Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

DOI:10.17951/we.2023.9.2.29-46 | Wschód Europy • Восток Европы • East of Europe vol 9, 2 / 2023

Anna Skibińska
Uniwersytet Wrocławski
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-6097-2122
e-mail: anna.skibinska@uwr.edu.pl

Wizerunek Ukraińców w ogólnoinformacyjnych portalach regionalnych na Podkarpaciu i Dolnym Śląsku od lutego 2022 r.[1]

1. Wprowadzenie

Mediatyzacja przestrzeni publicznej to proces obserwowany przez badaczy i praktyków komunikacji masowej od ponad trzech dekad. Niezwykle istotna rola mediów w kształtowaniu obrazu świata oraz życia społecznego sprawia, że diagnoza komunikatów medialnych jest wciąż aktualnym zadaniem[2]. Eskalacja agresji Rosji na Ukrainę 24 lutego 2022 r. oraz jej następstwa, m.in. w postaci napływu uchodźców wojennych z zaatakowanego kraju do sąsiednich państw, zwłaszcza do Polski[3], uwypukliły rolę rzetelnych informacji oraz konieczność przeciwdziałania ich manipulacjom[4]. Medialne komunikaty dotyczące działań wojennych oraz obecności obywateli Ukrainy w Polsce miały (i mają) potencjał kształtowania nastrojów społecznych oraz oddziaływania na procesy poznawcze zastanej rzeczywistości[5]. Przed 24 lutego 2022 r. dyskurs[6] na

[1] Artykuł powstał w ramach „Programu Mentoringowego FMMiK PTKS".

[2] S. Michalczyk, *Pojęcie mediatyzacji w nauce o komunikowaniu*, [w:] *Mediatyzacja kampanii politycznych*, red. M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk, Katowice 2009, s. 31–32.

[3] M. Duszczyk, *Imigracja jako czynnik zmiany statusu i postrzegania Polski w zglobalizowanym świecie*, „Studia Socjologiczno-Polityczne. Seria Nowa" 2022, t. 16, nr 1, s. 60.

[4] A. Tatar, R. Pankowski, *Zachowajmy solidarność z uchodźcami. Raport*, https://www.nigdywiecej.org/docstation/com_docstation/64/zachowajmy_solidarnosc_z_uchodzcami._raport.pdf, inf. 8 VI 2023.

[5] A. Tymińska, P. Korpal, M. Sęk, *Przyjdą i zabiorą: antyukraińska mowa nienawiści na polskim Twitterze*, https://hfhr.pl/upload/2023/04/przyjda-i-zabiora-raport-o-antyukrainskiej-mowie-nienawisci.pdf, inf. 8 VI 2023, s. 56–58.

[6] Za Małgorzatą Lisowską-Magdziarz definiuję dyskurs jako: „przekazywanie idei i oddziaływanie na ludzi za pomocą języka, mocno uwarunkowane usytuowaniem społecznym nadawców i odbiorców, celami i potrzebami, stanem wiedzy, zestawem i hierarchią wartości, a także społecznym kontekstem komunikowania oraz swoistością komunikacji za pośrednictwem mediów masowych" – M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza tekstu w dyskursie: przewodnik dla studentów*, Kraków 2006, s. 3.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

temat Ukraińców w mediach w Polsce był przedmiotem zainteresowania wielu badaczy. Został on opisany z kilku perspektyw, m.in. socjologicznej[7], medioznawczej[8] oraz językoznawczej[9]. Cezura, którą wyznacza zbrojna agresja Rosji na Ukrainę, rodzi potrzebę nowego spojrzenia na rolę mediów w tworzeniu wizerunku obywateli zaatakowanego narodu, jak i porównania tego obrazu z wcześniejszymi wynikami badań na ten temat[10]. Po 2022 r. zagadnieniem tym zajmowała się m.in. Natalia Zawadzka-Paluektau[11], dla której punktem wyjścia było kontrastowe zestawienie medialnych przedstawień uchodźców wojennych z Ukrainy (dyskurs inkluzywny) z uchodźcami z Bliskiego Wschodu podczas tzw. kryzysu migracyjnego 2014–2016 (dyskurs wykluczający). Wizerunek Ukraińców w polskich tygodnikach opinii, które ukazywały się w pierwszych miesiącach od eskalacji konfliktu zbrojnego, zbadali: Grzegorz Demel[12], Milena Kindziuk[13] oraz Magdalena Przybysz-Stawska[14], z kolei Paulina Czarnek-Wnuk i Kinga Sygizman[15] zanalizowały inną formę przekazu, tj. reportaż radiowy. W żadnej z przywołanych publikacji nie znajdują się informacje na temat regionalnego zróżnicowania obrazu Ukraińców w Polsce. Uważam taką refleksję za potrzebną, ponieważ liczba uchodźców wojennych w różnych częściach Polski nie jest tożsama, a poszczególne regiony różnicuje sytuacja społeczno-gospodarcza[16]. Chcąc wypełnić tę lukę badawczą,

[7] M. Lubicz Miszewski, *Nowi imigranci z Ukrainy w Polsce 5 lat po „rewolucji godności" – wprowadzenie*, [w:] *Imigranci z Ukrainy w Polsce. Potrzeby i oczekiwania, reakcje społeczne, wyzwania dla bezpieczeństwa*, red. M. Lubicz Miszewski, Wrocław 2018.

[8] A. Kotowska, *Stosunki polsko-ukraińskie w polskim dyskursie prasowym (1991–2008)*, Rzeszów 2018; M. Troszyński, *Ukraina i Ukraińcy w polskim dyskursie internetowym. Analiza jakościowo-ilościowa tekstów zamieszczanych w mediach społecznościowych*, [w:] *Raport. Mniejszość ukraińska i migranci z Ukrainy w Polsce. Analiza dyskursu*, red. P. Tyma, https://ukraincy.org.pl/wp-content/uploads/2020/12/02_raport_mniejszosc_ukrainska.pdf, inf. 8 VI 2023.

[9] H. Sojka-Masztalerz, *Rusini czy Ukraińcy? Językowy obraz nacji ukraińskiej w prasie polskiej (1918–1939)*, Wrocław 2004.

[10] A. Skibińska, *Ratunek dla gospodarki czy zagrożenie ze Wschodu? Ukraińcy w nagłówkach „Gazety Wrocławskiej"*, „Studia Humanistyczne AGH" 2021, t. 20, nr 4.

[11] N. Zawadzka-Paluektau, *Ukrainian refugees in Polish press*, „Discourse and Communication" 2022, vol. 17, No 1.

[12] G. Demel, *A więc wojna! Pierwsze reakcje polskich tygodników opinii na rosyjską inwazję na Ukrainę*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny" 2022, t. LXXXIV, nr 2.

[13] M. Kindziuk, *Społeczeństwo polskie wobec uchodźców ukraińskich w pierwszym miesiącu wojny Rosji z Ukrainą w tygodnikach opinii na przykładzie „Polityki" i „Gościa Niedzielnego". Komunikat z badań*, „Roczniki Nauk Społecznych" 2022, t. 50, nr 3.

[14] M. Przybysz-Stawska, *Problematyka wojny w Ukrainie na łamach czasopism opiniotwórczych w Polsce. Przypadek „Polityki" (luty–sierpień 2022 r.)*, „Studia Medioznawcze" 2022, t. 23, nr 4.

[15] P. Czarnek-Wnuk, K. Sygizman, *Tematyka uchodźcza w reportażu radiowym w kontekście wojny w Ukrainie z 2022 roku*, „Roczniki Nauk Społecznych" 2022, t. 50, nr 2.

