

Anna Skibińska¹
Uniwersytet Wrocławski
ORCID ID: 0000-0002-6097-2122
e-mail: anna.skibinska@uwr.edu.pl

Medialne spojrzenie na (po)serialową rzeczywistość za Bugiem – wizerunek Wołodymyra Zełenskigo na portalu KRESY.PL

ABSTRAKT

W artykule przedstawiono medialny wizerunek Wołodymyra Zełenskigo – prezydenta Ukrainy, który w świecie mediów objął tę funkcję już w 2015 roku. Wówczas w telewizji należącej do Ihora Kołomojskiego pojawił się serial satyryczny *Sługa narodu*, a aktor Wołodymyr Zełenski wcielił się w nim w postać nauczyciela historii (Wasyla Piotrowicza Hołoborodko), który nieoczekiwanie objął funkcję prezydenta Ukrainy. Cztery lata później serialowy political fiction przemienił się w rzeczywistość. W marcu 2018 roku zarejestrowana została partia SŁUGA LUDU (jej szefem został kierownik studia filmowego Kwartał 95, Iwan Bakanow), a już 21.04.2019 roku Wołodymyr Zełenski pokonał w drugiej turze wyborów prezydenckich Petra Poroszenkę i miesiąc później (20.05.2019) został oficjalnie zaprzysiężony na prezydenta Ukrainy. W związku z powyższym interesujące wydaje się zbadanie, jaki wizerunek Zełenskigo kształtował prawicowy portal KRESY.PL – zarówno podczas kampanii wyborczej, jak i przez pierwsze sześć miesięcy od zaprzysiężenia nowej głowy państwa. Portal ten stanowi obecnie jedno z ważniejszych źródeł informacji na temat Europy Wschodniej, jakie znaleźć można w polskim Internecie. Analiza mediów doprowadzić ma do wskazania charakterystycznych sformułowań, jakimi opisywano głównego aktora ukraińskiej sceny politycznej od 1 stycznia do 20 listopada 2019 roku. Ponadto zbadany zostanie dziennikarski opis zmediatyzowanej rzeczywistości za Bugiem oraz konwergencja przestrzeni „realnej” i wirtualnej, a przyczynkiem do refleksji stanie się dramaturgiczna koncepcja życia społecznego w ujęciu Ervinga Goffmana.

SŁOWA KLUCZOWE: medialny obraz świata, *Sługa narodu*, sposoby nominacji, wizerunek, Zełenski

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 30.01.2020 r.; data zatwierdzenia tekstu do druku: 25.05.2020 r.

Wprowadzenie

Ważne wydarzenia polityczne – takie, jak na przykład wybory prezydenckie czy parlamentarne - wzbudzają zwykle zainteresowanie mediów oraz opinii publicznej. Uwagę odbiorców przykuwają również osoby zajmujące eksponowane stanowiska polityczne oraz ci, którzy do tych stanowisk aspirują. Mediatyzacja przestrzeni społecznej sprawia, że wiele wydarzeń dociera do nas za pośrednictwem dziennikarzy. Medialne obrazy świata kształtowane przez rozmaite środki przekazu promują wybrane style życia i zgodnie z teorią „agenda setting” informują w pierwszej kolejności o wybranych wydarzeniach, ustalają hierarchię priorytetów w przekazach medialnych². Co więcej, media udostępniają swoją przestrzeń (czas antenowy, miejsce na portalu internetowym czy w prasie drukowanej) tylko wybranym postaciom. Chociaż polskojęzyczne środki przekazu koncentrują się zwykle na sprawach lokalnych, bezpośrednio bądź pośrednio związanych z krajową rzeczywistością, to jednak istnieją również media, które skupiają się na informowaniu odbiorców o sytuacji poza Polską. Przykładem jest portal KRESY.PL, który sporo miejsca poświęca wydarzeniom za naszą wschodnią granicą³. Począwszy od noworocznych życzeń i zapowiedzi startu w wyborach prezydenckich przez Wołodymyra Zełenskigo, na wspomnianym portalu opublikowano łącznie 426 tekstów, które oznaczono tagiem „Zełenski”. Krzysztof Nieczypor, który opisywał działalność portalu, podkreślał również, że:

„(...) emblemat »kresowości« pozwala twórcom Kresy.pl legitymizować się w debacie na temat polskiej polityki wschodniej. (...) Istotne miejsce wśród »kresowych« publikacji zajmują także te, które dotyczą wydarzeń na Ukrainie”⁴.

Co więcej, autor ten wskazywał również dane statystyczne, w świetle których wybrany portal był zdecydowanym liderem wśród polskich portali o tematyce wschodniej – pod koniec 2016 roku odwiedzało go średnio 2,3 mln internautów w ciągu każdego miesiąca⁵. Choć więc nie są dostępne podobne dane dla roku 2019, to jednak wydaje się, że tematyka wschodnia przedstawiana przez wybranego nadawcę wciąż cieszy się dużym zainteresowaniem i warto przeanalizować jego

² Więcej na temat teorii „agenda setting” i jej obecności w nowych mediach – por. E. Nowak, *Teoria agenda-setting a nowe media*, „Studia Medioznawcze”, 2016, nr 3 (66), s. 11-24.

³ Zgodnie z samoopisem portal ten definiuje swoją misję następująco: „(...) naszą misją było umieszczenie pamięci o Kresach jak najbliżej centrum politycznej tożsamości polskiego społeczeństwa. Uważamy bowiem, że właśnie polityczna, a nie archiwalno-sentymentalna pamięć o Ziemiach Utraconych jest warunkiem istnienia silnej, świadomej swoich interesów, polskiej wspólnoty politycznej. (...) postanowiliśmy stworzyć medium skupiające się przede wszystkim na przekazywaniu opinii publicznej najważniejszych informacji z punktu widzenia narodowego interesu, monitorujące i analizujące na bieżąco sytuację polityczną w kraju i za granicą” – por. *O Serwisie*, <https://kresy.pl/o-serwisie> (4.12.2019).

⁴ K. Nieczypor, *Na kolanach przed rosyjską potęgą. O działalności portalu Kresy.pl*, <https://www.eastbook.eu/2016/09/19/na-kolanach-przed-rosyjska-potega-o-dzialalnosci-portal-u-kresy-pl> (24.05.2020).

⁵ *Ibidem*.

narrację.

Inspirację teoretyczną dla powstania niniejszego tekstu stanowiła także dramaturgiczna koncepcja życia społecznego Ervinga Goffmana, zgodnie z którą zachowanie jednostki zmienia się (niekiedy radykalnie) w obecności innej osoby⁶. Celem analizy zawartości mediów będzie zatem zdekodowanie tych masek, jakie portal Kresy.pl nakładał na Wołodomyra Zełenskiego.

