

# Rola polskich mediów w procesie domestykacji konfliktu rosyjsko-ukraińskiego

## Analiza nagłośnienia medialnego kryzysu na Ukrainie przez „Fakt”, „Gazetę Wyborczą” oraz „Wiadomości” TVP

**Róża Smolak**

Konflikt rosyjsko-ukraiński, który rozpoczął się w lutym 2014 roku, jest jednym z najważniejszych kryzysów militarno-politycznych w regionie Europy Środkowej i Wschodniej od czasów zakończenia II wojny światowej. W związku z tym zdarzenia na Ukrainie, zwłaszcza w początkowej fazie działań militarnych, przykuwały zainteresowanie mediów z całego świata. Specyfikę konfliktu stanowi jego hybrydowość<sup>1</sup> i nieregularność. Powoduje to, że sposób nagłośnienia medialnego kryzysu na Ukrainie jest dla dziennikarzy wyzwaniem. Działania stron sporu, szczególnie w wymiarze polityki informacyjnej, wymagają od pracowników mediów dużej staranności w kontekście weryfikacji i dostępu do źródeł informacji<sup>2</sup>. Z drugiej strony, wydaje się, że zainteresowa-

nie mediów tematyką konfliktów zbrojnych maleje. W związku z tym strategia domestykacji przyjęta przez redakcje może zwiększać zarówno stopień zaciekawienia odbiorców daną kwestią, jak i zaangażowania w problematykę.

Zainteresowanie mediów kryzysem ukraińskim było szczególnie zauważalne w przypadku państw sąsiadujących z obszarami stron konfliktu<sup>3</sup>. Warto zaznaczyć, że działania rozgrywane na wschodzie Ukrainy mają istotne znaczenie dla Polski. Wynika to z kilku przyczyn. Po pierwsze, kryzys ukraiński stanowi bezpośrednie zagrożenie dla bezpieczeństwa kraju w wymiarze terytorialnym i ekonomicznym<sup>4</sup>. Wydaje się, że może być on postrzegany przez władzę i obywateli jako konflikt o charakterze regionalnym („nasza wojna”), a nie wyłącz-

<sup>1</sup> Ł. Skoneczny, *Wojna hybrydowa – wyzwanie przyszłości? Wybrane zagadnienia*, „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego – wydanie specjalne” 2015, nr X, s. 44–46.

<sup>2</sup> J. Darczewska, *Anatomia rosyjskiej wojny informacyjnej. Operacja krymska – studium przypadku*, „Punkt Widzenia” 2014, nr 42.

<sup>3</sup> Projekt badawczy „Ukraine 2014 – media war and the war in media”, Sztokholm 2016 (w druku).

<sup>4</sup> *Strategia Bezpieczeństwa Narodowego Rzeczypospolitej Polskiej*, 2014, <https://www.bbn.gov.pl/ftp/SBN%20RP.pdf> [dostęp: 21.06.2016].

nie międzypaństwowym czy wewnętrznym („ich wojna”). Po drugie, relacje Polski z Rosją i Ukrainą są dość niejednoznaczne, co wynika z określonych doświadczeń historycznych. Wywarły one ogromny wpływ na wykształcenie się stereotypów i uprzedzeń narodowych, a więc elementów nacechowanych zazwyczaj negatywnie<sup>5</sup>. Mają one istotne znaczenie w przypadku stosunków Polski ze stronami konfliktu. Wymienione postawy odgrywają ważną rolę w procesie percepcji Rosji i Ukrainy przez polskie społeczeństwo. Media, będąc częścią określonej zbiorowości, mogą przestrzegać pewne zdarzenia zgodnie z perspektywą narodową<sup>6</sup>, w tym – zgodnie ze stereotypami i uprzedzeniami narodowymi. To z kolei może kształtować przekaz medialny i wpływać na jego stronniczość.

Analiza i porównanie sposobu nagłośnienia medialnego konfliktu rosyjsko-ukraińskiego przez polskie, szwedzkie, rosyjskie i ukraińskie media tradycyjne to główny cel międzynarodowego projektu badawczego „Ukraine 2014 – media war and the war in media”<sup>7</sup>. Zdecydowano o przeprowadzeniu badań w tych państwach ze względu na różnice wynikające z charakteru systemu politycznego i medialnego oraz poziomu zaangażowania społeczeństwa w spór. Warto zaznaczyć, że Rosja i Ukraina są bezpośrednimi stronami konfliktu, a Szwecja i Polska mają z Federacją Rosyjską niejednoznaczne stosunki polityczne i historyczne. W trakcie trwania projektu zwrócono szczególną uwagę

na cztery studia przypadku: katastrofę samolotu MH17, obecność rosyjskich wojsk na Ukrainie w sierpniu 2014 roku, rosyjski konwój humanitarny i protokół miński<sup>8</sup>.

W niniejszym artykule zostanie zaprezentowany fragment otrzymanych analiz, które wykonywano w ramach projektu od stycznia do czerwca 2015 roku. Zgromadzone materiały zbadano za pomocą analizy zawartości. Przeprowadzono także wywiady pogłębione z autorami informacji z wybranych organizacji medialnych. Szczególna uwaga zostanie zwrócona na elementy związane z domestykacją kryzysu ukraińskiego, rozumianą jako ukazywanie przez media odległych terytorialnie zdarzeń istotnych dla krajowego odbiorcy przez nawiązanie do podobieństw między audytorium a krajem lub społeczeństwem prezentowanym w materiale<sup>9</sup>. Ważne jest przyjrzenie się sposobowi doboru i prezentacji publikowanych treści, zwłaszcza w kontekście wykazania ich ważności dla odbiorców, co jest jednym z podstawowych założeń udomowienia. Istotne wydaje się też sprawdzenie, jak przedstawiano aktorów biorących udział w sporze. W szczególności, jaki kontekst – pozytywny czy negatywny – nadano ich działaniom. Dzięki temu można będzie określić rolę czynników o charakterze historycznym i kulturowym w procesie domestykacji konfliktu rosyjsko-ukraińskiego przez polski media.

Celem artykułu jest uzyskanie odpowiedzi na postawioną hipotezę badawczą:

<sup>5</sup> Zob. E.S. Bogardus, *Stereotypes versus sociotypes*, „Sociology and Social Research” 1950, nr 34.

<sup>6</sup> Zob. J. Nossek, *Our news and their news. The role of national identity in the coverage of foreign news*, „Journalism”, Vol. 5 (2004), nr 3.

