

**Aleksandr Czumikow**

Komisja ds. Kształcenia Zawodowego i Certyfikacji Rosyjskiego Stowarzyszenia Public Relations,  
Moskwa, Rosja

## **Kto wywiera wpływ w nowych mediach i w jaki sposób mu przeciwdziałać. Doświadczenia praktyków rosyjskich**

### **Streszczenie**

Artykuł skupia się na fenomenie nowych mediów w Rosji. Autor przedstawia podstawowe metody wywierania wpływu w i za pośrednictwem nowych mediów. Korzystając z licznych przykładów empirycznych pochodzących z rosyjskiej rzeczywistości pokazuje, w jaki sposób organizacja może namierzać najważniejszych autorów internetowych. Wyjaśnia, w jaki sposób autorzy mogą naruszać interesy organizacji i jak organizacja może neutralizować lub wykorzystywać ich wpływy. Sugeruje on również klasyfikację przedmiotów oddziaływania w Internecie i sugeruje, że, wraz z przedstawionymi sposobami wywierania wpływu, może być ona uważana za model i stosowana w różnych dziedzinach i instytucjach.

**Słowa kluczowe:** nowe media, wpływ, podmioty wpływu, metody wpływu

Co należy rozumieć przez *nowe media*? Są to blogi na rozmaitych platformach internetowych oraz strony w sieciach społecznościowych, które powstają zarówno jako dodatek do tradycyjnych mediów, jak i w postaci samodzielnych platform informacyjnych.

Jaką odpowiedź spodziewamy się otrzymać, kiedy pytamy o *wpływ* nowych mediów? Że wpływ ten faktycznie istnieje? To jest oczywiste. I że jest on istotny? I to również. Że będzie on w przyszłości co raz większy? Owszem. Dzisiaj jednak podobne odpowiedzi straciły na aktualności. Na porządku dziennym są oczekiwania bardziej konkretne. Jak wśród setek milionów autorów nowych mediów stargetować właśnie tych, którzy są interesujący właśnie dla naszej organizacji? Według jakich kryteriów można ich sklasyfikować? Czyja informacja jest najbardziej skuteczna? Jak wpłynie na nasze interesy i jak my możemy wpływać na jej utrwalenie, neutralizację, zmianę?

Należy zacząć od podmiotów wpływu w nowych mediach. Kim są? Pytanie jest pozornie trudne, mimo to adekwatna odpowiedź istnieje: są to *ludzie tworzący treść*. Ale przecież i sto lat temu to oni właśnie byli podmiotami wpływu. Jednakowoż,

podział ról oraz narzędzia techniczne istotnie się zmieniły. Oto dyferencjacja producentów treści, która wydaje się nam pragmatycznie sensowna:

- *bloger* – osoba, która stworzyła witrynę blogową, blog na istniejącej już platformie, stronę w sieci społecznościowej oraz aktywnie uczestnicząca w dyskusji we własnych i wszelkich innych zasobach sieciowych. Blogerzy, tak samo jak i tradycyjne media, mają swoje sformalizowane rankingi wpływu. Im więcej ludzi czyta/pisze komentarze, tym blog jest bardziej „wypasiony”. Bloger, który ma kilka tysięcy czytelników, dziesiątki tysięcy otrzymanych i wysłanych komentarzy, jest dzisiaj zjawiskiem powszechnym.

Na przykład, bloger *kukmor* jest najwycyżajniejszym w świecie człowiekiem pracującym w branży IT. Blogowanie dla niego to hobby, pisze wyłącznie o pracy. Zarazem w jego dzienniku sieciowym w lecie 2012 roku było już 3099 wpisów, 219 727 otrzymanych oraz 133 968 wysłanych komentarzy, 11 485 czytelników (tutaj i dalej dane pochodzą z czerwca 2012 r.).

