

Adam Bartnicki, Maryna Michaluk
(Białystok)

MEDIA ROSYJSKIE A JĘZYK MANIPULACJI POLITYCZNEJ W POSTSOWIECKIEJ ROSJI

1. Ewolucja i rozwój rynku mediów rosyjskich

Ogromna rola „czwartej władzy” w tworzeniu nowej rzeczywistości politycznej w Rosji po 1991 roku jest bezsporna, zwłaszcza w początkowym okresie transformacji. W przeciwieństwie do postkomunistycznych państw Europy Środkowo-wschodniej, gdzie wolne media w dużym stopniu kreowały, ale także kontrolowały rzeczywistość, stając się niekiedy podstawowymi elementami życia politycznego, media w Rosji stopniowo stawały się jedynie narzędziami w rękach różnego rodzaju sił politycznych, tracąc przy tym swą instytucjonalną niezależność. Przyczyn takiego stanu rzeczy było kilka: brak regulacji zakazujących koncentrowania środków masowej informacji, brak kapitału pozwalającego na tworzenie się i działanie niezależnych redakcji, brak sił demokratycznych będących w stanie walczyć o wolności mediów, uległość mediów wobec polityków i sił politycznych itd. Przede wszystkim jednak, zmonopolizowanie mediów było celowym działaniem rosyjskich prezydentów (szczególnie Władimira Putina), którzy założyli, że kontrola i dystrybucja informacji są ważnymi elementami funkcjonowania i stabilizacji władzy. Monopolizację środków masowej informacji można więc uznać za jeden z wyraźnych przejawów tworzenia się w Rosji reżimu autorytarnego. Media w znacznej mierze, choć nie do końca, utraciły realną możliwość niezależnego wpływania na system polityczny. W dalszym ciągu odgrywają jednak bardzo ważną i stopniowo zwiększającą się rolę jako instrument marketingu politycznego i przekazu socjotechnicznego płynącego od władzy w kierunku społeczeństwa. Faktycznie przejęły one jedną z podstawowych funkcji partii politycznych – funkcję mobilizacji społecznej.

W ZSRR środki masowego przekazu pełniły rolę jednego z trybów propagandowej maszyny partii i państwa, jakkolwiek swoboda informacyjna była więc w zasadzie niemożliwa. Dopuszczano co prawda pewne elementy pluralizmu, zwłaszcza w komentarzach dotyczących kultury czy życia społecznego, był to jednak plura-

lizm w granicach ściśle naznaczonych przez Komitet Centralny. Media były przy tym wykorzystywane do wewnętrznych rozgrywek w łonie partii. Złoty czas wolności słowa nastąpił dopiero w końcowym okresie „pierestrojki”. M. Gorbaczow, licząc na poparcie postępowej elity intelektualnej, poczynił pewne koncesje, które umożliwiły jego bujny rozwój, pozwoliły również na pierwsze, nieśmiałe próby przełamania monopolu informacyjnego państwa. Zadania tego podjęły się gazety moskiewskie sympatyzujące z kształtującym się ruchem liberalnym. W okresie tym główną ostoją „głásnosti” były: *Literaturnaja gazieta*, *Moskowskije Nowosti*, *Nowoje Wremia*, i *Ogoniok*. Na początku lat 90. dołączyły do nich: *Komsomolskaja Prawda*, *Izwestija*, *Sowierszenno Siekretno*, *Kommiersant*, *Argumenty i Fakty*. Młodzi dziennikarze, wykorzystując atmosferę odwilży, zaczęli publikować materiały poruszające tematy, które były dotąd przez władze zakazane. Pisano o łagrach, zbrodniach systemu, KGB, pojawiły się krytyczne komentarze dotyczące władzy. Krąg „zbuntowanych” gazet powoli rozszerzał się, stopniowo poszerzały się również granice wolności słowa. Okres ten, określany mianem „głásnosti”, odegrał zasadniczą rolę w przygotowaniu zarówno dziennikarzy, jak i opinii publicznej do ostatecznego upadku systemu. Ponadto „głásnost” upadek ten przyspieszyła, minimalizując jednocześnie jego konsekwencje. Równocześnie z upowszechnianiem się wolności słowa nastąpiły pierwsze nieśmiałe próby komercjalizacji mediów. Już w 1988 roku G. Pawłowski i W. Jakowlew założyli spółdzielnię informacyjną „Fakt” [Marciniak 2001; 389]. W latach 1989-1990 J. Jakowlew doprowadził do powstania potężnego domu wydawniczego *Kommiersant* [www.kommersant]. Z drugiej strony, bardzo długo istniała silna presja władzy usiłującej zachować monopol informacyjny i dyspozycyjność środowiska dziennikarskiego. Nurt konserwatywny reprezentowały gazety *Sowietskaja Rossija*, *Dzień*, *Prawda*, a także publiczna telewizja i agencja TASS. Wydaje się, że mimo pozorów niezależności, kontrola informacji miała miejsce także w tytułach walczących o „pierestrojkę”, a później o demokrację. Przykładowo *Moskowskije Nowosti* pozostawały pod dużym wpływem Gorbaczowa, który w pewnym momencie zaczął znacząco wpływać na ton artykułów i komentarzy [Remnick 1997; 423]. W tym wypadku ograniczenie pierwotnego radykalizmu gazety spowodowało odejście z niej zastępcy redaktora naczelnego W. Trietiakowa. Podjął on udaną próbę stworzenia zupełnie nowego i całkowicie niezależnego tytułu prasowego. W ten sposób w 1990 roku powstała *Niezawisimaja gazieta*. Nowo stworzony dziennik borykał się z olbrzymimi trudnościami, nie tylko lokalowymi czy finansowymi. Problemem było nawet skompletowanie składu redakcji, bowiem większość dziennikarzy o znanych nazwiskach odmawiała pracy w radykalnie opozycyjnym tytule. Mimo wszystko stopień niezależności prasy na początku lat 90. można określić jako dosyć duży. Niezależność ta wynikała jednak bardziej z przeświadczenia, że rola prasy jest stosunkowo niewielka (co potwierdzały badania dotyczące czytelnictwa i ogólny spadek nakładu prasy) niż z rzeczywistej rezygnacji z kontrolowania informacji.