<sup>7</sup> Projekt został zorganizowany przez Wydział Dziennikarstwa na Uniwersytecie Södertörn w Sztokholmie. Sfinansowano go z funduszy Szwedzkiej Agencji ds. Cywilnych Sytuacji Kryzysowych. Koordynatorem projektu i kierownikiem szwedzkiej grupy badawczej był Gunnar Nygren z Uniwersytetu Södertörn. Funkcje kierowników pozostałych zespołów pełnili: Michał Głowacki z Uniwersytetu Warszawskiego, Ilya Kirya z Wyższej Szkoły Ekonomii w Moskwie oraz Daria Taradai i Dariya Orlova z Mohylańskiej Szkoły Dziennikarskiej w Kijowie.

<sup>8</sup> Porozumienie o zawieszeniu broni, podpisane 5 września 2014 roku przez władze Ukrainy i republik – Donieckiej i Ługańskiej.

<sup>9</sup> G.G. Rodriguez, *The domestication of terrorism: 9/11 and the war in Iraq in newspapers from Montreal, Canada*, „Global Media Journal Mexico”, Vol. 12 (2015), nr 23, s. 53.

Hipoteza: Zdarzenia na Ukrainie prezentowano z perspektywy ukazującej negatywne konsekwencje konfliktu dla Polski w wymiarze ekonomicznym i polityczno-militarnym.

W weryfikacji lub sfalsyfikowaniu hipotezy pomogą następujące pytania badawcze:

Pytanie badawcze 1. W jakim stopniu polskie media stosowały strategię domestykacji, nagłaśniając konflikt rosyjsko-ukraiński?

Pytanie badawcze 2. Za pomocą jakich czynników wybrane organizacje medialne starały się wyjaśnić polskim odbiorcom kryzys ukraiński?

Pytanie badawcze 3. W jakim stopniu domestykacja konfliktu rosyjsko-ukraińskiego przez polskie media mogła wpłynąć na zmniejszenie obiektywizmu prezentowanych informacji?

### **Strategia domestykacji w nagłośnieniu medialnym**

Strategię udomowienia w naukach o mediach można rozumieć w sposób wielopłaszczyznowy. Z jednej strony jest to pojęcie związane z adaptacją przez użytkowników nowych technologii<sup>10</sup>. Zakłada się, że konsument stara się wdrożyć obce narzędzia i rozwiązania w ramy codziennego życia. Jest to zmiana o charakterze symbolicznym, ponieważ przyjmuje się, że wybrane technologie staną się częścią danej społeczności<sup>11</sup>, będąc wykorzystywane przez jej członków każdego dnia. Zaczynają być one bo-

wiem postrzegane jako wyjątkowo użyteczne. Drugie rozumienie terminu odnosi się do sposobu odbioru określonych, zazwyczaj zagranicznych informacji przez obywateli danego państwa<sup>12</sup>. Wiadomości są implementowane przez media narodowe i prezentowane audytorium w takiej formie, że zaczyna je ono interpretować podobnie, jak informacje z kraju. Odbiorca decyduje się poświęcić czas na przyswojenie danych treści, co jednocześnie przekłada się na poziom zainteresowania problemem.

Jednym z zasadniczych czynników decydującym o stopniu udomowienia wybranych historii przez media narodowe jest charakter powiązań między państwem dokonującym domestykacji danej kwestii a krajem, w którym rozgrywa się zdarzenie. Istotne znaczenie ma tutaj dystans ideologiczny i kulturowy<sup>13</sup>. Podobieństwo w tym obszarze warunkuje ważność prezentowanych historii dla odbiorców, którzy czują więź z opisywaną sytuacją i przedstawionymi w niej podmiotami. Audytorium potrafi zrozumieć kontekst nagłaśnianych zdarzeń, co umożliwi zastosowanie określonych narzędzi, takich jak odniesienia do zdarzeń historycznych<sup>14</sup>. Było to zauważalne w polskim nagłośnieniu konfliktu w dużo większym stopniu niż szwedzkim<sup>15</sup>, ponieważ bliskość<sup>16</sup> kulturowa i ideologiczna między Polską, Rosją i Ukrainą jest na tyle duża, że wpływa na skuteczność

<sup>10</sup> T. Berker et al., *Domestication of media and technology*, Maidenhead 2005, s. 1–2.

<sup>11</sup> Tamże, s. 2.

<sup>12</sup> Zob. L. Clausen, *Localizing the global: 'Domestication' processes in international news production*, „Media, Culture & Society”, Vol. 26 (2014), nr 1; U. Olausson, *The diversified nature of 'domesticated' news discourse*, „Journalism Studies”, Vol. 15 (2014), nr 6; S. Joye, *Domesticating distant suffering: How can news media discursively invite the audience to care?*, „The International Communication Gazette”, Vol. 77 (2015), nr 7.

<sup>13</sup> M. Gurevitch, M.R. Levy, I. Roeh, *The global newsroom: Convergences and diversities in the globalization of television news* [w:] *Communication and citizenship*, ed. P. Dahlgren, C. Sparks, Londyn 1991, s. 195–216.

<sup>14</sup> Zob. M. Gurevitch et al., *Global newsroom, local audiences. A study of the Eurovision news exchange*, New Barnet 1995.

<sup>15</sup> Niewielkie udomowienie materiałów, głównie za pomocą odniesień historycznych.

<sup>16</sup> Zob. M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, Warszawa, 2008, s. 126–127.

strategii domestykacji. Co ciekawe, udomowienie sporu w przypadku Rosji i Ukrainy nie było szczególnie widoczne ze względu na bezpośrednie uczestnictwo tych państw w konflikcie. Stopień zaangażowania obu społeczeństw w spór nie wymagał jego dodatkowej domestykacji, tak jak to miało miejsce w Polsce.

Lee wskazuje, że domestykacja jest jedną z konsekwencji globalizacji i jej ograniczeń<sup>17</sup>. Media są zmuszane do stosowania określonych mechanizmów w celu zaznajomienia audytorium z tłem prezentowanych sytuacji<sup>18</sup>. Uwaga zostaje zwrócona zwłaszcza na stopień powiązań ekonomicznych, politycznych czy kulturowych odnoszących się do sytuacji danej społeczności informacjami zawartymi w przekazie medialnym. Na tej podstawie możliwe jest przeprowadzenie procesów kodowania i dekodowania treści i znaczeń, co jest jednym z głównych założeń domestykacji<sup>19</sup>. Informacje są kształtowane i dostosowywane do wymagań określonego audytorium będącego w stanie zrozumieć sens kontekstów czy pojęć użytych w nagłośnieniu.

