

Daria Gigola

ORCID: 0000-0003-1259-374X
Uniwersytet Wrocławski

Profesjonalizm dziennikarski polskich tygodników opinii w nagłośnieniu sprawy Władimira Putina

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.30.10>

Słowa kluczowe: nagłośnienie medialne, tygodniki opinii, profesjonalizm dziennikarski, Putin, analiza zawartości czasopism

Wstęp

Niniejsza praca jest próbą przedstawienia sposobów nagłaśniania wydarzeń związanych z postacią Władimira Putina w polskich tygodnikach opinii. Ten rodzaj mediów drukowanych jest bardzo rozpowszechniony wśród polskich czytelników i obejmuje szerokie spektrum polityczne: od skrajnej lewicy do skrajnej prawicy. Zawartość tygodników opinii jest więc doskonałym materiałem badawczym, gdyż odzwierciedla schematy postrzegania pewnych kwestii i problemów w konkretnym społeczeństwie. Natomiast postać Putina została wybrana z uwagi na rosnący poziom zainteresowania tym politykiem w światowych mediach. Aktywny udział rosyjskiego prezydenta w polityce międzynarodowej oraz kampania prezydencka z 2018 roku spowodowały bowiem wzrost zainteresowania polskich mediów tym tematem, widoczny zwłaszcza w tygodnikach opinii.

Profesjonalizm dziennikarski

Daniel C. Hallin i Paolo Mancini zdefiniowali profesjonalizm dziennikarski poprzez trzy aspekty: autonomię, odrębne normy zawodowe oraz służbę interesowi publicznemu¹.

Autonomia oznacza niezależność mediów i dziennikarzy od aktorów zewnętrznych, czyli swobodę podejmowania decyzji w zakresie zawartości materiałów zgodnie z wy-

¹ D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 35–37.

znawanymi wartościami zawodowymi w ramach istniejącego prawa. Do najważniejszych wskaźników autonomii należą: kształtowanie własnych opinii i poglądów, ustalenie struktury medialnej według własnej logiki oraz niewywieranie presji przez aktorów zewnętrznych, w tym politycznej i ekonomicznej.

Normy zawodowe ściśle wiążą się z autonomią, ponieważ oznaczają możliwość konstruowania wartości oraz zachowania standardów etycznych relewantnych dla wszystkich przedstawicieli zawodu. Przestrzeganie norm zawodowych definiuje wspólnotę dziennikarską jako świadomą grupę zawodową. W Polsce obowiązują Kodeks etyki dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich (SDP) oraz Karta Etyczna Mediów, która powstała w 1995 roku z inicjatywy SDP. W Karcie przedstawiciele zawodu dziennikarskiego, czyli dziennikarze, wydawcy, producenci i nadawcy, deklarują, że w pracy będą się kierować zasadami prawdy, obiektywizmu, oddzielenia informacji od komentarza, uczciwości, szacunku i tolerancji, pierwszeństwa dobra odbiorcy, wolności i odpowiedzialności².

Hallin i Mancini uważają ponadto, że służba interesowi publicznemu odgrywa istotną rolę w społeczeństwie demokratycznym. W tym ujęciu media są niezbędną częścią społeczeństwa obywatelskiego, jednak obecnie w Polsce — podobnie jak na całym świecie — zauważalne jest ograniczanie tej funkcji mediów. Zamiast promować ideę społeczeństwa obywatelskiego oraz demokratyczne wartości, prywatne grupy interesów skupiają się bowiem na sprzedaży produktu medialnego i na osiągniętych z tego korzyściach³.

Analiza przeprowadzona przez Paulinę Barczyszyn-Madziarz wykazuje, że większość badaczy odnotowuje deprofesjonalizację dziennikarstwa, co wiąże się z rozwojem technologii i gospodarki⁴. Pośpiech w pracy dziennikarzy powoduje uproszczenie treści ich przekazu, skutkując dodatkowo obniżeniem jego jakości, gdyż liczy się głównie pierwszeństwo udostępnienia informacji. Zjawiska te sprawiają, że dziennikarze balansują między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania na rynku, co pozbawia ich zawód autonomii⁵. Tabloidy, które nagłaśniają sensacje i skandale, sprzedają się znacznie lepiej niż rzetelne czasopisma, dlatego też elementy taniej rozrywki pojawiają się nawet w poważnych tytułach.

Według Bogusławy Dobek-Ostrowskiej słaby konsens między standardami zawodowymi dziennikarzy oraz ograniczeniami zewnętrznymi zbliża Polskę do modelu śródziemnomorskiego (spolaryzowanego pluralizmu) Hallina i Manciniego⁶. W naszym kraju środki masowego przekazu służą instrumentalizacji celów polityków, partii politycznych, właścicieli mediów oraz innych interesantów. Warto jednak zauważyć, że

² Karta Etyczna Mediów, http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/karta_dziennikarzy.pdf (dostęp: 5.01.2021).

³ B. Dobek-Ostrowska, *Polish Media System in a Comparative Perspective: Media in Politics, Politics in Media*, Berlin 2019, s. 55.

⁴ P. Barczyszyn-Madziarz, *Dziennikarze polscy, rosyjscy i szwedzcy oraz ich wizja zawodu*, Wrocław 2019, s. 26.

⁵ L. Szot, *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*, Wrocław 2013, s. 316.

⁶ B. Dobek-Ostrowska, *op. cit.*, s. 46, 65–66.

Polska nie jest kopią krajów śródziemnomorskich, gdyż korporacje medialne nigdy tutaj nie wyrosły z korporacji biznesowych, jak we Włoszech, w Hiszpanii czy Grecji. Niemniej jednak — poza kwestią autonomii — także w zakresie służenia interesowi publicznemu oraz zachowania norm etyki zawodowej istnieją poważne zagrożenia dla kondycji polskiego dziennikarstwa. Podstawowym problemem jest regulacja działalności mediów na poziomie zarówno wertykalnym (regulacje prawne), jak i horyzontalnym (samoregulacja). Proces ten został przyśpieszony po wejściu Polski do Unii Europejskiej, ale obecnie konflikt między elitami politycznymi a przedstawicielami sfery medialnej spowalnia postępy w tym obszarze⁷.