Ponadto motywem podjęcia tematu była chęć opisanego przejawów mediatyzacji rzeczywistości oraz polityzacji mediów, które to zjawiska zdają się być immanentną cechą współczesności. Media są wszakże obecne w każdym obszarze życia – zdaniem jednych odzwierciedlając zewnętrzną rzeczywistość, zdaniem innych – wręcz ją kształtując. Ich codzienna, często niemal permanentna obecność sprawia, że coraz częściej obserwujemy konwergencję przestrzeni realnej i wirtualnej⁷. Nasycenie mediami (a według niektórych nawet przesylenie nimi⁸) może nieść za sobą zarówno pozytywne, jak i negatywne skutki. Powszechne usieciwienie, stały dostęp do szerokopasmowego Internetu w każdym czasie i niemal w każdym miejscu tzw. zachodniego świata⁹ sprawiają, że trudno dziś znaleźć osobę, która kwestionowałaby doniosłą rolę mediów. Pełnią one współcześnie wiele funkcji, spośród których warto wymienić m.in. rolę: tłumacza, prezentera, drogowskazu oraz filtra¹⁰. W konsekwencji środki masowego przekazu mają narzędzia, aby kształtować opinię publiczną oraz jej sposób patrzenia na świat¹¹. Częste jest również kategoryzowanie oraz wartościowanie świata poprzez język. Za Jerzym Bartmińskim warto wskazać, że językowy obraz świata stanowi narzędzie służące do syntezy wiedzy o języku – o jego budowie i funkcjach. To właśnie język, poprzez przynależność do świata kultury, uznać możemy za „klasyfikatora oraz interpretatora świata”¹².

⁶ Por. m.in. D. Ćwiklińska-Surdyk, A. Surdyk, *Człowiek jako aktor na scenie życia. Teorie G. H. Meada i E. Goffmana a narracyjne gry fabularne*, „Homo Ludens”, 2012, nr 1 (4), s. 45-61.

⁷ Dobrym tego przykładem jest *Sługa narodu* – serial satyryczny, powstały w 2015 roku, który kilka lat później przeistoczył się w partię polityczną SŁUGA LUDU (takie tłumaczenie dominuje w polskojęzycznych mediach), która w 2019 roku zwyciężyła w przedterminowych wyborach parlamentarnych na Ukrainie.

⁸ Por. zjawisko szumu informacyjnego – T. J. Dąbrowski, *Rola mediów w kształtowaniu wizerunku*, „Marketing i Rynek”, 2013, nr 9, s. 10.

⁹ Jako tzw. świat zachodni przyjmuję na potrzeby niniejszego artykułu geograficzny obszar Europy oraz Amerykę Północną.

¹⁰ Por. W. Jabłoński, *Kreowanie informacji. Media relations*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 56.

¹¹ Por. M. Żak, *Medialny obraz świata. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku Policji*, „Media i Społeczeństwo”, 2018, nr 8, s. 115.

¹² J. Bartmiński, *Stereotypy mieszkają w języku: studia etnolingwistyczne*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009, s. 24.

Metodologia oraz podstawy teoretyczne – pojęcie wizerunku i jego determinanty

Celem badań było zrekonstruowanie, przy użyciu metody badawczej, jaką jest analiza zawartości, medialnego wizerunku Wołodymyra Zełenskiego – prezydenta Ukrainy, który w świecie mediów rolę tę objął już w 2015 roku. Jako zasadniczy element, pozwalający odtworzyć ów wizerunek, wybrano sposoby nominacji Wołodymyra Zełenskiego, odnalezione w całym korpusie badawczym, tj. we wszystkich 426 tekstach, opublikowanych pod tagiem „Zełenski” od 1 stycznia do 20 listopada 2019 roku na portalu KRESY.PL. Analiza semantyczna tych nazw oraz obliczenie ich frekwencyjności pozwolą następnie na ustalenie dominującego wizerunku Wołodymyra Zełenskiego w polskojęzycznej przestrzeni informacyjnej oraz prześledzenie jego ewentualnej ewolucji (podczas kampanii wyborczej oraz w trakcie pierwszych sześciu miesięcy prezydentury). Szczególna uwaga zwrócona zostanie na sposoby nominacji, jakie wystąpiły w nagłówkach. W literaturze panuje bowiem powszechna zgoda co do tego, iż tytuł ma dla tekstu kluczową wartość¹³.

Szczegółowe pytania badawcze, które pomogą wypełnić dostrzeżoną lukę badawczą (brak publikacji na temat medialnego wizerunku Wołodymyra Zełenskiego – tak w języku polskim, jak i w czasopiśmie naukowych anglojęzycznych¹⁴), brzmią zatem następująco:

1. Jakimi słowami określano Wołodymyra Zełenskiego w analizowanych tekstach?
2. Jak przebiegała ewolucja jego medialnego wizerunku (przed wyborczym zwycięstwem oraz po nim)?
3. Jakie wypowiedzi Wołodymyra Zełenskiego cytowano na portalu KRESY.PL?

Termin wizerunek wywodzi się od łacińskiego *imago* i oznacza: „obraz, wzór, sylwetkę, obrazowe przedstawienie, porównanie, wyobrażenie”¹⁵. Co istotne, wizerunek zawsze jest czyjś, jest indywidualny, subiektywny i podlega ciągłemu odtwarzaniu. Jest to, zdaniem Philipa Kotlera: „zbiór przekonań, myśli i wrażeń danej osoby o obiekcie”¹⁶. Z kolei Walter Lippmann uznawany jest za pierwszego intelektualistę, który w książce zatytułowanej: *Public Opinion* przedstawił naukowe pojęcie wizerunku – stworzonego w określonym celu obrazu odbieranego przez opinię publiczną. Buduje on kombinację tego, co faktycznie istnieje i tego, co spodziewamy się w nim zastać. Podobną definicję zaprezentował Reinhold Bergler, zdaniem którego wizerunek to: „uproszczone, przesadzone

¹³ Por. J. Bartmiński, S. Niebrzegowska, *Tekstologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019, s. 212.

¹⁴ Stan na dzień 24 maja 2020 roku.

¹⁵ K. Kumaniecki (opr.), *Słownik łacińsko-polski*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1973, s. 241-242; podają za: M. Tabernacka, A. Szadok-Bratuń (red.), *Public relations w sferze publicznej: wizerunek i komunikacja*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012, s. 26.