Jednym z zagrożeń stosowania strategii domestykacji przez media jest możliwość zatarcia rzeczywistego znaczenia i przyczyn wystąpienia prezentowanych zdarzeń. Wynika to z faktu, że sposób konstrukcji przekazów jest ukierunkowany na wskazanie więzi między odbiorcami a opisywaną kwestią. Warto zaznaczyć, że tego typu powiązania nie zawsze są nacechowane pozytywnie. Sposób selekcji i ukazywania danych treści, w tym użycie wybranych znaczeń

i kontekstów, a także prezentowania konkretnych podmiotów, mogą wpływać na zmniejszenie poziomu obiektywizmu materiałów<sup>20</sup>. Jest to ważne, ponieważ zastosowanie przez media strategii domestykacji jest ukierunkowane na wywarcie określonego wpływu na audytorium. Głównie – na zwiększenie zainteresowania odbiorców prezentowaną kwestią oraz poczucia przywiązania do niej. Wydaje się zatem, że proces udomowienia przez media określonych zdarzeń ma istotne znaczenie w przypadku kształtowania nagłośnienia medialnego.

Sprawdzając, czy badane w ramach projektu materiały były tworzone w oparciu o strategię domestykacji, zwracano uwagę na obecność takich elementów jak relacje historyczne i kulturowe<sup>21</sup>, kwestie ekonomiczne<sup>22</sup> czy bezpieczeństwo polityczno-militarne<sup>23</sup>. Dzięki temu możliwe było określenie stopnia udomowienia nagłośnienia sporu rosyjsko-ukraińskiego przez polskie organizacje medialne.

## Metodologia

Chcąc uzyskać obraz nagłośnienia medialnego konfliktu rosyjsko-ukraińskiego w czterech krajach, tzn. w Polsce, Szwecji, Rosji i Ukrainie, zdecydowano się na połączenie metody ilościowej (metoda podstawowa) i jakościowej (metoda dopełniająca). Materiały poddano analizie zawartości, a otrzymane wyniki uzupełniono wywiadami pogłębionymi z dziennikarzami. Udział w projekcie naukowców z czterech państw różnych pod względem systemu medialnego i politycznego umożliwił także przeprowadzenie ana-

<sup>17</sup> Y.A.L. Lee, *Between global and local: The glocalization of online news coverage on the transregional crisis of SARS*, „Asian Journal of Communication”, Vol. 15 (2005), nr 3, s. 255–273.

<sup>18</sup> D. Taradai, *How news domestication may blur conflict: Coverage of the 2008 South Ossetia War in Ukraine*, „Central European Journal of Communication”, Vol. 1 (2014), nr 12, s. 68.

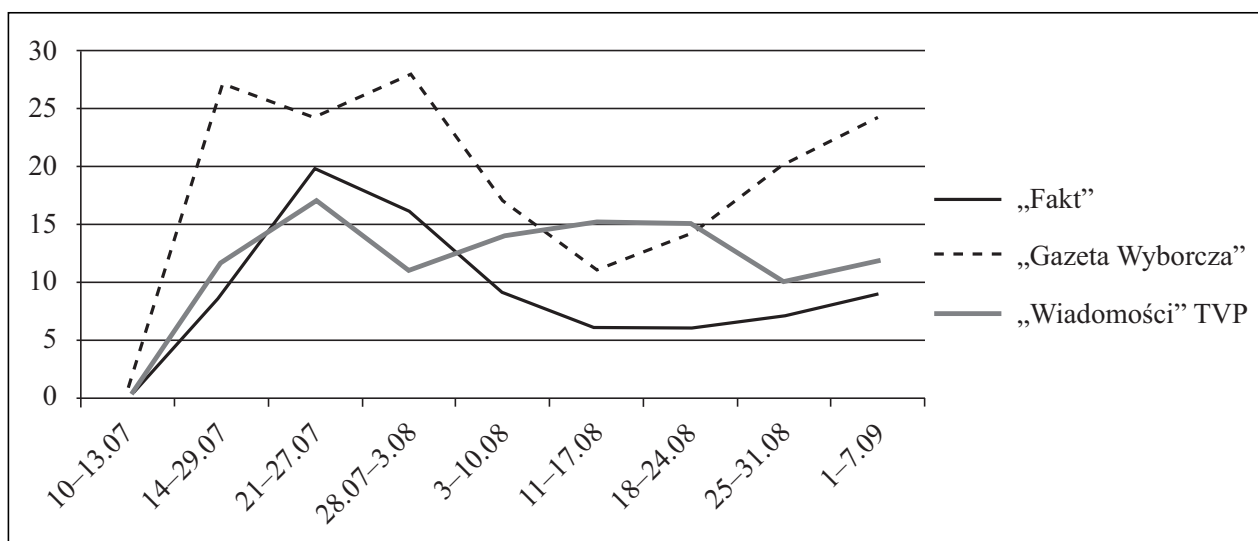
<sup>19</sup> Tamże, s. 68.

<sup>20</sup> J. Rodgers, *Reporting conflict*, New York 2012, s. 107–108.

<sup>21</sup> W szczególności nawiązanie do prowadzonych wojen i okresu komunizmu.

<sup>22</sup> Sankcje ekonomiczne nakładane przez Rosję na Polskę i ich wpływ na gospodarkę kraju.

<sup>23</sup> Zagrożenie działaniami ze strony Rosji, w tym przeniknięcie konfliktu w granice Polski.



Wykres 1. Nagłośnienie medialne konfliktu rosyjsko-ukraińskiego przez polskie media (liczba artykułów),  $N_F = 82$ ,  $N_{GW} = 164$ ,  $N_W = 106$

Źródło: projekt badawczy „Ukraine 2014 – media war and the war in media”

lizej porównawczej badanych mediów. Pozwoliło to na zestawienie otrzymanych wyników i wskazanie na rozbieżności widoczne w nagłośnieniu przeprowadzonym przez media z państw uznawanych za strony konfliktu, a także otrzymanie odpowiedzi na cztery pytania stanowiące podstawę projektu. 1) Jakiego rodzaju ramy zostały użyte do opisu konfliktu i kluczowych zdarzeń? 2) Jakie wzorce są widoczne w procesie wykorzystywania źródeł informacji w różnych krajach?<sup>24</sup> 3) Czy działania o charakterze dezinformacyjnym oraz fałszywe informacje zostały przedstawione w materiałach? 4) W jaki sposób można określić rolę dziennikarzy, którzy nagłaśniali analizowany konflikt?<sup>25</sup>

Na pierwszym etapie badań, to jest od października 2014 roku do stycznia 2015 roku, określono liczbę i rodzaj mediów, które poddano analizie. Wybrano okres badawczy i przed-

stawiono sposób selekcji materiałów. Zdecydowano, że do analizy zostaną zakwalifikowane trzy rodzaj mediów: najpopularniejszy tabloid, najpopularniejszy dziennik opinii oraz wieczorny program informacyjny z największą oglądalnością. W przypadku Polski zdecydowano się na wybór następujących mediów: „Fakt” (tabloid), „Gazeta Wyborcza” (dziennik opinii) oraz „Wiadomości” TVP (wieczorny program informacyjny).