[16] R. Klóska, *Regionalne zróżnicowanie poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego" 2012, nr 101; A. Wójtowicz, *Zróżnicowanie rozwoju regionalnego w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego w Zielonej Górze" 2016, nr 4; P. Długosz, *Charakterystyka badanych regionów: Małopolska, Podkarpacie, Śląsk*, [w:] *Społeczne skutki zmiany oświatowej w Polsce*, red. M. Niezgoda, Kraków 2011.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

za zasadniczy cel badań przyjęłam sprawdzenie, w jaki sposób tworzono medialny wizerunek Ukraińców w pierwszym roku wojny w dwóch regionalnych portalach internetowych[17] – dolnośląskim www.gazetawroclawska.pl (dalej: GW) oraz podkarpackim www.nowiny24.pl (dalej: N24), obu należących do Polska Press Sp. z o.o. (dalej: PP).

Wydawca badanych portali jest jedną z największych spółek medialno-technologicznych w Polsce, posiada 54 tytuły prasowe, w tym 20 dzienników regionalnych oraz 600 serwisów internetowych, wśród nich zaś 23 regionalne[18]. Analiza danych z Polskich Badań Internetu pozwoliła stwierdzić, że w badanym okresie PP miała silną i stabilną pozycję na rynku medialnym w Polsce. Znajdowała się w gronie 10 wydawców z największą liczbą realnych użytkowników (średnio 18–19 mln), z zasięgiem internetowym oscylującym pomiędzy 59 a 65% oraz średnim czasem spędzanym przez internautów na danym kanale mediowym wynoszącym ok. 15 minut[19]. Ponieważ nie są znane raporty dla poszczególnych serwisów wchodzących w skład PP, uzupełniająco warto sięgnąć po dane z Polskich Badań Czytelnictwa, gdyż analizowane witryny powstały na bazie dzienników regionalnych. Najbardziej aktualne dane za okres od maja 2022 do kwietnia 2023 r. wskazują, że pod względem liczby czytelników przeciętnego wydania na Podkarpaciu liderem są „Nowiny"; na Dolnym Śląsku „Gazeta Wrocławska" jest trzecim (za ogólnopolskimi dziennikami: „Gazetą Wyborczą" oraz „Faktem. Gazetą Codzienną") najchętniej czytanym tytułem[20]. Oznacza to, że wybrane do analizy treści miały istotny potencjał kształtowania medialnego wizerunku Ukraińców wśród mieszkańców badanych regionów.

Wybór serwisów internetowych motywowany był przede wszystkim dążeniem do zestawienia zróżnicowanych geograficznie narracji[21] na temat Ukraińców, które powstały w pierwszym roku wojny[22]. Analiza porównawcza miała wyeksponować regionalny kontekst wypowiedzi medialnych poprzez ukazanie podmiotów i wydarzeń tworzących wizerunek uchodźców wojennych na Podkarpaciu i Dolnym Śląsku. Kontrastowy dobór badanych portali wynikał z faktu, że dziennikarze N24 znajdowali się najbliżej działań zbrojnych. Do kwietnia 2022 r. populacja Rzeszowa wzrosła o 53%, a Ukraińcy stanowili 35% mieszkańców tego miasta. Dziennikarze GW – choć oddaleni od linii frontu – mogli również z bliska obserwować zmiany zachodzące w regionie,

[17] W artykule synonimicznie stosuję terminy: portal internetowy, serwis internetowy, witryna internetowa, bazując na słownikowych definicjach tych pojęć oraz ich często zamiennym stosowaniu w mowie potocznej.

[18] *O nas*, https://polskapress.pl/o-nas, inf. 8 VI 2023.

[19] *Badanie Mediapanel*, https://pbi.org.pl/aktualnosci/, inf. 8 VI 2023.

[20] *Ogólnopolskie badania czytelnictwa prasy. Prezentacja danych za okres maj 2022–kwiecień 2023*, https://www.pbc.pl/czytelnictwo/, inf. 8 VI 2023.

[21] Narracja rozumiana jest w niniejszym artykule jako ogół publikacji tworzących medialną opowieść na wskazany temat.

[22] Sformułowanie „pierwszy rok wojny" stanowi uproszczenie, wojna rosyjsko-ukraińska toczy się nieprzerwanie od 2014 r. To określenie ma jednak podkreślić eskalację zbrojnej agresji Rosji 24 lutego 2022 r. związaną m.in. z atakiem na Kijów, czego efektem była olbrzymia skala uchodźstwa wojennego Ukraińców oraz zaangażowanie krajów NATO w pomoc Ukrainie.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

w którym przed 24 lutego 2022 r. mieszkało ok. 100 tys. Ukraińców, a po 6 tygodniach wojny już ok. 300 tys.[23] Przy wyborze zakresu chronologicznego badań kierowano się głównie chęcią zanalizowania pierwszych wypowiedzi dziennikarskich, jakie ukazały się w przestrzeni medialnej badanych portali tuż po zbrojnej agresji Rosji na Ukrainę. Objęcie badaniem jednorocznego cyklu publikacji pozwoliło uchwycić zarówno początkowe nastroje społeczne wyrażane w treściach dziennikarskich, jak i zmiany sposobów medialnego opisu. Dzięki temu udało się sprawdzić, czy oraz w jaki sposób w publikacjach dziennikarskich nawiązywano do rocznic ważnych wydarzeń historycznych bądź świąt, a także jak długo tematyka działań zbrojnych w Ukrainie dominowała w każdym z portali.

2. Pytania i hipotezy badawcze

Dążąc do zrealizowania celu badawczego, sformułowano następujące pytania i hipotezy badawcze:

P1) Jaka była frekwencja oraz dominujące źródła pochodzenia badanych tekstów prasowych i materiałów wizualnych?

H1) Frekwencja badanych tekstów i materiałów wizualnych w obu portalach była podobna. Najwyższa częstotliwość publikacji występowała w pierwszych tygodniach po wybuchu wojny w Ukrainie. Zarówno w przypadku tekstów, jak i fotografii dominowały źródła redakcyjne.

P2) Jakie ramy interpretacyjne i tematyczne występowały w badanych tekstach oraz jaka była ich zmienność w analizowanym okresie?

H2) W badanych tekstach występowały głównie ramy interpretacyjne związane z udzielaniem pomocy oraz opisem wydarzeń w Ukrainie. Dominowały ramy tematyczne dotyczące zagadnień łączących się z pracą podejmowaną przez Ukraińców oraz legalizacją ich pobytu w Polsce. Zarówno ramy interpretacyjne, jak i tematyczne nie zmieniały się w całym okresie badawczym.

P3) Jakie funkcje spełniały nagłówki badanych tekstów?

H3) Dominowały nagłówki o funkcji deskryptywnej.

P4) Jakiego rodzaju wydarzenia i podmioty kreowały wizerunek Ukraińców?

H4) Kluczowe dla tworzenia wizerunku Ukraińców w badanych portalach okazały się wydarzenia polityczne przy drugorzędnej roli wydarzeń o charakterze społecznym i kulturalnym. Podmiotami tworzącymi obraz uchodźców były przede wszystkim polskie instytucje publiczne o charakterze rządowym lub samorządowym, rzadziej instytucje społeczne.

P5) Jakiego rodzaju fotografie publikowano najczęściej w badanych portalach?

H5) Najwyższą częstotliwość miały fotografie informacyjne, rzadziej pojawiały się ujęcia ilustracyjne lub pełniące funkcje perswazyjne.

[23] M. Wojdat, P. Cywiński, *Miejska gościnność: wielki wzrost, wyzwania i szanse. Raport o uchodźcach z Ukrainy w największych polskich miastach*, kwiecień 2022, https://metropolie.pl/fileadmin/news/2022/10/UMP_raport_Ukraina_20220429_final.pdf, inf. 8 VI 2023, s. 42–44.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

P6) Kto lub jakiego rodzaju symbole były podmiotem badanych fotografii?

H6) Zazwyczaj przedstawiano bohaterów zbiorowych, najczęściej występującą symboliką były ukraińskie barwy narodowe.