Na początku lat 90. jasne się stało, że medium, które w decydujący sposób rzutuje na opinię publiczną, jest nie prasa, a docierająca do najdalszych zakątków kraju telewizja [Бапранова 2000; 62]. Jeszcze w okresie „pierestrojki” wykazywała ona dużą zależność od reprezentujących stary reżim komunistów. Rządzona przez „twardogłowego” L. Krawczenkę stała się terenem prowadzonych na szeroką skalę zabiegów propagandowych i niewyszukanej socjotechniki, realizowanych przez takie programy, jak *Wriemia* czy *600 sekund*. Fundamentalne znaczenie „błękitnych ekranów” było doskonale rozumiane przez przywódców partyjnych, stąd właśnie próba opanowania wieży telewizyjnej w Wilnie wiosną 1990 roku. Przełom w telewizji przyniosły dopiero zdecydowane działania Jelcyna, który systematycznie pozbywał się dziennikarzy powiązanych z poprzednim systemem, a następnie zdecydował się na jej komercjalizację. Trzeba jednak zaznaczyć, że nowa władza specyficznie pojmowała równość w dziedzinie wolności informacji, dając rozmaite ulgi tylko swoim „niezależnym” mediom [por. Усачева 2000].

Po rozwiązaniu ZSRR rząd rosyjski zachował kontrolę nad kanałem I telewizji „Ostankino”, obejmującym zasięgiem obszar dawnego ZSRR. Wkrótce zaczęły powstawać pierwsze stacje prywatne, wśród których największe znaczenie miały: niezależna od Kremla telewizja NTW (założona w październiku 1993 roku przez I. Małaszenko, J. Kisielowa i W. Gusińskiego), TV6 (założona przez E. Sagałajewa) i powstała w listopadzie 1994 roku (z przekształcenia „Ostankina”) stacja ORT (51% państwo, 49% kapitał prywatny). W połowie lat 90. rynek telewizyjny składał się z państwowych stacji ORT oraz RTR i TV5 (nadających z Sankt Petersburga) oraz dwóch kompanii prywatnych – NTW i TV6. Pod koniec 1996 roku dołączyła do nich jeszcze jedna stacja prywatna – REN TV, a w czerwcu 1997 roku moskiewska telewizja TVC (o zasięgu niemal ogólnokrajowym) [www.tvc]. W Rosji funkcjonowały więc trzy rodzaje własności telewizji: stacje państwowe (RTR), prywatne (NTW), państwowo-prywatne (ORT). Stacje telewizyjne obowiązywała przyznawana na określony czas licencja. Sprawiało to, że aktualnie rządzący w kluczowych momentach mogli szantażować dyrektorów programów, wymuszając na nich określony ton komentarzy i audycji [Przebinda 2000].

2. Regulacje prawne, dotyczące rynku mediów rosyjskich

Władze nowej demokracjiującej się Rosji od samego początku głosiły potrzebę stworzenia mechanizmów gwarantujących swobodę słowa i druku. Wyrazem tego było przyjęcie kilkunastu ustaw, dekretów prezydenckich i rozporządzeń kolejnych rządów, określających prawne położenie mediów. Szczególnie istotny stał się dekret Prezydenta FR *O środkach obrony wolności druku w RSFRR*. Dnia 27 grudnia 1991 roku parlament całkowicie już suwerennej Rosji uchwalił prawo *O środkach masowej informacji* [O środkach masowego przekazu 2000]. Przyjęta ustawa wyjaśniała wiele niejasności dotyczących masowej informacji w warunkach nowej Rosji.

Ustanawiała między innymi prawo redakcji do zdobywania informacji od organów władzy państwowej czy możliwość ich sprostowania. Przede wszystkim ustawa gwarantowała jednak, że „w Federacji Rosyjskiej poszukiwanie, otrzymanie, produkcja i rozpowszechnianie masowej informacji, zakładanie środków masowej informacji, posiadanie, wykorzystanie i rozporządzanie nimi (...) nie podlegają ograniczeniom, poza wyjątkami przewidzianymi prawami Federacji Rosyjskiej i ustawą o środkach masowego przekazu” [O środkach masowego przekazu 2000, art. 1, ust. 1]. Dokument stwierdzał również, że zarówno cenzura, jak i zakładanie organizacji czy instytucji zajmujących się nią jest niedopuszczalne [O środkach masowego przekazu 2000, art. 1, ust. 3].

Nasilające się problemy z realizacją zapisów ustawy sprawiły, że konieczne okazało się przyjęcie nowego aktu regulującego te kwestie. W marcu 1993 roku pojawił się dekret Prezydenta FR *O obronie wolności masowej informacji*. W kolejnych latach ustawodawstwo dotyczące mediów było dalej rozwijane. Pojawiły się ustawy *O informacji i informatyzacji i obronie informacji; o państwowym poparciu dla środków masowego przekazu* (1995) [Скайнер 2001; 34-35].

Prawo umożliwiającej swobodne działanie mediów w Rosji było fundamentem tworzenia się ich rynku. Stworzenie od podstaw redakcji czy zdobycie i utrzymanie odbiorcy okazało się jednak bardzo trudne. Po rozpoczęciu przez rząd J. Gajdara reform rynkowych okazało się, że rosyjskie media absolutnie nie są przygotowane do egzystencji w warunkach wolnej konkurencji. Brak kapitału, presja polityczna i mocna pozycja wydawnictw dziedziczących struktury z czasów komunistycznych sprawiły, że wiele niezależnych redakcji stawało się mało znaczącymi efemerydami. W tym okresie tytuły, którym nie udało się znaleźć odpowiednio silnych protektorów we władzach, musiały upaść. Dotknęło to między innymi tygodnik *Demokratyczeskaja Rossija* czy dziennik *Nowaja Jeżedniewnaja Gazieta*. Poważne kłopoty finansowe zaczęła przeżywać również *Niezawisimaja gaziet*a, która zmuszona była na pewien czas zawiesić swoją działalność. W styczniu 1994 roku redakcje kilku znaczących tytułów zagroziły strajkiem, który miał na celu wymuszenie na rządzie dotacji dla upadających i znajdujących się w kryzysie mediów [Дзялошинский 2001; 16]. Znacznie spadło czytelnictwo prasy. Jeśli w 1990 roku ogólny nakład gazet i tygodników wynosił 220,8 mln egzemplarzy, to w 1995 roku zaledwie 20,8 mln [Четвертая власть 1996; 11]. Konkurencja była zaś olbrzymia. W 1993 roku funkcjonowało 4650 gazet i tygodników, w tym 238 ogólnorosyjskich, 11 agencji informacyjnych, 19 państwowych i 5 prywatnych kompanii radiowo-telewizyjnych (90 w podmiotach Federacji) oraz 17 niezależnych radiostacji [Печать Российской Федерации 1994; 90-97].