Zawartość mediów przeanalizowano w okresie od 30 czerwca do 7 września 2014 roku (wykres 1.). Okres badawczy podzielono na dziewięć mniejszych cykli, dzięki czemu możliwe było zaobserwowanie, kiedy pojawiało się najwięcej informacji na temat konfliktu. To znaczy, które zdarzenie cieszyło się największym zainteresowaniem ze strony analizowanych mediów, i dlaczego? Od czerwca do września 2014 roku w analizowanych mediach w Polsce

<sup>24</sup> Chciano uzyskać informacje dotyczące typu źródeł przedstawionych w materiale, a także powodów ich użycia.

<sup>25</sup> Rozróżnienie między dziennikarstwem zaangażowanym (strony konfliktu) i niezaangażowanym (neutralnym).

opublikowano 352 materiały na temat konfliktu rosyjsko-ukraińskiego (wykres 1.). Najwięcej, bo aż 164 artykuły ukazały się w „Gazecie Wyborczej”, a o ponad połowę mniej (82 artykuły) w „Fakcie” (wykres 1.). Warto odnotować, że zdjęcia oraz tekst analizowano łącznie, jako jeden element. Wyboru materiałów dokonywano na podstawie ich umiejscowienia w strukturze medium oraz gatunku<sup>26</sup>. Zdecydowano o zbadaaniu pierwszych pięciu informacji (rozpoczynając od pierwszej strony gazety, a w przypadku treści telewizyjnych – pierwszych pięciu materiałów wideo), które pojawiały się w wybranym medium. Dzięki temu ograniczono liczbę materiałów do analizy. Ustalono też, że każda informacja lub grupa informacji dotycząca tego samego wydarzenia będzie kodowana jako jeden materiał. Publikacje przeanalizowano na podstawie klucza kodowego podzielonego na siedem kategorii<sup>27</sup> i składającego się z trzydziestu siedmiu pytań. Klucz do analizy zawartości wypracowano w ramach międzynarodowego zespołu, co rodzi prawdopodobieństwo różnic interpretacyjnych w odmiennych systemach medialnych. W przypadku niektórych zagadnień istniała możliwość zakodowania więcej niż jednej odpowiedzi. Dzięki temu możliwe było wskazanie częstotliwości występowania określonych stwierdzeń czy źródeł informacji.

W drugim etapie badań starano się skonfrontować wyniki otrzymane na podstawie przeprowadzonej analizy zawartości z opinią dziennikarzy z wyselekcjonowanych mediów, którzy zajmowali się nagłośnieniem konfliktu rosyjsko-ukraińskiego. Zdecydowano, że zostanie przeprowadzonych sześć wywiadów pogłębionych – po dwa wywiady z dziennikarzami z każdego medium<sup>28</sup>. Autorów informacji pytano o doświadczenie zawodowe, dylematy etyczne, bezpieczeństwo zawodowe, poczucie autonomii zawodowej<sup>29</sup>, krytykę źródeł informacji i rolę, jaką powinien pełnić dziennikarz w trakcie pracy nad nagłośnieniem medialnym konfliktów zbrojnych. Zdecydowano się na zadanie wymienionych pytań, ponieważ analizie poddano media z czterech różnych państw, w tym z Rosji i Ukrainy, czyli krajów uznawanych za strony konfliktu. Konieczne wydawało się sprawdzenie, jak wskazane czynniki mogą wpływać na formę ukazywania informacji na temat kryzysu ukraińskiego.

## Wyniki badań

### *Sposób doboru i prezentacji materiału*

Zastosowanie strategii udomowienia konfliktu rosyjsko-ukraińskiego przez polskie media było zauważalne zwłaszcza na poziomie prezentowanych kwestii (tabela 1.). Częstotli-

<sup>26</sup> Badano wzmianki, reportaże, analizy, wywiady i kolumny.

<sup>27</sup> 1) Ogólne informacje – nazwa medium, tytuł materiału, jego umiejscowienie; 2) Zawartość – temat materiału i występujący w nim aktorzy, widoczna perspektywa; 3) Źródła informacji – rodzaje i ich krytyka; 4) Katastrofa samolotu MH17 – materiały dotyczące katastrofy, w tym wskazanie podmiotów odpowiedzialnych za zdarzenie; 5) Rosyjskie oddziały wojskowe – sposób opisu rosyjskiej pomocy wojskowej; 6) Uramowanie – sposób przedstawienia przyczyn konfliktu, kontekst widoczny w nagłośnieniu; 7) Język – słowa użyte do opisu stron konfliktu.

<sup>28</sup> Lista dziennikarzy, z którymi przeprowadzono wywiady:

R1: mężczyzna, wiek 35–55 lat, „Gazeta Wyborcza”.

R2: mężczyzna, wiek 35–50 lat, „Gazeta Wyborcza”.

R3: mężczyzna, wiek poniżej 35 lat, „Fakt”, obecnie zatrudniony w „Super Expressie”.

R4: mężczyzna, wiek poniżej 35 lat, „Fakt”.

R5: kobieta, wiek 35–50 lat, „Wiadomości” TVP.

R6: mężczyzna, wiek 35–50 lat, „Wiadomości” TVP i „TVP Info”.

Wywiady zrealizowano w kwietniu 2015 roku.

<sup>29</sup> Pytano dziennikarzy o ewentualny nacisk odczuwany ze strony właścicieli, redaktora naczelnego czy aktorów politycznych, a także presję ze strony odbiorców i społeczeństwa.



Fot. 1. „Gazeta Wyborcza” 2014, nr 178 (4.08)

wość ukazywania danych problemów, a także wzmocnienie siły przekazu za pomocą wybranych mechanizmów uramowienia mogą wpływać na ważność materiału dla audytorium oraz nadawać informacji określony sposób interpretacji. Wydaje się to szczególnie istotne, bo na tej podstawie kształtowany jest również wizerunek aktorów przedstawionych w materiale. Są im nadawane określone atrybuty – pozytywne lub negatywne. W przypadku konfliktu rosyjsko-ukraińskiego ma to wyjątkowy wymiar, ze względu na charakter relacji Polski z Rosją i Ukrainą ukształtowanych przez pryzmat zdarzeń historycznych oraz politycznych, które wydają się ciągle obecne w świadomości społecznej. Należy oczekiwać, że sposób doboru tematów i powiązanie ich z Rosją i Ukrainą mogą kształtować percepcję tych państw przez odbiorców wiadomości, zwłaszcza jeżeli opisywane problemy dotyczą czytelników bezpośrednio.