3. Metody badawcze

W badaniu wykorzystano interdyscyplinarne metody badawcze, analizę zawartości[24] wzbogaconą o elementy analizy dyskursu. Obiektywny, systematyczny oraz ilościowy charakter analizy zawartości pozwolił uzyskać możliwie wiarygodne dane na temat wizerunku Ukraińców w ogólnoinformacyjnych portalach regionalnych, a przy tym dokładnie poznać tekstowe i wizualne elementy procesu komunikacyjnego. Uzupełnieniem dla wyników badań ilościowych była jakościowa analiza dyskursu mediów oraz dyskursu w mediach. Posłużyła ona jako technika wspierająca odnajdywanie perswazyjnego wymiaru dyskursów medialnych oraz kwestionowanie „naturalności" medialnego obrazu świata[25].

Jednostkami badań były zarówno treści słowne, jak i towarzyszące im materiały wizualne (fotografie). Dobór werbalno-wizualnych jednostek badań składał się z trzech etapów. W pierwszej kolejności skorzystano z wyszukiwania zaawansowanego w przeglądarce internetowej *Google Chrome* (*Google Advanced Search*) oraz rozszerzenia *MozBar*[26]. Do analizy wybrano wszystkie materiały dziennikarskie, które zawierały leksem „Ukrainiec" lub „Ukrainka" (GW 652, N24 640). W drugim etapie selekcji spośród pobranych w zautomatyzowany sposób rekordów wyeliminowano te, w których leksem „Ukrainiec" lub „Ukrainka" występował jedynie w reklamie lub w odesłaniu do niezwiązanego z tematem badań tekstu, a także zrezygnowano z analizy treści ze strefy płatnej (GW 312, N24 254). W trzecim etapie selekcji wszystkie publikacje dziennikarskie przydzielono do jednego z trzech wyodrębnionych przez autorkę kontekstów: regionalnego, krajowego albo międzynarodowego. Celem było zbadanie jedynie treści regionalnych oraz regionalnego zróżnicowania narracji na temat Ukraińców. W efekcie trzyetapowego procesu0ui doboru próby objęto analizą w GW 64, a w N24 148 przekazów werbalno-wizualnych.

Klucz kategoryzacyjny składał się z 18 kategorii, tworzących część formalną (nazwa portalu, data publikacji, dominujący kontekst, nagłówek tekstu, źródło pochodzenia tekstu, źródło pochodzenia fotografii, system gatunków dziennikarskich) oraz merytoryczną, odnoszącą się do zasadniczych elementów warstwy tekstowej (funkcja nagłówka, dominujące ramy interpretacyjne oraz tematyczne, opisywane wydarzenie regionalne, podmiot tworzący wizerunek Ukraińców oraz słowa i zwroty kluczowe utożsamiane z uchodźcami). Druga część merytoryczna dotyczyła warstwy wizualnej,

[24] M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów: wersja 1.1*, Kraków 2004, s. 8–12.

[25] M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza tekstu w dyskursie: przewodnik dla studentów*, Kraków 2006, s. 8–12.

[26] Ryzyko niezindeksowania zasobów popularnej witryny internetowej w przeglądarce *Google Chrome* ocenione zostało jako niskie.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

tj.: głównego bohatera fotografii i jego narodowości, funkcji oraz symboli występujących na zdjęciu, a także emocji ukazanych na nim (określanych na podstawie gestów i mimiki).

4. Wyniki badań

Zanim przejdę do omówienia zasadniczej części badań, przedstawię autorskie kalendarium ważnych wydarzeń dla obydwu badanych regionów z okresu od 24 lutego 2022 do 23 lutego 2023 r. Powstało ono w oparciu o informacje opublikowane na oficjalnych stronach stolic dwóch badanych województw. Celem było sprawdzenie, które z tych wydarzeń znalazły oddźwięk w materiale badawczym. Na rysunku 1 pogrubiono daty tych z nich, o których wspominali dziennikarze jednego z serwisów.



Rysunek 1. Kalendarium wydarzeń regionalnych na Dolnym Śląsku oraz Podkarpaciu, 24 lutego 2022–23 lutego 2023 r.
Źródło: badania własne.

Jak wynika z kalendarium, w dwóch badanych portalach wspomniano łącznie o 9 z 20 wyodrębnionych wydarzeń. Dwukrotnie częściej do tej kategorii zajść nawiązywała redakcja N24 aniżeli GW, co stanowi kolejne uzasadnienie dla analizy porównawczej, uwzględniającej regionalne zróżnicowanie. Spośród spraw ważnych dla regionu dziennikarze opisywali głównie te o charakterze politycznym, administracyjnym oraz organizatorskim (m.in. sesje radnych, spotkania na szczeblu międzynarodowym czy świąteczne uroczystości przygotowywane dla uchodźców). Nie do końca zrozumiała wydaje się niekompletna relacja dziennikarska w GW, dotycząca wzmianki o sesji radnych 25 marca 2022 r. Redaktor nie poinformował o tym, że brał w niej udział tak-

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

że Andrij Sadowy, mer Lwowa, co jest istotne z punktu widzenia tematu[27]. Redakcja GW nie odnotowała również Marszu Wdzięczności i Przyjaźni Polsko-Ukraińskiej ani kampanii miejskiej „Szacunek, wdzięczność, wspólnota". Portal N24 nie wspomniał zaś o Marszu Pamięci Ofiar Rzezi Wołyńskiej, co mogło wynikać z chęci uniknięcia bolesnych tematów związanych z polsko-ukraińską historią.

Przechodząc do opisu głównej części badań, na początku odniosę się do rozkładu frekwencji publikacji dziennikarskich w całym okresie badawczym (wykres 1). Oczywisty i możliwy do przewidzenia wydaje się fakt, że temat Ukrainy i Ukraińców najczęściej występował w obu witrynach w pierwszych miesiącach wojny. W GW kulminacja liczby tekstów widoczna jest w marcu 2022 r. (26 tekstów), podczas gdy w N24 to wydarzenia z ostatnich dni lutego doprowadziły do zamieszczenia aż 19 tekstów; w kolejnych miesiącach (do sierpnia 2022 r.) zaobserwowano spadek liczby tekstów. Uzasadnieniem dla tej asymetrii może być lokalizacja obu redakcji – z racji bliskości granicy pierwsi uchodźcy wojenni dotarli z Ukrainy na Podkarpacie szybciej niż na Dolny Śląsk. Wbrew przewidywaniom częstość publikacji w N24 istotnie wzrosła w ostatnim kwartale 2022 r. Im dalej od początku zbrojnej agresji, tym częściej ukazywały się teksty opisujące wykroczenia lub przestępstwa, a zwłaszcza dokonywane przez Ukraińców próby przemytu towarów lub osób (zależność tę odnotowano jedynie w serwisie N24). Można przypuszczać, że z jednej strony sezon jesienno-zimowy sprzyjał zdarzeniom kryminogennym na granicy, z drugiej – doszło do desensytyzacji społecznej, habituacji do medialnych doniesień na temat wojny za wschodnią granicą. W konsekwencji redakcja N24 postanowiła wrócić do wątków odnotowanych często w poprzednich latach, a były nimi m.in. sprzeczne z prawem zachowania Ukraińców[28].