Metodologia

Analizie poddano główne tytuły badanego segmentu prasowego: prawicowe („Do Rzeczy”, „Gazeta Polska” i „Sieci”), centroprawicowe („Tygodnik Powszechny”), centrowe („Newsweek” i „Wprost”), centrolewicowe („Polityka”) oraz lewicowe („Przegląd”), ukazujące się od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku, co było uwarunkowane czasem trwania kampanii prezydenckiej Władimira Putina.

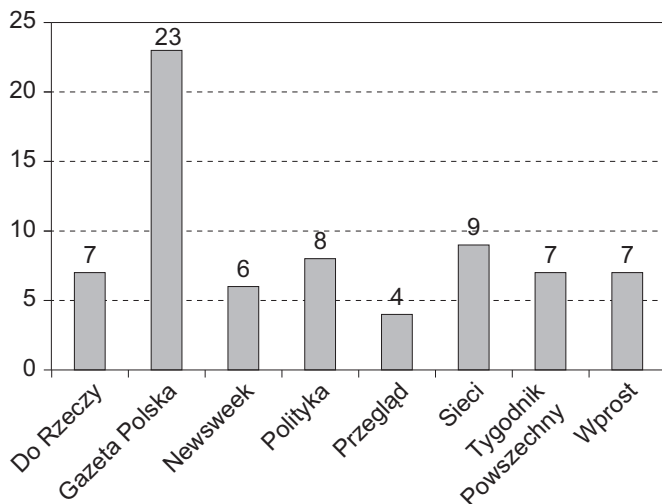
Weryfikacji poddano następującą hipotezę: tygodniki opinii o centrowym profilu ideologicznym demonstrują najwyższy poziom profesjonalizmu dziennikarskiego w nagłośnieniu wydarzeń związanych z postacią Putina. Do tego celu zastosowano analizę ilościową zawartości tygodników połączoną z analizą jakościową wypowiedzi dziennikarzy. Dobór metody ilościowej był uwarunkowany dążeniem do obiektywnej oceny opisywania postaci Putina ze względu na kontrowersyjną i budzącą dyskusję osobowość tego polityka. Natomiast analiza jakościowa okazała się istotna dla dokonania oceny stosunku autorów materiału do aktorów rosyjskiej sceny politycznej oraz przeprowadzenia analizy profesjonalizmu dziennikarskiego pod kątem profilu ideologicznego konkretnego tytułu. Analizie poddano 71 artykułów ze wspomnianych tygodników opinii (zob. wykres 1). Kryteria doboru materiału badawczego były następujące:

1. artykuł jest poświęcony rosyjskiej kampanii prezydenckiej;
2. w nagłówku lub lidzie artykułu jest wspomniany Putin;
3. artykuł jest poświęcony Putinowi.

W części ilościowej badań posługiwano się kluczem kodowym uwzględniającym źródła dziennikarskie, styl dziennikarski, obiektywizm, rzeczowość oraz atrybuty przypisywane Putinowi. Materiał badawczy został zakodowany według klucza, co umożliwiło uporządkowanie danych ilościowych. Zebrane podczas kodowania dane poddano następnie analizie jakościowej.

Zaobserwowano duże różnice w liczbie badanych materiałów w poszczególnych tytułach (na przykład 23 artykuły w „Gazecie Polskiej”, a 4 w „Przeglądzie”).

⁷ *Ibidem*, s. 66.



Wykres 1. Liczba analizowanych artykułów w badanych tygodnikach opinii (od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku)

Źródło: opracowanie własne.

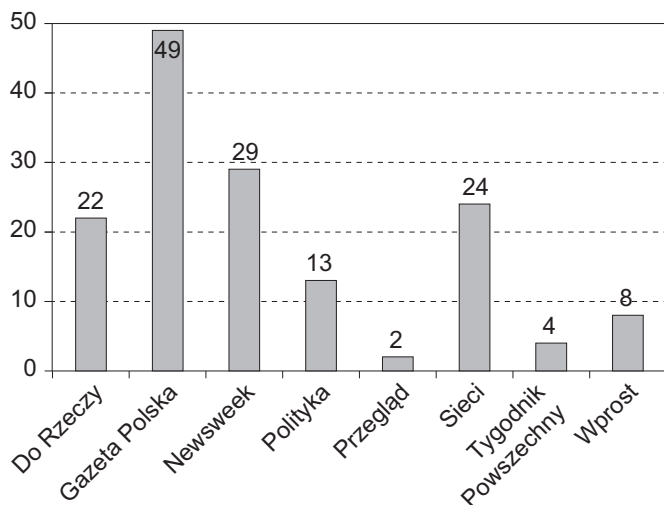
Wyniki badań

W badanych tygodnikach opinii autorami materiału byli zatrudnieni w nich dziennikarze, których poglądy są zgodne z linią programową redakcji. Eksperti jako autorzy pojawiali się pojedynczo w „Do Rzeczy”, „Gazecie Polskiej”, „Przeglądzie” oraz we „Wprost”. Częściej po ekspertów sięgała natomiast „Polityka” — w 3 artykułach w badanych wydaniach. Warto zaznaczyć, że jedyny przypadek, w którym autorem była osoba duchowna, zanotowano w „Gazecie Polskiej”.

Liczba przywoływanych źródeł w badanych artykułach prezentuje się następująco: „Gazeta Polska” — 49 źródeł, „Newsweek” — 29, „Sieci” — 24, „Do Rzeczy” — 22, „Polityka” — 13, „Wprost” — 8, „Tygodnik Powszechny” — 4, „Przegląd” — 2 (zob. wykres 2). Warto dodać, że „Polityka” i „Sieci” jednorazowo odwoływały się do źródła anonimowego. W samej tylko „Polityce” odnosiło się to do skandalu korupcyjno-seksualnego z uczestnictwem rosyjskiego biznesmena Olega Deripaski, wicepremiera Siergieja Prichodźki oraz „łowczyni oligarchów” Nastii Rybki. Na ten temat wypowiadał się anonimowy moskiewski politolog, który sugerował, że skandal był zorganizowany przez rosyjskie służby specjalne jako spektakl dla Amerykanów⁸. W przypadku „Sieci” dziennikarz dawał do zrozumienia, że ataki terrorystyczne na domy w Rosji przed kampanią czeczeńską były organizowane przez rosyjskie służby specjalne, wspominał o licznych poszlakach, ale nie odnosił się do źródła⁹.

