

Jan Morawicki\*

# Rosyjscy dziennikarze: radikalizacja przestrzeni wirtualnej

Na początku chciałbym zacytować Pierre'a Bourdieu: „Dziennikarstwo jest jednym z tych zawodów, w których znajdujemy najwięcej ludzi niespokojnych, niezadowolonych, zbuntowanych lub cynicznie zrezygnowanych”<sup>1</sup>. Rosyjskie dziennikarstwo rozwijało się w szczególnych warunkach. Do końca lat 80. surowa cenzura kontrolowała wszystkie redakcje. W tym celu utworzono specjalny organ, który w okresie 1966–1990 nosił nazwę Głównego Zarządu ds. Ochrony Tajemnicy Państwowej w Prasie przy Radzie Ministrów ZSRR<sup>2</sup>. Funkcjonowanie organów cenzury dokładnie opisała T. Gorjajewa<sup>3</sup>. Liberalizm lub konserwatyzm tytułu był uzależniony od zdolności redaktora naczelnego do lawirowania między licznymi pojęciami ideologicznymi. Co do zasady mówiło się o detalach, wspomnienie których mogło stworzyć wrażenie wolnej myśli w redakcji. W przypadku programów telewizyjnych podobnych akcentów doszukiwano się w intonacji czy wręcz mimice prowadzących. W tym czasie redakcje pełniły funkcję organu demokracji bezpośredniej. W każdej redakcji działał wydział ds. listów czytelników, który zbierał różne przejawy działalności i skargi obywateli radzieckich. Praca dziennikarzy była kontrolowana przez

---

\* Magister, asystent naukowy, Uniwersytet Łódzki, Centrum Badań nad Historią i Kulturą Basenu Morza Śródziemnego i Europy Południowo-Wschodniej im. prof. Waldemara Cerana (Ceraneum).

<sup>1</sup> P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, Warszawa 2009, s. 67.

<sup>2</sup> Главное управление по охране государственной тайны в печати при Совете Министров СССР – «Главлит».

<sup>3</sup> T. Goriaczewa, *Politическая цензура в СССР. 1917–1991 гг.*, Moskwa 2009.

oficjalne stowarzyszenie samorządu zawodowego i przez organizacje partyjne. Wszystkie próby stworzenia opozycyjnych tytułów prasowych były przerywane przez władzę. Znaczące zmiany, które rozpoczęły się w Związku Radzieckim w czasach pieriestrojki, tchnęły życie w liczne tytuły prasowe, a następnie objęły także radio i telewizję. Zaczęły pojawiać się nowe programy zarówno w telewizji, jak i w radiu. Wiele z nich nie podejmowało tematów politycznych, ale w warunkach totalnej kontroli ideologicznej były postrzegane wśród odbiorców jako „postępowy” produkt. Od końca lat 80. w republikach bałtyckich, a następnie również w innych regionach ZSRR zaczęto w dużych ilościach drukować podziemne gazety i czasopisma. Niektóre z nich, co dotyczyło w pierwszej kolejności Estonii, Łotwy i Litwy, były regularnie drukowane przy użyciu maszyn drukarskich i na dobrej jakości papierze<sup>4</sup>. W dużych miastach Rosji podobne tytuły drukowano na zwykłych powielaczach, wychodziły nieregularnie i szybko znikwały. W tym czasie zaczęła słabnąć kontrola doboru kadr w systemie państwowej prasy. W redakcjach pojawili się nowi ludzie, z których wielu nie miało wykształcenia dziennikarskiego i wcześniej nie pracowało w tym zawodzie. Co więcej, w niektórych periodykach polityka kadrowa była skierowana na zmarginalizowanie „profesjonalnych” dziennikarzy i formowanie nowych zespołów. Kadry nowych i starych pism rekrutowały się z dwóch grup: 1) „starzy” pracownicy mediów, władający nawykami kompromisu ideologicznego i 2) „nowe” kadry – ludzie, którzy nie posiadali nawyków pracy dziennikarskiej, ale byli wolni od ideologicznych klisz prasy radzieckiej. Co istotne, nie mieli gotowych wzorców do wypracowywania swoich profesjonalnych strategii. Nowe dziennikarstwo radzieckie i rosyjskie kształtowało się *ad hoc*. Wiele tytułów próbowało podchwycić szybko zmieniające się nastroje społeczne. I. Łysakowa pisze: «Стилистическую доминанту в перестроечной прессе задавали прецедентные тексты (родные цитаты из недалекого прошлого), обычно использовавшиеся с целью создания иронического колорита, и вульгарные жаргонизмы, которые воцарились на целое десятилетие...»<sup>5</sup>.

Środowisko dziennikarskie szybko uzależniło się od władz i biznesu. Szybko zmieniająca się koniunktura, brak doświadczeń otwartej dyskusji, brak autorytetów i zawodowych wzorów oraz zasobów finansowych nie pozwoliły mediom ukształtować w pełni autonomicznego pola w terminologii Pierre’a Bourdieu<sup>6</sup>. Szczególnie jaskrawy obraz nowego oblicza mediów odsłonił

<sup>4</sup> Por. np. «Atmoda» /Łotwa/, «Soglasije» /Litwa/.

<sup>5</sup> I. Łysakowa, *Polilog w sowremennych SMI: tolerantnost’ ili konfrontacyja*, „Respectus Philologicus”, 2007, no. 11, s. 76–80.