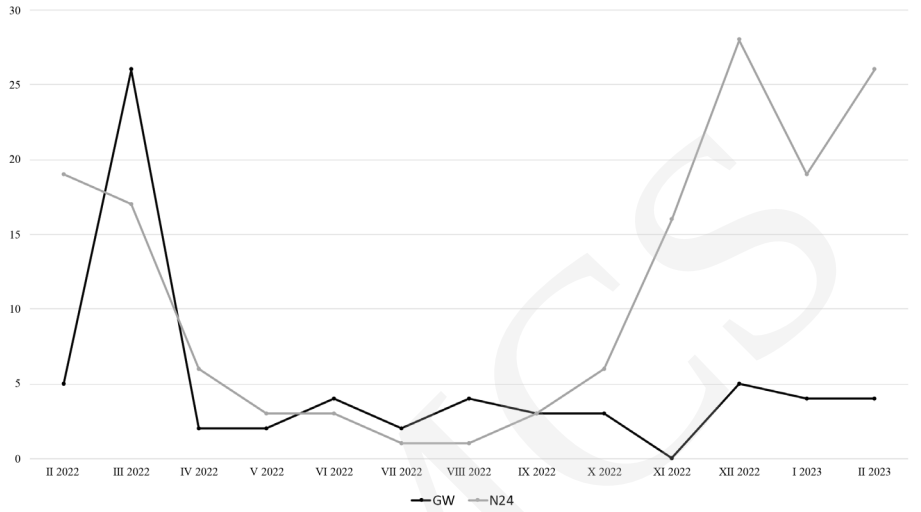
Zarówno w przypadku tekstów, jak i fotografii dominowały źródła redakcyjne, w GW stanowiły one odpowiednio 100% (teksty) oraz 58% (fotografie), z kolei w N24 90% (teksty) oraz 51% (fotografie). Choć przywołane dane potwierdzają trend związany z coraz częstszym wykorzystywaniem w serwisach informacyjnych fotografii zaczerpniętych z darmowych baz lub bezpośrednio od odbiorców[29], to jednak w zebranym materiale badawczym wciąż dominują redakcyjne materiały wizualne.

[27] J. Gajdamowicz, *Obradował Sejmik Województwa Dolnośląskiego. Jest pakiet wsparcia dla Ukraińców i ponad 22 mln zł na ochronę gruntów*, 25.03.2022, https://gazetawroclawska.pl/obradowal-sejmik-wojewodztwa-dolnoslaskiego-jest-pakiet-wsparcia-dla-ukraincow-i-ponad-22-mln-zl-na-ochrone-gruntow/ar/c1-16119077, inf. 8 VI 2023.

[28] A. Skibińska, *Ramowanie ukraińskiej migracji do Polski w roku 2019 – studium przypadku portalu Nowiny24.pl*, [w:] *Mniejszości, emigranci i uchodźcy „stare" i „nowe" wyzwania*, red. A. Adamczyk, A. Sakson, C. Trosiak, Poznań 2022, s. 197.

[29] M. Mielcarek-Badziak, *Wielozadaniowość dziennikarzy jako strategia uprawiania zawodu w czasach ponowoczesnych*, rozprawa doktorska, https://bip.amu.edu.pl/__data/assets/pdf_file/0021/407514/Malgorzata-Mielcarek-Badziak_praca-doktorska-z-poprawkami.pdf, inf. 8 VI 2023.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16



Wykres 1. Frekwencja badanych publikacji dziennikarskich
Źródło: badania własne.

Kolejny aspekt analizy dotyczył ram interpretacyjnych i tematycznych oraz ich zmienności w analizowanym okresie. W obu portalach najczęściej występowały dwie ramy interpretacyjne – jedna związana z udzielaniem materialnej pomocy przez Polaków Ukraińcom[30] (GW 56%, N24 47%) oraz druga, dotycząca współpracy polsko-ukraińskiej (GW 17%, N24 14%), do której zaklasyfikowano przede wszystkim publikacje na temat oferowania miejsc pracy (względna symetria w ukazywaniu potrzeb osób chcących zatrudnić pracowników oraz poszukujących etatu). Ilustracją dla pierwszej z wymienionych ram jest poniższy cytat: „We Wrocławiu zawiązuje się sztab kryzysowy odpowiedzialny za koordynowanie działań pomocowych przygotowywanych przez Caritas i parafie. Caritas Archidiecezji Wrocławskiej wraz z Archidiecezją Wrocławską zaprasza do współpracy przy organizacji wsparcia dla Ukraińców dotkniętych skutkami wojny”[31]. Przykładem materiału ukazującego drugą popularną ramę jest zaś przytoczony niżej tekst z N24: „Właściciel restauracji Krekucha w Rzeszowie dał pracę kobietom z Ukrainy, które zmuszone były uciekać do Polski przed wojną. Teraz panie serwują dania kuchni ukraińskiej i są szczęśliwe, że nie tylko znalazły w Polsce schronienie, ale też mają pracę”[32]. Odmienne dla badanych serwisów ramy interpre-

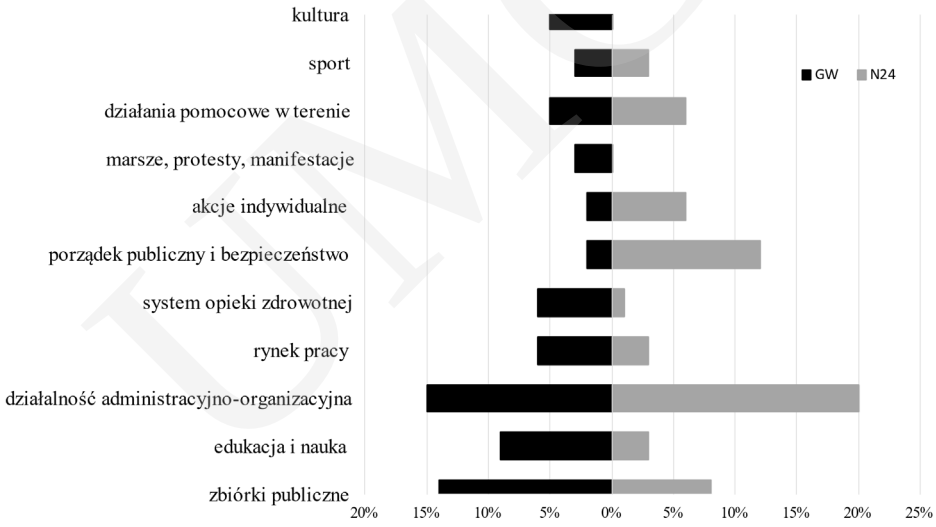
[30] Zob. G. Demel, *op. cit*., s. 211 i pojęcie „powszechnej mobilizacji pomocowej”.

[31] J. Gajdamowicz*, Dolny Śląsk dla Ukrainy. Zbiórki darów we Wrocławiu, Legnicy, Jeleniej Górze. Polacy chcą pomóc Ukraińcom [ZDJĘCIA]*, 26.02.2022, https://gazetawroclawska.pl/dolny-slask-dla-ukrainy-zbiorki-darow-we-wroclawiu-legnicy-jeleniej-gorze-polacy-chca-pomoc-ukraincom-zdjecia/ar/c6-16070137, inf. 8 VI 2023.

[32] U. Sobol, *Właściciel restauracji Krekucha w Rzeszowie dał pracę kobietom z Ukrainy*, 31.07.2022, https://nowiny24.pl/wlasciciel-restauracji-krekucha-w-rzeszowie-dal-prace-kobietom-z-ukrainy/ar/c1-16538065, inf. 8 VI 2023.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

tacyjne nawiązywały do sytuacji na granicy ukraińsko-polskiej (GW 0%, N24 14%) oraz solidarności Polski z Ukrainą (GW 9%, N24 2%), odnoszącej się do gotowości do udzielenia pomocy bądź do wspólnych uroczystości. Zaobserwowaną asymetrię może wyjaśnić kontekst regionalny oraz odległość od centrum wojennych wydarzeń. Zadania związane z przyjmowaniem uchodźców wojennych i prowadzeniem punktów recepcyjnych na Podkarpaciu przeważały w narracji N24 jedynie w pierwszej połowie okresu badawczego; od września 2022 r. bliskość granicy polsko-ukraińskiej stawała się coraz częściej przyczynkiem do informowania o próbach przemytu dokonywanych przez Ukraińców na przejściu granicznym. Do zmiany ram interpretacyjnych w N24 doszło zatem w ostatnim kwartale 2022 r., a w GW ramy te były niezmienne w całym okresie badawczym.



Wykres 2. Najczęściej występujące ramy tematyczne w materiale badawczym
Źródło: badania własne.

