

► **Anna Skibińska** – absolwentka Kolegium Międzyobszarowych Studiów Indywidualnych na Uniwersytecie Wrocławskim, obecnie doktorantka w Kolegium Doktorskim Wydziału Filologicznego na Uniwersytecie Wrocławskim. Laureatka XLIV Ogólnopolskiej Olimpiady Literatury i Języka Polskiego, publikowała m.in. w kwartalniku „Com.press” oraz w serii wydawniczej Komisji Nauk Filologicznych Oddziału PAN we Wrocławiu.

► **ORCID iD:** 0000-0002-6097-2122

Ukraińcy w prasie regionalnej Dolnego Śląska

Anna Skibińska

anjaskibinska@wp.pl

UNIWERSYTET WROCŁAWSKI

ABSTRAKT

Celem niniejszego opracowania (bazującego na wynikach pracy magisterskiej mojego autorstwa) było sprawdzenie, w jaki sposób dwa regionalne portale cieszące się największą popularnością na Dolnym Śląsku („Gazeta Wrocławska” i „Gazeta Wyborcza Wrocław”) ukazują Ukraińców, którzy w dużej liczbie przybywają do tego regionu. Analizie poddano wypowiedzi prasowe oznaczone tagiem „Ukrainiec”, które pojawiają się na wspomnianych portalach. Omawiane artykuły podzielono na kilka podstawowych kategorii tematycznych oraz zakwalifikowano do kluczowych toposów. Obliczyłam też średnią liczbę słów przypadającą na jeden artykuł i stosunek tekstów budujących pozytywny wizerunek Ukraińców do tych, które tworzą ich wizerunek negatywny. Jako metodologia wykorzystana została analiza zawartości, zaś materiał badawczy objął wszystkie teksty dziennikarskie opublikowane na obu portalach pod tagiem „Ukrainiec” w latach 2006–2018. Wyniki badań potwierdziły różnice w wizerunkach imigrantów propagowanych przez oba portale. Teksty dziennikarzy „GW Wrocław” oceniono zasadniczo jako bardziej stonowane, nierzadko wzbogacane o eksperckie komentarze. Ich nagłówki nie miały na ogół charakteru tabloidowego. Podsumowując, okazało się, że w świetle dwustu dwóch artykułów zakwalifikowanych do korpusu badawczego obraz Ukraińców, jaki wyłania się z mediów regionalnych, jest co do zasady pozytywny, choć oba portale różni dominująca narracja.

SŁOWA KLUCZOWE: UKRAIŃCY, WIZERUNEK, MEDIALNY OBRAZ ŚWIATA, JĘZYKOWY OBRAZ ŚWIATA, ANALIZA ZAWARTOŚCI

ABSTRACT**Ukrainians in the regional press of Lower Silesia**

The purpose of this study (based on the results of my master's thesis) was to check how two regional portals that are most popular in Lower Silesia ("Gazeta Wrocławska" and "Gazeta Wyborcza Wrocław") show Ukrainians who come to this region in large numbers. It was analyzed what press releases related to this topic appear on the aforementioned portals. The discussed articles were divided into several basic thematic categories and qualified to key topics. The author also calculated the average number of words per article and the ratio of texts building a positive image of Ukrainians to those that create their negative image. Content analysis was used as the methodology, and the research material covered all journalistic texts published on both portals under the tag 'Ukrainian' in the years 2006–2018. The research results confirmed the differences in the images of immigrants propagated by both portals. The texts of journalists "GW Wrocław" were generally assessed as more subdued, often enriched with expert comments. Their headlines were generally not tabloid. To sum up, it turned out that in light of 202 articles qualified for the research corpus, the picture of Ukrainians emerging from regional media is, in principle, positive, although the two portals differ in their dominant narrative.

KEYWORDS: UKRAINIANS, IMAGE, MEDIA IMAGE OF THE WORLD, LANGUAGE IMAGE OF THE WORLD, CONTENT ANALYSIS

WPROWADZENIE

Wizerunek konkretnego narodu stanowi sumę wiedzy oraz emocji, które się z nim wiążą (Fomina, Konieczna-Sałamatin, Kucharczyk, Wenerski 2013, s. 15). Współcześnie na nasze wyobrażenia silnie wpływają media. Wiele doświadczeń przeżywamy w sposób zapośredniczony, a szum informacyjny przyczynia się do tego, iż zadowalamy się selekcją wiadomości dokonywaną przez medialne algorytmy. Badanie medialnego wizerunku konkretnej nacji może zatem pomóc w lepszym zrozumieniu tzw. narodowych charakterów zarówno przysłowiowych „obcych”, jak i nas samych.

Celem artykułu jest zbadanie, w jaki sposób regionalna prasa codzienna na Dolnym Śląsku na swoich internetowych portalach ukazuje Ukraińców, którzy w dużej liczbie przybywają do tego regionu. Analizie poddamy wypowiedzi prasowe związane z tą tematyką, które pojawiają się na dwóch wybranych portalach. Omawiane artykuły podzielimy na kilka podstawowych kategorii tematycznych oraz zakwalifikujemy do kluczowych toposów. Obliczona zostanie średnia liczba słów przypadająca na jeden artykuł i stosunek tekstów budujących pozytywny wizerunek Ukraińców do tych, które tworzą ich wizerunek negatywny.

METODOLOGIA

Na wstępie przytoczmy listę siedmiu kryteriów, które według K.A. Neuendorf spełniać winna metoda naukowa, jaką jest analiza zawartości (AZ). Wspomniane elementy to: obiektywizm-intersubiektywizm, apriorycznie stworzone narzędzie, rzetelność, wiarygodność, możliwość generalizacji, testowanie hipotez, powtarzalność (Neuendorf 2002; podaję za: Gackowski, Łączyński 2009, s. 22). T. Gackowski i M. Łączyński dodają do tego jeszcze: systematyczność, ilościowość oraz jawność, co znajduje odzwierciedlenie w definicji sformułowanej w 1952 r. przez B. Berelsona w dziele *Content Analysis in Communication Research*. Spośród polskich badaczy warto zacytować W. Pisarka, którego definicja brzmi następująco: „Analiza zawartości jest zespołem różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającego na możliwie obiektywnym (w praktyce zwykle: intersubiektywnie zgodnym) wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych, elementów i na głównie porównawczym wnioskowaniu, a zamierzającego przez poznanie zawartości przekazów do poznania innych elementów i uwarunkowań procesu komunikacyjnego” (1983, s. 45).