<sup>6</sup> P. Burd’je, *O telewidenii i žurnalistikie*, Moskwa 2002.

się w trakcie licznych kampanii wyborczych i kryzysów politycznych lat 90. Sądy wartościujące, realizowanie poleceń sponsorów redakcji, ignorowanie faktów, wszystko to stało się częścią codziennej praktyki radzieckich środków przekazu. W wielu aspektach to zjawisko było związane z oczekiwaniami odbiorców, którzy przyzwyczaili się do postrzegania prasy jako wzoru przy ocenie tych lub innych wydarzeń. Innymi słowy, zadaniem czasopism było nie formowanie przestrzeni otwartej dyskusji, a wskazywanie na właściwą decyzję przy wartościowaniu zjawisk. Ten szczególny rodzaj przemian w świecie mediów był typowy nie tylko dla Związku Radzieckiego i Rosji. Na podobne problemy z procesem formowania wolnych mediów zwracała uwagę bułgarska badaczka T. Monowa:

Посттоталитарното време постави българина (респ. потенциалния читател на весници) в съвсем нова комуникационна ситуация. На обремененото с идеологеме съзнание, свикнало да мисли еднопосочено и да действа дирижирано, бе предоставена възможност да избира – вестници, автори, идеи, ценности<sup>7</sup>.

Moim zdaniem, podobna sytuacja wpłynęła na ukształtowanie się wyłącznie instrumentalnego podejścia do praktyki zawodowej, zarówno ze strony samych dziennikarzy, jak i ze strony odbiorców. Z tego powodu przejście od stosunkowo wolnej przestrzeni politycznej w latach 90. do „demokracji sterowanej” lat dwutysięcznych nie spotkało się z poważnym sprzeciwem środowiska zawodowego. Dokładniej należy w tym miejscu powiedzieć o pojedynczych przypadkach przeciwstawiania się naciskom, które co do zasady prowadziły do poszukiwania kompromisów i wpisywania się w nową polityczną rzeczywistość. Pisząc o technikach kształtowania dyskusji, O. Niesterczuk wskazuje na szeroki zakres instrumentów wpływania na proces formowania oczekiwań odbiorców:

В современной информационной политике России на формирование политической идентичности у населения непосредственно влияет степень монополии политической власти и контроля государства над деятельностью СМИ, возможностей и умения правящей элиты использовать информационный административный ресурс<sup>8</sup>.

W prezentowanym artykule chciałbym zwrócić uwagę na kształtowanie dyskusji przedstawicieli rosyjskiego świata dziennikarstwa w mediach społecznościowych. Mowa o okresie ostatnich kilku lat, kiedy to, zgodnie z ocenami wielu ekspertów, w pracy rosyjskich dziennikarzy pojawiły się dodatkowe ograniczenia. Rosyjskie prawodawstwo bezpośrednio zakazuje cenzury. Wskazuje

<sup>7</sup> T. Monowa, *Dumi, koito razdelat: politicziskijat diskurs w peczata*, Sofia 2000, s. 45.

<sup>8</sup> O. Niesterczuk, *SMI kak faktor formirovanija rossijskoj političeskoj idientičnosti w so-wremennych usłowijach*, „Politeja” 2013, no. 26, s. 609–616.

na to konstytucja państwa<sup>9</sup>, a także szereg aktów prawodawczych, wynikających z zapisów ustawy zasadniczej. Jednak w większości wypadków formalna cenzura zastępowana jest przez tzw. politykę redakcyjną, co, przy posiadaniu dużej liczby narzędzi, za pomocą których dziennikarz może podlegać sankcjom, zabezpiecza zachowanie kontroli nad działalnością pracowników mediów. Niezbędne jest podkreślenie wielostopniowego charakteru kontroli. Może ona dotyczyć spraw międzynarodowych, krajowych i regionalnych. Środki masowego przekazu mogą być wykorzystywane także w charakterze instrumentu realizacji interesów gospodarczych właściciela.

Kryzys polityczny związany z wydarzeniami na Ukrainie w latach 2014–2015 z jednej strony zaostrzył dyskusję w społeczeństwie, poważnie wpłynął na retorykę w środkach masowego przekazu: aktywne wykorzystanie emocjonalnej leksyki, słowa o charakterze militarnym (wojna, wróg, napad, zwycięstwo i in.), niechęć w stosunku do przeciwnych poglądów, ekspresja, nawiązanie do pamięci historycznej (wyzwolenie od faszyzmu, wyzwolenie Europy, zdrada) w rozumieniu Paula Ricoeura<sup>10</sup>. Z drugiej strony, można mówić o zwiększeniu kontroli nad działaniem zespołów redakcyjnych. Kontrola przybiera charakter teoretyczno-praktyczny. Mowa o swobodnym wykorzystaniu formalnych (normatywnych) instrumentów przy realizacji konkretnych zadań.

Podobną praktykę można odnaleźć w działalności Federalnej Służby ds. nadzoru w sferze komunikacji, technologii informacyjnych i komunikacji masowej<sup>11</sup>. Ten resort ma prawo zgłaszać zawiadomienie do środków masowego przekazu w przypadku naruszenia przez nie prawa o mediach. Po zgłoszeniu drugiego pisemnego zawiadomienia tytuł może zostać zamknięty postanowieniem sądu<sup>12</sup>. Do naruszeń prawa mogą być zaliczane: użycie leksyki nienormatywnej, występowanie wezwań do ekstremizmu lub nienawiści do określonych grup społecznych. Praktyka stosowania danych zapisów pozwala mówić o całkiem wolnym traktowaniu wymagań ustawy przez stosujący je resort. Trzeba zauważyć, że niniejsze zasady odnoszą się do działalności tzw. blogerów. W przypadku ponad trzech tysięcy odsłon w ciągu doby, z punktu widzenia ustawy, podlegają oni zasadom funkcjonowania mediów<sup>13</sup>.

<sup>9</sup> Patrz art. 29 pkt 5.

<sup>10</sup> P. Ricoeur, *Między pamięcią a historią*, „Znak” 2005, nr 3, s. 99–112.