- *osoba o szczególnym statusie* (polityk, biznesmen i działacz społeczny), która ma oficjalne stanowisko, jest stosunkowo znana oraz posiada zasoby wsparcia w nowych mediach. Na przykład, w chwili pomiarów na osobistym blogu prezydenta Czeczenii Ramzana Kadyrowa zanotowano 2689 czytelników; na blogu właściciela rosyjskiej przemysłowo-finansowej Grupy „Onexim” Michała Prochorowa – 27 462, blog prezydenta Rosji Dmitrija Miedwiediewa liczył 1 233 538 czytelników.
- *absolutnie każda jednostka, która jest w stanie wrzucić w przestrzeń nowych mediów treści topowe* (np. zamieszczając unikalną wiadomość wideo na serwisach YouTube, RuTube itd.). Wówczas jej ranking wraz z potencjalnym wpływem może wzrosnąć błyskawicznie. Na przykład, we wrześniu 2009 roku, na YouTube wystartował amatorski sieciowy serial animowany o Mr. Freemanie<sup>1</sup>. Główną treść filmików stanowią monologi wirtualnego bohatera, który w alegorycznej formie krytykuje zarówno politykę władzy, jak i zachowania dzisiejszego „szarego obywatela”.

W lecie 2012 roku powstało już około 60 odcinków serialu, łączna liczba odsłon wyniosła ponad 30 mln, zaś liczba komentarzy sięgnęła dziesiątków tysięcy.

- *profesjonalny „konwergencyjny” dziennikarz* pracujący w mediach tradycyjnych i obok tego prowadzący blog. Tu jako przykład można podać rosyjskich prezenterów radiowych Włodimira Sołowjowa („Vesti FM”) i Aleksieja Wenediktowa („Echo Moskwy”), którzy są popularni w skali kraju. Ich wpływ można wyjaśnić tym, że działają „do kwadratu” lub nawet „do sześcianu”, zaczynając rozmowę ze słuchaczem podczas transmisji, a następnie kontynuując ją w przestrzeni swoich stron sieciowych. Wystarczy dodać, że w lecie 2012 roku wymienione osoby były najczęściej cytowanymi dziennikarzami rosyjskimi. Zresztą, większa część udostępnień krążących w nowych mediach to nic innego jak profesjonalna treść dziennikarska.
- *ekspert – specjalista z pewnej problematyki czy dziedziny*. Blogi znanych lekarzy, kucharzy, projektantów niezmiennie znajdują się wśród najbardziej popularnych. Mechanizm motywujący komunikację jest jasny: zadasz pytanie – otrzymasz odpowiedź specjalisty.

<sup>1</sup> <http://www.youtube.com/user/MrFreeMan0>, dostęp 25.01.2013 r.

– *struktura posiadająca własnych blogerów*. Organizacje, które stawiają nie na pojedynczego profesjonalistę (lub nie tylko na niego), ale przygotowują całą kategorię pracowników, którzy obok wykonywania podstawowych obowiązków zawodowych promują interesy pracodawcy w blogosferze i sieciach społecznościowych. W czołówce pod tym względem są korporacje Yandex i Intel. Dla nich istnieje sformalizowany zbiór zasad: co trzeba i można, a czego nie można robić w ramach aktywności sieciowej. Należy surowo przestrzegać zasady rozmawiania tylko na tematy zawodowe.

Kształtowanie populacji blogerów korporacyjnych jest najbardziej obiecującym kierunkiem działań w nowych mediach dla każdej organizacji.

– *organizatorzy serwisów rekomendacyjnych* – zasobów sieciowych w formacie Web 3.0 gromadzących i porządkujących opinie konsumentów, w których reklamę zastępują bezpośrednie rankingi konsumenckie rozmaitych towarów, usług czy osób. Na przykład, last.fm jest konsumenckim serwisem muzycznym, two-books.net – książkowym, zaś na nameofrussia.ru można zapoznać się z publicznym rankingiem popularnych rodaków.

Jak się wydaje, problem *mierzenia* wpływu nowych mediów jest – w świetle powyższych informacji – z grubsza zrozumiały. Oto główne kryteria, których możemy użyć do oceny skuteczności wpływu w nowych mediach:

- liczba odsłon,
- liczba komentarzy,
- liczba zarejestrowanych użytkowników zasobu internetowego.