¹⁶ P. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner i S-ka, Warszawa 1994, s. 549.

i wartościujące wyobrażenie, pseudoosąd, nie mające ograniczeń ważności (obowiązkiwania) i nie poddające się w sposób dostateczny empirycznemu potwierdzeniu”. Według Berglera wyróżnić można cztery mechanizmy kreowania wizerunku, tj.: mechanizm uproszczenia, uogólnienia jednostkowego doświadczenia, przerysowania oraz wartościowania¹⁷. Co istotne, w świecie nauki nie istnieje jedna zunifikowana koncepcja, która *explicite* wskazywałaby, czym jest wizerunek. Odmienne rozumienie tego pojęcia odnajdziemy w literaturze: psychologicznej¹⁸, marketingowej¹⁹, filozoficznej²⁰ czy też, przywoływanej wcześniej, medioznawczej.

Na potrzeby artykułu przyjęto definicję wizerunku stworzoną przez Jamesa Gruniga, a powtórzoną przez Krystynę Wojcik, wedle której: „jest to wyobrażenie, jakie jedna lub wiele publiczności ma o sobie, przedsiębiorstwie lub instytucji; nie jest to obraz rzeczywisty, dokładnie i szczegółowo nakreślony, ale raczej mozaika wielu szczegółów, podchwyconych przypadkowo, fragmentarycznie, o nieostrych różnicach”²¹. Cechy wskazane przez tę badaczkę należą do inherentnych wyróżników wizerunku. Stanowi on wszakże swoiście odzwierciedloną tożsamość – konstrukt poznawczy powstający w umyśle odbiorcy komunikatu, sytuujący się pomiędzy imaginacją i zrozumieniem, pomiędzy oczekiwaniami a realnością.

Jeśli chodzi natomiast o wizerunek medialny, wiele wskazuje na to, że współcześnie znaczna część naszych doświadczeń jest zapośredniczona przez środki masowego przekazu. Spostrzeżenie to podziela szereg autorów, zaś Alicja Waszkiewicz uważa wręcz, iż: „żyjemy w epoce wizerunków, wizerunków osób i instytucji, a tworzonych przede wszystkim poprzez media”²². Wykorzystując analizę zawartości, odnotować możemy kluczowe właściwości wizerunku tworzonego przez dane medium oraz jego ewentualne modyfikacje. Jest to niezwykle istotne przy przyjęciu paradygmatu badawczego, który zakłada prymat medialnego przekazu nad jego odbiorem społecznym w tworzeniu wizerunku. *Image* funkcjonujący w sferze publicznej konstruowany jest, co do zasady, przez media, a następnie przejmowany przez publiczność. W literaturze wskazuje się, iż informacja przetworzona przez media staje się informacją nieobiektywną – przede wszystkim poprzez wybór kontekstu, tematu oraz użycie określonych

¹⁷ R. Bergler, *Standard als Imagefaktor*, [w:] *Führung Und Kommunikation. Erfolg durch Partnerschaft, Standard als Imagefaktor*, Deutsche Public Relations Gesellschaften.V, Bonn 1991, s. 47; podają za: M. Tabernacka, A. Szadok-Bratuń (red.), *Public relations...*, op. cit., s. 27.

¹⁸ Por. R. Zawadzki (red.), *Portrety psychologiczne*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2010.

¹⁹ Por. A. Waszkiewicz, *Wizerunek organizacji. Teoria i praktyka badania wizerunku uczelni*, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa 2011.

²⁰ Por. H. Avenarius, *Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation*, Primus Verlag, Darmstadt 2000; podają za: K. Wojcik, *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2015, s. 38.

²¹ K. Wojcik, *Public Relations od A do Z*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1997, s. 44.

²² A. Waszkiewicz, *Obszary badań wizerunku*, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa 2013, s. 8.

sformułowań²³. Wytwarzanie wizerunku, jak i jego dynamiczne zmiany, są natomiast częścią złożonych interakcji i procesów społecznych, łączących się również z kreacją medialnej rzeczywistości.

Media pełnią ważną rolę tak w kształtowaniu, jak i w upraszczaniu obrazu rzeczywistości. Potwierdza to między innymi popularna teoria „porządku dnia” (z ang. *agenda setting theory*)²⁴, której efekty potęguje występowanie zbliżonych „porządków dnia” w różnych środkach masowego przekazu. Media mogą zmieniać ludzką strukturę poznawczą i równocześnie wpływać na kształtowanie określonych postaw bądź zachowań. Oprócz hierarchii obiektów, środki masowego przekazu wprowadzają również hierarchię cech, charakteryzujących wybraną klasę obiektów (z ang. jest to tzw. *second-level agenda setting*)²⁵. Zgodnie z nią niektóre właściwości zostają uwypuklone, podczas gdy inne – umniejszone lub w ogóle pominięte. Kolejny aspekt wpływający na wizerunek konstruowany przez media stanowi kontekst, w jakim dana informacja jest prezentowana. W niniejszym artykule szczególną uwagę zwrócimy na sposoby nominacji Wołodomyra Zełenskigo oraz podejmiemy próbę scharakteryzowania jego wypowiedzi, cytowanych na portalu KRESY.PL.

Opis badań

Zakres monitoringu mediów objął okres kampanii wyborczej oraz pierwsze sześć miesięcy prezydentury Wołodomyra Zełenskigo, tj. czas od 1 stycznia 2019 do 20 listopada 2019. Analizie poddano wszystkie wypowiedzi medialne opublikowane wówczas na portalu KRESY.PL, odnalezione pod hasłem „Zełenski”. Tak wyznaczone cezury chronologiczne wiążą się ściśle ze wskazanym wyżej celem badawczym oraz chęcią prześledzenia ewolucji medialnego wizerunku Wołodomyra Zełenskigo – w pierw popularnego aktora *kanatu 1+1*, potem zaś głównego aktora ukraińskiej sceny politycznej. Podczas analizowanych 11 miesięcy miało miejsce również kilka innych ważnych wydarzeń, m.in.: debata między kandydatami na prezydenta (w drugiej turze wyborów) na Stadionie Narodowym w Kijowie (19.04.2019), przedterminowe wybory parlamentarne, których zwycięzcą została partia Zełenskigo SŁUGA LUDU (21.07.2019) czy upublicznienie (24.09.2019) przez Donalda Trumpa lipcowej rozmowy z Zełenskim, w której – jak podnoszono – prezydent USA miał naciskać na prezydenta Ukrainy, aby ten polecił zbadanie niedawnej działalności Huntera Bidena (syna byłego wiceprezydenta Joe Bidena). Dlatego też w pełni uzasadnione wydaje się wybranie do analizy właśnie

²³ Por. S. Gawroński, *Media relations. Współpraca dziennikarzy i specjalistów PR*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2006, s. 58-72.