Fot. 2. „Fakt” 2014, nr 170 (24.07)

Jednym z najczęściej prezentowanych tematów była katastrofa malezyjskiego samolotu pasażerskiego MH17 (tabela 1.). Choć zestrzelenie samolotu na terytorium okupowanym przez prorosyjskich separatystów nie miało rzeczywistego wpływu na bezpieczeństwo Polski, to 17% wszystkich poruszanych kwestii dotyczyło tego zdarzenia (tabela 1.). Co ciekawe, część dziennikarzy porównywała tę katastrofę do katastrofy smoleńskiej. Materiały na ten temat pojawiały się najczęściej na łamach „Gazety Wyborczej”. Dzięki zestawieniu obu wypadków starano się podkreślić ich podobieństwo oraz ważność dla polskiego czytelnika, co mogło wpływać na zwiększenie zainteresowania konfliktem, a tym samym na jego udomowienie (fot. 1.). W publikacjach powoływano się na wypowiedzi ekspertów oraz wybranych polityków. Warto podkreślić, że większość artykułów miała charakter krytyczny. Autor publikacji zatytułowanej *Co łączy Boeinga i Smoleńsk* starał

Tabela 1. Tematy nagłośnienia (w procentach)

	„Fakt”	„Gazeta Wyborcza”	„Wiadomości” TVP	Całość
Polityka międzynarodowa i sankcje	10	24	22	20
Konsekwencje narodowe	0	1	0	0
Akcje związane z użyciem broni w strefie konfliktu	9	6	7	7
Konsekwencje dla ludności cywilnej w rejonie walk	5	1	2	2
Prorosyjscy rebelianci i ich akcje	13	4	5	7
Zaangażowanie Rosji (ogólne)	2	7	4	5
Zaangażowanie wojskowe Rosji	11	7	5	7
Wsparcie wojskowe/militarne dla Ukrainy	5	2	3	3
Wsparcie dla jednej strony i cywili	1	7	2	4
Konsekwencje konfliktu – sankcje i ekonomia	1	4	12	6
Inne konsekwencje konfliktu	6	12	9	10
Negocjacje pomiędzy Ukrainą, Rosją a separatystami	1	2	4	2
Historie o armii ukraińskiej (niemilitarne)	0	1	0	1
Historie o separatystach (niemilitarne)	1	1	0	1
MH17	25	15	14	17
Rosyjski konwój humanitarny	5	2	10	5
Inne	5	4	1	3

$N_F = 82, N_{GW} = 164, N_W = 106$

Źródło: projekt badawczy „Ukraine 2014 – media war and the war in media”

się wykazać, że dyskurs prezentowany przez polityków prawicowych, to znaczy, że winę za obie katastrofy ponosi strona rosyjska, nie znajduje potwierdzenia w przypadku upadku samolotu w Smoleńsku. Podobną opinię wyrażono w artykule *Donbas to nie Smoleńsk*. Ekspert, z którym przeprowadzono wywiad, stwierdził, że jedyną cechą wspólną obu katastrof jest śmierć pasażerów, a poglądy środowisk prawicowych na ten temat są niesprawiedliwe. Pomimo takiej oceny zdarzenia przez dziennikarzy proces domestykacji katastrofy MH17 przez

media był zauważalny, czego przejawem są analizy porównawcze obu wypadków i podkreślenie w nich roli Rosji. Na tej podstawie chciano zwiększyć zainteresowanie czytelnika kryzysem ukraińskim, zwłaszcza że jest on rozgrywany w niewielkiej odległości od Polski.

Próba udomowienia katastrofy MH17 przez media odbywała się również na podstawie wskazania, że jedna z ofiar miała polskie pochodzenie (fot. 2.). Narodowość dziewczyny stanowiąca narzędzie domestykacji została podkreślona za pomocą tytułów artykułów po-



święconych tej kwestii<sup>30</sup>. Dziennikarze chcieli pokazać odbiorcom, że istnieje bezpośredni związek między katastrofą MH17 a katastrofą w Smoleńsku. Ze względu na specyfikę medium, w którym przedstawiono informacje, duży nacisk położono na emocjonalność oraz sensacyjność przekazów (fot. 2.). Dziennikarze „Faktu” stworzyli serię artykułów, w których opublikowano rozmowy z rodzicami pokrzywdzonej oraz historię jej życia. Prezentowano także fotografie ofiary, co stanowiło wzmocnienie przekazu i mogło wpłynąć na sposób postrzegania zdarzenia przez czytelników jako wyjątkowo ważnego.

Kolejnym przykładem zastosowania strategii domestykacji jest wskazanie wpływu konfliktu rosyjsko-ukraińskiego na sytuację ekonomiczną Polski (tabela 1.). W wyniku udzielenia przez polskich polityków poparcia dla działań rządu ukraińskiego i jednoczesnego potępienia działań Rosji, Kreml zdecydował o nałożeniu sankcji gospodarczych na nasze produkty rolne (6%) (tabela 1.) (fot. 3.). Zwrócenie uwagi na negatywny wpływ sporu na ekonomię Polski jest przykładem udomowienia konfliktu (fot. 3.). Dzięki temu zabiegowi media starały się uzmysłowić czytelnikowi, że kryzys ukraiński ma rzeczywisty wpływ na funkcjonowanie państwa, zwłaszcza że bezpieczeństwo ekonomiczne jest jednym z wymiarów bezpieczeństwa narodowego. Chciano też pokazać, że mimo braku bezpośredniego zaangażowania Polski w konflikt ma on przełożenie na sytuację społeczeństwa. W związku z tym powinien stanowić przedmiot zainteresowania ze strony czytelników. Wynika to z faktu, że konsekwencje gospodarcze sporu rosyjsko-ukraińskiego sprawiają, że może być postrzegany jako polski konflikt („nasza wojna”). Ciekawym zabiegiem stosowanym przez „Fakt” był

sposób przedstawienia Władimira Putina. Wizerunek Prezydenta Federacji Rosyjskiej stanowi negatywne wzmocnienie przekazu. Mogło to wpływać na ogólną percepcję stron konfliktu przez polskie społeczeństwo oraz władzę. Warto zaznaczyć, że perspektywa widoczna w nagłośnieniu była zdecydowanie bardziej proukraińska niż prorosyjska (tabela 3.).