Natomiast dla ich pomiaru i rankingowania istnieją dzisiaj otwarte instrumenty technologiczne, w tym najbardziej dostępne – „Рейтинг блогов Рунета” (Ranking blogów RuNeta), „Рейтинг сайтов от Liveinternet.Ru” (Ranking stron od Liveinternet.Ru), tematyczny indeks cytowania wyszukiwarki Yandex (ТИЦ), Google Page Rank (PR).

Znacznie trudniejsza jest odpowiedź na pytanie, w jaki sposób można zapewnić aktualny wpływ i przeciwdziałanie w nowych mediach. Cały świat głowi się nad rozwiązaniem tego problemu. Wszyscy są zgodni, że współpraca z nowymi mediami w celu realizacji swoich interesów i neutralizacji krytyki pod swoim adresem jest konieczna i pożyteczna. Jest również oczywiste, że widoczne rezultaty można osiągnąć poprzez pracę z każdą z powyższych kategorii wpływu.

Ale opisów szeroko zakrojonych projektów realizowanych przez nowe media – takich, które przyniosłyby oczekiwany i udowodniony skutek – prawie brak. Dlatego zwróćmy się do doświadczeń lokalnych, które odniosły choćby częściowy sukces.

\*\*\*

Jako przykład organizacji skutecznego wpływu i przeciwdziałania w blogosferze można przywołać działania specjalistów od PR w Ministerstwie ds. Sytuacji Nadzwyczajnych (MSN) Federacji Rosyjskiej. W 2012 roku cotygodniowa analiza rosyjskiej blogosfery odnotowała 15–25 tysięcy wiadomości związanych z MSN w tzw. okresach ewolucyjnych, gdy nadzwyczajne sytuacje nie miały miejsca, oraz do 50 tysięcy i więcej w okresach, kiedy sytuacje takie (pożary, wypadki, akty terroryzmu) się zdarzały. Okazało się, że w celu skutecznego oddziaływania we wspomnianym środowisku informacyjnym niezbędne jest zidentyfikowanie i praca tylko z kilkudziesięcioma znaczącymi podmiotami wpływu.

Na przykład, w okresie największego zagrożenia pożarami do puli znaczących zasobów internetowych, regularnie krytykujących rosyjskie Ministerstwo, zaliczono zasoby organizacji „Greenpeace Rosja”, „Rosyjskiego Forum Leśnego” (<http://www.forestforum.ru>), społeczności blogerskiej *gp\_russia* i innych.

Za charakterystyczny przykład może posłużyć opublikowany na wspomnianym forum materiał krytyczny pod tytułem *Przygotowanie do pożarów leśno-torfowych w 2012 roku: główne czynniki ryzyka*: „Po katastrofie władze kraju próbowały polepszyć sytuację w zakresie pożarów lasów, ale bojąc się przyznać do własnych błędów nie zdecydowały się na poważne zmiany. Sezon pożarowy 2011 roku potwierdził, że kraj wciąż nie jest gotowy na poważną walkę z pożarami lasu [...]”

Na początku roku 2012 prawie cała paleta przyczyn nieprzygotowania kraju do walki z pożarami lasów pozostała bez zmian”.

W tym samym czasie z ostrą krytyką spotkały się sposoby organizacji strażackiego wolontariatu – prace te ruszyły po przyjęciu w 2011 r. Ustawy Federalnej „O Ochotniczej Straży Pożarnej”:

„Ustawa stworzyła poważne przeszkody dla rozwoju ochotniczej straży pożarnej w tych formach, w których zaczęła się rozwijać po katastrofalnych pożarach lasów w 2010 roku, szczególnie zaś w małych i ubogich miejscowościach wiejskich. Jednak MSN już poinformowało o pomyślnej realizacji tej ustawy i niewątpliwie będzie żądać od władz lokalnych i organizacji zaangażowanych w walkę z pożarami wykazania się odpowiednimi osiągnięciami. To nieuchronnie będzie prowadzić do znacznego przekierowania sił i środków potrzebnych dla zapewnienia rzeczywistego bezpieczeństwa pożarowego”.