²⁴ Koncepcję tę zdefiniował w pierw Paul Lazarsfeld, a następnie doprecyzowali ją Maxwell McCombs i Donald Shaw. Stanowi ona bazę dla późniejszych koncepcji *framingu* i *gatekeepingu*.

²⁵ *Ibidem*.

tego okresu, obfitującego w istotne wydarzenia – tak na europejskiej, jak i międzynarodowej scenie politycznej.

Zebrany materiał badawczy objął łącznie 426 tekstów. Warto przy tym zauważyć, iż 105 tekstów opublikowano do dnia zaprzysiężenia nowego prezydenta Ukrainy, natomiast pozostałe 321 tekstów dotyczy już sprawowania przez niego funkcji głowy państwa. Liczbę artykułów oznaczonych tagiem „Zełenski”, przypadającą na każdy analizowany miesiąc, przedstawiono na wykresie poniżej (rysunek 1.).

Rysunek 1. Liczba artykułów oznaczonych tagiem „Zełenski” na portalu KRESY.PL (styczeń-listopad 2019).



Źródło: Opracowanie własne.

W tym miejscu warto przywołać krótką autocharakterystykę badanego portalu. W zakładce „o serwisie” można znaleźć następujące informacje:

„Od samego początku działalności portalu KRESY.PL naszą misją było umieszczenie pamięci o Kresach jak najbliżej centrum politycznej tożsamości polskiego społeczeństwa. (...) Dlatego też postanowiliśmy stworzyć medium skupiające się przede wszystkim na przekazywaniu opinii publicznej najważniejszych informacji z punktu widzenia narodowego interesu, monitorujące i analizujące na bieżąco sytuację polityczną w kraju i za granicą. Chcieliśmy także stworzyć medium, które byłoby w stanie neutralizować dezinformacje i zideologizowany przekaz zarówno lewicowo-liberalnych mediów >głównego nurtu<, jak i romantyczno-mesjanistycznych mediów >niezależnych<²⁶.

²⁶Por. *O serwisie*, <https://kresy.pl/o-serwisie> (4.12.2019).

Wstępna analiza publikacji na portalu KRESY.PL prowadzi do wniosku, iż dominują tam teksty, które należy przypisać do informacyjnych gatunków dziennikarskich (wzmianki, informacje). Znacznie rzadziej pojawiają się artykuły polemiczne czy komentarze należące do publicystyki, zaś niemal w ogóle nie występują gatunki rozrywkowe²⁷.

Źródła danych na analizowanym portalu czerpane są w większości z agencji prasowych, mediów społecznościowych bądź z ukraińskich portali – rządowych lub dziennikarskich, m.in.: *112.ua*, *Tass*, *Ukraińska Prawda*, *zaxid.net*, *unian.net*, *portal Strana*, *portal tut.by*, *5.ua*, *Reuters*, *Eastbook.eu*, *twitter.com*, *facebook.com*, *Interfax*, *mvs.gov.ua*, *Focus.ua*. Ekspertem, który na bieżąco komentuje dla portalu KRESY.PL wydarzenia na Ukrainie, jest prof. Włodzimierz Osadczy z Centrum Ucrainicum KUL. Jest on autorem komentarzy oraz analiz (tzw. „komentarzy analitycznych”) na temat m.in.: stosunków polsko-ukraińskich, sytuacji politycznej i gospodarczej na Ukrainie czy możliwych następstw aktualnych wydarzeń w przyszłości. Dla przykładu warto zacytować wypowiedź tego eksperta dotyczącą osoby Zełenskiego z okresu kampanii wyborczej:

„Ukraina zbliża się do wyborów prezydenckich w niespotykanym dotychczas chaosie i nieprzewidywalności – mówi portalowi KRESY.PL prof. Włodzimierz Osadczy z Centrum Ucrainicum KUL, historyk i znawca problematyki ukraińskiej i stosunków polsko-ukraińskich, a także kandydat Konfederacji w wyborach do PE. – Obok tradycyjnych klanów oligarchicznych, które od dziesiątków lat rozszarpują Ukrainę i wyzyskują ten kraj, pojawiły się postacie, które świadczą o głębokiej frustracji i rozczarowaniu narodu ukraińskiego dotychczasowym stanem rzeczy i permanentnym kłamstwem pod rządami >pomarańczowych< czy też >niebieskich< lub innych odcieni klanów oligarchicznych, rządzących od 1991 roku. Profesor zaznacza, że >takim aktem rozpacz i frustracji jest to, że komik telewizyjny, osoba spoza świata polityki, która pojawia się tylko w mediach rozrywkowych, jest w tej chwili niekwestionowanym liderem sondaży<”²⁸.

Z kolei o zwycięstwie Zełenskiego prof. Osadczy wypowiadał się w następujący sposób:

„Prof. Osadczy zaznacza, że nowy prezydent, Wołodymyr Zełenski, to w zasadzie osoba znikąd, nie prezentująca żadnych wyraźnych poglądów czy opcji światopoglądowo-politycznych. – Został wywindowany dzięki mediom, jako osoba rozpoznawalna dzięki rolom w programach rozrywkowych. Na tle Poroszenki wygląda zupełnie sympatycznie. Rządy dotychczasowego prezydenta, zdaniem zdecydowanej większości Ukraińców, kojarzone są z korupcją, cynizmem, prowadzeniem polityki bardzo agresywnej, włącznie z wojną, a także z agresywną polityką ideologiczną, opartą na wojującym nacjonalizmie. Wywołało to powszechne niezadowolenie i chęć zmian. To wszystko nałożyło się na takie a nie inne rezultaty wyborów, czyli na miazdzące