W przypadku ram interpretacyjnych dostrzeżono więcej podobieństw pomiędzy badanymi witrynami, z kolei ramy tematyczne wyraźnie różniły narrację GW i N24 (wykres 2). Wspólnymi były ramy działalności administracyjno-organizacyjnej (GW 15%, N24 20%) oraz działań pomocowych w terenie (GW 5%, N24 6%). Wrocławska redakcja chętnie podejmowała tematykę zbiórek publicznych, edukacji i nauki, na dalszym planie były zaś kwestie związane z rynkiem pracy, systemem opieki zdrowotnej oraz kulturą. Czytelnik podkarpackiego portalu częściej mógł przeczytać o porządku publicznym i bezpieczeństwie (zwłaszcza w czwartym kwartale 2022 r.), a nieco rzadziej o zbiórkach publicznych oraz akcjach indywidualnych. Co do zasady, przytoczone ramy tematyczne występowały z podobną częstotliwością w ciągu badanych 12 miesięcy, wyjątek stanowiła rama porządku publicznego i bezpieczeństwa, która po

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

raz pierwszy pojawiła się w N24 w maju 2022 r., a jej frekwencja zaczęła wzrastać od października 2022 r.

Kolejnym elementem badań były nagłówki. Przy ich kategoryzacji posłużono się typologią Joanny Szylko-Kwas[33], wskazując jako dominującą funkcję nagłówka: deskryptywną (GW 66%, N24 74%), ekspresywną (GW 20%, N24 20%) albo dyrektywną (GW 14%, N24 6%). Najczęstsze występowanie w obu serwisach nagłówków streszczających świadczy o tym, że dziennikarzom zależało na kondensacji treści. Znacznie mniejszy udział nagłówków emotywnych lub perswazyjnych prowadzi do wniosku, że dyskurs o Ukraińcach w GW i N24 nie był przedmiotem clickbaityzacji[34].

Do zbadania nagłówków wykorzystano również aplikację webową Korpusomat[35], która pozwoliła m.in. na wygenerowanie list słów o największej frekwencji. W obu portalach już w nagłówkach zapowiadano, że tekst będzie dotyczyć Ukrainy bądź jej obywateli (słowa kluczowe: Ukraina, Ukrainiec, ukraiński) oraz odnosić się do zagadnień regionalnych (słowa kluczowe: Wrocław, wrocławski, Śląsk, dolnośląski, Przemyśl, Rzeszów). Za swoisty symbol epoki *homo videns*[36] można też uznać występowanie w nagłówkach słowa „zdjęcie", zachęcającego do kliknięcia w galerię fotografii dołączoną do tekstu (GW 25%, N24 46%). Warto podkreślić, że w GW ani razu nie pojawił się wyraz „granica", który wystąpił w 11% nagłówków N24. Przyczyn tej asymetrii można poszukiwać w różnej odległości od granicy redakcji GW i N24. Dziennikarze podkarpackiej witryny, znajdujący się blisko granicy państwa ukraińskiego, chętnie nawiązywali do niej w nagłówkach[37]. Warto nadmienić, że choć wśród osób przekraczających ukraińsko-polską granicę zdecydowanie dominowały kobiety i dzieci[38], to jednak w nagłówkach obu serwisów próżno szukać Ukrainek[39]. W N24 odnotowano tylko trzy nagłówki ze słowem „Ukrainka", przy czym pochodziły one z przełomu 2022 i 2023 r. i dotyczyły przestępstw bądź wykroczeń, np. *41-letnia Ukrainka chciała wyjechać z Pol-*

[33] J. Szylko-Kwas, *Fotografia jako wypowiedź dziennikarska – odmiany gatunkowe*, „Studia Medioznawcze" 2019, t. 20, nr 1, s. 89–90.

[34] Przy formułowaniu tego wniosku opierałam się na pięciu głównych cechach clickbaitowania w nagłówkach informacyjnych tekstów dziennikarskich, opisanych przez Małgorzatę Lisowską-Magdziarz; M. Lisowska-Magdziarz, *Identyfikacja i analiza clickbaitów w informacyjnych tekstach dziennikarskich*, [w:] *Dynamika przemian w mediach*, red. A. Hess, M. Nowina Konopka, W. Świerczyńska-Głownia, Kraków–Nowy Targ 2019, s. 23–24.

[35] W. Kieraś, Ł. Kobyliński, *Korpusomat – stan obecny i przyszłość projektu*, „Język Polski" 2021, t. CI, nr 2.

[36] G. Sartori, *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*, Warszawa 2007.

[37] Zob. uwagi na temat roli mediów w kształtowaniu obrazu pogranicza; P. Olechowska, *Rola i znaczenie mediów w kształtowaniu obrazu polsko-niemieckiego pogranicza w latach 90. XX wieku (na przykładzie „Gazety Pogranicza" – dodatku do „Gazety Wyborczej")*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica" 2015, t. 28, nr 2, s. 163–164.

[38] *Obywatele Ukrainy w Polsce – aktualne dane migracyjne*, 24.02.2023, https://www.gov.pl/web/udsc/obywatele-ukrainy-w-polsce--aktualne-dane-migracyjne, inf. 8 VI 2023.

[39] Zob. N. Zawadzka Paluektau, *op. cit*., s. 6.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

ski kradzionym mercedesem busem. Wpadła na granicy w Medyce[40]. W GW wystąpił zaledwie jeden taki nagłówek: *Zaginęła 72-letnia Ukrainka. Kobieta może przebywać we Wrocławiu*[41].

Zdecydowanie najczęściej występującym słowem, utożsamianym z Ukraińcami, był rzeczownik „uchodźca". Pojawiał się on jako synonim dla „Ukraińca" niemal w połowie wypowiedzi dziennikarskich (GW 47%, N24 45%), a spośród innych wyrazów bliskoznacznych ani jeden nie przekroczył udziału 5% w materiale badawczym. Pomimo że znaczący był udział tekstów, w których nie odnotowano żadnego synonimu dla słowa „Ukrainiec" (GW 33%, N24 39%), to jednak uchodźcza perspektywa wyraźnie zdominowała narrację, pełniąc rolę swoistego „zwornika dyskursu"[42].

Dla kształtowania wizerunku Ukraińców w badanych portalach kluczowe były wydarzenia polityczne (GW 55%, N24 56%) przy drugorzędnej roli wydarzeń o charakterze społecznym (GW 34%, N24 39%) i kulturalnym (GW 8%, N24 5%). Na pierwszym planie znajdowała się zinstytucjonalizowana narracja, tworzona przez polskie organizacje publiczne o charakterze rządowym lub samorządowym (GW 31%, N24 37%). Rzadziej występowały jednostki społeczne (GW 13%, N24 10%), były wśród nich m.in.: Caritas, Grupa PARASOL, Fundacja PRO-FIL czy Ekostraż. Podobnie w obu witrynach prezentował się udział tekstów, w których podmiot formujący wizerunek Ukraińców stanowili indywidualni bohaterowie (GW 13%, N24 10%), którymi najczęściej byli Polacy świadczący pomoc Ukraińcom.

Analizując funkcje materiałów wizualnych[43], skorzystano z teorii typologicznej Joanny Szylko-Kwas[44]. Największy był udział fotografii z dominantą funkcji informacyjnej (GW 41%, N24 58%), rzadziej występowały zdjęcia perswazyjne, pokazujące grozę wydarzenia, tragedię człowieka bądź stanowiące „dokument" z bezpośrednich działań, np. akcji pomocowej (GW 33%, N24 22%). Najmniejszy okazał się udział ujęć ilustracyjnych o uniwersalnym charakterze (GW 26%, N24 18%). Na fotografiach najczęściej ukazywano symbolikę narodową – ukraińską (GW 16%, N24 6%) bądź polską (GW 6%, N24 3%), co łączy się ze wskazaną wyżej ramą solidarności Polski z Ukrainą. Spośród rzadziej występującej symboliki pojawiały się np. akcesoria militarne (GW 2%, N24 5%), przedmioty związane z kultem religijnym (GW 3%, N24 1%) oraz stroje

[40] N. Ziętal, *41-letnia Ukrainka chciała wyjechać z Polski kradzionym mercedesem busem. Wpadła na granicy w Medyce*, 25.11.2022, https://nowiny24.pl/41letnia-ukrainka-chciala-wyjechac-z-polski-kradzionym-mercedesem-busem-wpadla-na-granicy-w-medyce/ar/c4-17076213, inf. 8 VI 2023.