Oto co Ministerstwo przeciwstawiało tej krytyce:

1) **Wspólną z opozycyjnymi blogerami działalność offline w obszarach problemowych zapewniającą późniejszy oddźwięk internetowy.** Na przykład, wiosną 2012 r., już po publikacji przytoczonych postów, działacze „Greenpeace” wraz z przedstawicielami rosyjskiego MSN i administracji lokalnej odwiedzili wieś Tiszkowo (rejon Wołodarski, obwód Astrachański). Spotkanie poświęcone było problemowi ochrony Astrachańskiego Rezerwatu Przyrodniczej Biosfery przed pożarami, w tym spowodowanymi przez mieszkańców. Relacja z wydarzenia opublikowana została na stronach społeczności blogerskiej „gp\_russia” oraz kilku innych wpływowych blogerów:

„Szef MSN rejonu Wołodarskiego Dmitrij Kuzniecowa zwrócił się do męskiej części populacji Tiszkowa. «Wszyscy tutaj dorastaliście, jesteście rybakami. Wiecie, jak trudno jest ugasić trzcinę, bo przecież zwykła technika do miejsca pożaru z reguły nie może dotrzeć. Proszę was o zostanie naszymi pomocnikami, o powstrzymywanie ognia w stadium początkowym i udział w gaszeniu pożarów». Dmitrij Kuzniecowa przypomniał o zapobieganiu, które jest w gaszeniu pożarów najważniejsze. Opowiedział również, że na terytorium rejonu mieszczą się 74 osiedla i Ministerstwo ma obowiązek zadbania o to, aby każde z nich miało po 10–15 strażaków-wolontariuszy. Administracja miejska planuje zachęcać wolontariuszy przy pomocy rozmaitych korzyści: udostępnienia łąk do sianokosów, bezpłatnych wycieczek dla dzieci. W chwili obecnej zakupowane są podstawowe środki przeciwpożarowe: pompy, gaśnice, plecaki strażackie. Kierownik Trzeciej Wyprawy Przeciwożarowej Grigorij Kuksin powiedział, że «Greenpeace Rosja» już od dwunastu lat zaangażowany jest w walkę z pożarami [...] W wyprawie «Greenpeace» uczestniczy 14 osób. Większość z nich to

wolontariusze, którzy nie otrzymują pieniędzy za pracę i angażują swój wolny czas w działania na rzecz natury poświęcając nawet urlopy. Ale 14 osób na cały rejon to kropla w morzu” (<http://annabaskakova.livejournal.com/457290.html>).

2) **Spotkania informacyjne z zainteresowanymi tematyką MSN „rankingowymi” blogerami.** W 2012 roku tego rodzaju spotkania zorganizowali pierwszy wiceminister Rusłan Calikow, główny ekspert wojskowy MSN Paweł Plat, dyrektor Departamentu ds. Polityki Kadrowej Michaił Mikołajewski oraz szef Rosyjskiego Stowarzyszenia Ochotniczej Straży Pożarnej Michaił Wierzilin. Oto jakie reportaże pojawiły się na blogach po spotkaniu:

Kutuzov: „Calikow ostrzegł, że specjaliści sami sobie nie poradzą i kraj pilnie potrzebuje wolontariuszy, zachęcał do przyłączenia się do Rosyjskiego Stowarzyszenia Ochotniczej Straży Pożarnej (RSOSP) i obiecał na koniec roku powiększyć liczbę członków do 800 000. Nawiasem mówiąc, to dobrowolne stowarzyszenie dopiero teraz staje na własnych nogach [...]. Teraz MSN objęło patronat nad RSOSP, szef Stowarzyszenia Michaił Wierzilin, który był na naszym spotkaniu, powiedział, że wolontariusze otrzymali wreszcie możliwość wykonywania swojej pracy i rzeczywistej walki z pożarami. Tylko w ten sposób, wspólnie, możemy poradzić sobie z żywiołem. A propos, statystyki pokazują, że każdego roku w pożarach ginie co raz mniej naszych obywateli. Ta tendencja nie może nie cieszyć”.