⁸ K. Kwirkowska-Moskalewicz, *Rybka zwana Nastią*, „Polityka” 2018, nr 13.

⁹ P. Skwieciński, *Sekret, którego nie ma*, „Sieci” 2017, nr 40.



Wykres 2. Liczba przywoływanych źródeł dziennikarskich w badanych tygodnikach opinii (od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku)

Źródło: opracowanie własne.

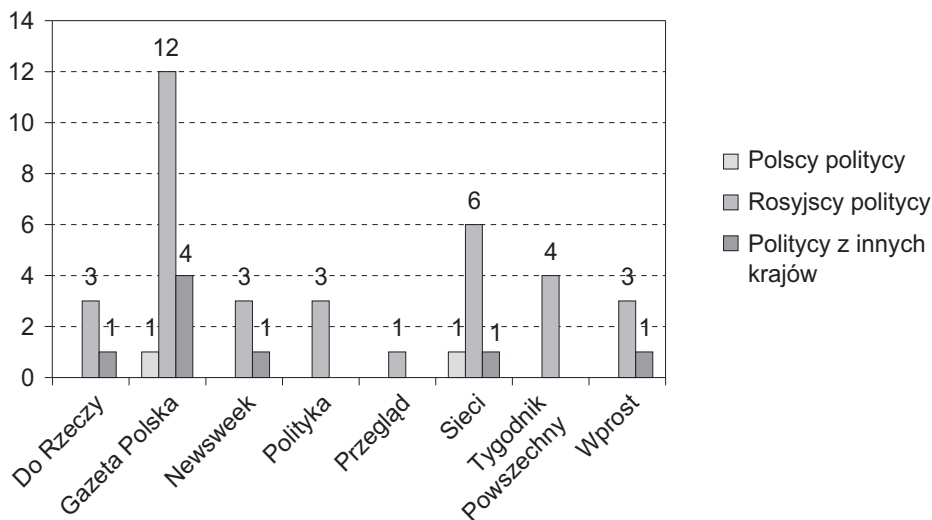
W badanych tygodnikach najczęściej odwoływano się do wypowiedzi polityków rosyjskich: „Gazeta Polska” — 12 powołań, „Sieci” — 6, „Tygodnik Powszechny” — 4, „Do Rzeczy”, „Newsweek”, „Polityka” i „Wprost” — po 3 razy, „Przegląd” — 1 raz (zob. wykres 3). Na polityków z innych krajów (poza Polską i Rosją) powoływano się 4 razy w „Gazecie Polskiej” oraz jednokrotnie w „Do Rzeczy”, „Newsweeku”, „Sieciach” i we „Wprost”. Najmniej powołań było na polityków polskich: po 1 razie w „Gazecie Polskiej” i „Sieciach”.

Do mediów rosyjskich odwoływały się: „Gazeta Polska” — 3 razy, „Do Rzeczy” i „Polityka” — po 2 razy, „Newsweek” i „Sieci” — po 1 razie. Do mediów zagranicznych autorzy odnosili się jednokrotnie w „Gazecie Polskiej”, „Newsweeku” i „Sieciach”, natomiast do mediów polskich — po 1 razie w „Gazecie Polskiej” i „Przeglądzie” (zob. wykres 4).

W badaniu stwierdzono, że autorzy tygodników opinii najczęściej odwoływali się do ekspertów: „Polityka” — 4 razy, „Do Rzeczy”, „Gazeta Polska”, „Newsweek” i „Sieci” — po 3 razy, „Tygodnik Powszechny” i „Wprost” — po 1 razie (zob. wykres 5). Słowa zwykłych obywateli w „Newsweeku” były cytowane 3 razy, w „Do Rzeczy” i „Gazecie Polskiej” zaś po 1 razie. Głos przedstawicieli duchowieństwa zauważony został dwukrotnie w „Sieciach” i 1 raz w „Gazecie Polskiej”. Z kolei ku autorytetom zwracano się 1 raz w „Do Rzeczy” (Wiktor Suworow — historyk i były oficer sowieckiego wywiadu wojskowego GRU) oraz 1 raz w „Przeglądzie” (poeci: Jacques Prévert, Bruno Jasiński, Walt Whitman).

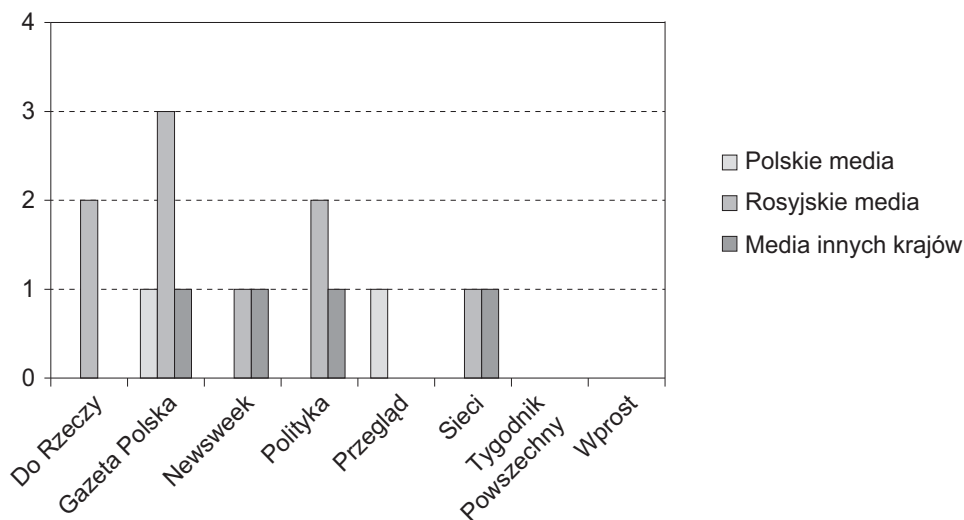
Następnym czynnikiem, według którego oceniano profesjonalizm dziennikarski, jest obiektywizm. Uznano, że najważniejsze kryteria spełnienia zasady obiektywizmu to:

1. dwustronna argumentacja;
2. brak lub minimum ujawniania przez autora własnych emocji lub uczuć;
3. brak lub minimum oceniających wypowiedzi.