Kłopoty finansowe nie były jedynym problemem, który dotknął rosyjską prasę i szerzej – rosyjskie media. Borykały się one jeszcze z kilkoma innymi poważnymi dolegliwościami:

- brakiem uczciwego, niezależnego i fachowego korpusu dziennikarskiego,
- brakiem jasno sprecyzowanej roli mediów w demokratycznym systemie politycznym,
- popadaniem w zależność od władzy politycznej i klanów finansowych.

3. Układ współczesnego rynku mediów rosyjskich

Fatalna kondycja finansowa rosyjskiej prasy zmusiła dziennikarzy do poszukiwania sponsorów, których najłatwiej było znaleźć wśród szybko rozwijających się środowisk rodzimego biznesu, związanego głównie z przemysłem wydobywczym, a także wśród rozszerzających swą działalność prywatnych banków. W ten sposób na rosyjskim rynku środków masowego przekazu zaczęli dominować potężni sponsorzy, tacy jak: holding „Media-Most”, koncern „ŁogoWAZ”, Gazprommedia, banki „Menatep” i „Stolicznyj Bank” „Sbierieżenij”, „Oneksimbank”, „Alfabank” itd. oraz kryjący się za nimi konkretni politycy. Prawdziwymi potentatami finansowymi, którzy stworzyli informacyjne imperia, byli Gusiński („Media-Most”) i Bieriezowski („ŁogoWAZ”). Gusiński miał bliskie powiązania z merem Moskwy Łużkowem i premierem Czernomyrdinem, Bieriezowski zaś ściśle (przez pewien czas) współpracował z Czubajsem. Przedmiotem szczególnej rywalizacji były oczywiście media elektroniczne, przede wszystkim telewizja. Znaczne udziały w publicznej telewizji ORT (były pierwszy program telewizji radzieckiej) posiadał B. Bieriezowski, zaś pierwsza niezależna stacja telewizyjna NTV finansowana była przez W. Gusińskiego. Gusiński posiadał też znaczne udziały w wydawnictwie „7 Dniej”, w radiu „Echo Moskwy”, uczestniczył ponadto w finansowaniu liberalnej gazety *Sieгодня* oraz tygodnika *Itogi*. Bieriezowski posiadał udziały w telewizji ORT i TV6, moskiewską radiostację „Nasze Radio”, gazetę: *Nowyje Izwiestija*, wpływy w dzienniku *Niezawisimaja gaziet*a oraz w tygodniku *Ogoniok*. Ważnymi figurami na rynku medialnym były również: „Gazprom” (*Trud*, *Komsomolskaja Prawda*, udziały w NTV i NTV Plus, kontrola nad kilkudziesięcioma wydawnictwami i stacjami radiowo-telewizyjnymi w regionach; Bank „SSBS-Agro” A. Smoleńskiego (udziały w ORT, NTV, pakiety akcji domu wydawniczego „Kommiersant” i dziennika *Nowaja gaziet*a), „OneksimBank” W. Potanina (około 50% dziennika *Izwiestija*, drugą połowę posiadał „Łukoil”, 20% *Komsomolskoj Prawdy*; należąca do M. Chodorowskiego grupa „Menatep” (kontrolny pakiet wydawnictwa Independent Media – między innymi *The Moscow Times*) oraz „Alfabank” nadzorujący rozrywkową telewizję STS.

Uwzględniając sytuację polityczną w Rosji, gdzie następowało bardzo silne powiązanie władzy z rosnącą w siłę nową finansjerą, można postawić tezę, że zakres swobody rosyjskich mediów uległ drastycznemu zawężeniu. Już w lipcu 1997 roku

I. Gołębiowski – redaktor naczelny dziennika *Izwiestija* – wystosował dramatyczny list do rosyjskich intelektualistów, w którym alarmował, że w Rosji ginie niezależna prasa [Голембиовски 1997] (przyczyną konfliktu była podjęta przez „Łukoil” próba obsadzenia kluczowych stanowisk w *Izwiestijach* ludźmi związanymi z tą firmą). W przypadku szczególnego zaostrzenia sytuacji politycznej dawało się nawet zauważyć polityczną dyspozycyjność mediów (np. podczas kampanii prezydenckiej czy dymisji A. Lebiedia z funkcji szefa Rady Bezpieczeństwa). Można zatem mówić o zjawisku wtórnego uzależnienia mediów, choć jego rozmiary i zakres nie są oczywiście w żadnym stopniu porównywalne z okresem sowieckim.