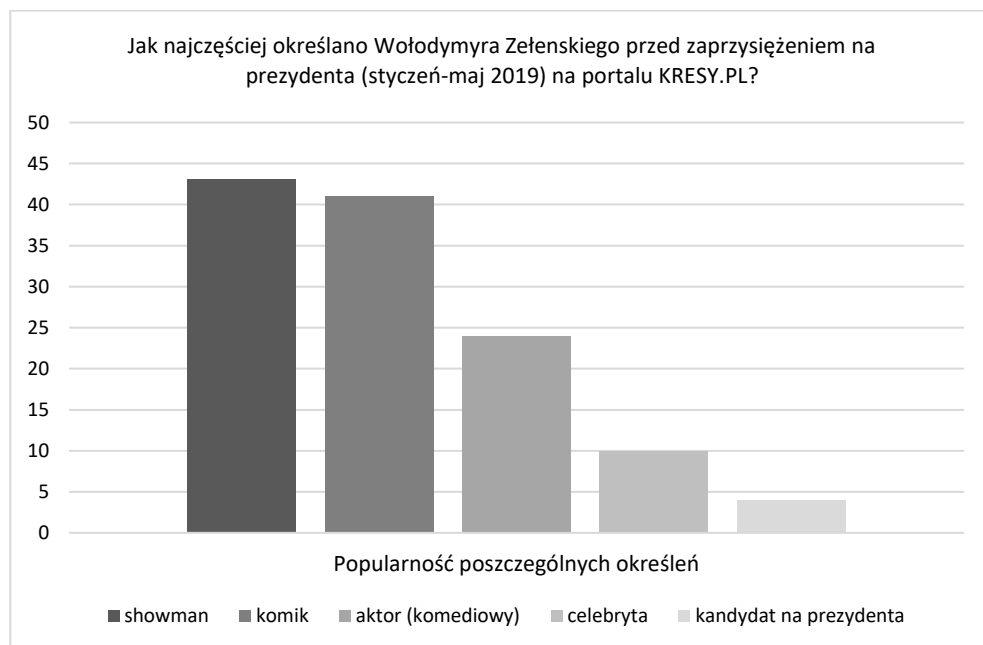
²⁷ Klasyfikację przeprowadzono na podstawie kryteriów wskazanych w literaturze przedmiotu – por. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, język, praktyka*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2006, s. 34.

²⁸ M. Trojan, *Prof. Osadczy o wyborach na Ukrainie: walka klanów oligarchicznych pokrywa się z walką światopoglądową*, <https://kresy.pl/publicystyka/wywiady/prof-osadczy-o-wyborach-na-ukrainie-walka-klanow-oligarchicznych-pokrywa-sie-z-walka-swiatopogladowa/> (4.12.2019).

zwycięstwo Zełenskiego nad Poroszenką”²⁹.

Przechodząc natomiast do sposobów nominacji bohatera niniejszego artykułu, należy zaakcentować, że przed wyborami prezydenckimi najczęściej określano Zełenskiego mianem: „showmana”, „komika”, „aktora”. Znacznie rzadziej pojawiały się określenia: „kandydat na prezydenta” czy „polityk”. Popularność poszczególnych sposobów nominacji w okresie od stycznia do maja 2019 roku przedstawia poniższy wykres (rysunek 2.).

Rysunek 2. Jak najczęściej określano Wołodomyra Zełenskiego przed zaprzysiężeniem na prezydenta (styczeń-maj 2019) na portalu KRESY.PL?



Źródło: Opracowanie własne.

W styczniu, przybliżając postać Zełenskiego, wspomniano również o tym, iż jest on „prawnikiem z wykształcenia” oraz „gwiazdą” – por.: „Zełenski, z wykształcenia prawnik, to ukraiński showman, aktor komediowy i celebryta, były uczestnik ukraińskiej edycji „Tańca z Gwiazdami”³⁰. W marcu po raz pierwszy kojarzono go z ruchem SŁUGA LUDU, nazywano „marionetką Kołomojskiego”, a także tworzono

²⁹ M. Trojan, *Prof. Osadczy o sytuacji na Ukrainie: spektakularne starcie dwóch systemów*, <https://kresy.pl/publicystyka/prof-osadczy-o-sytuacji-na-ukrainie-spektakularne-starcie-dwoch-systemow> (4.12.2019).

³⁰ M. Trojan, *Ukraiński showman potwierdza start w wyborach prezydenckich. W sondażach wyprzedza Poroszenkę*, <https://kresy.pl/wydarzenia/ukraiński-showman-potwierdza-start-w-wyborach-prezydenckich-w-sondazach-wyprzedza-poroszenke> (4.12.2019).

ciekawe (na pozór kontrastowe) połączenia, takie jak: „showman-polityk”, „komik-polityk”. W kwietniu zwrócono uwagę na jego żydowskie korzenie, pisząc o Zełenskim: „żydowski kłown” oraz „rosyjskojęzyczny Żyd”.

„Pierwszą turę wyborów prezydenckich na Ukrainie wygrał rosyjskojęzyczny Żyd Wołodimir Zełenski, rodem z Krzywego Rogu, który jest tylko marionetką w rękach oligarchy Ihora Kołomojskiego, politycznego rywala prezydenta-oligarchy Petra Poroszenki – pisze ks. Tadeusz Isakowicz-Zaleski. (...) Zaznacza, że Kołomojski jest też szefem ukraińskich wspólnot żydowskich i posiada nie tylko obywatelstwo Ukrainy, ale również Izraela i Cypru, a na co dzień mieszka w Szwajcarii, skąd kieruje swoimi interesami”³¹.

Natomiast od maja aż do listopada (tj. po wyborczym zwycięstwie) w tekstach na temat Zełenskiego coraz częściej pojawiało się słowo „prezydent” – najpierw: „prezydent-elekt”, potem: „nowy prezydent”, a w ostatnim kwartale 2019 roku zazwyczaj: „prezydent Ukrainy” lub „ukraiński prezydent”.

„Ukraiński prezydent-elekt Wołodimir Zełenski opublikował w środę w mediach społecznościowych zdjęcie, na którym widać jego oraz podających sobie ręce kombatantów Ukraińskiej Powstańczej Armii i Armii Czerwonej. Fotografia została zamieszczona z okazji 8 maja, który na Ukrainie jest obchodzony jako Dzień Pamięci i Pojednania”³².

„Wcześniej nowy prezydent Ukrainy sugerował, że rosyjski paszport nie jest atrakcyjny dla Ukraińców, ponieważ, w przeciwieństwie do Ukrainy w Rosji nie ma wolności słowa, wolnych mediów i internetu. Zełenski nie wykluczał, że znajdą się Ukraińcy, którzy przyjmą rosyjski paszport – według niego mogą to być ludzie znajdujący się >pod wpływem propagandy<, tacy, którzy liczą na pracę w Rosji, bądź chcący uniknąć ukraińskiego wymiaru sprawiedliwości. Ironizował, że może przekazać Władimirowi Putinowi listę tych obywateli Ukrainy, którzy wkrótce >poczują się niekomfortowo w kraju, który okradali nadużywając wysokich stanowisk<”³³.