Wykres 3. Liczba powołań na polityków polskich i zagranicznych w badanych tygodnikach opinii (od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku)

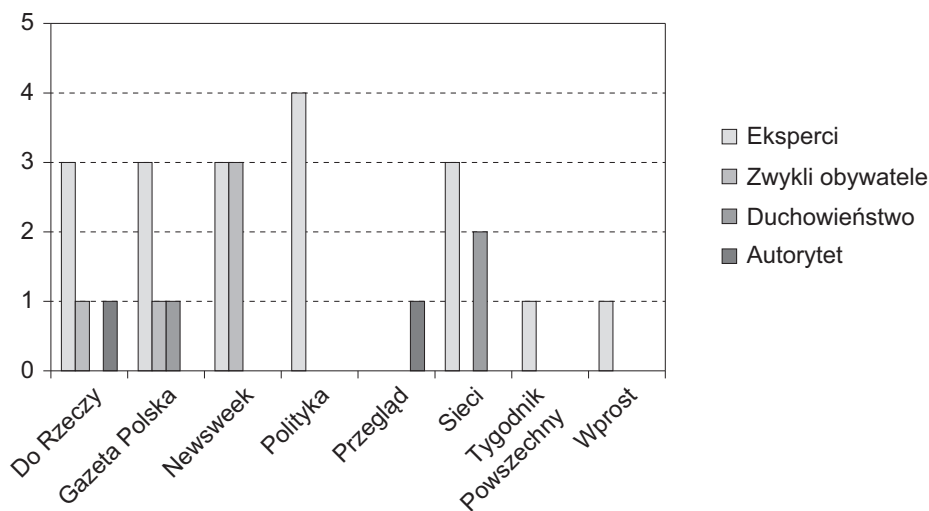
Źródło: opracowanie własne.



Wykres 4. Liczba odwołań do polskich i zagranicznych mediów w badanych tygodnikach opinii (od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku)

Źródło: opracowanie własne.

Badania wykazały, że w „Gazecie Polskiej” były 23 artykuły bez zachowania zasady obiektywizmu, w „Sieciach” — 8, w „Polityce” i we „Wprost” — po 7, w „Newsweeku” i „Tygodniku Powszechnym” — po 6, w „Do Rzeczy” — 5 (zob. wykres 6). Na przykład „Gazeta Polska” już w tytule jednego z artykułów (*Jak trują Rosjanie*) zasugerowała



Wykres 5. Liczba powołań mediów na źródła (od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku)

Źródło: opracowanie własne.

stronnicze podejście do otrucia Siergieja Skripala w Wielkiej Brytanii¹⁰. W „Polityce” natomiast autorzy byli bardziej wstrzemięźliwi, brakowało tam jednak dwustronnej argumentacji i wyraźnie zaznaczała się antyputinowska retoryka, na przykład: „Rosyjskie władze zrobią wszystko, by w ich państwie panował spokój. Nawet jeśli ceną będzie pogłębiający się marazm społeczny i stagnacja gospodarcza”¹¹. Natomiast zasada obiektywizmu została spełniona w 4 artykułach w „Przeglądzie”, w 2 artykułach w „Do Rzeczy” oraz w po 1 tekście odpowiednio w „Polityce”, „Sieciach” i „Tygodniku Powszechnym” (zob. wykres 6).

Warto odnotować, że w „Przeglądzie” stosowano dwustronną argumentację oraz zauważalne było dążenie do obalenia popularnych negatywnych wzorów podejścia do działaczy polityki rosyjskiej. Ciekawym przypadkiem, wyróżniającym się na tle innych materiałów w „Sieciach”, jest artykuł o rosyjskim filmie *Matylda*, w którym autor przedstawił różne poglądy na temat tej ekranizacji występujące w rosyjskiej przestrzeni politycznej¹².

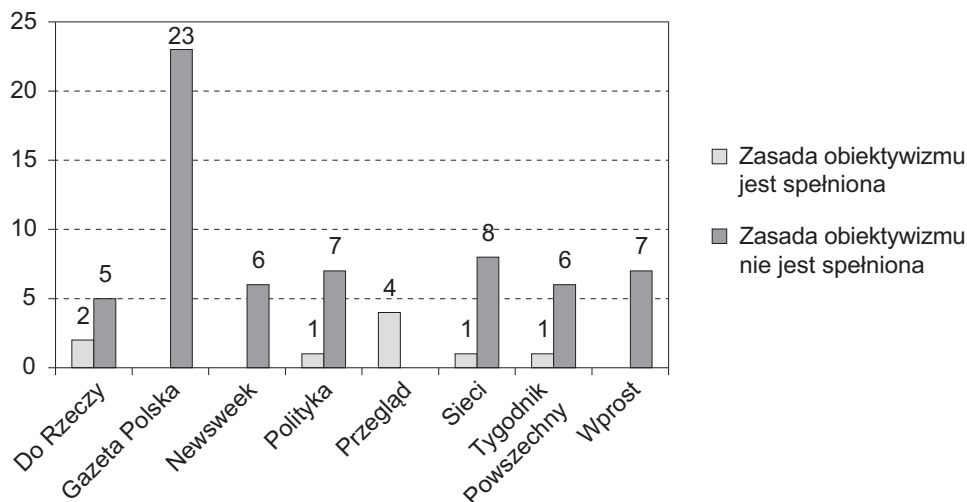
Przy badaniu kryterium rzeczowości założono, że artykuł rzeczowy powinien spełniać następujące wymogi:

1. zawartość artykułu odpowiada tytułowi;
2. artykuł zawiera argumentację;
3. autor artykułu powołuje się na fakty, wiarygodne źródła oraz przytacza dowody;
4. artykuł ma logiczną strukturę.

¹⁰ A. Rybczyński, *Jak trują Rosjanie*, „Gazeta Polska” 2018, nr 1.

¹¹ K. Kwirkowska-Moskalewicz, *Cała tafla Putina*, „Polityka” 2018, nr 1, s. 67.

¹² P. Skwieciński, *Matylda zmienia Rosję*, „Sieci” 2017, nr 43.



Wykres 6. Obiektywizm w badanych tygodnikach opinii od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku (w liczbach)

Źródło: opracowanie własne.

Z badań wynika, że zasada rzeczowości została spełniona: w „Gazecie Polskiej” — w 14 artykułach, w „Polityce” i we „Wprost” — odpowiednio w 7, w „Tygodniku Powszechnym” — w 6, w „Do Rzeczy” i „Newsweeku” — odpowiednio w 5, w „Przeglądzie” i „Sieciach” — odpowiednio w 4 (zob. wykres 7).