Tabela 1

Struktura własności mediów w Rosji w roku 2003

MEDIUM	WŁAŚCICIEL	FAKTYCZNY WŁAŚCICIEL
Gazeta <i>Комсомольская правда</i>	ИД «Проф-медиа»	„Interros” Władimir Potanin
Gazeta <i>Известия</i>	ИД «Проф-медиа»	„OneksimBank” Władimir Potanin (43% akcji „Łukoil”)
Gazeta <i>Ведомости</i>	Independent Media, ИД «Проф-медиа»	Derk Sauer Władimir Potanin („Interros” kontrolował w 2003 roku 35% akcji Independent Media)
Czasopismo <i>Эксперт</i>	ИД «Проф-медиа»	„OneksimBank” Władimir Potanin
<i>Независимая газета</i>		Borys Bieriezowski
DW <i>Коммерсант</i>		Borys Bieriezowski
<i>Новая Газета</i>		Borys Bieriezowski
Portal www: <i>Грани.ру</i>		Borys Bieriezowski
DW <i>Семь дней</i>	«Газпром-медиа»	„Gazprom”
Czasopismo <i>Итоги</i>	«Газпром-медиа»	„Gazprom”
Radio «Эхо Москвы»	«Газпром-медиа»	„Gazprom”
Kanał Telewizyjny «НТВ»	«Газпром-медиа»	„Gazprom”
Gazeta <i>Аргументы и факты</i>		„Promswiazbank” – kontrolowany przez „siłowników” z Petersburga
Gazeta <i>Труд</i>		„Promswiazbank”
<i>Еженедельный журнал</i>	ИД «Остров»	Władimir Gusinski
Portal www: <i>Newsru.com</i>		Władimir Gusinski
Agencja «ИТАР-ТАСС»		Roman Abramowicz
Czasopismo <i>Вслух</i>	Час-Медиа	Roman Abramowicz
Kanał Telewizyjny ORT		Roman Abramowicz
Kanał Telewizyjny «Третий канал»		Siergiej Pugaczow

Gazeta <i>Россия</i>	Концерн «Системы Масс Медиа»	„AFK Sistiema” Władimir Jewtuszenkow Jurij Łużkow
Gazeta <i>Культура</i>	Концерн «Системы Масс Медиа»	„AFK Sistiema” Władimir Jewtuszenkow Jurij Łużkow
Gazeta <i>Метро</i>	Концерн «Системы Масс Медиа»	„AFK Sistiema” Władimir Jewtuszenkow Jurij Łużkow
<i>Литературная газета</i>	Концерн «Системы Масс Медиа»	„AFK Sistiema” Władimir Jewtuszenkow Jurij Łużkow
Gazeta <i>Смена</i>	Концерн «Системы Масс Медиа»	„AFK Sistiema” Władimir Jewtuszenkow Jurij Łużkow
Kanał Telewizyjny «ТВ-центр»		„AFK Sistiema” Władimir Jewtuszenkow Jurij Łużkow
Radio «Говорит Москва»		„AFK Sistiema” Władimir Jewtuszenkow Jurij Łużkow
Agencja «Росбалт»	Концерн «Системы Масс Медиа»	„AFK Sistiema” Władimir Jewtuszenkow Jurij Łużkow
REN-TV	РАО ЭЭС России	Anatolij Czubajs
Czasopismo <i>Профиль</i>	Издательский дом Родионова	Siergiej Rodionow
Czasopismo <i>Политбюро</i>		Siergiej Rodionow
Gazeta <i>Московские новости</i>	«Открытая Россия»	„Jukos” Michaił Chodorkowski
Portal www: «Газета.ру»	ООО «Газета.ру»	„Jukos” Michaił Chodorkowski
Gazeta <i>Газета</i>		Władimir Lisin
Czasopismo <i>Огонёк</i>	«Видео-интернешнл»	Władimir Lisin
Gazeta <i>Московский комсомолец</i>	Павел Гусев	Jurij Łużkow
Czasopismo <i>Деловые люди</i>	Павел Гусев	Jurij Łużkow

Źródło: „Вокруг новостей” 17.09.2003

Kanały telewizyjne OPT, „Россия”, „Культура”, „Спорт”, telewizje regionalne, stacje radiowe „Радио России”, „Маяк”, „Молодежный канал – Юность”; gazeta *Российская газета*, czasopismo *Россия* oraz agencje informacyjne – РИА «Новости», „Росинформцентр” były pod bezpośrednią kontrolą państwa.

Inicjowane przez prezydenta Putina działania w sferze środków masowego przekazu i informacji stwarzały zagrożenia dla nieskrępowanej realizacji wolności słowa w Rosji. Strach przed władzą spowodował, że w środowisku dziennikarskim zaczęła rosnąć skłonność do stosowania autocenzury. Niepokornych przymuszano do posłuchu lub zwyczajnie karano. W pierwszych 11 miesiącach 2002 roku w Rosji rozpoczęto ponad 40 spraw karnych przeciwko dziennikarzom – więcej niż przez całą prezydenturę Jelcyna. Mnożyły się niewyjaśnione zabójstwa dziennikarzy, pobicia, napady na redakcje [Хайрулин, Симонов 2003]. W latach 2000-2006 w Rosji zamordowano 21 dziennikarzy¹ w tym tak znane postaci jak A. Politkowska (*Nowaja Gazieta*), J. Gierasimienko (dziennikarz z Saratowa), I. Zimin (NTV) czy P. Chlebnikow – redaktor naczelny rosyjskiej edycji amerykańskiego miesięcznika *Forbes*.

Przyjęta przez Radę Bezpieczeństwa i zatwierdzona przez prezydenta we wrześniu 2000 roku *Doktryna bezpieczeństwa informacyjnego* oraz zmiany w prawie prasowym miały dać Kremlowi narzędzia umożliwiające ograniczanie krytyki w mediach, między innymi pod pretekstem ochrony tajemnicy państwowej. Reżim wyraźnie zaczął dążyć do wszechwładzy, do podporządkowania sobie wszystkich sfer życia społecznego. „Demokracja sterowana” łatwo przeradza się w autorytaryzm, a stąd niedaleko już do totalitaryzmu. We współczesnej Rosji służby specjalne, tak jak w poprzedniej epoce, infiltrowały środowisko dziennikarzy [Тучкова 2000]. Brak kategorii dziennikarza „korespondenta wojennego” pozwalał na łatwą blokadę niewygodnych dla Kremla informacji z frontu czeczeńskiego. Trzeba przy tym stwierdzić, że reżim Putina do perfekcji opanował technologię przekazu informacyjnego, stając się mistrzem socjotechniki i propagandy [Кольцова 2000; 82 i nast.]. Być może Putin nie chciał przywrócenia cenzury i zniesienia wolności słowa, być może chciał tylko ograniczyć ją w programach telewizyjnych i radiowych, zostawiając pewną swobodę mediom drukowanym. Faktem jest jednak, że wynik działań Kremla zmierzających do ograniczenia wolności słowa w Rosji okazał się tragiczny. Od czasów upadku ZSRR media nigdy nie były aż tak zależne od władzy politycznej. Działania prezydenta wobec mediów były bardzo precyzyjnie przygotowane i przeprowadzone z punktu widzenia inżynierii społecznej. Według sondaży, na pytanie, czy „Putin i jego administracja byli inicjatorem ataku na niezależność mediów w Rosji”, 40% respondentów nie potrafiło udzielić odpowiedzi, z pozostałych 60%, którzy zauważali w działaniach przeciwko mediom inicjatywę prezydenta, aż 45% nie dostrzegało w nich jakiegokolwiek zagrożenia dla wolności słowa²! Aresztowanie Gusińskiego jako zamach na niezależność mediów postrze-