Jako metoda twórcza AZ opiera się na kreatywności oraz zdolnościach poznawczo-analitycznych badacza, który powinien przede wszystkim skonstruować prawidłowy klucz kategoryzacyjny. Ów klucz definiujemy za M. Lisowską-Magdziarz jako: „system kategorii, konieczny do dokonania AZ” (2004, s. 55). Pozwala on na odnotowanie powtarzalności motywów, objętości opisu oraz frekwencyjności pewnych wyrażen. Przyjęty przeze mnie klucz kategoryzacyjny powstał jako klucz indukcyjny po wstępnej lekturze materiału badawczego. Sformułowane pytania badawcze brzmią następująco:

1. Czy i ewentualnie od kiedy dostrzec można wzrost liczby artykułów dotyczących Ukraińców, sygnalizujący większe zainteresowanie tą tematyką?
2. Jaka jest średnia długość analizowanych artykułów w poszczególnych okresach?
3. Czy Ukraińcy waloryzowani są pozytywnie, neutralnie, czy negatywnie?¹

¹ Waloryzacja opierać się będzie na subiektywnym odczuciu czytelnika, bazującym na występowaniu charakterystycznych zwrotów, ocen i stereotypów.

4. Czy i ewentualnie jak często podaje się informacje na temat instytucji ukraińskich działających w Polsce?
5. Jaka tematyka dominuje w poszczególnych latach?
6. Jak przebiegała ewolucja medialnego wizerunku Ukraińców w analizowanym okresie?

Cezury początkowa i końcowa rozważanego materiału badawczego wiążą się z zawartością internetowych archiwów obu redakcji. Dyskurs dotyczący społeczności ukraińskiej przybyłej do stolicy Dolnego Śląska miał swój początek w 2006 roku. Do takiej daty sięgają bowiem wirtualne archiwa. Częstość ukazywania się artykułów z tej tematyki (odnalezionych pod tagiem „Ukraińcy”)² na portalach „Gazety Wyborczej Wrocław” oraz „Gazety Wrocławskiej” wzrastała w kolejnych latach wraz z migracją Ukraińców. Co więcej, wydaje się, że tendencja ta nie zmieni się w najbliższym czasie, niemniej ze względu na proces redakcyjny oraz czas konieczny dla zanalizowania uzyskanych wyników monitoring zakończono 31 grudnia 2018 roku. Przedział czasowy badania obejmie więc lata 2006–2018, a okres ten podzielono dodatkowo na cztery krótsze etapy: lata 2006–2015, rok 2016, 2017 i 2018.

Aby odpowiedzieć na wskazane wyżej pytania badawcze, przeprowadzimy analizę dwustu dwóch wypowiedzi prasowych (stu trzydziestu trzech pochodzących z portalu „Gazety Wrocławskiej” oraz sześćdziesięciu dziewięciu opublikowanych na portalu „Gazety Wyborczej Wrocław”) z pominięciem elementów wizualnych oraz komentarzy czytelników³. Witryny wybrano ze względu na ich dostępność oraz szeroki zasięg oddziaływania, jak również popularność i stosunkowo wysokie wskaźniki czytelnictwa wśród mieszkańców Wrocławia⁴. Chociaż aktualnie coraz donioślejszą rolę odgrywają tzw. nowe nowe media, to jednak internetowe portale obu gazet w całym rozważanym okresie stanowiły podstawowe źródło informacji regionalnych, wpływając tym samym na kształt dyskursu. Metodę badań w postaci analizy zawartości wybrano ze względu

² Zastosowano metodę elektronicznego wyszukiwania artykułów zawierających kluczowe hasło w komputerowych bazach danych, po czym przeprowadzono kontrolną selekcję materiałów.

³ Jest to spowodowane ograniczeniami czasowymi oraz umiarkowanymi mocami przerobowymi, jak również celem artykułu, związanym z chęcią zbadania wizerunku Ukraińców kształtowanego przez instytucjonalnych nadawców medialnych.

⁴ Por. uchwałę nr 59/2007 Zarządu ZKDP z dnia 21.11.2007 r. Pobrane z: <https://www.zkdp.pl/images/komunikat2006.pdf>; uchwałę nr 32/2017 Zarządu ZKDP z dnia 23.11.2017 r. Pobrane z: https://www.zkdp.pl/images/Komunikat_2016.pdf; <http://www.gazetawroclawska.pl/wiadomosci/a/rekordowy-miesiac-portalugazetawroclawskapl,13258527/> (28.06.2018).

na sformułowane wyżej pytania badawcze oraz chęć dowiedzenia się, w jaki sposób regionalne portale kształtują obraz Ukraińców. Jako jednostkę naukową przyjęto całą wypowiedź prasową (jeden tekst dziennikarski) i jego „sens globalny” (por. Piekot, 2006). Niżej przedstawiam otrzymane wyniki, uzupełnione o krótkie komentarze oraz eksplikację danych.

ANALIZA ARTYKUŁÓW W „GAZECIE WROCŁAWSKIEJ”