Podsumowując, ewolucja medialnego wizerunku Wołodymira Zełenskiego przebiegała od rozrywkowej kategoryzacji o nieco humorystycznym, emocjonalnym wydźwięku („showman”, „komik”, „celebryta”) w okresie kampanii wyborczej aż do tradycyjnej politycznej nomenklatury („prezydent-elekt”, „prezydent”), począwszy od rozstrzygnięcia drugiej tury wyborów. Warto przy tym podkreślić, iż główni oponenci Zełenskiego (Petro Poroszenko oraz Julia Tymoszenko) charakteryzowani byli znacznie bardziej „typowo”, tj. jako „kandydaci na prezydenta” lub poprzez wymienienie zajmowanych przez nich funkcji („urzędujący prezydent”, „była

³¹ M. Trojan, *Ks. Isakowicz-Zaleski o wyborach na Ukrainie: faktycznym wygranym jest Kołomojski*, <https://kresy.pl/wydarzenia/ks-isakowicz-zaleski-o-wyborach-na-ukrainie-faktycznym-wygranym-jest-kolomojski> (4.12.2019).

³² Redakcja, *Zełenski oddał cześć kombatantom UPA i Armii Czerwonej, Wjatrowycz go chwali*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/ukraina/zelenski-oddal-czesc-kombatantom-upa-i-armii-czerwonej-wjatrowycz-go-chwali> (4.12.2019).

³³ M. Trojan, *Rosja będzie wydawać paszporty wszystkim mieszkańcom Donbasu. Ukraina szykuje odpowiedź*, <https://kresy.pl/wydarzenia/rosja-będzie-wydawac-paszporty-wszystkim-mieszkancom-donbasu-ukraina-szykuje-odpowiedz> (4.12.2019).

premier”)³⁴. Na marginesie można zauważyć, iż badany portal cytuje na swoich łamach również wypowiedzi innych ekspertów – m.in. ks. Isakowicza-Zaleskiego – posiłkując się danymi zebranymi przez rodzime witryny (m.in. RMF24.PL). Częste jest też przytaczanie opinii innych polityków dotyczących Zełenskigo oraz prowadzonej przez niego polityki. Zwłaszcza słowa Władimira Putina i Donalda Trumpa zdają się mieć w tej kwestii niebagatelne znaczenie.

„Rosyjski prezydent zaczął od nazwania Zełenskigo >utalentowanym człowiekiem<. Putin wspominał występy Zełenskigo jako komika w Moskwie w ramach show KWN (Klub Wesołych i Pomysłowych) około 2005 roku. >Wszystko to było z talentem i śmieszne. Ale to, co widzieliśmy teraz, nie jest śmieszne. To nie komedia, to tragedia< – stwierdził rosyjski prezydent”³⁵. „Prezydent USA Donald Trump zapowiedział, że jego ukraiński odpowiednik Wołodomyr Zełenski >wkrótce< odwiedzi Biały Dom. Amerykański prezydent nazwał Zełenskigo >rozsądnym facetem<, który chce dogadać się z Putinem”³⁶.

Na portalu KRESY.PL znaleźć możemy także wiele wypowiedzi samego Zełenskigo:

„Zełenski komentował, że „exitpolli jest wiele, a zwycięzca jeden”³⁷. „Kierując swoje słowa do polityków ukraińskiego rządu Zełenski wezwał ich do >zrobienia miejsca tym, którzy myślą o przyszłych pokoleniach a nie o przyszłych wyborach< (...) Na zakończenie nowo zaprzysiężony prezydent stwierdził, że przez całe swoje życie rozśmieszał Ukraińców (wcześniej był komikiem – red.), a teraz będzie robił wszystko, by >nie ptakali<”³⁸. „–Posłuchajcie, ja jestem prezydentem tego kraju. Mam 42 lata. Nie jestem jakimś frajerem. Przyszedłem tu do was powiedzieć wam, żebyście oddali swoją broń. Więc nie przerzucajcie tego na wiece – mówił Zełenski. – Chciałbym zobaczyć zrozumienie w waszych oczach. Ale to co widzę, to facet, który myślał, że mówi do jakiegoś mięczaka, próbując zmieniać tematy – dodał ukraiński prezydent”³⁹.

Bezpośrednio przywoływane przez redakcję wypowiedzi Wołodomyra Zełenskigo cechuje prosty język, obfitujący w kolokwializmy, obrazowe porównania czy metafory. „Wyluzowanie” i dowcip Zełenskigo (przejawiające się zarówno w mowie, jak i w jego stroju) silnie kontrastują z „siermiężnością”

³⁴ Por. M. Trojan, *Tymoszenko i Zełenski na czele sondażu wyborczego. Poroszenko na piątym miejscu*, <https://kresy.pl/wydarzenia/tymoszenko-i-zelenski-na-czele-sondazu-wyborczego-poroszenko-na-piatym-miejscu> (4.12.2019).

³⁵ Redakcja, *Putin ocenił Zełenskigo: „tragedia”*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/rosja/putin-ocenił-zelenskigo-tragedia> (4.12.2019).

³⁶ Redakcja, *Trump: Zełenski zamierza dogadać się z Putinem, to rozsądny facet [+video]*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/ukraina/trump-zelenski-zamierza-dogadac-sie-z-putinem-to-rozsadny-facet-video> (4.12.2019).

³⁷ Redakcja, *Poroszenko: w II turze spotkam się z marionetką Kołomojskiego [+video]*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/ukraina/poroszenko-w-ii-turze-spotkam-sie-sie-z-marionetka-kolomojskiego-video> (4.12.2019).

³⁸ Redakcja, *Zełenski objął urząd prezydenta Ukrainy i ogłosił rozwiązanie parlamentu*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/ukraina/zelenski-objal-urząd-prezydenta-ukrainy-i-oglosil-rozwiazanie-parlamentu> (4.12.2019).

³⁹ M. Trojan, *Napięte spotkanie Zełenskigo z radykalnymi nacjonalistami na froncie w Donbasie*, <https://kresy.pl/wydarzenia/napiete-spotkanie-zelenskigo-z-radykalnymi-nacjonalistami-na-froncie-w-donbasie-video> (4.12.2019).

Poroszenki czy „przewidywalnością” Tymoszenko. Zełenski zdaje się epatować naturalnością, łamie konwenanse. Mówiąc do dziennikarzy, umiejętnie wzbudza ich zainteresowanie, dzięki czemu jego, często żartobliwe bądź ironiczne wypowiedzi, szybko trafiają do mediów.

