

STRESZCZENIE PRACY DOKTORSKIEJ

Wizerunek Rosji w polskojęzycznych internetowych serwisach informacyjnych

Autor: mgr Karolina Ołtarzewska

Przedmiotem rozprawy doktorskiej jest wizerunek Rosji nakreślony w perspektywie komunikacyjnej, na podstawie analizy dyskursu w wybranych polskojęzycznych internetowych serwisach informacyjnych: „Do Rzeczy”, „Sputnik Polska” i „Wirtualna Polska” w kontekście trzech *case studies*: 80. rocznicy podpisania paktu Ribbentrop-Mołotow, obchodów 80. rocznicy wybuchu II wojny światowej oraz 75. rocznicy wyzwolenia obozu Auschwitz-Birkenau.

Celem dysertacji jest zbadanie wizerunku Rosji – zarówno z okresu ZSRR jak również Federacji Rosyjskiej – na łamach wskazanych periodyków internetowych. Głównym problemem badawczym jest ocena i sformułowanie wniosków dotyczących wydźwięku wizerunku, czy jest on pozytywny, neutralny, czy negatywny.

Przedstawiona praca ma charakter interdyscyplinarny i obejmuje nauki o polityce i administracji jak również nauki o komunikacji społecznej i mediach.

Praca składa się z czterech rozdziałów. Pierwszy rozdział dotyczy teoretycznej prezentacji zagadnień związanych z problematyką kreowania wizerunku państwa w przestrzeni internetowej, biorąc pod uwagę zarówno kwestię określenia samego pojęcia wizerunku, a następnie prezentując je w kontekście wymiarów i funkcji wizerunku państwa, sposobów kreowania go na arenie międzynarodowej i w perspektywie brandingu narodowego. W rozdziale tym ważnym aspektem wydaje się być również uwzględnienie działań wpływających na wizerunek państwa, jednakże działań propagandowych. Ważną rolę odgrywa także przy analizie teoretycznej przyjrzenie się znaczeniu internetu w procesie kształtowania wizerunku państwa, a następnie znaczenia dyskursu medialnego w kreowaniu wizerunku państwa. Część druga dysertacji podejmuje problematykę polityki tożsamościowej i wizerunkowej Rosji w kontekście rozpadu ZSRR i powstania Federacji Rosyjskiej, następnie polityki tożsamościowej Federacji Rosyjskiej po 1991 roku, mediów rosyjskich, a także wojny hybrydowej. Część trzecia pracy jest poświęcona badaniom własnym i ramom metodologicznym, a więc szczegółowo opisanemu przedmiotowi i celowi badawczemu, wraz ze sformułowaniem problemu badawczego i hipotez badawczych, następnie szczegółowo opisanych metod badawczych wraz z zakresem ich użycia, wreszcie dookreślonej organizacji i obszaru badań, wraz z zakresem kryteriów doboru i analizy materiału badawczego i zakresu czasowego badania. Część ostatnia rozprawy jest rozdziałem empirycznym, w którym zostały przeanalizowane trzy *case studies* w trzech polskojęzycznych periodykach dla różnych grup

odbiorców. Schemat tego rozdziału polega na określeniu historycznego tła wydarzenia, analizie zawartości dla każdego z periodyków osobno, a następnie prezentacji wniosków z analizy w syntetycznej postaci.

Ze względu na interdyscyplinarny charakter dysertacji, w pracy zostały wykorzystane trzy metody badawcze: analiza zawartości mediów, metoda porównawcza (komperatywna) oraz metoda *case study*. Oprócz metod badawczych, w celu uporządkowania zmiennych posłużono się narzędziem wystandaryzowanego arkusza analizy przekazu medialnego.

W świetle analiz podjętych w trzech serwisach internetowych „Do Rzeczy”, „Sputnik Polska” oraz „Wirtualna Polska” wizerunek Rosji prezentowany przez dziennikarzy tych serwisów jest niespójny. Analizując odpowiedzi na postawione w pracy pytania badawcze należy stwierdzić, że narracja „Wirtualnej Polski” często jest pozytywna dla Rosji, można nawet stwierdzić, że w niektórych tematach nawet prorosyjska, a zasięg jej dotarcia nieporównywalny z innymi serwisami w Polsce. Podobnie „Sputnik Polska” ma przekaz jednoznacznie prorosyjski, wręcz propagandowy, pomijający znaczące fakty. Przekaz „Do Rzeczy” jest antyrosyjski, niechętny Federacji Rosyjskiej, próbujący kontestować rosyjską propagandę. Różnica w prezentowaniu informacji o tych samych wydarzeniach w badanych trzech serwisach polega na odwoływaniu się do pełni informacji, bądź pomijaniu niewygodnych faktów, co ma znamiona manipulacji („Sputnik Polska”), wyraźnie prorosyjskim przekazie dostrzegalnym na poziomie języka, doborze zdjęć, uwypukleniu określonych aspektów, a pomijaniu innych, cytowaniu wypowiedzi osób znaczących i wpływowych, odniesieniu do wiarygodnych źródeł (bądź braku źródeł) itp.

Serwis „Do Rzeczy”, który jako jedyny spośród wszystkich trzech konsekwentnie i aktywnie podejmuje działania kontestujące i krytycznie odnoszące się do polityki historycznej prowadzonej przez Rosję oraz demaskuje manipulacje Kremla, jednak posiadając mały zasięg w Sieci, nie ma wystarczającej siły przebicia wśród odbiorców. Serwisem wiodącym w kreowaniu wizerunku państwa rosyjskiego jest „Wirtualna Polska”, zaś serwis „Sputnik Polska” pełni rolę istotnego wsparcia w tym zakresie.

Przyszli badacze tematu wizerunku Rosji na łamach WP z pewnością będą mogli wziąć na warsztat badawczy inne tematy, na podstawie których będzie możliwe określenie, czy serwis ten mający w pełni kapitał polski jest antyrosyjski, prorosyjski, czy stara się być neutralny w podawaniu informacji na temat Rosji.