Eksperci MSN Rosji nie redagowali informacji umieszczanych przez blogerów, ale przez to ich przeciwdziałanie nie było mniej skuteczne: uczestnicy spotkania w sposób twórczy przetwarzali to, co usłyszeli, i przekazywali informacje w sposób naturalny i żywy, we własnym imieniu:

Kolobok1973: „Warto zauważyć, że, w odróżnieniu od pożarów na terenach zamieszkałych, pożary lasów nie leżą w gestii MSN, formalnie Ministerstwo nie jest za nie odpowiedzialne. Za pożary lasów (z wyjątkiem obszarów chronionych) odpowiadają Federalna Agencja Gospodarstwa Leśnego i administracje regionalne, które nic sobie z tego nie robiły, póki w 2010 roku nie nastąpiło totalne PIEKŁO i Prezydent nie powierzył im obowiązków koordynowania działań ratujących kraj przed ogniem piekielnym [...]. Calikow zapewnił, że, wskutek zaangażowania w problem pożarów leśnych MSN, podobnego piekła w tym roku nie będzie. Calikow przeklinał na czym świat stoi, bałagan w ustawodawstwie o podziale kompetencji, bałagan w RSOSP, które doprowadzone jest do ostatniego stadium ruiny (od wielu lat przechodziło z centrum do regionów, z rąk do rąk, i w ostateczności stało się bezpieczne w ogóle) [...]”.

Socialist, 24.02.2012: „RSOSP teraz powstaje w sumie praktycznie od zera, mimo formalnego istnienia przez wiele lat [...]. W naszym regionie, w każdym razie”.

Spotkanie blogerów z kierownictwem MSN naświetlił także obecny na nim kierownik projektu „Gubernatory.Ru” Siergiej Nikitski (Nikitskij). Poza stwierdzeniem, że „sytuacja w 2010 r. w Moskwie już się nie powtórzy, smogu nie będzie. Zakupiono niezbędny sprzęt i urządzenia, które pomogą uchronić miasto przed zanurzeniem się w dymie [...]”, blogger opowiedział o aplikacji „Mobilny ratownik” dla iPhone’a, opracowanej przez rosyjskie MSN. Aplikacja ta pozwala jednym dotknięciem wywołać służby operacyjne oraz powiadomić o nieszczęściu rodzinę.

### 3) **Angażowanie blogerów do form działania, które sprawdziły się w pracy z dziennikarzami mediów tradycyjnych.**

W 2011 roku, na dorocznym organizowanym przez MSN Rosji Festiwalu dla profesjonalistów z branży i mediów „Gwiazdozbiór odwagi” po raz pierwszy została ustanowiona nominacja „Najaktywniejszy przedstawiciel mediów społecznościowych w zakresie bezpieczeństwa pożarowego”. Zwycięstwo w rankingu zdobyła znana autorka bloga Anna Baskakowa (Annabaskakova). Oto słowa, które padły o niej publicznie podczas ceremonii wręczenia nagród na Festiwalu:

„Anna jest osobą wielowymiarową. Jest historykiem sztuki, fotografem i dziennikarzem pracującym dla Służby Ochrony Zabytków Kultury oraz fundacji «Podaruj życie!». Dziś jej nazwisko jest najczęściej kojarzone z wolontariatem. Anna Baskakowa jest jednym z przywódców ideowych strażaków-wolontariuszy, którzy w okresie zagrożenia pożarami ramię w ramię walczyli z żywiołem.

Anna osobiście wyjeżdża do pożarów najbardziej niebezpiecznych, osobiście uczestniczy w ich gaszeniu. Na jej wezwanie o pomoc odpowiadają dziesiątki ludzi gotowych pomóc strażakom w ich ciężkiej pracy.

Blog Anny Baskakowej w Internecie wyróżnia charakterystyczny dla prawdziwego dziennikarza odpowiedzialny stosunek do publikowanych informacji. Jej oceny są czasami ostre, ale zawsze bezstronne. To właśnie na takich jak Anna dziennikarzy, którzy troszczą się o ludzi i przyrodę, możemy liczyć rozwijając ruch wolontariuszy w Rosji”.