Nawiązując do dramaturgicznej koncepcji życia społecznego Ervinga Goffmana stwierdzamy, iż Zełenski, współprzebywając z przedstawicielami mediów (będąc z nimi niemal nieustannie w interakcji) tworzy występ („performance”), który dedykuje nie tylko swoim potencjalnym wyborcom, ale i politykom z sąsiednich państw czy przedstawicielom organizacji międzynarodowych takich, jak: Unia Europejska, Rada Europy lub ONZ. Sceną bywają obecnie budynki rządowe, budynek parlamentu, zaś w trakcie kampanii kluczową sceną, na której odbyła się ważna debata pomiędzy Poroszenką a Zełenskim, był Stadion Narodowy w Kijowie. Co istotne, podstawowym wskaźnikiem, pozwalającym uznać, iż dana osoba jest bohaterem, a nie tylko widownią danego przedstawienia, jest kontrola, jaką sprawuje ona nad otoczeniem, w którym zachodzi rzeczona interakcja. Tej kontroli zdecydowanie nie można Zełenskiemu odmówić – doskonale odnajduje się on zarówno na scenie telewizyjnej, jak i na jej politycznym, zmediatyzowanym odpowiedniku. Jak pisze Goffman: „obecność innych jednostek przekształca każde ludzkie działanie w występ. (...) Najważniejsze jest, czy konkretni partnerzy danej interakcji kupią to, co zostanie im zaoferowane”⁴⁰.

Wnioski

Medialny obraz świata stanowi swoistą interpretację rzeczywistości, która często zawiera w sobie ładunek emocjonalny⁴¹. Media są współcześnie podstawowym źródłem wiedzy o otaczającym nas świecie. Dostarczają one odbiorcom: podstawowych informacji, schematów poznawczych, zespołów norm i wartości, które pozwalają następnie ukształtować wewnątrznie spójne wyobrażenie na temat zewnętrznej rzeczywistości. W związku z tym kluczowa staje się pogłębiona interdyscyplinarna refleksja, umożliwiająca zbadanie treści oraz charakteru tekstów funkcjonujących w masowym obiegu, jak również ich wpływu na nastroje społeczne.

W świetle uzyskanych danych uzasadniona wydaje się konstatacja, iż wkraczamy w erę „postpolityki”. „Rewolucja elektoralna”, do której zdaniem Bogumiły Berdychowskiej doszło na Ukrainie w roku 2019⁴², zwraca uwagę na demiurgiczną rolę środków masowego przekazu oraz konwergencję przestrzeni realnej

⁴⁰ E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia społecznego*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1981, s. 35.

⁴¹ Por. M. Żak, *Medialny obraz świata. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku Policji...*, op. cit., s. 123.

⁴² Tak wybór Zełenskiego na prezydenta Ukrainy Bogumiła Berdychowska określiła podczas Konferencji „Polska Polityka Wschodnia”, zorganizowanej przez Kolegium Europy Wschodniej we Wrocławiu, dnia 27 listopada 2019 – autorka uczestniczyła osobiście w tej konferencji.

i wirtualnej. Wizerunek Wołodymyra Zełenskiego, jaki odnotowaliśmy na portalu KRESY.PL (m.in. z racji podobnych źródeł), zdaje się korespondować z jego wizerunkiem kształtowanym przez media za naszą wschodnią granicą. „Symboliczna rola mediów”, o której wspominał choćby John B. Thompson, prowadzić może do swoistego dyktatu „czwartej władzy”, zbliżając politykę do spektaklu, a nawet show⁴³. Dobitnie potwierdza to poniższy fragment tekstu, opublikowanego na portalu KRESY.PL:

„Współpracownicy kanclerz Niemiec Angeli Merkel przygotowali dla niej kilka odcinków serialu *Sługa narodu*, by mogła ona lepiej zrozumieć Wołodymyra Zełenskiego – twierdzi internetowe wydanie KYIV POST powołując się na słowa ministra spraw zagranicznych Ukrainy Pawła Klimkina”⁴⁴.

Wyraźne medialne zapośredniczenie sprawia, iż jeszcze ważniejsza staje się wnikliwa refleksja nad przekazami mass mediów, nad ich konstrukcją świata oraz rolą teorii „porządku dnia”. Wszak, pomimo upływu kilku wieków, wciąż nie straciły na aktualności słowa Williama Shakespeare’a:

„Cały świat to scena,
A ludzie na nim to tylko aktorzy.
Każdy z nich wchodzi na scenę i znika,
A kiedy na niej jest, gra różne role”⁴⁵.

Media, poprzez sposoby nominacji i mechanizmy tworzenia wizerunku, mają dziś możliwość silnego kształtowania takich ról. W rezultacie pojawia się pytanie: czy rację miał Eryk Mistewicz, głosząc, iż: „polityk ma być celebrytą”⁴⁶?

Bibliografia

Bartmiński J., *Stereotypy mieszkają w języku: studia etnolingwistyczne*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009.

Bartmiński J., Niebrzegowska S., *Tekstologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.

Cwalina W., Falkowski A., *Marketing polityczny – perspektywa psychologiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006.

Ćwiklińska-Surdyk D., Surdyk A., *Człowiek jako aktor na scenie życia. Teorie G.H. Meada i E. Goffmana a narracyjne gry fabularne*, „Homo Ludens”, 2012, nr 1(4), s. 45-61.

Dąbrowski T. J., *Rola mediów w kształtowaniu wizerunku*, „Marketing i Rynek”, 2013, nr 9, s. 10-15.

⁴³ Por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Kraków-Warszawa 1999, s. 267.

⁴⁴ Redakcja, *Klimkin: Merkel oglądała serial „Sługa narodu”, by lepiej zrozumieć Zełenskiego*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/europa-zachodnia/klimkin-merkel-ogladala-serial-sluga-narodu-by-lepiej-zrozumiec-zelenskiego> (4.12.2019).

⁴⁵ W. Shakespeare, *Jak Wam się podoba?*, tłum. M. Stomczyński, Zielona Sowa, Warszawa 2000, s. 34.

⁴⁶ A. Leszczuk-Fiedziukiewicz, *Internet jako narzędzie kreowania wizerunku polityka*, „Nowe Media”, 2011, nr 2, s. 34.

- Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Leszczuk-Fiedziukiewicz A., *Internet jako narzędzie kreowania wizerunku polityka*, „Nowe Media” 2011, nr 2, s. 31-54.
- Gackowski T., Łączyński M. (red.), *Metody badania wizerunku w mediach*, CeDeWu, Warszawa 2009.
- Gawroński S., *Media relations. Współpraca dziennikarzy i specjalistów PR*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2006.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Kraków 1999.
- Goffman E., *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1981.
- Jabłoński W., *Kreowanie informacji. Media relations*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Kotler P., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner i S-ka, Warszawa 1994.
- Maćkiewicz J., *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, „Studia Medioznawcze”, 2017, nr 2 (68), s. 33–42.
- Nieć M., *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010.
- Nowak E., *Teoria agenda-setting a nowe media*, „Studia Medioznawcze”, 2016, nr 3 (66), s. 11-24.
- Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa 2001.
- Neuendorf K. A., *The Content Analysis Guidebook*, Sage, Thousand Oaks 2002.
- Ociepka B., *Kształtowanie wizerunku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2005.
- Olśzański L., *Media i dziennikarstwo internetowe*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2012.
- Shakespeare W., *Jak Wam się podoba?*, tłum. M. Słomczyński, Zielona Sowa, Warszawa 2000.
- Tabernacka M., Szadok-Bratuń A. (red.), *Public relations w sferze publicznej: wizerunek i komunikacja*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.
- Thompson J. B., *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2001.
- Waszkiewicz A., *Obszary badań wizerunku*, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa 2013.
- Wojcik K., *Public Relations od A do Z*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1997.
- Wojcik K., *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2015.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie. Teoria, język, praktyka*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2006.
- Zawadzki R. (red.), *Portrety psychologiczne*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2010.
- Żak M., *Medialny obraz świata. Rola mediów w kształtowaniu wizerunku Policji*, „Media i Społeczeństwo”, 2018, nr 8, s. 115-125.