Zasada rzeczowości nie została spełniona: w „Gazecie Polskiej” — w 9 artykułach, w „Sieciach” — w 5, w „Do Rzeczy” — w 2, w „Newsweeku”, „Polityce” i „Tygodniku Powszechnym” — odpowiednio w 1. Na przykład w jednym z felietonów w „Sieciach” wypowiedzi autora o Putinie mają charakter plotek: „Gadają, że tu i ówdzie [Putin] ma nieślubne dzieci. I też rzucił żonę Ludmiłę”¹³.

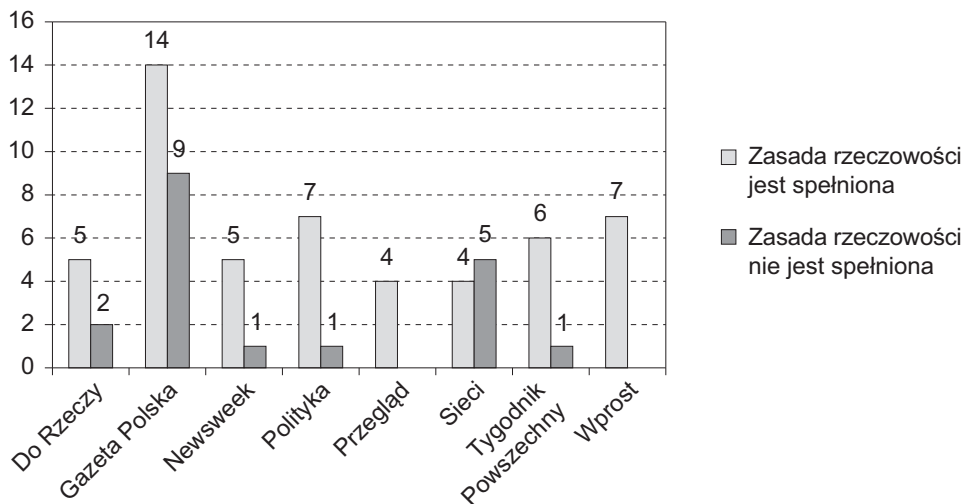
Warto zaznaczyć, że wyjątkowym przypadkiem jest artykuł o otruciu Skripała w „Polityce”. Mimo tytułu *Pożyteczni sojusznicy Putina* autor tekstu nie rozwija tego wątku. Sojusznicy zostają wspomniani na samym końcu: „Putin może [dokonywać ataków na agentów za granicą], bo ma w Europie wielu pożytecznych sojuszników. I nie musi się obawiać solidnej kary”¹⁴.

Zjawisko tabloidyacji zauważono w 7 artykułach w „Gazecie Polskiej”, w 3 przypadkach w „Sieciach”, dwukrotnie w „Do Rzeczy” oraz po 1 przypadku w „Newsweeku”, „Polityce” i „Tygodniku Powszechnym”. W „Przeglądzie” i we „Wprost” tabloidyacji nie zaobserwowano (zob. wykres 8).

Nietypowym przykładem dla „Tygodnika Powszechnego” jest zamieszczony tam artykuł o Kseni Sobczak, w którym autorka przedstawiła temat w sposób lekki, nie odwołując się do faktów i skupiając na kontrowersyjnym życiu prywatnym tej prezenterki

¹³ P. Cywiński, *Co wolno carowi*, „Sieci” 2018, nr 6, s. 18.

¹⁴ Ł. Wójcik, *Pożyteczni sojusznicy Putina*, „Polityka” 2018, nr 12.



Wykres 7. Rzeczowość w badanych tygodnikach opinii od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku (w liczbach)

Źródło: opracowanie własne.

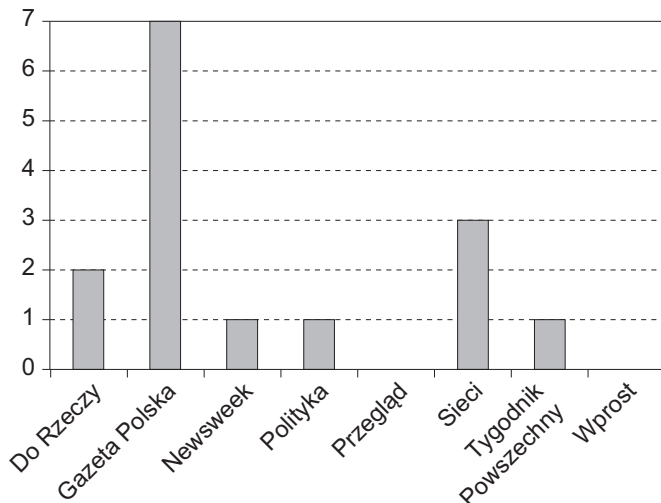
i celebrytki¹⁵. Natomiast typowym przykładem tekstów opublikowanych przez „Gazetę Polską” jest artykuł, w którym autor sarkastycznie opisywał, co Putin dostał z okazji urodzin:

Od moskiewskich studentek dziennikarstwa dostał kalendarz erotyczny z ich podobiznami. „My Was lubim” — napisały studentki na kalendarzu. Nie wiem, czy w Rosji dalej obowiązuje *ius primae noctis*, czyli prawo pierwszej nocy, czyli..., ale zdaje się, że Putin był kontent¹⁶.