[41] M. Fajge, *Zaginęła 72-letnia Ukrainka. Kobieta może przebywać we Wrocławiu*, 1.06.2022, https://gazetawroclawska.pl/zaginela-72letnia-ukrainka-kobieta-moze-przebywac-we-wroclawiu/ar/c1-16411939, inf. 8 VI 2023.

[42] L. M. Nijakowski, *Znaczenie analizy dyskursu dla socjologii narodowości*, „Kultura i Społeczeństwo" 2004, t. XLVIII, nr 1, s. 78–79.

[43] Analiza warstwy wizualnej obejmowała jedynie pierwszą fotografię zamieszczoną pod nagłówkiem tekstu redakcyjnego. Jeżeli tekstowi prasowemu towarzyszył materiał wideo, to podmiotem analizy było pierwsze zdjęcie, na które natrafiał odbiorca tekstu.

[44] J. Szylko-Kwas, *op. cit*., s. 89–90.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

ludowe (GW 2%, N24 3%). Wszystkie występujące symbole nawiązywały do wojny w Ukrainie, podkreślały rolę państwa i tożsamość narodową jego obywateli. Na ilustracjach 1 i 2 przedstawiono najczęściej występującą symbolikę oraz bohaterów fotografii, wśród których przeważał podmiot zbiorowy (zgromadzenie lub kilkuosobowa grupa – GW 63%, N24 54%).



Ilustracja 1. Przykład fotografii o funkcji ilustracyjnej, z bohaterem zbiorowym i symboliką ukraińskich barw narodowych oraz strojów ludowych

Źródło: M. Rajfur, *Ukraiński Uniwersytet Katolicki otwiera swoją pierwszą polską filię we Wrocławiu*, https://gazetawroclawska.pl/ukrainski-uniwersytet-katolicki-otwiera-swoja-pierwsza-polska-filie-we-wroclawiu/ar/c5-16785929, inf. 8 VI 2023. Autor fotografii: Piotr Krzyżanowski.

Analiza porównawcza udziału kobiet i mężczyzn w gronie indywidualnych bohaterów fotografii wskazuje na występowanie pewnej prawidłowości: w GW częściej pojawiały się kobiety (9%; mężczyźni 6%), a w N24 – mężczyźni (10%; kobiety 3%). Trudno wskazać konkretną przyczynę tej asymetrii. Jedną z hipotez jest większy udział kobiet wśród dziennikarek, autorek wypowiedzi medialnych w GW (33%) niż w N24 (22%). Być może wrocławskiej redakcji łatwiej było również nawiązać kontakt z Ukrainkami, ponieważ region ten nie stanowił jedynie punktu recepcyjnego, lecz względnie stałe miejsce pobytu uchodźczyń.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16



Ilustracja 2. Przykład fotografii o funkcji informacyjnej, z bohaterem indywidualnym, bez symboli

Źródło: K. Karaś, *Na Podkarpaciu przebywa 20 tysięcy uchodźców z Ukrainy. Najwięcej w Rzeszowie*, https://nowiny24.pl/na-podkarpaciu-przebywa-20-tysiecy-uchodzcow-z-ukrainy-najwiecej-w-rzeszowie/ar/c1-16443489, inf. 8 VI 2023. Źródło fotografii: Archiwum.

Na koniec należy wspomnieć o hasłach występujących na fotografiach. Choć większość z nich miała charakter pozytywny, inspirujący do działań pomocowych (zob. *Solidarni z Ukrainą, Dolny Śląsk wspiera Ukrainę, #napomocUkrainie*), to jednak w materiale badawczym natrafiono również na hasło o wrogim wobec Ukraińców wydźwięku: *Stop ukrainizacji*. Jego treść była przedmiotem krytyki redakcji: „Skandaliczny transparent na meczu Śląsk Wrocław–Warta Poznań. Na płocie sektora B – na którym zasiadają najbardziej zagorzali kibice Śląska – pojawił się transparent z napisem: «Stop ukrainizacji Polski» […]. Transparent spotkał się z dużą krytyką po meczu na Twitterze. «Stop Ukrainizacji Polski – taki transparent na trybunach Śląska Wrocław. Czy wam sufit na łeb nie spadł?» «Żyjemy w 2022 w środku Europy, za granicą jest wojna, co jest w tym złego, że tylu ich tutaj jest?» […]”[45].

[45] J. Gajdamowicz, *Skandaliczny transparent na meczu Śląska na Tarczyński Arena [ZDJĘCIA]*, 4.10.2022, https://gazetawroclawska.pl/skandaliczny-transparent-na-meczu-slaska-na-tarczynski-arena-zdjecia/ar/c2-16931035, inf. 8 VI 2023; zob. uwagi na temat stosunku Polaków do przyjmowania uchodźców z Ukrainy; K. Maciejewska-Mieszkowska, *Stosunek Polaków do uchodźców w kontekście wojny w Ukrainie*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2022, nr 4, s. 150–151.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

5. Podsumowanie

Zgromadzone wyniki pozwalają potwierdzić cztery z sześciu postawionych hipotez. W obu redakcjach dominowały źródła redakcyjne, przy czym wzrasta rola pozaredakcyjnych źródeł dla materiałów wizualnych. Dwie główne ramy interpretacyjne – udzielanie pomocy Ukraińcom oraz współpraca polsko-ukraińska – były tożsame w obu serwisach regionalnych. Odmiennie prezentowały się rzadziej występujące ramy interpretacyjne: w GW rama dotycząca solidarności z Ukrainą, a w N24 – sytuacji na granicy ukraińsko-polskiej. W całym materiale badawczym dominowały nagłówki o funkcji deskryptywnej, kluczowymi podmiotami kreującymi wizerunek Ukraińców w obu portalach były zaś podmioty zinstytucjonalizowane – instytucje publiczne uczestniczące w wydarzeniach o charakterze politycznym. Materiały wizualne tworzące wypowiedzi medialne pełniły najczęściej funkcje informacyjne, rzadziej pojawiały się fotografie ilustracyjne lub perswazyjne. Na fotografiach najczęściej prezentowano bohaterów zbiorowych, a spośród elementów symbolicznych znaczący był udział zdjęć z ukraińską symboliką narodową.

Nie potwierdziła się hipoteza związana z frekwencją wypowiedzi medialnych. Częstotliwość publikacji w pierwszych miesiącach 2022 r. oraz na przełomie 2022 i 2023 r. różniła narrację badanych portali. Redakcja wrocławskiego serwisu najwięcej tekstów opublikowała w marcu 2022 r., a w kolejnych dziesięciu miesiącach zamieszczała stałą liczbę tekstów (nieprzekraczającą pięciu miesięcznie). W N24 najwięcej tekstów z leksemem „Ukrainiec" lub „Ukrainka" występowało w ostatnich trzech miesiącach okresu badawczego, co wiąże się z uwypukleniem tematyki związanej z próbami przemytu na granicy polsko-ukraińskiej. Fałszywa okazała się również hipoteza odnosząca się do ram tematycznych. Były one bardzo zróżnicowane, za wspólną można uznać jedynie ramę odwołującą się do działalności administracyjno-organizacyjnej.