Fot. 3. „Fakt” 2014, nr 176 (31.07)

Zwrócenie uwagi na określone tematy, takie jak konsekwencje ekonomiczne sporu czy katastrofa samolotu MH17, powodują, że konflikt rosyjsko-ukraiński może być postrzegany przez polskie społeczeństwo jako wyjątkowo ważny. Stanowi to także potwierdzenie, że strategia domestykacji bywa stosowana przez media już na etapie selekcji i prezentacji wybranych kwestii. Redakcje starają się pokazać odbiorcom, że istnieje związek między nimi a opisywanym zdarzeniem („polscy rolnicy”). Tak jak miało to miejsce w przypadku sankcji ekonomicznych nałożonych przez Rosję na Polskę. Sposób opisu sytuacji oraz wzmocnienie przekazu za pomocą fotografii i tytułu, w tym nadanie negatywnych atrybutów Władimirowi Putinowi (fot. 3.), sprawiają, że stereotypy i uprzedzenia narodowe względem Rosji mogą pogłębiać proces domestykacji kryzysu ukraińskiego.

<sup>30</sup> J. W., *Wierzymy, że córka żyje! Jedziemy jej szukać na Ukrainie*, „Fakt” 2014, nr 170, s. 2; M.P., *Rodzice Polki są już na Ukrainie*, „Fakt” 2014, nr 172, s. 3.

## Konflikt rosyjsko-ukraiński a bezpieczeństwo Polski

Jedną z kwestii, która może wpływać na udomowienie konfliktu przez media, jest bliskość terytorialna opisywanych zdarzeń lub charakter powiązań między podmiotami biorącymi w nich udział a państwem, z którego wywodzi się dana organizacja medialna. Ze względu na fakt, że Polska znajduje się w bezpośrednim sąsiedztwie Ukrainy, poczucie zagrożenia możliwością rozprzestrzenienia działań wojennych na jej obszar jest uzasadnione, co zresztą ujęto w Strategii Bezpieczeństwa Narodowego Rzeczypospolitej Polskiej z 2014 roku<sup>31</sup>. „Tutaj mamy wojnę u granic. Ukraina jest naszym sąsiadem i Rosja jest naszym sąsiadem. Czyli rzecz nie dotyczy sytuacji bezpośredniego zagrożenia Polski, ale dotyczy bezpośredniego zagrożenia w skali militarnej<sup>32</sup>”. Udział w sporze Rosji, z którą Polska toczyła w przeszłości wojny, oraz na rzecz której utraciła suwerenność, powoduje, że obawa przed przyszłymi działaniami Kremla wpływa na antyrosyjskość przekazu oraz warunkuje stopień udomowienia konfliktu. Dziennikarze, z którymi przeprowadzono wywiady pogłębione wskazali, że poziom zainteresowania mediów kryzysem ukraińskim był w dużej mierze spowodowany tymi kwestiami. „Sprawa zaangażowania Rosji i tych odwiecznych obaw o to, co zrobią Rosjanie, czy nam w jakiś sposób nie zagrożą powodowało, że ten konflikt był ciekawszy<sup>33</sup>”. Postrzeganie Rosji jako agresora w konflikcie oraz strach przed jej działaniami znalazło odzwierciedlenie w obrazie medialnym (tabela 2.). Dziennik „Fakt” opublikował w badanym okresie serię artykułów, w których pisano o tym, że Polska powinna podjąć przy-

gotowania do wojny na wschodzie Europy ze względu na możliwość przeniesienia konfliktu poza obszar Ukrainy (fot. 4.). W publikacji zatytułowanej *Polska szykuje się do wojny*<sup>34</sup> dokonano porównania siły oddziałów rosyjskich i polskich, a także przedstawiono ewentualny plan działań polskiej armii w przypadku ataku ze strony Rosji.



Fot. 4. „Fakt” 2014, nr 18 (07.08)

Ponadto w materiale pod tytułem *Wojska NATO są już w Polsce*<sup>35</sup> przedstawiono rozmowę Pawła Wrońskiego z ówczesnym Ministrem Obrony Narodowej Tomaszem Siemoniakiem na temat ewentualnej reakcji członków Sojuszu na działania Rosji w stosunku do Polski.

<sup>31</sup> W. Sobera, *Strategia Bezpieczeństwa Narodowego jako element polityki państwa* [w:] *Rocznik Europeistyczny 1*, red. K. Rogaczewska, Wrocław 2015, s. 187.

<sup>32</sup> R1, mężczyzna, wiek 35–55 lat, dziennikarz „Gazety Wyborczej”.

<sup>33</sup> R3, mężczyzna, wiek poniżej 35 lat, dziennikarz „Faktu”, obecnie zatrudniony w „Super Expressie”.

<sup>34</sup> M.R., „Fakt” 2014, nr 182, s. 3.

<sup>35</sup> P.W., „Gazeta Wyborcza” 2014, nr 201, s. 6.

Wskazywano, że ze względu na charakter obecności rosyjskich wojsk na Ukrainie możliwość powzięcia określonych działań przez NATO może być ograniczona. Podjęcie rozmów na temat potencjalnej agresji rosyjskiej i sposobów obrony przed nią oraz odniesienia do doświadczeń historycznych powodują, że czytelnicy mogą czuć obawy związane z możliwością wystąpienia konfliktu na terenie Polski. To z kolei mogło wpłynąć na wzrost zainteresowania kryzysem. Podobna narracja była prowadzona przez dziennikarzy zatrudnionych w redakcji „Wiadomości” (tabela 2.). W materiale *Pole walki*<sup>36</sup> starano się zaprezentować, w jakim stopniu wojna na wschodzie Europy może zostać przeniesiona poza obszar Ukrainy. Wskazywano na kwestie o charakterze histo-

rycznym i geopolitycznym dla podkreślenia roli Federacji Rosyjskiej w tym procesie. Można sądzić, że strach przed ekspansją rosyjską miał rzeczywisty wpływ na kształt informacji produkowanych przez media, w tym na ich udomowienie.