<sup>11</sup> Fiedieralnaja służba po nadzoru w sfierie swiazi, informacyonnych tiechnologij i masowych kommunikacij – Roskomnadzor.

<sup>12</sup> Por. art 16 ustawy „O środkach masowego przekazu” (zakon «O sriedstwach massowoj informacyi»).

<sup>13</sup> Por. art. 10 ustawy „O informacji, technologiach informacyjnych i o ochronie informacji” (zakon «Ob informacii, informacyonnych tiechnologijach i o zaszczytie informacii»).

Tym niemniej, Internet pozostaje przestrzenią maksymalnej wolności wypowiedzi dla pracowników mediów. Podobna tendencja obserwowana jest nie tylko w Rosji. A. Wrońska na polskim przykładzie mówi o charakterystyce zachowania się dziennikarzy w przestrzeni wirtualnej:

Dziennikarze mogą też zaprezentować mniej popularne poglądy, które mogłyby popsuć ich wizerunek w pracy lub nie spodobałyby się szefom stacji czy gazety. Czasami może dojść do zachwiania równowagi między oficjalnym kanałem przekazu informacji a tym, co można znaleźć na blogu autora. W skrajnych przypadkach może spowodować spadek zaufania do nadawcy macierzystych mediów<sup>14</sup>.

W niniejszym tekście zwracamy uwagę na aktywność rosyjskich dziennikarzy w sieciach społecznych. Do analizy wybrałem sieci: Vkontakte, Facebook i Twitter. Moim zdaniem, można mówić o podwójnym charakterze informacji w tych sieciach: mogą one być rozpatrywane jako opinie prywatne, ale w praktyce pojawiają się w przestrzeni publicznej z nieograniczoną możliwością udostępnień. Poza tym rosyjska rzeczywistość ma swoją specyfikę, na którą chciałbym zwrócić szczególną uwagę. Etyka dziennikarska, istniejąca w przestrzeni publicznej, tzn. w przestrzeni z potencjalnie nieograniczoną liczbą nieznanym autorowi odbiorców, stawia pracownikowi mediów określone wymagania. Mowa głównie o rezygnacji ze stosowania własnych sądów wartościujących i wulgaryzmów. Obecnie sytuacja przestrzeni prywatnej, tj. przestrzeni z ograniczoną liczbą znanych autorowi odbiorców, nie stawia przed dziennikarzem wymagań surowego przestrzegania zasad etyki dziennikarskiej<sup>15</sup>. Trzeba podkreślić, że w ostatnim czasie kontrola organów państwowych objęła *de facto* i *de iure* media społecznościowe. Sankcje mogą zostać nałożone nie tylko na autora oryginalnego wpisu, ale także na jego udostępnienie, nawet w celu wyrażenia krytyki. Oba przypadki w określonych warunkach rozpatrywane są jako naruszenia prawa. Może obejmować to także odpowiedzialność karną. Sankcje nie zawsze mają charakter normatywny. Zacytuję zasady zachowania dziennikarzy w mediach społecznościowych stacji „Echo Moskwy”. Niniejszy dokument został opracowany po szeregu sytuacji konfliktowych, związanych z publikowaniem postów w *social media* przez dziennikarzy:

Журналист радиостанции “Эхо Москвы” должен понимать, что для аудитории он всегда является представителем “Эха Москвы”, вне зависимости от того, находится он на рабочей смене или нет. Согласно Уставу радиостанции, ее сотрудники соблюдают положения Московской Хартии журналистов в профессиональной

<sup>14</sup> A. Wrońska, *Dziennikarze i blogerzy jako uzupełniające się środowiska tworzące treści*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2015, vol. 7/18, s. 213–226.

<sup>15</sup> Por. m.in. rosyjski *Kodeks norm etycznych Wspólnoty dziennikarzy zawodowych* («Kodex etycznych norm Obszczestwa professionalnych žurnalistow»).

работе. Радиостанция “Эхо Москвы” не несет ответственности за содержание социальных сетей ее сотрудников и подразумевает их личным пространством журналистов. Однако понимая, что подписчики сотрудников “Эхо Москвы” могут не делать различий между журналистом “Эха” и частным лицом, редакция вводит ряд ограничений для того, чтобы “Эхо Москвы” в целом не несло репутационный ущерб за частные твиты ее сотрудников. Журналисту “Эха Москвы” следует помнить: все, что он говорит публично, может быть использовано против него или против радиостанции. Следует быть осторожным и не оставлять поводов для сомнений в собственном профессионализме и не создавать репутационные риски для “Эха Москвы”<sup>16</sup>.

Należy zauważyć, że media społecznościowe zaczęły aktywnie rozwijać się w Rosji w drugiej połowie pierwszego dziesięciolecia XXI wieku. Wówczas pojawiła się sieć VKontakte, następnie do kraju zaczęły przenikać Facebook i Twitter. Popularność pierwszej była spowodowana jej orientacją na rosyjskojęzycznych odbiorców. Sieć pojawiła się w 2006 roku. Zgodnie ze stanem na początek grudnia 2016 roku, strona [www.vk.com](http://www.vk.com) była najchętniej odwiedzanym medium w Rosji. Dla porównania strona [www.facebook.com](http://www.facebook.com) zajmowała 12 miejsce, [www.twitter.com](http://www.twitter.com) znajdował się na 24 miejscu<sup>17</sup>.

Na początku media społecznościowe były traktowane przez dziennikarzy tylko jako narzędzie rozrywki. Co więcej, niektóre redakcje, w tym kanały o zasięgu federalnym, starały się ograniczyć współpracownikom dostęp do *social media* w miejscu pracy. W redakcjach pojawiły się ogłoszenia z ostrzeżeniem o sankcjach przeciwko pracownikom, którzy będą „siedzieć” w sieciach społecznych. Administratorzy pokazywali, jak blokować wyjście do sieci społecznych z konkretnych komputerów.