Przeprowadzone badania pozwoliły na wstępną orientację w zakresie wizerunku Ukraińców w dwóch badanych serwisach regionalnych w pierwszym roku agresji zbrojnej Rosji na Ukrainę. Zaprezentowane wyniki stanowią próbę wypełnienia wskazanej we wstępie luki badawczej, w dalszych analizach należałoby uwzględnić dwie dodatkowe perspektywy badawcze. Pierwsza z nich dotyczy wizerunku Ukraińców, druga zaś roli mediów w jego kształtowaniu. Można byłoby sprawdzić, jak inne witryny regionalne, a także media ogólnopolskie (prasa, radio, telewizja) kreują obraz Ukraińców. Badanie roli mediów regionalnych w tym obszarze należałoby rozszerzyć o próbę weryfikacji, czy w jakichś regionach przygranicznych istnieją tandemy dziennikarskie, będące w stanie zainaugurować dialog, transgraniczną współpracę, w której Polacy mogliby pełnić podobną rolę „ambasadorów" Ukrainy, jak przed trzema dekadami czynili to Niemcy w stosunku do sąsiadów zza Odry[46]. Kolejnym obszarem przyszłych badań mogłyby być wydania drukowane analizowanych tytułów – dodatkową wartość stanowiłoby porównanie zawartości ogólnoinformacyjnych portali regionalnych

[46] Zob. P. Olechowska, *W salonie międzykulturowości. „Magazyn Polsko-Niemiecki DIALOG" w latach 1987–2017*, Szczecin 2022, s. 103–112.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

oraz wydań tradycyjnych[47]. Z kolei analiza komentarzy zamieszczanych pod treściami dziennikarskimi w wybranych portalach regionalnych dałaby odpowiedź na pytanie o odbiór treści odnoszących się do Ukraińców, pozwoliłaby wskazać ewentualną zmianę narracji i wydźwięku komentarzy[48] oraz siłę oddziaływania teorii spiskowych związanych z wojną w Ukrainie, opisanych przez Adama Jankowiaka[49].

Zaprezentowane wyniki i wnioski z badań prezentują jedynie wycinek przestrzeni medialnej, pełnią rolę egzemplifikacji, która stanowić może zachętę do kontynuowania badań związanych z medialnym wizerunkiem Ukraińców oraz podjęcia próby odpowiedzi na pytanie, czy istnieją obszary, w których obraz ten byłby bardziej spójny, czy też ma on charakter zróżnicowanego regionalnie palimpsestu, w którym – jak w lustrze – widoczny jest również stosunek Polaków do Ukraińców.

Streszczenie: Agresja Rosji na Ukrainę i jej następstwa, m.in. w postaci napływu uchodźców z zaatakowanego państwa do sąsiednich krajów, uwypukliły rolę rzetelnych źródeł informacji. Celem badań było sprawdzenie, w jaki sposób tworzono medialny wizerunek Ukraińców w pierwszym roku wojny w dwóch regionalnych portalach internetowych (www.gazetawroclawska.pl oraz www.nowiny24.pl) należących do Polska Press Sp. z o.o. Jednostkami badań były treści słowne i materiały wizualne. Zestaw pytań badawczych stanowił próbę wyjaśnienia, jaka była frekwencja i dominujące źródła pochodzenia badanych jednostek, jakie występowały w nich ramy tematyczne i interpretacyjne oraz jakie funkcje w nich przeważały. Wykorzystano interdyscyplinarne metody badawcze – analizę zawartości z elementami analizy dyskursu. Uzyskane wyniki prowadzą do wniosku o zróżnicowanym medialnym wizerunku Ukraińców w badanych regionach. Tożsame były ramy interpretacyjne oraz funkcje nagłówków i fotografii, odmienne zaś ramy tematyczne i frekwencja.
Słowa kluczowe: wizerunek, Ukraińcy, media, wojna w Ukrainie.

The image of Ukrainians on the regional websites in Podkarpacie and Lower Silesia from February 2022

Abstract: Russia's aggression against Ukraine and its consequences, e.g. in the form of the influx of refugees from Ukraine to neighbouring countries, highlighted the role of reliable sources of information. The aim of the research was to check how the media image of Ukrainians was created in the first year of the war on two regional websites (www.gazetawroclawska.pl and www.nowiny24.pl) belong-

[47] Pilotażowe badanie, które przeprowadziłam, porównując zawartość portalu N24 z wydaniami drukowanymi „Nowin" w okresie 1–23 lutego 2023 r., pozwoliło stwierdzić, że liczba publikacji z leksemem „Ukrainiec" lub „Ukrainka" wyniosła 32 w wydaniach drukowanych, a 26 – w serwisie internetowym. Z 32 wypowiedzi medialnych zamieszczonych w druku 16 (50%) ukazało się też w witrynie internetowej N24.

[48] Zob. J. Scovil, *Polacy wobec wojny na Ukrainie i ukraińskich uchodźców. Komunikat z badań CBOS nr 101/2022*, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_101_22.PDF, inf. 8 VI 2023, s. 6–7.

[49] A. Jankowiak, *Teorie spiskowe na temat wojny w Ukrainie*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne" 2022, nr 4, s. 42–44.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

ing to Polska Press Sp. z o. o. The research units were verbal and visual content. A set of research questions was an attempt to answer the following questions: what was the frequency and dominant sources of origin of the surveyed units, what thematic and interpretative frameworks were present in them, and what functions were dominant in them. Interdisciplinary research methods were used – content analysis with elements of discourse analysis. The obtained results lead to the conclusion about the diverse media image of Ukrainians in the studied regions. The interpretative framework and the functions of headlines and photographs were the same, thematic framework and attendance were different.

Keywords: image, Ukrainians, media, war in Ukraine.

Bibliografia

Źródła

Badanie Mediapanel, https://pbi.org.pl/aktualnosci/

Fajge M., *Zaginęła 72-letnia Ukrainka. Kobieta może przebywać we Wrocławiu*, 1.06.2022, https://gazetawroclawska.pl/zaginela-72letnia-ukrainka-kobieta-moze-przebywac-we-wroclawiu/ar/c1-16411939

Gajdamowicz J., *Dolny Śląsk dla Ukrainy. Zbiórki darów we Wrocławiu, Legnicy, Jeleniej Górze. Polacy chcą pomóc Ukraińcom [ZDJĘCIA]*, 26.02.2022, https://gazetawroclawska.pl/dolny-slask-dla-ukrainy-zbiorki-darow-we-wroclawiu-legnicy-jeleniej-gorze-polacy-chca-pomoc-ukraincom-zdjecia/ar/c6-16070137

Gajdamowicz J., *Obradował Sejmik Województwa Dolnośląskiego. Jest pakiet wsparcia dla Ukraińców i ponad 22 mln zł na ochronę gruntów*, 25.03.2022, https://gazetawroclawska.pl/obradowal-sejmik-wojewodztwa-dolnoslaskiego-jest-pakiet-wsparcia-dla-ukraincow-i-ponad-22-mln-zl-na-ochrone-gruntow/ar/c1-16119077

Gajdamowicz J., *Skandaliczny transparent na meczu Śląska na Tarczyński Arena [ZDJĘCIA]*, 4.10.2022, https://gazetawroclawska.pl/skandaliczny-transparent-na-meczu-slaska-na-tarczynski-arena-zdjecia/ar/c2-16931035

O nas, https://polskapress.pl/o-nas

Obywatele Ukrainy w Polsce – aktualne dane migracyjne, 24.02.2023, https://www.gov.pl/web/udsc/obywatele-ukrainy-w-polsce--aktualne-dane-migracyjne

Ogólnopolskie badania czytelnictwa prasy. Prezentacja danych za okres maj 2022–kwiecień 2023, https://www.pbc.pl/czytelnictwo/

Sobol U., *Właściciel restauracji Krekucha w Rzeszowie dał pracę kobietom z Ukrainy*, 31.07.2022, https://nowiny24.pl/wlasciciel-restauracji-krekucha-w-rzeszowie-dal-prace-kobietom-z-ukrainy/ar/c1-16538065

Ziętal N., *41-letnia Ukrainka chciała wyjechać z Polski kradzionym mercedesem busem. Wpadła na granicy w Medyce*, 25.11.2022, https://nowiny24.pl/41letnia-ukrainka-chciala-wyjechac-z-polski-kradzionym-mercedesem-busem-wpadla-na-granicy-w-medyce/ar/c4-17076213

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

Piśmiennictwo

Czarnek-Wnuk P., Sygizman K., *Tematyka uchodźcza w reportażu radiowym w kontekście wojny w Ukrainie z 2022 roku*, „Roczniki Nauk Społecznych" 2022, t. 50, nr 2, DOI: https://doi.org/10.18290/rns22502.3

Demel G., *A więc wojna! Pierwsze reakcje polskich tygodników opinii na rosyjską inwazję na Ukrainę*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny" 2022, t. LXXXIV, nr 2, DOI: https://doi.org/10.14746/rpeis.2022.84.2.14.