4) **Przygotowanie populacji blogerów korporacyjnych.** Ten punkt jest najważniejszy, ponieważ rutynowo wpływ w blogosferze i sieciach społecznościowych można realizować tylko siłami własnych pracowników. Przekazują informacje zarówno oficjalnie jak i na płaszczyźnie nieformalnej. Na przykład, kiedy w lutym 2012 roku blogosfera gwałtownie zareagowała na pożar w kawiarni, w dzielnicy Centralnej miasta Wołgograd, ze strony MSN napływały następujące wiadomości. Oficjalnie:

MSN Rosji: „Południowe Centrum Regionalne MSN. Psycholodzy MSN udzielają wszelkiej niezbędnej pomocy krewnym ofiar wybuchu w kawiarni” (<http://twitter.com/#!/MchsRussia/statuses/170070235431436288>).

A oto wiadomość od przygotowanej przez Ministerstwo postaci wirtualnej:

General\_Mchs: „Pod koniec 2010 roku, po «Kulawym Koniu»<sup>2</sup>, sprawdzaliśmy wszystkie lokale gastronomiczne. Wówczas na podstawie decyzji sądowej zamknęto w Wołgogradzie włoską kawiarnię «Bellagio». Powód – naruszenie zasad bezpieczeństwa. Musieli poprawić wszystkie usterki. Wczoraj wieczorem «Bellagio» wybuchła. Co więcej, dokładnie według scenariusza moskiewskiej restauracji «Il Pittore». Butle gazowe w piwnicy. 23 osoby w szpitalu. Wystaliśmy samolot – z sześć osób, najprawdopodobniej zabierzemy ich do Moskwy – bardzo poważny stan, oparzenia do 60% skóry. Od razu przypomniała się legenda o św. Walentym i życzenie: nie ważne jak spędziłeś dzień, Walenty miał gorzej. Wychodzi na to, że nie. Można świętować Walentynki jeszcze gorzej. Budynek stary, belki drewniane, spaliło się sześć mieszkań w samej kamienicy. Teraz 15 mieszkańców ewakuowano do lokalnego sanatorium. Co oni zawinili? Jak mają żyć ci, którzy ucierpieli? Odpowiedzi na

---

<sup>2</sup> „Kulawy Koń” (ros. Chromaja łoszad) – klub nocny w Permie, gdzie w 2009 roku wybuchł potężny pożar, w wyniku którego zginęło 156 osób [przyp. tłum.].



te pytania uderzą po kieszeni państwo. Tak leczenie, jak i rehabilitacja. Jak kontrola pożarowa ma teraz pracować z biznesem? Ile jeszcze trzeba pozamykać właścicieli lokali, żeby reszta się zastanowiła? Może zanim się otworzy lokal, trzeba ich [...] no albo chociaż [...]. Na dobry początek. Nie jestem krwiożerczy. Po prostu mam dość”.

Wymienione przykłady nie wyczerpują działań MSN w obszarze zapewnienia wpływów w nowych mediach. Formy tych działań nieustannie poszerzają się i rozwijają. W 2012 roku uczelnie Ministerstwa przygotowywały już specjalistyczne programy szkoleniowe dla blogerów korporacyjnych.

\*\*\*

Wydaje się, że zawarta w artykule klasyfikacja podmiotów wpływu, a także opisane metody wpływu mogą być postrzegane jako modelowe oraz zastosowane, po dokonaniu niezbędnych uzupełnień i dostosowań, w najrozmaitszych dziedzinach i organizacjach.

Tłum. Maria Rogińska

## **Who influences the new media and how to prevent it. The experiences of Russian practitioners**

### **Abstract**

The article focuses on the phenomenon of new media in Russia. The author presents the key methods of exerting influence in and through the new media. Using the numerous empirical examples coming from the Russian reality he shows how an organization can target the most important internet authors. He explains how these authors can affect the interests of organization and how the organization can neutralize or exploit their influence. He also proposes a classification of impact subjects in the Internet and suggests that, together with the presented methods of exerting influence, it can be considered as a model and applied in various fields and institutions.