Nawiasem mówiąc, szybko zrezygnowali z tej praktyki. W tym czasie narracja w mediach społecznościowych nie wychodziła poza ramy kontaktów osobistych. Już w ciągu kilku lat *social media* zaczęły przekształcać się w narzędzie działalności zawodowej. Okazało się, że nowe zasoby elektroniczne dają ogromne możliwości poszukiwania informacji. Dostępne stają się fotografie i materiały video, czaty, numery telefonów i adresy pocztowe. Dziennikarze prowadzą specjalne, profesjonalne wyszukiwarki. Opracowywane są całe strategie komunikacji ze źródłami danych. Praktycznie od razu pojawia się kwestia prezentacji samych dziennikarzy w mediach społecznościowych. Mówimy o kilku aspektach: 1. Aspekt praktyczno-etyczny: jak znaleźć informację,

---

<sup>16</sup> *Zasady zachowania w mediach społecznościowych dla dziennikarzy stacji „Echo Moskwy”* («Правила для журналистов “Echo Moskwy” по работе в социальных сетях»), 2015; <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/4945-pravila-dlya-zhurnalistov-ekho-moskvy-po-rabote-v-sotsialnykh-setyakh> [dostęp: 1.11.2016].

<sup>17</sup> Według danych serwisu [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com).



jak nakłonić rozmówcę do jej udzielenia, czy należy otwarcie poinformować o swojej pozycji zawodowej i swoich celach? 2. Aspekt prawny: jak można wykorzystać otrzymaną informację, czy potrzebna jest formalna zgoda autora na transmisję otrzymanej informacji w mediach, czy prawa autorskie rozszerzają się na materiały umieszczone w mediach społecznościowych, a jeśli tak, to w jakim zakresie. 3. Aspekt techniczny: jak weryfikować informacje, określenie wiarygodności autora, jak oddzielić przestrzeń własną i prywatną? Jasne jest, że podobne pytania w praktyce były podejmowane *ad hoc*, co bezwarunkowo prowadziło do licznych konfliktów i niedokładności naświetlenia tych lub innych wydarzeń. Zauważmy, że ten etap tworzył iluzję bezpieczeństwa. Posługując się językiem Friedricha Dürrenmatta, można ją określić jako „obserwację obserwatora obserwatorów”. Dawało to możliwość swobodnego wyrażania swoich opinii. Jak się jednak okazało, obserwatorów może być nieskończenie wiele. Na agendzie znalazły się kwestie etyki zawodowej i korporacyjnej. Na przykład dziennikarz „F” stracił pracę po publikacji na swoim profilu zdania: „уже давно мечтал покормить чайку с руки” („już dawno marzyłem o karmieniu mewy z ręki”). Towarzyszyło to zdjęciu z ceremonii wręczenia nagrody Prokuratury Generalnej Rosji<sup>18</sup>. Nieoczekiwanie okazało się, że dziennikarz nawet w strefie kontaktów prywatnych powinien zachowywać wierność zasadom etyki zawodowej. Łatwo założyć, że same granice etyczne w tym przypadku były bardzo rozmyte. Często podejmowano temat relacji z konkretnymi urzędnikami, temat rozwoju biznesu. Ogólne opinie polityczne i pozapolityczne nie były przyjmowane ostro i najczęściej je ignorowano.

Wiele zmienił okres politycznej wrogości, związany z kryzysem ukraińskim. Zbiegło się to w czasie z burzliwym rozwojem mediów społecznościowych w Rosji. Dotychczasowi outsiderzy rosyjskiego Internetu – Facebook, Twitter – zajęli kluczowe miejsca na rosyjskim rynku. Można przypuszczać, że sam kryzys w pewnym stopniu sprzyjał rozwojowi mediów społecznościowych. Ograniczone możliwości publicznych wystąpień politycznych przenosiły dyskusję do przestrzeni wirtualnej. Właśnie w tym okresie ponownie podjęto kwestię tak zwanej etyki korporacyjnej. Wielu aktywnych dziennikarzy stanęło przed pytaniem, w jakiej formie można wyrażać swoje poglądy w przestrzeni *social media*. Otwarte sądy na temat oficjalnego punktu widzenia groziły sankcjami ze strony kierownictwa. Najczęściej kadra zarządzająca argumentowała swoje poglądy zestawieniem przeciwnych materiałów prasowych i ich opinii wyrażanych w Internecie. Innymi słowy, jedność korporacyjna miała być ważniejsza od sprawiedliwości. Pojawiła się również kwestia reakcji na informacje

<sup>18</sup> Stanowisko Prokuratora Generalnego FR zajmuje Jurij Czajka – słowo „Czajka” można przetłumaczyć na język polski jak „mewa”.

w mediach społecznościowych ze strony potencjalnych pracodawców. Redaktorzy naczelni i ich zastępcy zaczęli przeglądać wpisy kandydatów przed ich przyjęciem do pracy. Pojawiło się pojęcie „czarnej listy” lub „STOP-listy”, gdzie umieszczono zbyt aktywnych redaktorów. Należy zauważyć, że do tego czasu pojęcia „STOP-listy” używano prawie wyłącznie w stosunku do gości, którzy byli zapraszani lub nie do studia. Informacje o takich listach możemy znaleźć w materiałach dziennikarzy rosyjskich i zagranicznych. Na przykład w „The New York Times” C.J. Levy pisze:

Senior government officials deny the existence of a stop list, saying that people hostile to the Kremlin do not appear on TV simply because their views are not newsworthy. In interviews, journalists said that they did not believe the Kremlin kept an official master stop list, but that the networks kept their own, and that they all operated under an informal stop list – an understanding of the Kremlin's likes and dislikes<sup>19</sup>.