Omawiając dominujący styl dziennikarski, należy zauważyć, że autorzy najczęściej stosowali analizę, starali się wyjaśnić problem, ukazać jego tło i przyczyny. Liczba artykułów używających tego stylu wyniosła: w „Gazecie Polskiej” — 7, w „Newsweeku” i „Polityce” — po 5, w „Sieciach” — 4, w „Tygodniku Powszechnym” i we „Wprost” — po 3, w „Do Rzeczy” i „Przeglądzie” — po 2 (zob. wykres 9). Ze względu na stosunek uzyskanych wyników do całkowitej liczby badanych artykułów można wnioskować, że „Newsweek” i „Polityka” zdecydowanie przodują w tej kwestii. Autorzy analizowanych pism chętnie stosowali interpretację, sugerowali rozwiązania i formułowali oceny. W „Gazecie Polskiej” miało to miejsce w 9 artykułach, we „Wprost” — w 4, w „Do Rzeczy” — w 3, w „Sieciach” i „Tygodniku Powszechnym” — odpowiednio w 2, w „Polityce” i „Przeglądzie” — odpowiednio w 1. W sensacyjnym stylu napisano 4 artykuły w „Gazecie Polskiej”, 3 — w „Sieciach”, 2 — w „Polityce”, po 1 — w „Do Rzeczy”, „Newsweeku” i „Tygodniku Powszechnym”. W stylu neutralnego sprawozdania zanotowano po 1 artykule w „Do Rzeczy” i „Tygodniku Powszechnym”. Sprawdzenie źródeł przez dziennikarzy stwierdzono 1 raz w „Gazecie Polskiej” oraz w „Przeglądzie”.

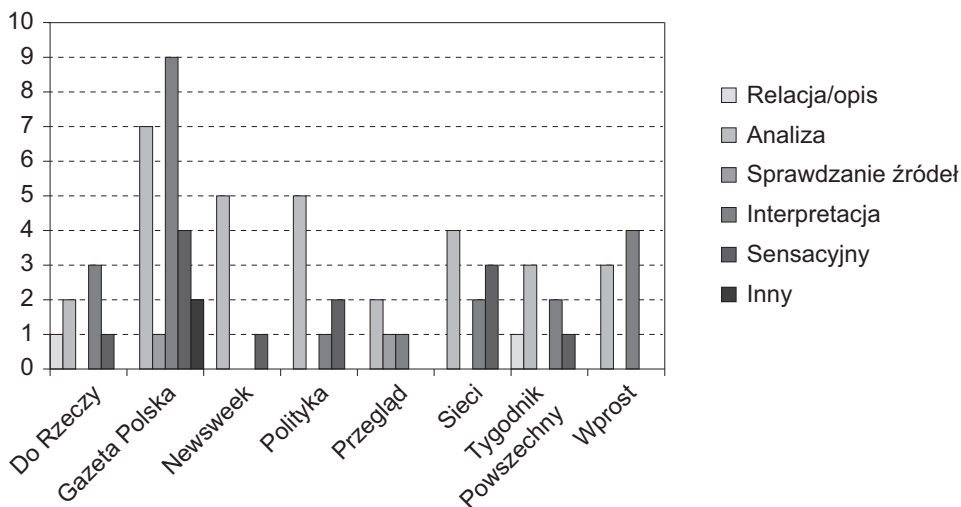
¹⁵ A. Łabuszewska, *Operacja „Imitacja”*, „Tygodnik Powszechny” 2017, nr 45.

¹⁶ R. Czarnecki, *Putin i prezenty*, „Gazeta Polska” 2017, nr 43, s. 50.



Wykres 8. Zjawisko tabloidyzacji w badanych tygodnikach opinii od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku (w liczbach)

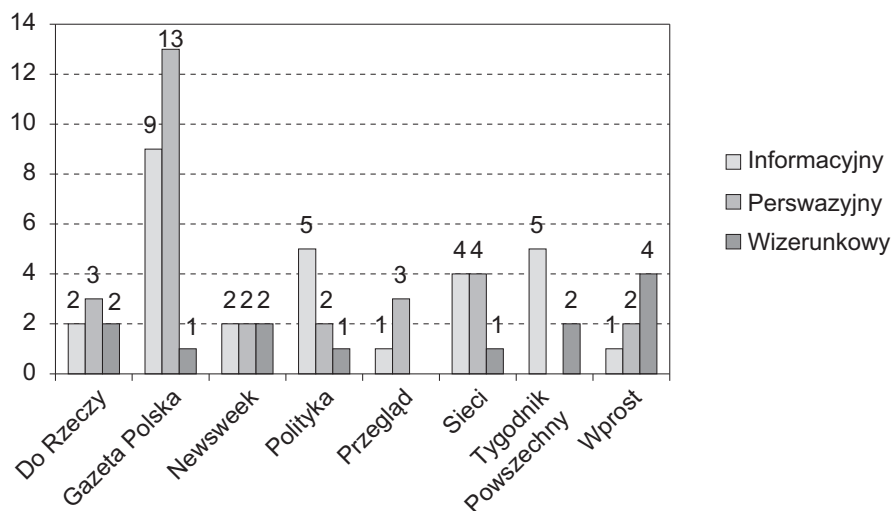
Źródło: opracowanie własne.



Wykres 9. Dominujący styl tekstów w badanych tygodnikach opinii od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku (w liczbach)

Źródło: opracowanie własne.

Analizując charakter badanego materiału, stwierdzono, że przeważał w nim styl perswazyjny: w „Gazecie Polskiej” było 13 artykułów o takim stylu, w „Sieciach” — 4, w „Do Rzeczy” i „Przeglądzie” — po 3, w „Newsweeku”, „Polityce” i we „Wprost” — po 2 (zob. wykres 10). Widoczność dziennikarska była na wysokim poziomie; na przykład autor



Wykres 10. Dominujący charakter artykułów w badanym materiale od 1 października 2017 do 31 marca 2018 roku (w liczbach)

Źródło: opracowanie własne.

artykułu *Farsa z jednym aktorem* („Newsweek”) już w nagłówku przekazał czytelnikowi swoją opinię na temat wyborów prezydenckich¹⁷.

Charakter informacyjny — przede wszystkim w postaci sprawozdania — miały teksty: w „Gazecie Polskiej” — 9 artykułów, w „Polityce” i „Tygodniku Powszechnym” — po 5, w „Sieciach” — 4, w „Do Rzeczy” i „Newsweeku” — po 2, w „Przeglądzie” i we „Wprost” — po 1. Autor wspomnianego artykułu w tygodniku „Wprost” nie unikał zaangażowania, jednak nie robił tego bezpośrednio¹⁸.

Najczęściej występowały teksty o charakterze wizerunkowym: we „Wprost” były to 4 artykuły, w „Do Rzeczy”, „Newsweeku” i „Tygodniku Powszechnym” — po 2, w „Gazecie Polskiej”, „Polityce” i „Sieciach” — po 1. W tych przypadkach dziennikarze skupiali się na opisie wizerunku konkretnego polityka — jego życiorysie, miejscu na scenie politycznej etc. Najczęściej materiały o tym charakterze dotyczyły Putina i Kseni Sobczak w kontekście kampanii prezydenckiej.

