef rzeszowskiej cenzury oraz jej pracownik. Powiedziałbym raczej, że „Prometej”, który niewątpliwie był autentyczną inicjatywą studencką (Radomska 1979: 216–217), mógł okrzepnąć dzięki życzliwemu wsparciu wielu, także bardzo wpływowych osób. Ograniczanie tego kręgu do pracowników cenzury jest jednak nadmiernym uproszczeniem. Przez pierwsze trzy lata „Prometeja” redagowali studenci, a nie absolwenci polonistyki rzeszowskiej WSP. Byli jego redaktorami, lecz nie wydawcami. Wydawcą tej regularnie ukazującej się jednodniówki była w latach 1969–1972 Rada Okręgowa Zrzeszenia Studentów Polskich. Dopiero po wakacjach w 1972 r. „Prometej” stał się miesięcznikiem wydawanym przez RSW.

Przedstawione w monografii dzieje „Profilów” potwierdzają znaną zależność, że osoba redaktora naczelnego wpływa na charakter periodyku. Osobiste pasje naczelnego połączone z umiejętnościami członków zespołu redakcji tworzą niepowtarzalną kompozycję. „Profile” w swojej niezbyt długiej historii miały czterech redaktorów naczelnych. Byli to na przemian wizjonerzy i pragmatycy.

Pierwszym wizjonerem był z pewnością Stanisław Frycie. Redagowanie „Kwartalnika Rzeszowskiego”, który następnie przekształcono w „Profile”, stanowiło dla niego niezbędne uzupełnienie pracy dydaktycznej i naukowej w nowo powstałej Wyższej Szkole Pedagogicznej. Nawet we wspomnianej wyżej notce o Julianie Przybosiu pisał Frycie o sensie humanistycznego działania i wartości społecznej służby oraz o dokonującej się przemianie Rzeszowa w miasto z autentycznymi aspiracjami kulturalnymi i naukowymi.

Pół wieku temu w Rzeszowie trafniej było mówić o aspiracjach niż o osiągniętym poziomie naukowym. Pozwolę sobie w tym miejscu na

osobisty wręt. Podczas moich pierwszych studiów w ówczesnej Wyższej Szkole Inżynierskiej zdarzył się taki semestr, w którym na pierwszym miejscu w indeksie figurował pułkownik ze Studium Wojskowego, potem był długi rząd magistrów i na samym końcu jeden doktor. Taka to była uczelnia, korzystająca z umiejętności praktyków z rzeszowskiej WSK. Uczyła systematycznego myślenia i dobrze przygotowywała do zawodu inżyniera, lecz miała przed sobą długą drogę do osiągnięcia poziomu dzisiejszej Politechniki Rzeszowskiej.

Wracając do omawianego czasopisma, należy przyznać, że pierwsze „Profile” rzeczywiście były elitarne, to znaczy dalekie od gazetowej bylejakości. Miały kartonową okładkę i czysty, płaski druk. Szata graficzna, choć z konieczności czarno-biała, dzięki umiejętnemu operowaniu światłem nadawała czasopismu elegancki wygląd. Teksty były starannie adiustowane, widać w nich było rękę polonisty.

Stanisław Frycie z pewnością wyrastał ponad Rzeszów z przełomu lat 60. i 70. Ówczesne władze pozbyły się go bezceremonialnie. Nie był pod tym względem pierwszym ani ostatnim. Tak bywa, kiedy politycy biorą się za porządkowanie nauki i kultury, na co można przytoczyć również współczesne przykłady.

Drugim wizjonerem był w „Profilach” Zbigniew Domino. W rzeszowskim środowisku dziennikarskim dał się poznać jako literat naznaczony syberyjską częścią swego życiorysu, a w dodatku jako człowiek ciepły i serdeczny, przy tym szczerze przywiązany do swojej małej ojczyzny. Znał wszystkich, których należało znać, i wręcz kipiał pomysłami. Rzeszowskie środowisko dziennikarskie zawdzięcza mu wiele, w tym inicjatywę zorganizowania ogólnopolskiego konkursu imienia Franciszka Gila na reportaże. Ten konkurs był z powodzeniem prowadzony przez kolejne lata, także wówczas, kiedy Zbigniewa Domino nie było już w Rzeszowie, bo gdzie indziej realizował swoje pasje.

Przykład redakcji „Profilów” wskazuje, że chociaż nie wybieramy czasu, w jakim przychodzi nam żyć i działać, to niezależnie od systemu politycznego można podejmować pożyteczną aktywność, być przyzwitym i życzliwym człowiekiem, nie oszczędzać siebie i pomagać innym. Powiedziałbym, że był to paradoks łagodniejącego autorytaryzmu, jaki charakteryzował schyłkowy okres PRL. Niektórym ówczesny system pozwalał rozwijać skrzydła i zachować wewnętrzną wolność, innym te skrzydła podcinał lub tylko czynił posłusznymi.

Na koniec ostatnia uwaga. Szkoda, że żaden z pozostałych tytułów prasowych wydawanych w Rzeszowie w latach PRL nie doczekał się dotychczas równie starannej monografii.

## Bibliografia

Frycie S. 1970, „Profile”, nr 11(20).

Radomska G. 1979, *Gaudeamus igitur w Rzeszowie* [w:] *Rzeszowianie o sobie i swoim mieście. Wybór pamiętników*, red. H. Jadam, M. Malikowski, Rzeszów, s. 202–220.

Wilczak J. 1989, *Status* [w:] *Bez retuszu. Współczesny reportaż polski. Konkurs o nagrodę im. A. Polewki*, red. H. Kleszcz, S. Ciepły, Kraków, s. 129–157.