Natomiast dziennikarz W. Pozner „в ходе онлайн-интервью интернет-изданию GZT.RU рассказал, что у его программы, выходящей на Первом канале, имеется отдельный „стоп-лист» (список людей, которых нельзя звать в эфир), не совпадающий со „стоп-листом» канала в целом. По словам ведущего, в его списке семь имен, озвучивать которые он отказался”<sup>20</sup>.

W warunkach polaryzacji nastrojów w określonej części społeczeństwa można przypuszczać, że relacja między wypowiedziami dziennikarza a oficjalnym kursem stała się ważnym kryterium podjęcia konkretnej decyzji kadrowej. Badacz rosyjskich kręgów dziennikarskich, R. Sacharow, kieruje następujące sugestie do pracowników jednej z dużych agencji informacyjnych w związku z dymisją kierownictwa mediów:

Медиаландшафт даже в Москве настолько сильно скукожился, что надо использовать все свои силы, чтобы даже на том рабочем месте, если это не будет совершеннейший поворот к агитпропу, делать хорошие вещи. Коллегам надо принять такое мужественное решение. Но, к сожалению, мы же помним, что даже в «Медузу» устроились не все, кто уволился из «Ленты»<sup>21</sup>.

Poza sprawami aktualności politycznych na pracę dziennikarzy poważnie wpłynął kryzys gospodarczy, który doprowadził do zwolnień wśród pracowników wielu redakcji.

<sup>19</sup> C.J. Levy, *It Isn't Magic: Putin Opponents Vanish From TV*, „The New York Times”, 3.06.2008, <https://www.nytimes.com/2008/06/03/world/europe/03russia.html> [dostęp: 9.12.2016].

<sup>20</sup> Pozner *rasskazał o „stop-listach” Pierwogo kanała*, „Lenta.ru” 24.11.2011 r., <https://lenta.ru/news/2011/02/24/pozner/> [dostęp: 9.12.2016].

<sup>21</sup> Cyt. za: N. Mazakina i N. Gijewskaja, *Pietierburgskie żurnalisty proszczajusia s RBK*, „Lenizdat”, 13.05.2016, <https://lenizdat.ru/articles/1138911/> [dostęp: 1.11.2016].



Podobna sytuacji skłoniła wielu dziennikarzy do wyboru strategii mimi-kry w mediach społecznościowych. Co do zasady oznacza to słabą aktywność w otwartej przestrzeni wypowiedzi o maksymalnie neutralnym charakterze, prawie całkowitą rezygnację z komentarzy poświęconych ważnym wydarzeniom społecznym. Dziennikarze podkreślają, że skupiają się na mechanicznym, bezkrytycznym wykonywaniu obowiązków zawodowych. Starają się oni minimalizować omawianie kwestii służbowych w mediach społecznościowych. Na przykład redaktor telewizyjny „T” pisze:

Все-таки трёхнедельный ночной марафон даёт о себе знать. Сегодня всю ночь верстал выпуски и писал тексты. Мозг не понимает, что можно отдохнуть. И разбудил меня в 7 утра ... (Jednak trzytygodniowy nocny maraton daje o sobie znać. Dziś całą noc przeglądałem tytuły i pisałem teksty. Mózg nie rozumie, że można odpocząć. I obudził mnie o 7 rano...)

Dziennikarze są wezwani do podkreślania lojalności wobec oficjalnej pozycji redakcji, najczęściej kiedy chodzi o stosunek do polityki rządu. W tym czasie kryzys polityczny doprowadził do radykalizacji dyskusji w mediach społecznościowych. Nazwałbym to „efektem papugi”. Przede wszystkim dlatego, że ta radykalna komunikacja w wielu przypadkach imituje niemożliwe relacje w realnym świecie. Niektórzy dziennikarze zaczęli aktywnie i stosunkowo ostro wypowiadać się w przestrzeni społecznej. Dotyczyło to i zwolenników, i przeciwników polityki rządowej. Dziennikarz „B1” wyraża swoją opinię w sprawie obywateli Rosji, którzy mieszkają za granicą:

люди без очевидных причин свалили в какие-нибудь Штаты (их не били, им не угрожали, уголовных дел в отношении них не возбуждали и т.д.), они просто не хотели жить в России. И вот эти люди сутками в соцсетях откровенно с\*\*т кирпичами на Россию и её народ. На олимпиаде ставят в фейсбуке значок, что болеют за сборную США/Швеции/Финляндии, бросаются на всех, кто болеет за российских спортсменов, заказывают банковские карты исключительно с американским флагом и т.п., ведь все американское/европейское - золото, российское - г\*\*\*о. А мне просто хочется поинтересоваться: ОК, Господь ошибся, родился ты не в той стране, но сейчас тебе что от неё надо? Все прекрасно, ты изменил свою судьбу, ты её творец, ты избавился от России, так отстань уже от неё. Просто не мешай тем, кто её действительно любит.

(ludzie bez widocznych przyczyn spieprzyli do jakichś Stanów (ich nie bito, im nie grożono, nie rozpoczynano wobec nich postępowań karnych itd.), on po prostu nie chcieli mieszkać w Rosji. I oto ci ludzie setkami w mediach społecznościowych otwarcie sr\*\*ją na Rosję i naród. Podczas olimpiady zaznaczają na Facebooku, że kibicują drużynie USA/Szwecji/Finlandii, rzucają się na tych, którzy kibicują rosyjskim sportowcom, zamawiają karty bankowe wyłącznie z flagą amerykańską itp., bo niby wszystko co amerykańskie/europejskie jest złote, a co rosyjskie – g\*\*\*wno. A mnie po prostu interesuje: OK, Pan Bóg się pomylił, urodziłeś się nie w tym kraju, ale czego od niego teraz chcesz?