¹ Reporters Without Borders. *For Press Freedom, Freedom of the press worldwide In 2007*, s. 121. Od 1992 do 2005 w Rosji zamordowano ponad 200 dziennikarzy. Czytaj też: A. Jabłońska, C. Goliński, *Cenzura z tłumikiem*, „Wprost”, nr 1213 (12.03.2006).

² Sondaż: НИСИП z 28-30.06.2000 r. М. Горшков, *Амбиции сми и мнение граждан*, „Независимая газета” 13.06.2000.

gało 7% respondentów. Duch rządowej propagandy przedstawiający rozprawę z „Media-Mostem” jako wojnę z „oligarchami” akceptowało 17% pytanym, jako próbę zaprowadzenia porządku w państwie – 15%, a 29% traktowało całą sytuację jako działania w zwykłej sprawie kryminalnej³. Bardziej wymowne są dane dotyczące katastrofy „Kurska” – zaledwie 4% respondentów dostrzegło w niej winę prezydenta⁴. Komentarz do tych badań może być tylko jeden: administracja prezydencka, ukazując przez podległe sobie media określoną rzeczywistość, natrafiła na odbiorcę przygotowanego niemal wyłącznie do odbioru relacji w wersji podawanej przez reżim.

Jak na uzależnianie mediów od władzy politycznej reagowali Rosjanie? Częściowo, co pokazują sondaże opinii publicznej, odzywał się w nich nihilizm, negacja i sceptycyzm w stosunku do SMI. Na początku 2000 roku zaledwie 27,5% respondentów wyrażało zaufanie do środków masowej informacji⁵. Jednocześnie aż 54% respondentów popierało działania zmierzające do wzmocnienia kontroli władzy nad mediami (31% było przeciw, 15% nie miało zdania)⁶, 10% chciało zabronienia czy ograniczenia działalności mediów prywatnych, a 12% nie miałoby nic przeciwko wprowadzeniu cenzury⁷. M. Lipman zauważyła, że Rosjanie nie dostrzegali korelacji między atakami na wolność mediów i prawami obywatelskimi [Липман 2004; 77]. Trudno jest więc tu mówić o jakiegokolwiek szerszej bazie społecznej dla poparcia idei obrony niezależności środków masowej informacji, problematyczne jest również to, czy Rosjanie rzeczywiście właśnie tego oczekują.

Inaczej ograniczanie wolności słowa w Rosji postrzegano na Zachodzie. W kwietniu 2001 roku organizacja „Reporterzy bez Granic”, tworząc coroczny spis trzydziestu największych wrogów wolności słowa na świecie, przyznała Putinowi pozycję nr 22. 3 maja 2001 roku „The Committee to Protect Journalists” w corocznym spisie 10 największych wrogów prasy umieścił prezydenta Rosji na pozycji nr 5 [Прибыловский 2003; 182]. Według Instytutu Freedom House rok 2002 był ostatnim względnej wolności środków masowej informacji w Rosji [www.freedom-house].

³ Ibidem.

⁴ Sondaż: НИСиНП jesień 2000 r. М. Горшков, *Общественное мнение осенью...*

⁵ Sondaż: НИСиНП z 9-11.03.2000 „Jakim organom władzy i instytucjom społecznym ufamy”, М. Горшков, Второй тур выборов совсем не исключен, „Независимая газета” 21.03.2000. Według sondażu: НИСиНП z 28-30.06.2000 r. mediom elektronicznym ufa ok. 30%, drukowanym 26%. Według tego samego sondażu armia cieszy się 50-procentowym, a prezydent 55-procentowym poparciem.

⁶ Sondaż: НИСиНП z 28-30.06.2000.

⁷ Ibidem.

Tabela II

**Wolność środków masowej informacji w Rosji według Freedom House
[skala siedmiostopniowa]**

1997	1998	1999-2000	2001	2002	2003	2004
3,75	4,25	4,75	5,25	5,50	5,50	5,75

1-2,5 – wolność; 3-5 – częściowo wolność; 5,5 -7 – brak wolności

Źródło: <http://www.freedomhouse.hu/index.php?nit=2006>, (5.01.2007).

W październiku 2002 roku rosyjskie ministerstwo ds. prasy poleciło zamknąć jeden z kanałów telewizyjnych – „Moskowija” oraz stronę internetową niezależnego radia „Echo Moskwy”. Ministerstwo zarzuciło im poważne naruszenie ustaw regulujących walkę z terroryzmem oraz prawa prasowego. W czerwcu 2003 roku zamilkł TWS – ostatni w Rosji niezależny od państwa ogólnokrajowy kanał telewizyjny. Jednocześnie prowadzona jest konsolidacja rynku medialnego wokół państwowego „Gazpromu”. W sierpniu 2006 roku ofiarą tych działań padł ostatni duży, niezależny dom wydawniczy „Kommiersant”

4. Środki masowego przekazu jako element manipulacji politycznej (na przykładzie prasy)

Środki masowego przekazu były i są podmiotem manipulacji politycznej, przebiegającej w różny sposób i przy pomocy różnych metod. Podstawą manipulacji politycznej jest tworzona przez środki masowego przekazu literacka rzeczywistość, która może posłużyć zmianie modelu otaczającej rzeczywistości. Ponadto, mass-media posiadają monopol na informacje i mogą „sterować” informacją, tj. przedstawiać tylko przez siebie uznaną za słuszną w określony sposób (wybór informacji). Oprócz tego, źródłem siły manipulacyjnej jest także słowo. Możliwość wyrażania myśli przy pomocy różnych środków językowych pozwala wpływać na percepcję otaczającej rzeczywistości.