Atrybuty przypisywane Putinowi

W tygodniku „Do Rzeczy” Putina opisywano głównie za pomocą pojęcia „agresja”. Poza tym wskazywano jego konserwatyzm, odpowiedzialność za słabe wyniki w gospodar-

¹⁷ M. Kaciewicz, *Farsa z jednym aktorem*, „Newsweek” 2018, nr 12.

¹⁸ J. Mielnik, *Putin sprawdza NATO*, „Wprost” 2018, nr 12.

ce, łamanie prawa, działania zapewniające mu wygranie wyborów prezydenckich oraz negatywnie oceniano jego działania na Bliskim Wschodzie.

Odnosząc się do omawianej postaci, „Gazeta Polska” używała głównie takich atrybutów, jak: pochodzenie z KGB, korupcja, militaryzacja, zabójstwa polityczne, kłamstwa, służby specjalne, obawa przed protestami, patronat Anatolija Sobczaka (ojca Kseni Sobczak) nad nim w młodości, podporządkowanie wojska prezydentowi, propaganda przeciwko Zachodowi, skandal dopingowy, interwencja w Syrii, otaczanie się oligarchami, niszczenie opozycji, zastraszanie przeciwników, długie rządy, zapewniona wygrana w wyborach, skłonność do żartów i imperialne marzenia. Warto wspomnieć także o poglądzie, iż społeczeństwo rosyjskie znajduje się pod wpływem propagandy, w której wizji Putin „jest bohaterem broniącym państwa odnotowującego sukcesy i pragnącego zbudować dobrobyt”¹⁹.

„Newsweek” przypisywał Putinowi takie atrybuty, jak: patronat Anatolija Sobczaka, wzorzec dla Orbana, straszenie bronią. Przykładem wypowiedzi dotyczącej patronatu, która zawierała między innymi sugestię autora w sprawie śmierci Sobczaka, jest następujący cytat:

W lutym 2000 w czasie kampanii wyborczej [Sobczak] pojechał do Kaliningradu. Miał agitować na rzecz Putina, kandydata na prezydenta, ale zmarł w kaliningradzkim hotelu w dość tajemniczych okolicznościach²⁰.

Wśród atrybutów przypisywanych Putinowi przez „Politykę” można wyróżnić: długie rządy, oligarchowie, podsycanie teorii spiskowych, potęga i skandal dopingowy.

Dziennikarze „Przeglądu” podkreślali, że Putin działał na rzecz Rosji, dbał o jej suwerenność, nie wtrącał się w sprawy Polski i był niesłusznie oskarżany przez Zachód (Zachód mitologizuje jego postać) oraz miał poparcie Rosjan. Autor jednego z artykułów zauważył, że rosyjskie społeczeństwo wybiera Putina nie z uwagi na strach, lecz kierując się racjonalnymi przesłankami:

Putin cieszy się poparciem społecznym, gdyż w obliczu coraz ostrzejszej gry międzynarodowej potrafił zademonstrować samodzielność i determinację w obronie swoich racji i definiowanych przez siebie interesów narodowych²¹.

W „Sieciach” wizerunek Putina kreowany był za pomocą następujących atrybutów: kłamstwa, despotyzm, długie rządy, utrata poparcia, eliminacja konkurencji oraz zemsta (otrucie Skripala).

„Tygodnik Powszechny” przypisywał mu zaś takie oto atrybuty: korupcja, oligarchowie, próba zwiększenia frekwencji, niezmiennność, stabilność, patronat Anatolija Sobczaka.

Natomiast tygodnik „Wprost” używał takich atrybutów, jak: zagrożenie dla Zachodu, oligarchowie, utrata poparcia, mundiał jako próba poprawy wizerunku, patronat Sobczaka, otrucie Skripala, jedyny realny kandydat w wyborach.

¹⁹ Wywiad z Amy Knight, amerykańską sowietolog i historykiem, przeprowadzony przez J.A. Maciejewskiego, *Rosja chce osłabić waszą demokrację*, „Gazeta Polska” 2017, nr 43, s. 42.

²⁰ M. Kaciewicz, *Ksiusza kontra Putin*, „Newsweek” 2017, nr 45, s. 54.

²¹ S. Bieleń, *Rekoronacja „cara”*, „Przegląd” 2018, nr 13, s. 30.

Podsumowanie

Autorami analizowanych tekstów byli głównie dziennikarze zatrudnieni w redakcjach poszczególnych czasopism. Biorąc pod uwagę liczbę badanych materiałów z każdego tygodnika, należy stwierdzić, że procentowo najwięcej źródeł zostało wykorzystanych w „Newsweeku”; drugie miejsce zajmuje „Do Rzeczy”. Wprawdzie „Gazeta Polska” wykorzystwała największą liczbę źródeł, jednak uwzględniając liczbę zbadanych artykułów, pismo to nie znajduje się wśród liderów. „Polityka” też nie miała znaczącej liczby wykorzystanych źródeł, natomiast „Przegląd” pod tym względem jest na ostatnim miejscu.

Warto zaznaczyć, że pravicowe tygodniki częściej odwoływały się do rosyjskich polityków, przykładowo „Gazeta Polska” chętniej cytowała polityków z innych krajów niż z Polski i Rosji. To samo zjawisko występuje w odwoływaniu się do mediów rosyjskich, jednak należy dodać, że „Polityka” także zalicza się do tej grupy. Prawicowe i centrowe tygodniki najczęściej korzystały z opinii ekspertów, natomiast „Newsweek” prezentował także poglądy zwykłych obywateli, a „Sieci” i „Gazeta Polska” — przedstawicieli duchowieństwa. Trzeba odnotować, że w większości przypadków powołanie się na rosyjskich polityków oraz ekspertów miało na celu udowodnienie słuszności negatywnego postrzegania podmiotów polityki rosyjskiej.

Stwierdzono, że bez względu na charakter tygodnika poziom obiektywizmu w materiałach związanych z postacią Putina był bardzo niski. Jedynie lewicowy „Przegląd” używał dwustronnej argumentacji. W większości badanych artykułów — z wyjątkiem tygodnika „Sieci” — została natomiast zachowana zasada rzeczowości. „Sieci” charakteryzowały się też wysokim poziomem tabloidyzacji materiałów; dotyczy to również, choć w mniejszym stopniu, „Gazety Polskiej”.