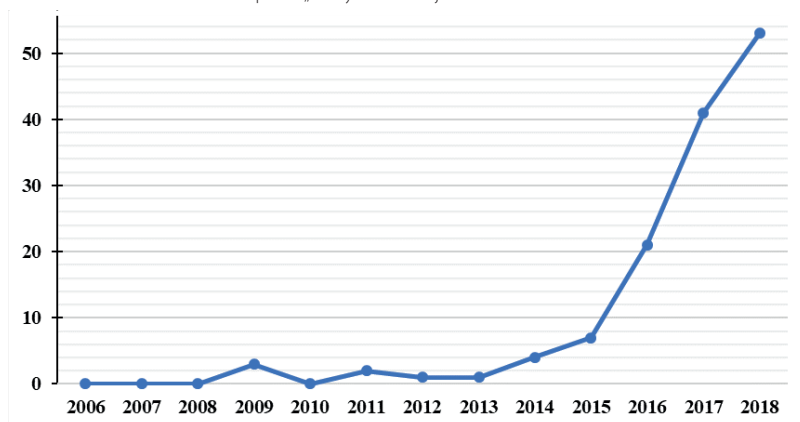
Jak wskazuje I. Tetelowska, „analiza zawartości prasy ma na celu ukazać nie obiektywnie istniejącego stanu rzeczy – kierunku zainteresowań pisma i ujawniającego się w nim celu redakcji, opisanie rodzaju stosowanych środków oraz sposobu posługiwania się nimi” (1972, s. 101). „Gazeta Wrocławska” nie formułuje *expressis verbis* tzw. linii programowej redakcji, nie czyni tego również Polska Press Grupa – wydawca tego dziennika. W związku z powyższym w oparciu o analizę publikowanych artykułów można jedynie wskazać na przejawy tabloidyzacji tego medium, dostrzegalne m.in. w dominacji wątków sensacyjnych oraz krótkich formach wypowiedzi.

LICZBA ARTYKUŁÓW

W latach 2006–2018 na portalu „Gazety Wrocławskiej” pod hasłem „Ukraińcy” opublikowano sto trzydzieści trzy artykuły. O zmieniającej się doniosłości rozważanej tematyki świadczy fakt, iż pierwsze wzmianki dotyczące Ukraińców pojawiły się na portalu dopiero w 2009 roku, a w ciągu kolejnych sześciu lat zamieszczono w sumie ledwie osiemnaście tekstów o ukraińskiej tematyce. Stopniowy wzrost zainteresowania tą problematyką odnotowujemy od roku 2016. Wówczas ukazało się dwadzieścia jeden artykułów, rok później było ich już czterdzieści jeden, a w roku 2018 – pięćdziesiąt trzy.

Obserwując aktualny trend, można przypuszczać, iż w najbliższych latach nastąpi dalszy wzrost zainteresowania tą materią, a niewykluczone, że powstanie nawet odrębny dział dotyczący – coraz ważniejszych dla regionu – zagadnień migracyjnych.

Rysunek 1. Liczba artykułów dotyczących Ukraińców opublikowanych na portalu „Gazety Wrocławskiej” w latach 2006–2018.

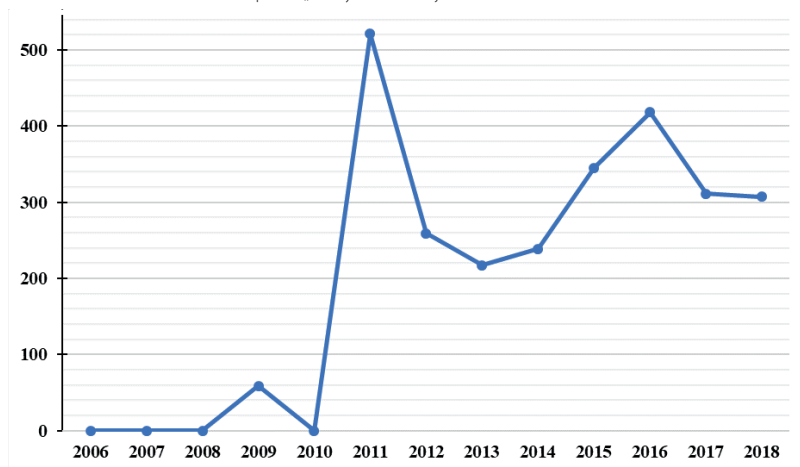


Źródło: opracowanie własne

ŚREDNIA DŁUGOŚĆ ARTYKUŁÓW

Teksty dotyczące Ukraińców publikowane na portalu „Gazety Wrocławskiej” były stosunkowo krótkie. Liczyły one przeciętnie 297 słów, a ich długość w ostatnich trzynastu latach podlegała jedynie drobnym wahaniom. W latach 2009–2015 średnia długość artykułów o tematyce ukraińskiej wynosiła 273 słowa, w roku 2016 średnia niemal się podwoiła, a w kolejnym roku nieznacznie spadła – wyniosła 311, zaś w roku 2018 – 307 słów.

Rysunek 2. Średnia długość artykułów dotyczących Ukraińców opublikowanych na portalu „Gazety Wrocławskiej” w latach 2006–2018.



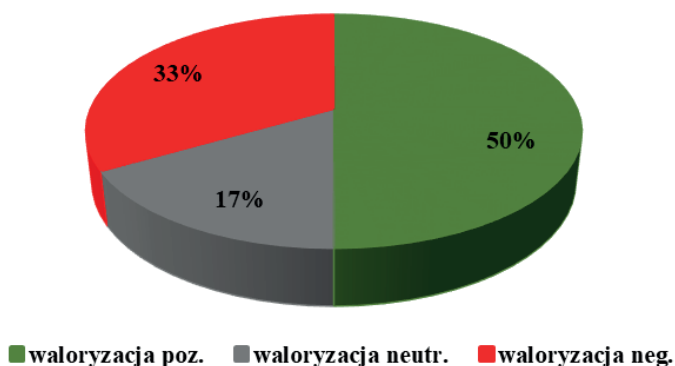
Źródło: opracowanie własne

Widać zatem wyraźnie, że na portalu „Gazety Wrocławskiej” przeważały lakoniczne teksty, które rzadko pogłębiały podejmowane zagadnienia. Były to przede wszystkim publikacje o charakterze informacyjnym.

WALORYZACJA UKRAIŃCÓW

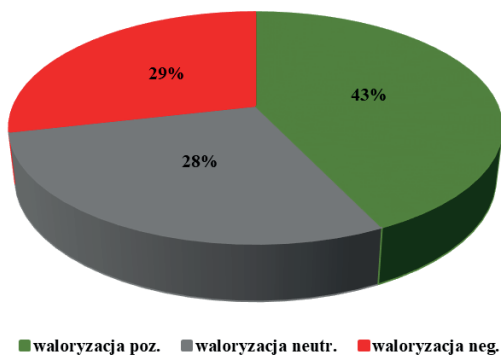
Po przeanalizowaniu stu trzydziestu trzech artykułów opublikowanych na portalu „Gazety Wrocławskiej” dostrzec można znaczne zróżnicowanie wartościowania Ukraińców. O ile w latach 2006–2015 teksty z waloryzacją pozytywną stanowiły 50% wszystkich monitorowanych wypowiedzi, o tyle w kolejnych latach proporcje te ulegały sukcesywnym zmianom.