Poniżej przedstawionych będzie kilka przykładów manipulacji politycznej, wykorzystywanej przez środki masowego przekazu, a następnie odniesiemy się tylko do prasy.

Podstawowym narzędziem manipulacji jest informacja, a informację można:

- sfabrykować;
- skazać przez niepełne i nierzetelne przekazanie;
- przeredagować, dodając własne komentarze;
- interpretować w korzystnym dla manipulatora świetle;
- zataić.

Ponadto środki masowego przekazu mogą:

- przejawiać wybiórcze podejście do faktów, zgodne ze swoją pozycją;
- przypisać nagłówek, nieadekwatny treści;
- opublikować prawdziwą informację, kiedy jest ona już nieaktualna;
- przytoczyć niedokładny cytat, który wyrwany z kontekstu zmienia sens całej wypowiedzi.

Jak widać możliwości manipulacji jest wiele. Przykłady te różnią się siłą oddziaływania i możliwościami.

W książce Дж. Брауна *Техники воздействия: От пропаганды до промывания мозгов* [Браун 1998] zauważa się, iż fundamentalnym mechanizmem manipulacji jest sugestia, czyli próba przekonania innych do konkretnych poglądów na podstawie oczywistych przesłanek, niezależnie od tego, czy takie przesłanki istnieją. Można wyodrębnić kilka charakterystycznych sposobów sugestii:

1. a) wykorzystanie stereotypów, czyli uproszczonych schematów. Naturalne jest przypisywanie ludzi do określonych „socjalnych typów”. Z czasem obraz ten zapada w podświadomość i już nie jest sprawdzany czy weryfikowany, a przyjmowany za prawdę. Kiedy rosyjskie środki masowego przekazu odnoszą się do takich pojęć, jak: негр, еврей, коммунист, капиталист, новый русский, to mają na myśli nie konkretnego człowieka, a obraz, który istnieje w świadomości społecznej i wywołuje określone reakcje;

b) zamiana imion lub przyklejanie etykietek, czyli przypisywanie nazw-etykietek (a mówiąc językiem potocznym – przezwisk) oponentom politycznym. Przypisywane są one w określonym celu, a ich niebezpieczeństwo tkwi w ich trwałości – raz przypisane – „przyklejają się na długo”. Oto kilka przykładów:

– Империя зла – termin, który został szeroko rozpowszechniony w okresie „zimnej wojny”, jako określenie, mające straszyć obrazem ZSRR. Dziś, mimo iż ZSRR nie istnieje, termin pozostał i niekiedy pojawia się w środkach masowego przekazu,

– Семья – tak określana jest wąska grupa najbliższych osób prezydenta (otoczenie prezydenta);

c) powtórzenie informacji – uważa się, że przez 30 min odbiorcy pamiętają tylko 60% odebranej informacji. Pod koniec dnia w pamięci pozostaje już tylko 40%, a pod koniec tygodnia – 10%. W rezultacie problem „znika” w ciągu 10 dni, jeśli nie będzie przypomniany w różnych kontekstach i okolicznościach. Jeśli komunikat będzie wystarczająco często powtarzany, zapada w masową świadomość. Powtórzenia często wykorzystywane są w wiadomościach – gdzie najważniejsza informacja powtarzana jest kilkakrotnie nawet bez zmian.

d) stawianie pytań retorycznych, czyli pytań bez odpowiedzi, aby słuchacz, czytelnik mógł sam „rozmyślać” nad daną kwestią i wydawać własne sądy, przez co informacja zapada w pamięć, jest analizowana, często nawet dyskutowana;

e) półprawda – tu środki masowego przekazu wypracowują sobie zaufanie u publiki poprzez obiektywną i szczegółową prezentację mało znaczących detali i przemilczenie ważnych faktów.

f) ośmieszenie – sposób często wykorzystywany przez środki masowego przekazu. Istota sprowadza się do wyśmiewania osób, poglądów, organizacji itp. Efekt oddziaływania sprowadza się tu do tego, że ośmieszając odrębne elementy wypowiedzi i zachowań inicjowany jest żartobliwy, niepoważny stosunek do autora, który potem rozprzestrzeniany jest na inne wypowiedzi i poglądy danej osoby. W rezultacie powstaje obraz „niepoważnego i niekompetentnego człowieka”, którego poglądy nie zasługują na uwagę. Sposób ten jest bardzo efektywny.

Dla potwierdzenia efektywności tego sposobu można przywołać wyniki badań grupy ekspertów RAN, przeprowadzone na podstawie gazet i periodyków w czasie przygotowań i trwania kampanii wyborczej (obejmują okres od 1.08. do 1.10.1999) [Брушлинский, Лепский 1999]. Analizie poddano takie wydania, jak między innymi: *MK, Komsomolskaja prawda, Siewodnia, Izwiestija, Moskowskiye Nowosti, Argumenty i Fakty, Itogi* i inne. Ogólnie obiektem analizy było 13 tytułów, a rezultaty pozwoliły rozróżnić wydania pod względem aktywności wykorzystania ośmieszania. Otrzymano następujące rezultaty: w gazetach *Trud, Siewodnia, Izwiestija* sposób „ośmieszania” praktycznie nie występuje, a wypowiedzi polityków i w odniesieniu do polityków mają charakter neutralny. *Nowaja Gazieta, MK, Komsomolskaja prawda* – przeciwnie, wyróżniają się wykorzystaniem różnorodnych form „ośmieszania”.

W rezultacie przeprowadzonych badań wyodrębniono następujące formy „ośmieszania”:

– bajkowe – bajka serial – tu wydarzenie przebiegają w jednym miejscu, z tą samą grupą bohaterów. Na przykład bajka *Из летописи села Собачьи будки*, gdzie występują: *Елочкин, Лужайкин, Заявлинский, Вовка Жуликовский, Хрюганов (NG)*.