Wszystko pięknie, zmieniłeś swój los, jesteś jego twórcą, uwolniłeś się od Rosji, więc się od niej odczep. Po prostu nie przeszkadź tym, którzy ją prawdziwie kochają)

Dziennikarz „G” pisze o prośbie reżysera Aleksandra Sokurowa do prezydenta w sprawie reżysera Olega Siencowa, skazanego w FR z paragrafu o przygotowywanie aktu terrorystycznego na Krymie:

Чувак закон нарушил, а они его освободить просят...смешно... а если бы он не режиссёром был, а сталеваром? (Koleś naruszył prawo, a oni chcą go uwolnić... to śmieszne..., a gdyby był nie reżyserem, a stalownikiem?).

Ten sam dziennikarz w następujący sposób reaguje na wypowiedź Ministra Spraw Zagranicznych FR Sergieja Ławrowa pod adresem dziennikarzy<sup>22</sup>. Dalej przywołany jest cytat z krótkiego wpisu w sieci:

Мужик!!! Все по своим местам расставил. Журналиги... (Prawdziwy facet!!! Wszystko poustawiał na swoje miejsca. Dziennikarzyny...).

Do podobnych wypowiedzi można zaliczyć wpis redaktora „K” w związku z uznaniem rosyjskiej sportsmenki Julii Stiepanowej za winną stosowania dopingu:

Ахаха! Ну, и что дорогая Степанова? Стукачка, которая сама жрала допинг на олимпиаду не допущена. Поделом! (Hahaha! No i co, kochana Stiepanowa? Jest kapusiem, która sama pożerała doping, i nie została dopuszczona do olimpiady. Dobrze jej tak!)

Zauważmy, że takie wypowiedzi noszą charakter wartościujący i zawierają wulgaryzmy lub słownictwo potoczne z zastosowaniem sformułowań świadczących o braku szacunku.

W szeregu wypadków dziennikarze dążą do wykorzystania koniunktury w celu zbitcia dodatkowego kapitału społecznego w rozumieniu Pierre’a Bourdieu<sup>23</sup>. Tworzyli oni specjalne strony w *social media*, gdzie aktywnie omawiano i komentowano wydarzenia polityczne. Na przykład kierownictwo jednego z niewielkich kanałów telewizyjnych zaczęło prowadzić aktywną kampanię propagandową w mediach społecznościowych. Chodziło o bezwarunkowe poparcie polityki Rosji na Ukrainie.

Przytoczę kilka wypowiedzi odnoszących się do czasu początku kryzysu ukraińskiego. Redaktor „K” w taki sposób reaguje na amerykańskie wsparcie dla Ukrainy i śmierć ludzi w odeskim „Pałacu Związków Zawodowych”:

<sup>22</sup> W materiale opublikowanym na [www.youtube.com](http://www.youtube.com) słychać, jak Ławrow zwraca się do nieznanego dziennikarza po angielsku, a następnie mówi po rosyjsku: «diebiły» – „debile”.

<sup>23</sup> P. Burd’je, *Praktičeskij smysl*, Sankt Petersburg 2001.

В связи с закрытием базы Манас и сложными отношениями с Россией, НАТО срочно нужен аэродром и порт Одесса, мешает население. (W związku z zamknięciem bazy Manas i skomplikowanymi stosunkami z Rosją, NATO natychmiast potrzebuje lotniska i portu Odessa, ludność przeszkadza)

Autor posta przywołuje popularny w większości mediów rosyjskich pogląd o udziale USA w pewnych wydarzeniach na Ukrainie i istnieniu planu osłabienia rosyjskiego wpływu na Europę środkową i wschodnią.

Przywołam jeszcze jeden cytat z „K”. Dotyczy on wypowiedzi amerykańskiej dyplomatkii Victorii Nuland. Tekstowi towarzyszy jej fotografia:

Выдает лицензии правому сектору на захват и поджог зданий. (Wydaje prawemu sektorowi licencje na zajmowanie budynków i ich podpalanie)

Inny wpis „K” poświęca Jennifer Psaki, asystentce sekretarza stanu USA:

Надо сказать коллективное спасибо Мэтью Ли за то, что открыл миру Псаки. С ней веселее! (Trzeba wspólnie podziękować Matthew Lee za to, że odkrył dla świata Psaki. Z nią jest weselej)

Ta informacja może być prawidłowo odczytana przy zrozumieniu kontekstu – ironicznej retoryki, która została przyjęta w rosyjskim dyskursie politycznym w stosunku do oficjalnych przedstawicieli amerykańskiej administracji w czasie zaostżenia kryzysu ukraińskiego. Tego rodzaju teksty wyróżnia jaskrawa personalizacja. Są one związane z obrazem konkretnego działacza społecznego lub politycznego. W celu prezentacji i przedstawienia jego działań może być stosowana ekspresywna leksyka, tworząca stały negatywny obraz. Wykorzystywana jest ironia, aluzje historyczne i stereotypy, wszystko to, co T. van Dijk<sup>24</sup> nazwał wiedzą ogólnokulturową. Do wzmocnienia tezy często wykorzystywane są kolaże lub fotografie, które podkreślają niszczący, prześmiewczy lub mylący charakter informacji. W tym czasie wspomina się bohaterów pozytywnych<sup>25</sup>. Na przykład post „K” o Kadyrowie, który zebrał grupę „ochotników” w celu uczestnictwa w wydarzeniach na Ukrainie: „Спасибо Рамзан Ахматович! Храни Вас Бог!” („Dziękuję Ramzanie Achmatowiczu! Niech Cię Bóg chroni!”). Wykorzystanie formy grzecznościowej<sup>26</sup> rzadko jest spotykane w większości zwykłych publicznych wpisów. Poza tym autor podkreśla swój stosunek do bohatera wpisu przez zwrot do mocy nadprzyrodzonych (emocjonalny charakter powierzenia polityka sile wyższej podkreślony jest wielkimi literami).