Rysunek 3. Waloryzacja Ukraińców w „Gazecie Wrocławskiej” w latach 2006–2015.



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 4. Waloryzacja Ukraińców w „Gazecie Wrocławskiej” w 2016 roku.

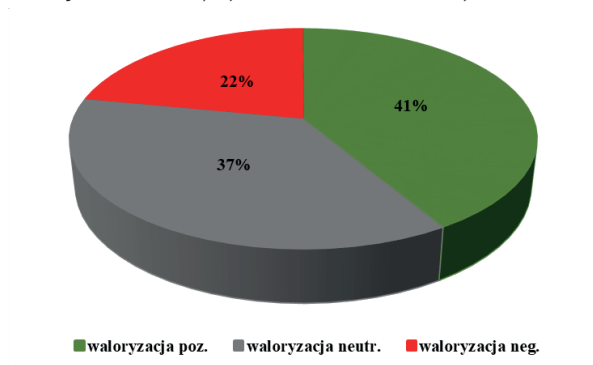


Źródło: opracowanie własne

W roku 2016 43% tekstów miało proukraiński wydźwięk. Rok później było to 41%, a w roku 2018 – 30%. Warto przy tym zwrócić uwagę na fakt,

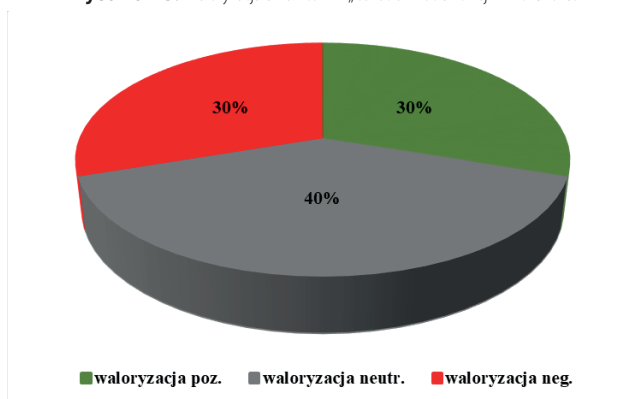
iż począwszy od roku 2006, systematycznie zmniejszał się udział tekstów z waloryzacją negatywną, a równolegle pojawiało się więcej neutralnych artykułów. Tendencja ta przerwana została w 2018 roku, kiedy udział tekstów antyukraińskich wyniósł 30% (co oznacza wzrost o 8 p.p. w stosunku rocznym). Natomiast odsetek tekstów neutralnych wciąż rośnie i w roku 2018 wynosił 40%.

Rysunek 5. Waloryzacja Ukraińców w „Gazecie Wrocławskiej” w 2017 roku.



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 6. Waloryzacja Ukraińców w „Gazecie Wrocławskiej” w 2018 roku.



Źródło: opracowanie własne

Co istotne, badając wydźwięk artykułów, przyjęto, iż pozytywna waloryzacja łączy się z podkreśleniem dodatnich cech migrantów z Ukrainy, takich jak: pracowitość, gotowość do poświęceń i chęć pokojowego współistnienia w ramach lokalnej społeczności. Do negatywnej waloryzacji zaliczano natomiast takie publikacje, w których autor wykorzystywał (lub sugerował) określenia negatywne (m.in. agresję, nieuczciwość,

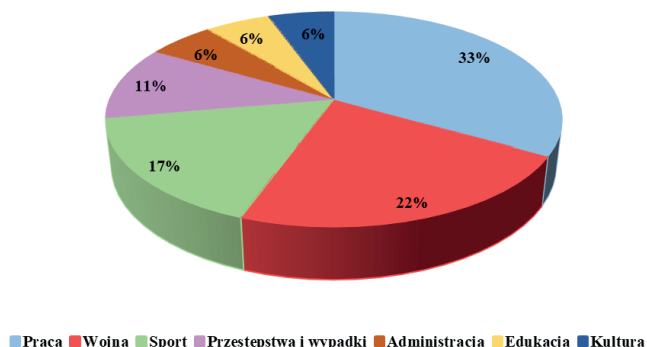
nadużywanie alkoholu) bądź łączył postać Ukraińca z negatywnym zjawiskiem (np. z przestępstwem lub wypadkiem)⁵.

Publikacje zakwalifikowane jako neutralne często obfitowały w dane liczbowe, pochodzące przede wszystkim ze statystyk: Urzędu Miasta Wrocławia, Powiatowego Urzędu Pracy lub Straży Granicznej. Zestawianie rozmaitych wskaźników miało na celu, jak się wydaje, zobiektywizowanie całego tekstu i podkreślenie kompetencji autora.

TOPOSY I KATEGORIE TEMATYCZNE

Dla uporządkowania obszernego materiału badawczego teksty podzielono na kilka kategorii, jako kryterium przyjmując temat dominujący w danej publikacji. Na tej podstawie wyszczególniono osiem kategorii tematycznych, do których zaliczono: pracę, przestępstwa i wypadki, kwestie administracyjne, edukację, kulturę, sport, politykę oraz zagadnienia związane z konfliktem zbrojnym na Ukrainie (wojna).

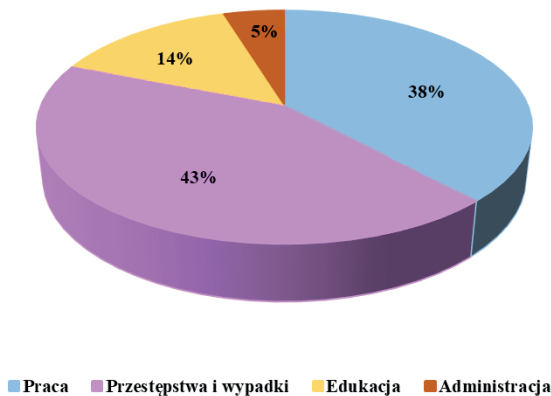
Rysunek 7. Udział procentowy kategorii tematycznych w „Gazecie Wrocławskiej” w latach 2006–2015.