Domestykacja konfliktu rosyjsko-ukraińskiego przez media poprzez zwrócenie uwagi na kwestie bezpieczeństwa kraju i podkreślenie negatywnej roli Rosji w opisywanych zdarzeniach okazała się skuteczną strategią ze względu na czynniki historyczne. Wynika to z faktu, że utrwalone w przeszłości wzorce są wciąż obecne w tożsamości społecznej i mogą wpływać na sposób konstruowania dyskursu medialnego oraz przyswojenia informacji przez odbiorców<sup>38</sup>. Doświadczenia z czasów II wojny

Tabela 2. Kontekst widoczny w nagłośnieniu medialnym (w liczbach)

	„Fakt”	„Gazeta Wyborcza”	„Wiadomości” TVP	Całość
Strach przed ekspansją ze strony Rosji	36	76	65	177
Walka o rosyjską władzę, wartości i kulturę – wspólnie	3	13	65	81
Strach przed ekspansją ze strony NATO	1	1	0	2
Historyczna walka o niepodległość Ukrainy	9	43	18	70
Walka Ukrainy o przynależność do Europy – wspólnie	0	0	10	10
Walka przeciwko faszyzmowi podczas II wojny światowej	2	5	0	7
Walka o rosyjską władzę, wartości i kulturę w perspektywie historycznej	0	1	0	1

$N_F = 51$ ,  $N_{GW} = 139$ ,  $N_W = 158$ <sup>37</sup>

Źródło: projekt badawczy „Ukraine 2014 – media war and the war in media”

<sup>36</sup> M.S., „Wiadomości” TVP, 2014. Brak informacji o numerze programu, gdyż otrzymano z TVP wiadomości w okrojonej wersji.

<sup>37</sup> Do analizy zakwalifikowano artykuły (348 materiałów), które zawierały kontekst określony przez badaczy.

<sup>38</sup> Zob. A. Taras, *Anatomia nienawiści. Stosunki polsko-rosyjskie XVIII–XX w.*, Warszawa 2015; *Stosunki polsko-rosyjskie. Stereotypy, realia, nadzieje*, red. J. Marszałek-Kawa, Z. Karpus, Toruń 2008; J. Błuszkowski, *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków*, Warszawa 2003; B. Bakula, *Polska-Ukraina: Partnerstwo kultur*, Poznań 2003.

światowej czy okresu komunizmu powodują, że obawa przed agresywnymi działaniami Federacji Rosyjskiej jest rzeczywista. Dobry przykład stanowi artykuł zatytułowany *O Ukrainie na Westerplatte*<sup>39</sup>. W materiale przedstawiono wypowiedź ówczesnego Prezydenta Polski Bronisława Komorowskiego, który zwrócił uwagę na fakt, że działania Rosji względem Ukrainy przypominają sytuację z września 1939 roku. Warto zaznaczyć, że te słowa zostały wypowiedziane przez polityka w 75. rocznicę wybuchu II wojny światowej. Podkreślenie przez „Gazetę Wyborczą” tych powiązań wydaje się istotne, gdyż jak twierdzi jeden z dziennikarzy „Polacy dobrze to [konflikt – przyp. aut.] rozumieją z tego względu, że w różnych rodzinach podobne opowieści istnieją w kategorii kilkudziesięciu lat z przeszłości<sup>40</sup>”. Zastosowanie narracji historycznych przez media, zwłaszcza tych odnoszących się do sytuacji mających wpływ na bezpieczeństwo i suwerenność kraju, sprawia, że zainteresowanie prezentowaną kwestią ze strony odbiorców wzrasta. Wynika to z faktu, że audytorium może postrzegać konflikt przez pryzmat własnych doświadczeń. To z kolei powoduje, że staje się on bliższy czytelnikowi lub widzowi („nasza wojna”), przez co więcej czasu zaczyna poświęcać na obserwację sytuacji rozgrywanej na froncie, a prezentowanej w przekazach medialnych.

### **Wpływ strategii domestykacji na poziom obiektywizmu dziennikarskiego**

Działanie w sposób w pełni neutralny i niezaangażowany było, zdaniem dziennikarzy, utrudnione podczas nagłaśniania konfliktu rosyjsko-ukraińskiego. Jedną z przyczyn tego stanu rzeczy jest fakt, że wydarzenia rozgry-

wane na wschodzie Ukrainy mają bezpośredni wpływ na sytuację Polski. Ponadto powiązania historyczne i kulturowe między Polską a stronami sporu powodują, że postrzeganie kryzysu ukraińskiego przez media i społeczeństwo może być zniekształcone. Warto zaznaczyć, że perspektywa nagłośnienia medialnego konfliktu była zdecydowanie bardziej proukraińska niż prorosyjska (tabela 3.). Wynikało to z faktu, że dziennikarze, z którymi przeprowadzono wywiady pogłębione, czuli się solidarni z ludnością ukraińską. „Wszyscy mieliśmy bardzo podobne przekonanie, że Ukraińcom dzieje się krzywda i że robią coś, co w Polsce dzieło się na przełomie roku 89. i 90. I jak gdyby, że trzeba ich w tym wspierać<sup>41</sup>”. Poczucie wspólnotowości z narodem ukraińskim (tabela 3.) może wskazywać na wysoki poziom udomowienia konfliktu przez media. Z drugiej strony warto zaznaczyć, że mogło to ograniczać obiektywizm informacji. „(...) ja tym Ukraińcom po prostu mocno współczuję. To pomagało z jednej strony, że oni nie byli człowiekowi obojętni, że człowiek był zaangażowany w temat<sup>42</sup>”. Zaangażowanie emocjonalne dziennikarzy było wynikiem napiętej sytuacji w regionie i konsekwencji sporu dla ludności cywilnej, jak i roli Rosji w konflikcie. Należy podkreślić, że Federacja Rosyjska, w tym osoba Władimira Putina, były demonizowane przez media, zwłaszcza przez gazetę „Fakt” (fot. 3.). W przekazach wielokrotnie odnoszono się do działań rosyjskiego prezydenta, wskazując na ich agresywny i nielegalny z punktu widzenia prawa międzynarodowego wymiar.

Sposób ukazywania stron konfliktu i ich działań nie był jedynym problemem wynikającym z wpływu strategii domestykacji na obiek-

<sup>39</sup> P.C., MAC, PAW, „Gazeta Wyborcza” 2014, nr 203, str. 4.

<sup>40</sup> R1, mężczyzna, wiek 35–55 lat, dziennikarz „Gazety Wyborczej”.

<sup>41</sup> R4, mężczyzna, wiek poniżej 35 lat, dziennikarz „Faktu”.

<sup>42</sup> Cytat pochodzi z wywiadu pogłębionego z R4.