Długosz P., *Charakterystyka badanych regionów: Małopolska, Podkarpacie, Śląsk*, [w:] *Społeczne skutki zmiany oświatowej w Polsce*, red. M. Niezgoda, Kraków 2011.

Duszczyk M., *Imigracja jako czynnik zmiany statusu i postrzegania Polski w zglobalizowanym świecie*, „Studia Socjologiczno-Polityczne. Seria Nowa" 2022, t. 16, nr 1, DOI: https://doi.org/10.26343/0585556X11603

Jankowiak A., *Teorie spiskowe na temat wojny w Ukrainie*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne" 2022, nr 4, DOI: https://doi.org/10.14746/ssp.2022.4.2

Kieraś W., Kobyliński Ł., *Korpusomat – stan obecny i przyszłość projektu*, „Język Polski" 2021, t. CI, nr 2, DOI: https://doi.org/10.31286/JP.101.2.4

Kindziuk M., *Społeczeństwo polskie wobec uchodźców ukraińskich w pierwszym miesiącu wojny Rosji z Ukrainą w tygodnikach opinii na przykładzie „Polityki" i „Gościa Niedzielnego". Komunikat z badań*, „Roczniki Nauk Społecznych" 2022, t. 50, nr 3, DOI: https://doi.org/10.18290/rns22503.8

Klóska R., *Regionalne zróżnicowanie poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego" 2012, nr 101.

Kotowska A., *Stosunki polsko-ukraińskie w polskim dyskursie prasowym (1991–2008)*, Rzeszów 2018.

Lisowska-Magdziarz M., *Analiza tekstu w dyskursie: przewodnik dla studentów*, Kraków 2006.

Lisowska-Magdziarz M., *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów: wersja 1.1*, Kraków 2004.

Lisowska-Magdziarz M., *Identyfikacja i analiza clickbaitów w informacyjnych tekstach dziennikarskich*, [w:] *Dynamika przemian w mediach*, red. A. Hess, M. Nowina Konopka, W. Świerczyńska-Głownia, Kraków–Nowy Targ 2019.

Lubicz Miszewski M., *Nowi imigranci z Ukrainy w Polsce 5 lat po „rewolucji godności" – wprowadzenie*, [w:] *Imigranci z Ukrainy w Polsce. Potrzeby i oczekiwania, reakcje społeczne, wyzwania dla bezpieczeństwa*, red. M. Lubicz Miszewski, Wrocław 2018.

Maciejewska-Mieszkowska K., *Stosunek Polaków do uchodźców w kontekście wojny w Ukrainie*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne" 2022, nr 4, DOI: https://doi.org/10.14746/ssp.2022.4.7

Michalczyk S., *Pojęcie mediatyzacji w nauce o komunikowaniu*, [w:] *Mediatyzacja kampanii politycznych*, red. M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk, Katowice 2009.

Mielcarek-Badziak M., *Wielozadaniowość dziennikarzy jako strategia uprawiania zawodu w czasach ponowoczesnych,* rozprawa doktorska, https://bip.amu.edu.pl/__data/assets/pdf_file/0021/407514/Malgorzata-Mielcarek-Badziak_praca-doktorska-z-poprawkami.pdf

Nijakowski L. M., *Znaczenie analizy dyskursu dla socjologii narodowości*, „Kultura i Społeczeństwo" 2004, t. XLVIII, nr 1.

Olechowska P., *Rola i znaczenie mediów w kształtowaniu obrazu polsko-niemieckiego pogranicza w latach 90. XX wieku (na przykładzie „Gazety Pogranicza" – dodatku do „Gazety Wyborczej")*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica" 2015, t. 28, nr 2.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 13/11/2026 19:51:16

Olechowska P., *W salonie międzykulturowości. „Magazyn Polsko-Niemiecki DIALOG" w latach 1987–2017*, Szczecin 2022.

Przybysz-Stawska M., *Problematyka wojny w Ukrainie na łamach czasopism opiniotwórczych w Polsce. Przypadek „Polityki" (luty–sierpień 2022 r.)*, „Studia Medioznawcze" 2022, t. 23, nr 4, DOI: https://doi.org/10.33077/uw.24511617.sm.2022.4.719.

Sartori G., *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*, Warszawa 2007.

Scovil J., *Polacy wobec wojny na Ukrainie i ukraińskich uchodźców. Komunikat z badań CBOS nr 101/2022*, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2022/K_101_22.PDF

Skibińska A., *Ramowanie ukraińskiej migracji do Polski w roku 2019 – studium przypadku portalu Nowiny24.pl*, [w:] *Mniejszości, emigranci i uchodźcy „stare" i „nowe" wyzwania*, red. A. Adamczyk, A. Sakson, C. Trosiak, Poznań 2022.

Skibińska A., *Ratunek dla gospodarki czy zagrożenie ze Wschodu? Ukraińcy w nagłówkach „Gazety Wrocławskiej"*, „Studia Humanistyczne AGH" 2021, t. 20, nr 4, DOI: https://doi.org/10.7494/human.2021.20.4.27

Sojka-Masztalerz H.*, Rusini czy Ukraińcy? Językowy obraz nacji ukraińskiej w prasie polskiej (1918–1939)*, Wrocław 2004.

Szylko-Kwas J., *Fotografia jako wypowiedź dziennikarska – odmiany gatunkowe*, „Studia Medioznawcze" 2019, t. 20, nr 1, DOI: https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2019.1.99

Tatar A., Pankowski R., *Zachowajmy solidarność z uchodźcami. Raport*, https://www.nigdywiecej.org/docstation/com_docstation/64/zachowajmy_solidarnosc_z_uchodzcami._raport.pdf

Troszyński M., *Ukraina i Ukraińcy w polskim dyskursie internetowym. Analiza jakościowo-ilościowa tekstów zamieszczanych w mediach społecznościowych*, [w:] *Raport. Mniejszość ukraińska i migranci z Ukrainy w Polsce. Analiza dyskursu*, red. P. Tyma, https://ukraincy.org.pl/wp-content/uploads/2020/12/02_raport_mniejszosc_ukrainska.pdf

Tymińska A., Korpal P., Sęk M., *Przyjdą i zabiorą: antyukraińska mowa nienawiści na polskim Twitterze*, https://hfhr.pl/upload/2023/04/przyjda-i-zabiora-raport-o-antyukrainskiej-mowie-nienawisci.pdf

Wojdat M., Cywiński P., *Miejska gościnność: wielki wzrost, wyzwania i szanse. Raport o uchodźcach z Ukrainy w największych polskich miastach*, kwiecień 2022, https://metropolie.pl/fileadmin/news/2022/10/UMP_raport_Ukraina_20220429_final.pdf

Wójtowicz A., *Zróżnicowanie rozwoju regionalnego w Polsce,* „Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego w Zielonej Górze" 2016, nr 4.

Zawadzka-Paluektau N., *Ukrainian refugees in Polish press*, „Discourse and Communication" 2022, vol. 17, No 1, DOI: https://doi.org/10.1177/17504813221111636