– bajki oparte na wydarzeniach – pojawiają się najczęściej w tygodnikach i odzwierciedlają wydarzenia polityczne minionego tygodnia, tu główni bohaterowie się zmieniają, temat jest różny. Oto przykłady bohaterów z bajki *Я, ты, он, она. Вместе дружная семья: „маленький и плешивый Великий Колдун Березун”, „бесстрашный рыцарь Белый Лебедь Острое Перо”* i in.

– cytowanie – cytaty z komentarzem dziennikarskim – np. rubryka *„Жизнеспособность политических субъектов”* w gazecie *Argumenty i Fakty*, a tam: *„Политиками мы становимся ... по нужде”*. I komentarz: *„Большинство, видимо, становится по большой нужде. Нередко переходящей в словесный”*.

Cytaty bez komentarza – np.: *„Большую жизнь прожил: побывал и сверху, и снизу, и снизу, и сверху”* (o Czernomyrdinie) – *В. Jelcyn*; *„Я предлагаю с хорошего все-таки начинать, а не с кризиса. Кризисом закончим, как всегда”* lub *„Белый Дом – специальная организация. Никто оттуда с улыбочкой еще не выходил”* –

V. Niemcow; „На такое мероприятие, как смерть короля Марокко, Россия обязана отозваться одним из своих руководителей России” – E. Strojew; „Я теперь уверен, что все-таки абсолютно мы за счет собственного производства закроем проблему яйца” – G. Kulik; „Посмотрите внимательно на господина Ельцина! На лице его никогда не ночевала демократия” – G. Ziuganow.

Przytoczone przykłady są dowodem na to, że większość polityków rosyjskich nie uważa za konieczne poznanie tajników sztuki oratorskiej i nie zdaje sobie sprawy, że gafa może być przyczyną upadku politycznego.

– „ośmieszanie” przez wykorzystanie przezwisk – odzwierciedla tendencje do nasycania humorem artykułów politycznych. Np.: W. Putin – „РасПутин”, „Чекист-Перестройщик”, J. Łużkow – „Кепка”, „Лужок”, „Лужа”.

2. Kategoryzacja – zjawisko to związane jest z wrodzonym dążeniem człowieka do maksymalnego uproszczenia informacji napływającej z zewnątrz i sprowadzenie jej do kategorii już istniejącej w świadomości. Wykorzystując tę cechę ludzkiej świadomości, środki masowego przekazu wpływają na tę świadomość społeczną przez maksymalne uproszczenie przekazywanej informacji i sprowadzenie jej do kategorii „dobrze” – „źle”. Możemy tu mówić o dwóch technikach:

a) technika „stworzenia negatywnych skojarzeń” – jej zadaniem jest aktywizowanie w pamięci negatywnego obrazu i przeniesienie go na konkretnego polityka. Np. w czasie kampanii parlamentarnej w Rosji środki masowego przekazu aktywnie wykorzystywały tę technikę, tzn. bezsilny, chory Primakow (skojarzenie z nomenklaturą, czasami zastoju) i dynamiczny, młody, z perspektywami polityk Putin. (Asocjacja z uczciwością, otwartością energią – cechami, które mogą wyprowadzić kraj z kryzysu; obraz małomównego, ale aktywnego polityka /pozycja prokremlofskich środków masowego przekazu/).

b) technika „stworzenia kontrasocjacji” – stosowana w celu kojarzenia polityka ze stworzonym pozytywnym wizerunkiem. Primakow, którego wiek świadczy o doświadczeniu życiowym i politycznym, wypracowanym szacunku i co za tym idzie utrwalonym obrazie mądrego, bezkonfliktowego polityka. I na odwrót – Putin, aktywny, młody, z perspektywami, mimo wszystko w pierwszej kolejności kojarzony jest jako bezpośredni następca rozwalającego kraj Jelcyna i przedstawiciel siłowej organizacji (FSB). A to oznacza, że jego dojście do władzy może prowadzić do kontynuacji polityki Kremla lub wprowadzenia w kraju (Rosji) silnej dyktatury.

3. Przekonanie/przekonywanie – jest to sposób wpływu na świadomość jednostki, zorientowany na krytyczny osąd, przewagę dowodów, faktów. W celu przekonania środków masowego przekazu stosuje się następujące techniki:

a) technika przyciągnięcia „liderów opinii”, tj. osób kompetentnych i zorientowanych w dziedzinie polityki: politologów, socjologów, samych polityków itd.;

b) apelowanie do konkretnych faktów i dokumentów – technika ta oparta jest na fakcie psychologicznym, iż zwykły obywatel skłonny jest wierzyć konkret-

nym cyfrowym i dokumentem z pieczęcią niż pustym słowem. Dowód – najczęściej w kampaniach wyborczych i prezentacjach sondaży – każdemu słowu prowadzącego towarzyszą materiały poglądowe: pokazywane są dokumenty i przytaczane paragrafy ustaw, cytowane są już wydrukowane materiały i wyniki sondaży (często w formie tabel, wykresów, porównań).

4. Programowanie neurolingwistyczne (NLP) – czyli uwzględnienie 3 typów w zależności od sposobu przyswajania informacji (wzrokowiec, słuchowiec, kinestetyk) i kierowanie do nich informacji w określonej formie, z oporą na dany zmysł i sposób percepcji. Technologia ta pozwala manipulować tak świadomością, jak i podświadomością człowieka.

5. Spirala przemilczeń – wykorzystywane jest tu manipulowanie badaniami opinii społecznej. Polega na tym, aby przy pomocy odwołań do sfabrykowanych wyników badania opinii społecznej lub innych faktów przekonać większość obywateli do poparcia wygodnej dla manipulatora (tu środki masowego przekazu) polityki.

A jakie środki i metody manipulacji najczęściej wykorzystuje prasa?