Tabela 3. Główna perspektywa w nagłośnieniu<sup>43</sup> (w procentach)

	„Fakt”	„Gazeta Wyborcza”	„Wiadomości” TVP	Całość
Wsparcie dla rządu ukraińskiego	1	0	1	1
Wsparcie dla cywili oraz wojsk ukraińskich	1	1	0	1
Neutralna	59	48	25	44
Ogólne wsparcie dla Ukraińców	39	51	74	54

$N_F = 82$ ,  $N_{GW} = 164$ ,  $N_W = 106$

Źródło: projekt badawczy “Ukraine 2014 – media war and the war in media”

tywizm materiałów dziennikarskich. Wybór i wyróżnienie określonych kwestii (tabela 1.), które publikowano na łamach analizowanych organizacji medialnych, dodatkowo wzmacniało antyrosyjskość przekazu. Potwierdza to, że relacje międzypaństwowe mają ogromny wpływ na sposób postrzegania konfliktu przez media oraz audytorium. Prawdopodobieństwo przeniknięcia wojny w granice Polski mogło również ograniczyć obiektywizm informacji. Trudno bowiem oczekiwać, że media, które są częścią danego społeczeństwa, będą w zupełnie neutralny sposób opisywać zdarzenia mogące wpłynąć na bezpieczeństwo ich kraju. Zachowanie bezstronności jest także trudne w sytuacji, gdy audytorium stara się wyrzec na dziennikarzu presję związaną z koniecznością prezentacji określonych treści. Na takie problemy wskazywała dziennikarka „Wiadomości” TVP, którą oskarżono o wspieranie ukraińskiego faszyzmu. „Absurdalne zarzuty, że w swoich materiałach promuję banderowskie barwy, bo pokazuję czarno-czerwone flagi. Kiedy w następnym materiale tych barw już nie było, to były kolejne skargi, że manipuluję ludźmi<sup>44</sup>”. Stopień udomowienia konfliktu spowodowany częstotliwością i charakterem prezentowanych przekazów powoduje, że zdarzenie staje się wyjątkowo ważne dla odbiorców, czego przykładem

jest przedstawiony cytat. Z drugiej strony poziom zaangażowania społeczności w nagłaśniany spór i chęć wpływu na zawartość informacji mogą stanowić zagrożenie dla neutralności materiału, co jest jedną z konsekwencji stosowania strategii domestykacji przez media. Należy jednak zaznaczyć, że przywiązanie odbiorcy do prezentowanej kwestii jest jednocześnie podstawowym celem udomowienia. W związku z tym potrzeba oddziaływania audytorium na kształt przekazów medialnych może zostać uznana za sukces planu wdrażanego przez redakcje.

### Podsumowanie

Domestykacja konfliktu rosyjsko-ukraińskiego przez polskie media była jednym z głównych elementów nagłośnienia sporu, co pokazały przeprowadzone badania ilościowe i jakościowe. Dziennikarze starali się oddziaływać na poziom zaangażowania odbiorców przez wskazanie, że kryzys ukraiński wpływa negatywnie na sposób funkcjonowania kraju i realizację jego żywotnych interesów, mimo że Polska nie jest stroną tego sporu (tabela 1.). Oznacza to, że postawiona na początku artykułu hipoteza badawcza została udowodniona. Dziennikarze próbowali przybliżyć audytorium kryzys ukraiński głównie za pomocą czynników o charakterze ekonomicznym

<sup>43</sup> W tabeli ujęto sposoby postrzegania konfliktu przez media, które pojawiały się w nagłośnieniu najczęściej.

<sup>44</sup> R5, kobieta, wiek 35–50 lat, dziennikarka „Wiadomości” TVP.

(fot. 3.), polityczno-militarnym (fot. 4) oraz odwołując się do doświadczeń historycznych. Determinowało to specyfikę udomowienia konfliktu, nadając mu antyrosyjski charakter. Wskazywano na negatywną rolę Federacji Rosyjskiej w sporze, nawiązując do zdarzeń z okresu II wojny światowej. Na tej podstawie budowano wizerunek Rosji, zaznaczając, że jej działania mogą zagrozić bezpieczeństwu Polski, tak jak miało to miejsce w przypadku Ukrainy (tabela 2.). Odniesienie do tych kwestii wydawało się najskuteczniejszą formą realizacji strategii domestykacji w nagłośnieniu konfliktu przez polskie organizacje medialne. Warto zaznaczyć, że stosowanie udomowienia mogło wpływać na zaburzenie obiektywizmu publikowanych treści, co jest jedną z negatywnych konsekwencji używania tego mechanizmu. Było to widoczne zwłaszcza na poziomie selekcji i prezentacji wybranych treści (tabela 1.) i podmiotów, wpływając na ich postrzeganie przez społeczeństwo (tabela 3.).

Analiza porównawcza materiałów z czterech badanych państw wykazała, że dużą rolę w procesie nagłośnienia sporu odgrywały elementy o charakterze kulturowym i historycznym. Było to widoczne zwłaszcza w przypadku materiałów wytwarzanych przez polskie, rosyjskie i ukraińskie media, co miało wpływ na stronniczość publikacji. Ze względu na bezpośrednie zaangażowanie w konflikt Rosji i Ukrainy jego nagłośnienie przez te państwa

cechowało podejście patriotyczne, wzmacniane przez negatywny dyskurs na temat wzajemnych działań w ramach sporu. W przypadku Rosji kluczowym elementem nagłośnienia był także krytyczny stosunek do działań Stanów Zjednoczonych i Unii Europejskiej, co może wskazywać, że konflikt postrzegano zarówno jako wojnę z Ukrainą, jak i z Zachodem. Szwedzkie media ukazywały spór w sposób neutralny, ale w materiałach brakowało odniesień do rosyjskiej perspektywy. W rezultacie audytorium mogło mieć trudności ze zrozumieniem tła konfliktu. Brak nawiązań do przyczyn sporu był szczególnie zauważalny w przypadku Ukrainy (69%), Rosji (92%) i Szwecji (96%). Więcej informacji na ten temat zawierały polskie publikacje<sup>45</sup>, co może wynikać z faktu, że rodzime media na tej podstawie konstruowały widoczną w nagłośnieniu strategię domestykacji<sup>46</sup>.

Udomowienie konfliktu rosyjsko-ukraińskiego przez polskie media za pomocą odniesień do historii, ekonomii i bezpieczeństwa kraju, a także w oparciu o strach przed działaniami Rosji, pokazuje, że rola uprzedzeń i stereotypów narodowych ma ogromne znaczenie w przypadku konstruowania przekazów medialnych. Wydaje się, że odwołanie do tych elementów okazało się skuteczne, ponieważ określone doświadczenia historyczne oraz podobieństwo kulturowe wpłynęły na stopień zrozumienia podłoża konfliktu i zainteresowanie nim przez społeczeństwo.

<sup>45</sup> Spośród zbadanych publikacji 70% materiałów zawierało informacje o przyczynach konfliktu.

<sup>46</sup> Zob. projekt badawczy "Ukraine 2014 – media war and the war in media", Sztokholm 2016 (w druku).