<sup>24</sup> T. Dejk, *Diskurs i własć: riepriezientacyja dominirowanija w jazykie i kommunikacyi*, Moskwa 2013.

<sup>25</sup> Prezydent Putin, minister obrony Szojgu, szef MSZ Ławrow i władca Czeczenii Kadyrow.

<sup>26</sup> Po imieniu i imieniu odojcowskim.

Przywołam przykład przeciwnego poglądu. Dziennikarz „B2” w pierwszych miesiącach pracy w nowym miejscu zaczął publikować soczyste wpisy w mediach społecznościowych:

В редакции завелся телевизор. Смотрю весь день Россию-24 и периодически громко матерюсь. Там идет настоящая война. В стык анонсируются три программы. «Донбасс. Дети войны», со слоганом «Донецкие мамы идут на войну». Далее специальный проект про войну в Сирии: огонь из танков, съемки разрушений с воздуха и тд. Далее – анонс программы «Русское оружие». Снова танки, еще какое-то военное говно... (W redakcji pojawił się telewizor. Oglądam przez cały dzień Rossija-24 i czasami głośno bluźnię. Tam toczy się prawdziwa wojna. Po kolei zapowiadane są trzy programy. „Donbas. Dzieci wojny” ze sloganem „Donieckie matki idą na wojnę”. Dalej specjalny projekt o wojnie w Syrii: ogień czołgów, zniszczenia fotografowane z powietrza itd. Następnie anons programu „Rosyjski oręż”. Znowu czołgi, jeszcze jakieś wojskowe gówno...)

Szczególny przypadek reprezentuje sprawa kampanii przedwyborczych. W tym czasie wyraźnie śledzony jest dwojaki stosunek do *social media* ze strony dziennikarzy i redakcji. Z jednej strony, wymiar osobisty i posty adresowane do „znajomych” rozpatrywane są w charakterze przestrzeni publicznej. Z drugiej – sposób funkcjonowania mediów społecznościowych ogranicza możliwości publikacji prywatnych, nieosobistych wpisów. Prywatność jest iluzoryczna, a modele zachowania są problematyczne. Przywołajmy dwie wypowiedzi dziennikarzy „B1” i „B2”:

1) Хочу видеть в следующем созыве ЗакСа Борис Вишневецкий [hash tag]. Сама получу инфаркт, если он не пройдет. Что касается конкретно моего округа, то пока не понимаю, кто такой Леонид Маругин («Яблоко»). Вообще, собиралась за самовыдвиженца Александр Шуршев [hash-tag], но его не пустили на выборы, срезав на подписях. (Chcę widzieć w następnej kadencji ZakSa<sup>27</sup> Borysa Wiszniewskiego. Dostanę zawału, jeśli on nie przejdzie. Jeśli chodzi konkretnie o mój okręg, na razie nie rozumiem, kim jest Leonid Marugin („Jabłoko”). W ogóle chciałam poprzeć niezależnego Aleksandra Szurszewa, ale nie dopuszczono go do wyborów, ścinając na podpisach)

2) В Госдуму хочу, чтобы прошли отважный Лев Шлосберг, честный Владимир Рыжков и „единственный голос разума в 6-й Думе” Dmitry Gudkov. (Chcę, aby do Dumy weszli odważny Lew Szlosberg, uczciwy Władimir Ryżkow i jedyny głos rozumu w szóstej Dumie Dmitrij Gudkow)

Pojawia się kwestia dopuszczalności otwartej agitacji za konkretną partią polityczną lub kandydata i zagrożenia powstaniem konfliktu interesów w pracy dziennikarzy. Radykalizacja wypowiedzi to prowokacje, osobiste oskarżenia,

---

<sup>27</sup> Zgromadzenie Prawodawcze Sankt Petersburga.

ironia, żonglowanie czynnikami historycznymi, co na określonym etapie prowadziło do pojawienia się wojny informacyjnej. Czarne listy i wyrzucanie z grona znajomych stały się powszechnym zjawiskiem w przestrzeni mediów społecznościowych. Paradoksalnie, w środowisku dziennikarskim nie zawsze pojawiała się podobna radykalna dyskusja na poziomie realnych redakcji. Co więcej, dziennikarze dopiero co wymienili się skrajnymi komentarzami w przestrzeni wirtualnej, a mogą kontynuować neutralne, a może nawet przyjacielskie relacje w realnym życiu. Jeszcze jedną formę istnienia w przestrzeni społecznej nazwałbym strategią „gwiazdy morskiej”. Wielu redaktorów naczelnych i producentów jest zarejestrowanych w mediach społecznościowych pod własnymi nazwiskami, ale stosunkowo rzadko (o ile w ogóle) umieszczają w otwartym dostępie jakiejkolwiek informacje/wpisy. Z jednej strony otrzymują oni dostęp do informacji, w tym do komentarzy współpracowników, a z drugiej unikają zagrożenia kompromitacją w oczach przedstawicieli różnych obozów politycznych. Należy zauważyć, że analogiczna strategia może realizować się jako demonstracyjna rezygnacja z rejestracji w mediach społecznościowych. Dodam, że strategia „gwiazdy morskiej” jest uwarunkowana także odczuciem braku perspektyw aktywnego udziału w dyskusjach w ramach przestrzeni wirtualnej.