Badania wykazały, że we wszystkich tytułach zdecydowanie dominował styl analizy. Drugim co do popularności stylem była interpretacja, chociaż nie stosowano jej w „Newsweeku” i „Polityce”. Warto odnotować, że styl sensacyjny nie został wykorzystany w „Przeglądzie” oraz we „Wproście”, cieszył się natomiast popularnością w „Sieciach” i „Gazecie Polskiej”. Charakter materiałów przeważnie był perswazyjny, zwłaszcza w „Gazecie Polskiej”, „Sieciach” i „Przeglądzie”. Istotne jest, że „Polityka” i „Tygodnik Powszechny” starały się utrzymać styl neutralnego sprawozdania, lecz nie udało im się uniknąć sugestii i oceny.

Putin był opisywany głównie jako niezmienny prezydent, kłamca i despota. Czasopisma „Newsweek”, „Polityka” i „Tygodnik Powszechny” ujawniały swój negatywny stosunek do postaci prezydenta Rosji, cechował je jednak bardziej wstrzemięźliwy styl. Natomiast „Gazeta Polska”, „Do Rzeczy” i „Sieci” wypowiadały się ostro — w języku stosowanym przez dziennikarzy czasami obecna była agresja. „Wprost” demonstrował negatywną postawę, ale bardziej skupiał się na aspektach wizerunku Putina niż na jego działaniach. Z kolei „Przegląd”, jak już wspomniano, opisywał Putina głównie jako prezydenta działającego na rzecz swojego kraju.

Postawiona hipoteza badawcza zakładająca, że tygodniki opinii o centrowym profilu ideologicznym demonstrowały najwyższy poziom profesjonalizmu dziennikarskiego w kontekście nagłośnienia wydarzeń związanych z postacią Putina, nie została potwier-

dzona. Chociaż centrowe tygodniki cechował bardziej wstrzemięźliwy styl niż pisma pravicowe, podobnie jak w pravicowych tytułach brakowało im dwustronnej argumentacji. W tygodnikach lewicowych natomiast częściej można było zaobserwować informacyjny charakter materiału oraz bardziej różnorodną argumentację. Warto jednak wspomnieć o pewnym zastrzeżeniu: analizie poddano tylko 4 artykuły z „Przeglądu”, więc w celu dokładnego sprawdzenia wskazanego stwierdzenia należy zbadać większą liczbę materiałów z tego tytułu, co mogłoby stanowić przedmiot dalszej pracy nad wspomnianym zagadnieniem. Wszystkie tytuły prócz „Przeglądu” wykazały się jednomyślnością w postrzeganiu postaci Władimira Putina.

Bibliografia

Artykuły w tygodnikach

- Bieleń S., *Rekoronacja „cara”*, „Przegląd” 2018, nr 13.
 Cywiński P., *Co wolno carowi*, „Sieci” 2018, nr 6.
 Czarnecki R., *Putin i prezenty*, „Gazeta Polska” 2017, nr 43.
 Kacewicz M., *Farsa z jednym aktorem*, „Newsweek” 2018, nr 12.
 Kacewicz M., *Ksiuża kontra Putin*, „Newsweek” 2017, nr 45.
 Kwiarkowska-Moskalewicz K., *Cała tafla Putina*, „Polityka” 2018, nr 1.
 Kwiarkowska-Moskalewicz K., *Rybka zwana Nastią*, „Polityka” 2018, nr 13.
 Łabuszewska A., *Operacja „Imitacja”*, „Tygodnik Powszechny” 2017, nr 45.
 Mielnik J., *Putin sprawdza NATO*, „Wprost” 2018, nr 12.
 Rybczyński A., *Jak trują Rosjanie*, „Gazeta Polska” 2018, nr 1.
 Skwieciński P., *Matylda zmienia Rosję*, „Sieci” 2017, nr 43.
 Skwieciński P., *Sekret, którego nie ma*, „Sieci” 2017, nr 40.
 Wójcik Ł., *Pożyteczni sojusznicy Putina*, „Polityka” 2018, nr 12.
 Wywiad z Amy Knight, amerykańską sowietolog i historykiem, przeprowadzony przez J.A. Maciejewskiego, *Rosja chce osłabić waszą demokrację*, „Gazeta Polska” 2017, nr 43.

Literatura

- Barczyszyn-Madziarz P., *Dziennikarze polscy, rosyjscy i szwedzcy oraz ich wizja zawodu*, Wrocław 2019.
 Dobek-Ostrowska B., *Polish Media System in a Comparative Perspective: Media in Politics, Politics in Media*, Berlin 2019.
 Hallin D.C., Mancini P., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007.
 Sztot L., *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*, Wrocław 2013.

Źródła internetowe

- Karta Etyczna Mediów, http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/karta_dziennikarzy.pdf (dostęp: 5.01.2021).

Journalistic professionalism of Polish opinion weekly magazines in the media coverage of Vladimir Putin

Keywords: journalistic professionalism, Polish magazines, presidential election

Summary

In 2018, another presidential election campaign took place in Russia, which was covered widely all over the world. The journalists' interest was particularly focused on the figure of Vladimir Putin — an influential politician who arouses a lot of emotions and controversy in the political debate. With such a sensitive topic, the question of journalistic professionalism arises. Therefore, it is worth investigating how issues connected to Putin were addressed on the pages of Polish opinion weekly magazines — one of the most significant sectors of the printed media in Poland. The main research hypothesis was as follows: opinion weekly magazines with a centrist ideological profile demonstrate the highest level of journalistic professionalism in the coverage of Putin. In order to verify the hypothesis, the content of the following magazines was analyzed: *Do Rzeczy*, *Gazeta Polska*, *Sieci*, *Tygodnik Powszechny*, *Newsweek*, *Wprost*, *Polityka* and *Przegląd*. Only materials published between 1 October 2017 and 31 March 2018 were selected for the research. This article focuses on such aspects of journalistic professionalism as: the use of journalistic sources, objectivity, factuality, journalistic style. Attributes “assigned” by journalists to the President of Russia were also analyzed. The research did not confirm the original hypothesis, as right-wing and centrist magazines were characterized by a similar approach, which was different from that of left-wing ones.