Źródło: opracowanie własne

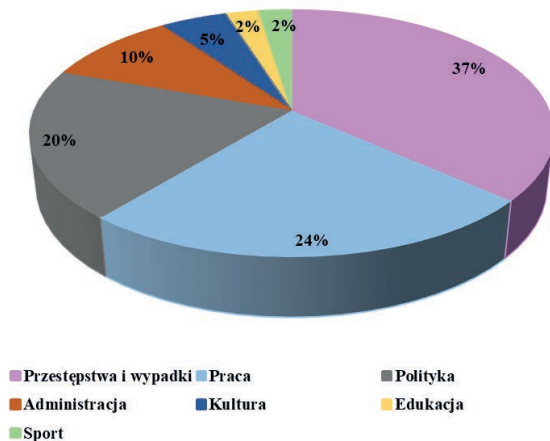
Zagadnieniem, któremu „Gazeta Wrocławska” poświęciła najwięcej uwagi w latach 2006–2018, były kwestie związane z przestępstwami i wypadkami oraz z pracą. W pierwszym okresie tematyka pracownicza stanowiła 33% wszystkich poruszanych zagadnień związanych z migrantami ze wschodu, a przestępstwa i wypadki 11% – ustępując zarówno tematyce wojennej – związanej z konfliktem zbrojnym toczącym się na wschodzie Ukrainy (22%), jak i sportowej (17%), łączącej się zwłaszcza z Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej, organizowanymi w 2012 roku w Polsce i na Ukrainie.

⁵ Pod warunkiem oczywiście, że obywatel Ukrainy nie był danego przestępstwa lub wypadku niewinną ofiarą.

Rysunek 8. Udział procentowy kategorii tematycznych w „Gazecie Wrocławskiej” w 2016 roku.

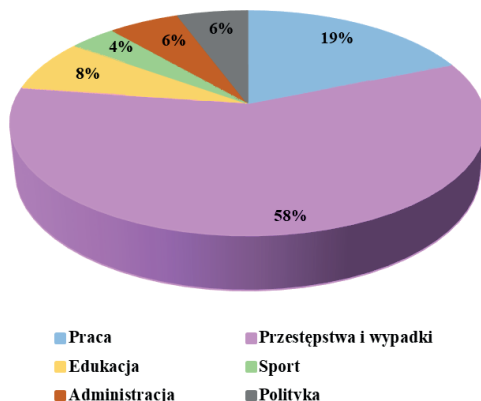
Źródło: opracowanie własne

W roku 2016 dużą popularnością cieszyła się ponownie pracownicza tematyka (38%), ale na czele znalazły się przestępstwa i wypadki (43%). Drugorzędne okazały się zaś: edukacja (14%) i kwestie administracyjne (5%).

Rysunek 9. Udział procentowy kategorii tematycznych w „Gazecie Wrocławskiej” w 2017 roku.

Źródło: opracowanie własne

W kolejnym roku dostrzec można nieco większe zróżnicowanie w obrębie poruszanych tematów. W „Gazecie Wrocławskiej” po raz pierwszy pojawiły się wówczas wątki polityczne (20%), przestępstwa i wypadki stanowiły 37% wypowiedzi, a materia pracownicza – 24%. W roku 2018 ponad połowa tekstów (58%) dotyczyła zagadnień związanych z przestępstwami oraz wypadkami. Pozostałe wzmiankowane przez gazetę tematy obejmowały natomiast: pracę (19%), edukację (8%), politykę (6%), sport (4%) oraz administrację (6%).

Rysunek 10. Udział procentowy kategorii tematycznych w „Gazecie Wrocławskiej” w 2018 roku.

Źródło: opracowanie własne

W związku z powyższym nie dziwi fakt, iż najpopularniejszym toposem wymienionym przez A. Grzymałę-Kazłowską⁶, jaki odnajdujemy na łamach „Gazety Wrocławskiej”, jest topos Ukraińców sprawców i ofiar przestępstw. Rzadziej dostrzegamy natomiast topos korzyści ekonomicznych i rozwoju gospodarczego wzmaganych przez migrację oraz „robotnych białych niewolników”.

INSTYTUCJE UKRAIŃSKIE DZIAŁAJĄCE W POLSCE

Na portalu „Gazety Wrocławskiej” tylko w latach 2009, 2016, 2017 i 2018 nadmieniono o jakichkolwiek instytucjach ukraińskich działających w Polsce. W sumie wyszczególniono siedem organizacji: Związek Ukraińców w Polsce, Międzyzakładowy Związek Zawodowy Pracowników Ukraińskich w Polsce, Fundacja „Z nami przyszłość”, Work Service Ukraine, Stowarzyszenie „Wschód-Zachód”, Fundacja Ukraina oraz Konsulat Honorowy Ukrainy we Wrocławiu. „Gazeta Wrocławska” nie próbowała zaznajamiać czytelników ani z wykazem zadań, jakimi zajmują się dane instytucje, ani nie zaprezentowała sylwetek osób z ich kierownictwa. Do 2015 roku bardzo rzadko (ledwie dwukrotnie) o wyrażenie opinii w danej sprawie poproszono zaangażowanych w nią Ukraińców. Ich głos stał się donioślejszy tylko w 2016 roku. Wtedy poglądy przybyszów ze wschodu poznać mogliśmy średnio w co trzecim tekście (38% publikacji). Rok później wskaźnik ten wyniósł 24%, a w roku 2018 spadł do 8%.