Ważne jest podkreślenie równoległej egzystencji rosyjskich dziennikarzy w przestrzeni wirtualnej i realnej. Dotyczy to i dużych mediów o zasięgu federalnym, i prasy regionalnej. Praca w prorządowej organizacji nie wskazuje na poglądy dziennikarza. Przedstawiciele przeciwnego obozu – warunkowo nazwijmy go liberalnym – często zarzucają kolegom kłamstwa, oszukiwanie publiczności, propagandę. W odpowiedzi mogą usłyszeć zarzuty o pracę na rzecz zachodnich sponsorów. Poza tym najczęściej przedstawiciele mediów prorządowych zwracają uwagę na skrajny brak popularności alternatywnych publikatorów. W praktyce oznacza to brak możliwości znalezienia pracy przez dziennikarza, który chce przeciwstawiać się oficjalnej polityce. Poza tym praca w mediach regionalnych często stwarza iluzję możliwości zmienienia świata na lepszy. Kompromis w kwestiach politycznych powinien być rekompensowany stosunkową wolnością w omawianiu problemów społecznych. W praktyce oznacza to pełną podległość regionalnym urzędnikom i ich interesom politycznym.

Media społecznościowe w znaczącym stopniu tworzą iluzję dyskusji zawodowej i politycznej. Możliwość poinformowania o swoich poglądach w Internecie, uczestniczenia w omawianiu spraw, stosunkowo bezpieczna radykalizacja ocen i sądów, w określonym stopniu oznacza złagodzenie realnej przestrzeni publicznej. Prezentacja poglądów w mediach społecznościowych może oznaczać rozgrzeszenie, które obroni obywateli i dziennikarzy przed zarzutem pasywności w dyskusji publicznej. Przekształcenie dziennikarzy w politycznych

propagandystów wiąże się z konkretnymi wydarzeniami oficjalnej agendy. Radykalizację dyskusji, wykorzystanie żargonizmów i wulgaryzmów w mediach społecznościowych można porównać z okresem formowania nowego rosyjskiego dziennikarstwa pod koniec lat 80. i na początku 90. Jednak dzisiaj dyskusja jest schowana w przestrzeni wirtualnej i ma ograniczony charakter.

Można mówić o stopniowym kształtowaniu „zasad gry”, pewnych modeli zachowań dziennikarzy. W przypadku formowania tych modeli uwzględniane są: polityczna koniunktura, istnienie niejawnych porozumień między władzami a redakcją. Jednym z przykładów takich porozumień jest konflikt wokół posta w *social media*, który umieścił jeden z pracowników radia Echo Moskwy w listopadzie 2014 roku<sup>28</sup>. Z drugiej strony, iluzja prywatności wciąż jeszcze pozwala pracownikom mediów swobodnie podchodzić do wyboru stylu i treści konkretnych wpisów. Można założyć, że w pewnych wypadkach ruchome granice etyczne są wykorzystywane dla potwierdzenia oficjalnego dyskursu informacyjnego. Poza tym państwo próbuje wypracować akty normatywne i wprowadzić praktykę prawną w celu opisu i wsparcia granic tego, co jest dopuszczalne w świecie wirtualnym.

## Bibliografia

- Bourdieu P., *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, Warszawa 2009.
- Burd'je P., *O tiewidienii i żuranalistikie*, Moskwa 2002.
- Burd'je P., *Prakticzeskij smysl*, Sankt Petersburg 2001.
- Dejk T., *Diskurs i włast: riepriezientacyja dominirowanija w jazykie i kommunikacyi*, Moskwa 2013.
- Goriaczewa T., *Politicheskaja cenzura w SSSR. 1917-1991 gg.*, Moskwa 2009.
- Levy C.J., *It Isn't Magic: Putin Opponents Vanish From TV*, „The New York Times”, 3.06.2008, <https://www.nytimes.com/2008/06/03/world/europe/03russia.html> [dostęp: 9.12.2016].
- Lysakowa I., *Polilog w sowremennych SMI: tolerantnost' ili konfrontacyja*, „Respectus Philologicus” 2007, nr 11, s. 76–80.
- Monowa T., *Dumi, koito razdelat: politicziskijat diskurs w peczata*, Sofia 2000.
- Niestierczuk O., *SMI kak faktor formirowanija rossijskoj politiczeskoj idientcznosti w sowriemiennych usłowijach*, „Politeja” 2013, nr 26.

---

<sup>28</sup> Dziennikarz Aleksander Pluszczew (Александр Плющев) opublikował na Twitterze pytanie, czy można uważać śmierć syna szefa prezydenckiej administracji, który wcześniej naruszał prawo, za dowód istnienia sił wyższych? Post wywołał publiczną negatywną reakcję przedstawicieli głównego akcjonariusza stacji – kompanii „Gazprom-Media”. W stosunku do dziennikarza zastosowano sankcje.



Ricoeur P., *Między pamięcią a historią*, „Znak” 2005, nr 3, s. 609–616.

Wrońska A., *Dziennikarze i blogerzy jako uzupełniające się środowiska tworzące treści*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2015, vol. 7/18, s. 213–226.

### **Abstract**

Journalism in Russia faces not only a problem of co-existence with an authoritarian regime. Intense changes within distribution of information (growth of popularity of social media, common access to video and sound recording devices, problem of fact-checking) lead to – in conditions of the present political situation – forming of specific strategies in the journalists' behavior in the visual space, so that arises the matter of characteristic features of alterations within the following relations: employee–employer, journalist–receiver, journalist–journalist, journalist–state.

**Keywords:** Russia, journalism, social media, journalists, strategies in the journalists, authoritarian regime