Techniki manipulacyjne wykorzystywane przez prasę i gazety:

a) fotografie – czytelnik przede wszystkim zwraca uwagę na fotografie, w szczególności jeśli jest to kolorowa gazeta. Wybór fotografii zależy od celów, które stawia przed sobą autor materiału. Dobór fotografii nieprzychylniej politykowi nie jest niczym trudnym;

b) sensacyjne wiadomości – gazety żyją dzięki sensacjom. Ich zadanie to zwrócić uwagę czytelnika. Dlatego też takie „prezenty” polityków, jak wyrażenia: *„У кого чешется, чешите в другом месте”*, *„Человек, похожий на Генпрокурора”*, *рассказ о „33 снайперах”* itd. – skazane są na zainteresowanie środków masowego przekazu. Zgryźliwe komentarze, artykuły, karykatury, fotografie, stawiające polityków w niekorzystnym świetle – wszystkie te techniki są w takich sytuacjach od razu wykorzystywane i stosowane.

c) nagłówki – należy zwrócić na nie oddzielną uwagę. Nagłówek na pierwszej stronie, wydrukowany wielkimi literami zwraca uwagę, a o ile gazetę kupuje się w biegu, więc czytelnik zwraca przede wszystkim uwagę na nagłówki na pierwszej stronie, bez wczytywania się w treść. Dopiero kiedy rozpoczyna czytanie, kupiwszy już gazetę, często okazuje się, że nagłówek ma niewiele wspólnego z treścią artykułu. Zazwyczaj treść jest skromniejsza, niż zapowiadana sensacja, a niekiedy nawet nagłówek przeczy treści. Na przykład w *MK* na pierwszej stronie pojawił się nagłówek: *„Как великий вождь возбуждал молодых станочниц”*. Może się wydawać, że w artykule będzie mowa o miłośkach pewnego wodza (w tym konkretnym przypadku Kim Ir Sena). W istocie jednak na końcu dużego artykułu przytaczany jest cytat z jednej z koreańskich ulotek agitacyjnych, w której mowa jest o tym, jak wódz wzbudzał w pracujących przy tokarkach kobietach chęć do pracy.

W dzisiejszej Rosji środki masowego przekazu nie tyle uczestniczą w relacjonowaniu wydarzeń politycznych, co tworzą własną iluzoryczną przestrzeń, którą kreują jako realny model świata polityki. Jest to jednak przestrzeń zorganizowana przez władzę i poddana jej absolutnej dominacji. Proces polityczny w Rosji toczy się na tle społecznego przecucia obywateli jakoby ich kraj czekała jakaś globalna katastrofa – wojna, agresja, spisek. Przecucie to jest potęgowane przez autentycznie agresywną działalność mediów, inspirowanych z Kremla. Należy zauważyć, że manipulacyjne możliwości „czwartej władzy” są ogromne. Nie dotyczy to zresztą tylko Rosji. Z manipulacją spotykamy się wszędzie – w większości przypadków nieświadomie. Język polityki uderza w nas za pośrednictwem mediów mnóstwem informacji, których nie jesteśmy w stanie ocenić ani zweryfikować. Tak naprawdę tylko od nas samych i naszej świadomości zależy, czy bezwolnie poddamy się jej wpływowi.

Literatura

- Jabłońska A., Goliński C., *Cenzura z tłumikiem*, „Wprost”, nr 1213 (12.03.2006).
- Marciniak W., 2001, *Rozgrabione Imperium*, Kraków.
- Przebinda G., *Media w służbie czynowników*, „Rzeczpospolita” 25.03.2000.
- Remnick D., 1997, *Grobowiec Lenina*, Warszawa.
- Reporters Without Borders. For Press Freedom, *Freedom of the press worldwide In 2007*, s. 121.
- O *środkach masowego przekazu*, nr 22124-1, [w:] *Сборник законов Российской Федерации*, Москва 2000.
- Брушлинский А. В., Лепский В. Е. (редакторы), 1999, *Информационно-психологическая безопасность избирательных кампаний*, Институт психологии РАН, Москва.
- Браун Дж., 1998, *Техники воздействия: от пропаганды до промывания мозгов*, [w:] Почепцов Г. Г., *Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением*.
- Варганова Е., *Медиа в постсоветской России: их структура и влияние*, „Pro et Contra” 2000, nr 4, t. 5.
- Газета „Московский Комсомолец”, 7.05.1999.
- Газета „Новая газета”, №35 (Д), 1999.
- Газета „Сегодня”, №30 (1754), 11.02.1999.
- Газета „Аргументы и Факты”, №32 (981), 1999.
- Голембиовски И., *Сейчас нужно было бы хлопнуть дверю*, „Известия” 12.07.1997.
- Дзялошинский И., 2001, *Информационное пространство России*, Москва.
- Журнал „Итоги”, №45 (130), 17.11.1998.
- Журнал „Профиль”, №4, 7.02.2000.
- Кольцова О., *Кто и как влияет на производство новостей в современной России*, „Pro et Contra” 2000, nr 4, t. 5.
- Липман М., 2004, *Свобода слова и будущее российских СМИ*, [w:] *Россия: ближайшее десятилетие*,

ред. Качинс Э., Тренин Д., Москва.

Верховский А. М., Михайловская Е. В., Прибыловский В., 2003, *Россия Путина. Пристрастный взгляд*, Москва.

Печать Российской Федерации в 1994 году, Москва 1994.

Скайнер Л., *Публичные выборы и частные интересы. Роль СМИ в российских парламентских выборах 1999 года*, „Конституционное право: восточноевропейское обозрение” 2001, nr 4 (37).

Тучкова А., *Свобода слова в опасности*, „Независимая газета” 14.01.2000.

Усачева В., *Власть и СМИ в России: как изменились их взаимоотношения?* „Pro et Contra” 2000, nr 4, t. 5.

Хайрулин М., Симонов А., *Свобода слова практически исчезла*, „Московский Комсомолец” 14.01.2003.

„Четвертая власть” 1996, nr 1.

Sondaż: НИСиНП z 28-30.06.2000 г. Горшков М., *Амбиции сми и мнение граждан*, „Независимая газета” 13.06.2000.

Sondaż: НИСиНП jesień 2000 г. Горшков М., *Общественное мнение осенью...*

Sondaż: НИСиНП z 9-11.03.2000 „Jakim organom władzy i instytucjom społecznym ufamy”, Горшков М., *Второй тур выборов совсем не исключен*, „Независимая газета” 21.03.2000.

www.kommersant.ru/about.html

www.tvc.ru/about/

www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2003, (21.05.2005)

www.expert.ru

www.gazprom-media.com/

www.smi.ru

www.levada.ru