Źródła internetowe

- Nieczypor K., *Na kolanach przed rosyjską potęgą. O działalności portalu Kresy.pl*, <https://www.eastbook.eu/2016/09/19/na-kolanach-przed-rosyjska-potega-o-dzialalnosci-portalu-kresy-pl> (24.05.2020).
- Redakcja, *Zełenski oddał cześć kombatantom UPA i Armii Czerwonej, Wjatrowycz go chwali*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/ukraina/zelenski-oddal-czesc-kombatantom-upa-i-armii-czerwonej-wjatrowycz-go-chwali> (4.12.2019).
- Redakcja, *Putin ocenił Zełenskiego: „tragedia”*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/rosja/putin-ocenił-zelenskiego-tragedia> (4.12.2019).
- Redakcja, *Trump: Zełenski zamierza dogadać się z Putinem, to rozsądny facet [+video]*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/ukraina/trump-zelenski-zamierza-dogadac-sie-z-putinem-to-rozsadny-facet-video> (4.12.2019).

Redakcja, *Poroszenko: w II turze spotkam się z marionetką Kołomojskiego [+video]*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/ukraina/poroszenko-w-ii-turze-spotkam-sie-sie-z-marionetka-kolomojskiego-video> (4.12.2019).

Redakcja, *Zełenski objął urząd prezydenta Ukrainy i ogłosił rozwiązanie parlamentu*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/ukraina/zelenski-objal-urząd-prezydenta-ukrainy-i-oglosil-rozwiazanie-parlamentu> (4.12.2019).

Redakcja, *Klimkin: Merkel ogląda serial „Sługa narodu”, by lepiej zrozumieć Zełenskiego*, <https://kresy.pl/wydarzenia/regiony/europa-zachodnia/klimkin-merkel-ogladala-serial-sluga-narodu-by-lepiej-zrozumiec-zelenskiego> (4.12.2019).

Trojan M., *Tymoszenko i Zełenski na czele sondażu wyborczego. Poroszenko na piątym miejscu*, <https://kresy.pl/wydarzenia/tymoszenko-i-zelenski-na-czele-sondazu-wyborczego-poroszenko-na-piatym-miejscu> (4.12.2019).

Trojan M., *Napięte spotkanie Zełenskiego z radykalnymi nacjonalistami na froncie w Donbasie*, <https://kresy.pl/wydarzenia/napiete-spotkanie-zelenskiego-z-radykalnymi-nacjonalistami-na-froncie-w-donbasie-video/> (4.12.2019).

Trojan M., *Ukraiński showman potwierdza start w wyborach prezydenckich. W sondażach wyprzedza Poroszenkę*, <https://kresy.pl/wydarzenia/ukraiński-showman-potwierdza-start-w-wyborach-prezydenckich-w-sondazach-wyprzedza-poroszenke/> (4.12.2019).

Trojan M., *Prof. Osadczy o wyborach na Ukrainie: walka klanów oligarchicznych pokrywa się z walką światopoglądową*, <https://kresy.pl/publicystyka/wywiady/prof-osadczy-o-wyborach-na-ukrainie-walka-klanow-oligarchicznych-pokrywa-sie-z-walka-swiatopogladowa/> (4.12.2019).

Trojan M., *Prof. Osadczy o sytuacji na Ukrainie: spektakularne starcie dwóch systemów*, <https://kresy.pl/publicystyka/prof-osadczy-o-sytuacji-na-ukrainie-spektakularne-starcie-dwoch-systemow> (4.12.2019).

Trojan M., *Ks. Isakowicz-Zaleski o wyborach na Ukrainie: faktycznym wygranym jest Kołomojski*, <https://kresy.pl/wydarzenia/ks-isakowicz-zaleski-o-wyborach-na-ukrainie-faktycznym-wygranym-jest-kolomojski> (4.12.2019).

Trojan M., *Rosja będzie wydawać paszporty wszystkim mieszkańcom Donbasu. Ukraina szykuje odpowiedź*, <https://kresy.pl/wydarzenia/rosja-bedzie-wydawac-paszporty-wszystkim-mieszkancom-donbasu-ukraina-szykuje-odpowiedz> (4.12.2019).

O serwisie, <https://kresy.pl/o-serwisie> (4.12.2019).

<https://kresy.pl/?s=zelenski> (4.12.2019)

A Media Look at the (Post)Series Reality Beyond the Bug River – the Image of Volodymyr Zelensky on the KRESY.PL Portal

Summary

The purpose of the article is to examine the media image of Volodymyr Zelensky - the President of Ukraine, who in the world of media adopted this role as early as in 2015. It was then that the television belonging to Ihor Kolomoysky began broadcasting the comedy series "Servant of the People", and the actor Volodymyr Zelensky portrayed a history teacher (Vasil Petrovich Holoborodko), who unexpectedly took the office of the President of Ukraine. Four years later, the political fiction of the series turned into reality. In March 2018, the "Servant of the People" party was registered, and on April 21, 2019, Zelensky defeated Petro Poroshenko in the second round of the presidential election and a month later (May 20, 2019) was officially sworn in as president of Ukraine. In view of the above, it seems interesting to examine what image of Zelensky was shaped by the right-wing portal Kresy.pl – both during the election campaign and during the first six months after the swearing in of the new

head of state. This portal is currently one of the most important sources of information on Eastern Europe that can be found on the Polish Internet.

The analysis of the media is to demonstrate characteristic formulations used to describe the main actor of the Ukrainian political scene from January 1 to November 20, 2019. In addition, the journalistic description of the mediated reality behind the Bug and the convergence of "real" and virtual space will be examined, and the dramatic concept of social life in Erving Goffman's perspective will contribute to the reflection.

Keywords: media image of the world, "Servant of the people", nomination methods, image, Zelensky