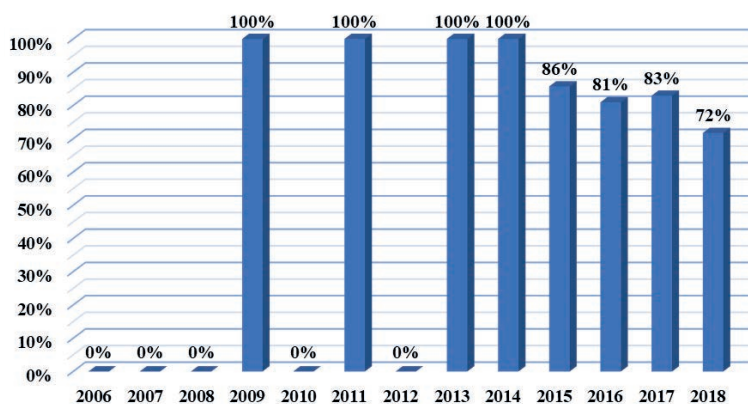
⁶ Topos, za A. Grzymałę-Kazłowską definiuję jako: „powtarzające się charakterystyczne, konwencjonalne motywy, schematy retoryczne i utarte sady”.

Oba przedstawione wyżej parametry potwierdzają jedynie pobieżne zainteresowanie redakcji migracyjną tematyką. Wszakże, nie pytając o zdanie bohaterów opisywanych wydarzeń, rzadko kiedy możemy w pełni odtworzyć ich wielowymiarowy przebieg. Co więcej, odbieranie Ukraińcom prawa głosu pozbawia ich jednocześnie podmiotowości oraz uniemożliwia głośniejsze artykułowanie próśb czy postulatów.

SPECYFIKA TYTUŁÓW

Wywieranie wpływu na odbiorcę może przebiegać na wiele sposobów, ale jednym z podstawowych celów redakcji jest skłonienie potencjalnego czytelnika do sięgnięcia po dany tekst. Stąd tytuł stanowi kluczowe narzędzie służące zwróceniu uwagi na opisywane zagadnienie.

Rysunek 11. Udział procentowy tytułów ze słowem „Ukraińiec” w „Gazecie Wrocławskiej” w latach 2006–2018.



Źródło: opracowanie własne

W całym analizowanym okresie w 78% artykułów⁷ „Gazeta Wrocławska” już w tytule informowała o tym, że bohaterem tekstu jest obywatel Ukrainy. Tego typu sformułowania miały często charakter stereotypowy bądź sensacyjny. W latach 2006–2015 takie wzmianki pojawiły się w 89% publikacji, w roku 2016 odsetek ten zmniejszył się do 81%, rok później wyniósł 83%, a w roku 2018 – 72%.

Dla ilustracji warto przytoczyć m.in. następujące nowin-karskie nagłówki: *Zabójstwo na Nowym Dworze. Naśmiewał się z Ukraińca, ten zabił go młotkiem* (Głowicka 7.07.2013, <http://www.gazeta-wroclawska.pl/artykul/937943,zabojstwo-na-nowym-dworze-nasmiewal-sie-z-ukrainca-ten-zabil-go-mlotkiem,id,t.html>; 20.10.2017), *Porwali Ukraińca, pocięli mu uszy i rozebrali do naga* (Moczulska 1.05.2016, <http://>

⁷ To jest w stu czterech ze stu trzydziestu trzech monitorowanych tekstów.

www.gazetawroclawska.pl/wiadomosci/a/porwali-ukrainca-pocieli-mu-u-szy-i-rozebrali-do-naga,9943482/; 20.10.2017).

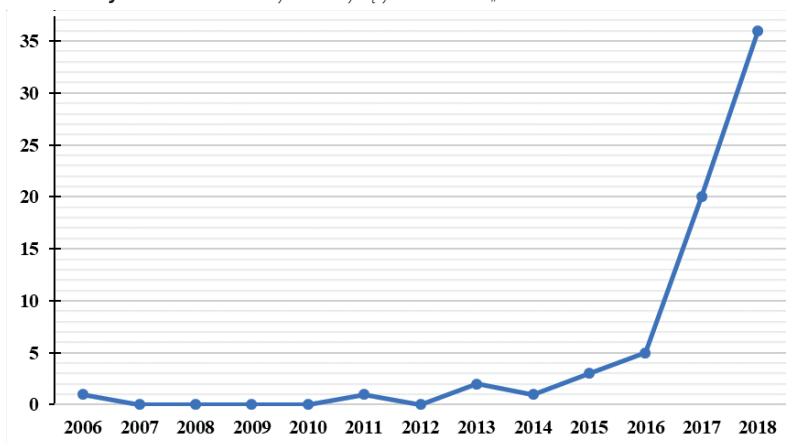
Jako przykłady tytułów o wyraźnie krytycznej wymowie, odwołującej się do stereotypu Ukraińca-brawurowego kierowcy wsiadającego do samochodu po spożyciu alkoholu, wskazać można m.in.: *Pijany Ukrainiec zabił dwie nastolatki w wypadku. Rusza proces* (Niemczyk 3.07.2017, <http://www.gazetawroclawska.pl/aktualnosci/a/pijany-ukrainiec-zabil-dwie-nastolatki-w-wypadku-rusza-proces,12237174/>; 20.10.2017) oraz *Ukrainiec z 3 promilami kierował tirem. Zdradził go slalom* (MAL 19.10.2017, <http://www.gazetawroclawska.pl/dolny-slask/a/ukrainiec-z-3-promilami-kierowal-tirem-zdradzil-go-slalom,12595824/>; 23.06.2018).

ANALIZA ARTYKUŁÓW W „GAZECIE WYBORCZEJ WROCŁAW”

„Gazeta Wyborcza” (GW) założona została w roku 1989 przez A. Michnika. Powstała na podstawie uzgodnień Okrągłego Stołu jako organ prasowy Komitetu Obywatelskiego „Solidarność”. Po zerwaniu współpracy przez związek kontynuowała działalność jako niezależny dziennik. Profil redakcji określić można jako centro-liberalny. Internetowa treść GW jest co do zasady płatna od 4 lutego 2014 roku, zaś liczba cyfrowych prenumerat wyniosła na koniec 2017 roku 133 tys. (Szaniewski 8.03.2018, http://wyborcza.pl/7,75968,23114879,gazeta-wyborcza-ma-juz-133-tys-cyfrowych-prenumeratow.html?utm_source=facebook.com&utm_medium=SM&utm_campaign=FB_Gazeta_Wyborcza; dostęp: 17.08.2018).

LICZBA ARTYKUŁÓW

W latach 2006–2018 na portalu „GW Wrocław” opublikowano łącznie sześćdziesiąt dziewięć artykułów dotyczących rozważanej tematyki. Pierwszy tekst ukazał się w 2006 roku, kiedy M. Kokot opisał kampanię promującą wrocławskie uczelnie w dziewięciu ukraińskich miastach (Kokot 1.10.2006, <http://wyborcza.pl/1,157230,3656344.html>; 20.10.2017), jednak następny artykuł pojawił się dopiero w 2011 roku za sprawą spotkania ówczesnych prezydentów Polski, Niemiec i Ukrainy (Wysocki 15.11.2011, http://wyborcza.pl/1,75248,10644652,Polak_Niemiec_i_Ukrainiec_prezydenci_we_Wroclawiu.html; 20.10.2017).

Rysunek 12. Liczba artykułów dotyczących Ukraińców w „GW Wrocław” w latach 2006–2018.

Źródło: opracowanie własne

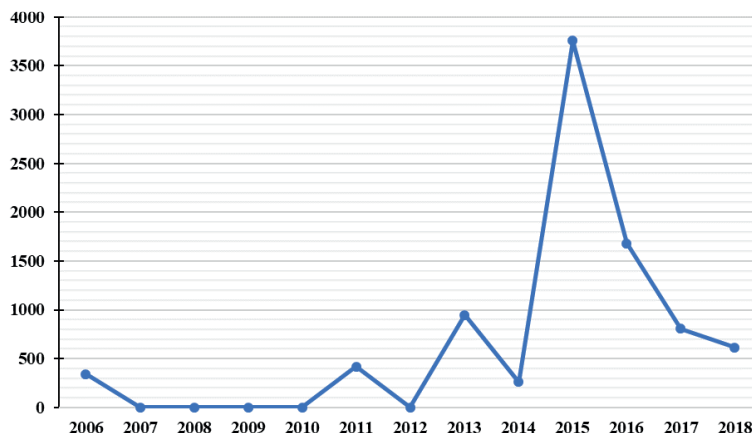
Konkludując, można stwierdzić, że choć regionalna redakcja „Gazety Wyborczej” dość wcześnie zainicjowała na swoich łamach wątki ukraińskie, to jednak do grudnia 2016 roku opublikowała ledwie trzynaście tekstów dotyczących omawianego zagadnienia. Wyrazny wzrost zainteresowania rozważaną tematyką nastąpił dopiero w roku 2017 – ukazało się wtedy dwadzieścia tekstów dotyczących Ukraińców, zaś rok później było ich już trzydzieści sześć.

ŚREDNIA DŁUGOŚĆ ARTYKUŁÓW

Na popularnych portalach internetowych ukazują się zwykle teksty stosunkowo krótkie. Jako przyczynę tego zjawiska wskazać można m.in.: dążenie do szybkiego przekazania newsów i silną konkurencję na rynku mediów. Regionalny portal „Gazety Wyborczej” nie do końca poddaje się temu „dyktatowi sensacyjności” – być może wiąże się z tym fakt, że za pełny dostęp do tych treści czytelnik musi zapłacić. Stąd ma on prawo oczekiwać od redakcji tekstów pogłębiających daną problematykę, przewagi publicystyki i komentarzy nad prostą informacją.

W latach 2006–2015 średnia długość monitorowanych artykułów wynosiła 1144 słowa, do czego przyczynił się jeden wyjątkowo długi artykuł, który nosił tytuł: *7 dni na taśmie w Amazonie* (Kijanek 21.12.2015, <http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/1,142076,19367450,7-dni-na-tasmie-w-amazonie.html>; 20.10.2017) i w swej wymowie zbliżał się do reportażu. W roku 2016 średnia wyniosła 1679 słowa, zaś wyraźną redukcję objętości tekstów mogliśmy zaobserwować w ciągu ostatnich dwóch lat – w 2018 roku przeciętna liczba słów spadła do 616.

Rysunek 13. Średnia długość artykułów dotyczących Ukraińców opublikowanych na portalu „Gazety Wyborczej Wrocław” w latach 2006–2018.

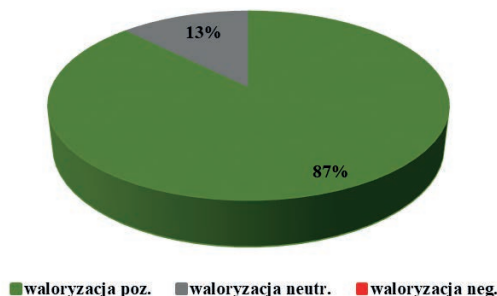


Źródło: opracowanie własne

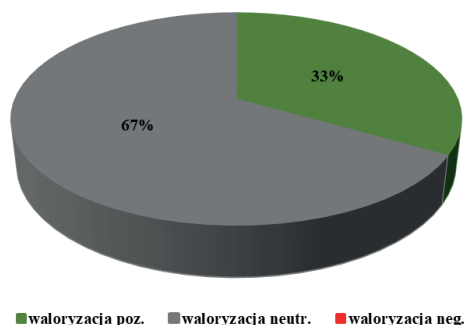
WALORYZACJA UKRAIŃCÓW

Spośród sześćdziesięciu dziewięciu tekstów, które poddano badaniu, 52% zakwalifikowano do tworzących pozytywny wizerunek Ukraińców, zaś pozostałe 48% – do nacechowanych neutralnie. Jak widać, w żadnym z analizowanych okresów nie natrafiono w „GW Wrocław” na tekst, który cechowałby się antyukraińskim wydźwiękiem. Także język artykułów uznać należy za wyważony.

Rysunek 14. Waloryzacja Ukraińców w „GW Wrocław” w latach 2006–2015.



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 15. Waloryzacja Ukraińców w „GW Wrocław” w 2018 roku.

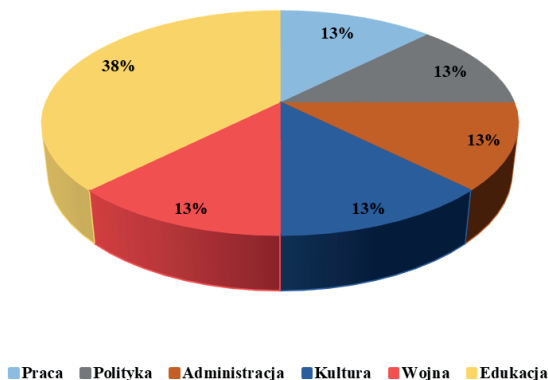
Źródło: opracowanie własne

Chociaż w latach 2006–2015 teksty neutralne stanowiły ledwie 13% wszystkich wypowiedzi, to w roku 2016 było ich już 20%, w roku 2017 – 35%, zaś w 2018 – 67%. Wprost proporcjonalnie zmniejszał się odsetek treści proukraińskich – z 88% w latach 2006–2015 do 33% w roku 2018.

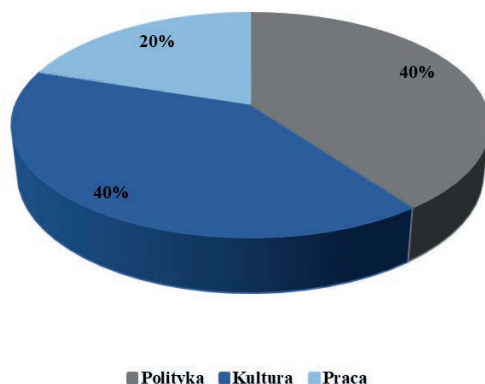
Analiza sądów oceniających pomaga ustalić stanowisko, jakie dana redakcja zajmuje w kwestii migrantów ze wschodu. Toteż o ile w początkowym okresie można je uznać za bezkrytyczne, radosne oczekiwanie na przybyszów zza Bugu, o tyle wraz z pojawianiem się coraz większej liczby Ukraińców na terenie Dolnego Śląska następowała stopniowa transformacja tej postawy w kierunku bardziej umiarkowanej, choć wciąż otwartej.

TOPOSY I POPULARNE KATEGORIE TEMATYCZNE

Przyjęty tutaj podział tekstów na kategorie tematyczne wiąże się ściśle ze specyfiką zadań, jakie Ukraińcy wykonują we Wrocławiu. Uczniowie, studenci, pracownicy fizyczni, pracownicy umysłowi, przedsiębiorcy – to główne grupy, jakie opisują regionalne portale, a jednocześnie dominujące grupy obywateli Ukrainy, którzy przybyli ostatnio do Wrocławia.

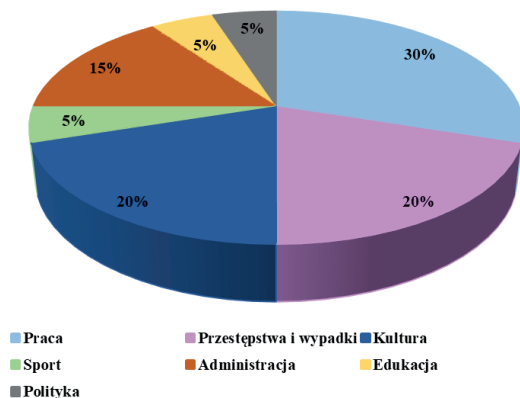
Rysunek 16. Udział procentowy kategorii tematycznych w „GW Wrocław” w latach 2006–2015.*Źródło: opracowanie własne*

Materiał, która najbardziej zainteresowała dziennik w latach 2006–2015, była edukacja (38%). Bez większego echa przeszła natomiast kwestia Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, zorganizowanych w 2012 roku w Polsce i na Ukrainie czy aneksja Krymu w 2014 roku⁸.

Rysunek 17. Udział procentowy kategorii tematycznych w „GW Wrocław” w 2016 roku.*Źródło: opracowanie własne*

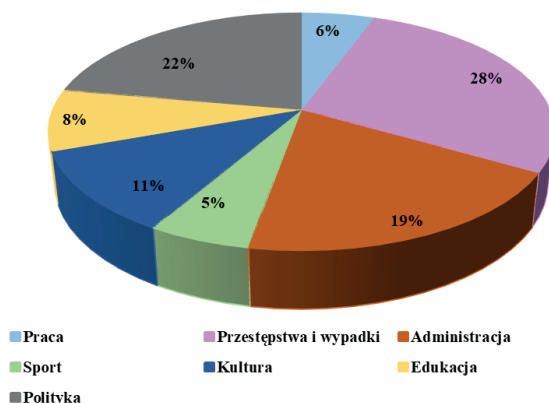
Inne zagadnienia zainteresowały redakcję w roku 2016 – 40% z nich dotyczyło polityki, tyle samo kultury, a pozostałe 20% zajęła tematyka pracownicza.

⁸ Wydaje się, że były to tematy na tyle istotne, iż pisano o nich nie na regionalnym, lecz na ogólnopolskim portalu GW.

Rysunek 18. Udział procentowy kategorii tematycznych w „GW Wrocław” w 2017 roku.

Źródło: opracowanie własne

W roku 2017 w centrum zainteresowania znalazły się natomiast zagadnienia związane z: pracą (30%), przestępstwami, których ofiarami byli Ukraińcy (20%) oraz kulturą (20%). Marginalnym tematem okazały się: polityka, sport czy edukacja.

Rysunek 19. Udział procentowy kategorii tematycznych w „GW Wrocław” w 2018 roku.

Źródło: opracowanie własne

W roku 2018 zauważalne było, większe niż w poprzednich latach, zróżnicowanie tematyczne (związane również z dużą liczbą publikacji). Najwyższy odsetek (28%) dotyczył problematyki przestępstw i wypadków, a następne miejsca zajęły: polityka (22%), kwestie administracyjne (19%) oraz kultura (11%). Portal nie poświęcił natomiast zbyt wiele uwagi: pracy, edukacji czy relacjom sportowym (łącznie 19%).

W „GW Wrocław” spośród czterech zdefiniowanych przez A. Grzymalę-Kazłowską toposów na plan pierwszy zdecydowanie wysuwa się topos różnorodności jako wartości. Przypuszczalnie wpływa na to centro-liberalna orientacja oraz światopogląd propagowany przez pismo. Mniej popularne są zaś toposy: Ukraińców sprawców i ofiar przestępstw oraz korzyści ekonomicznych i rozwoju gospodarczego wzmaganych przez migrację.

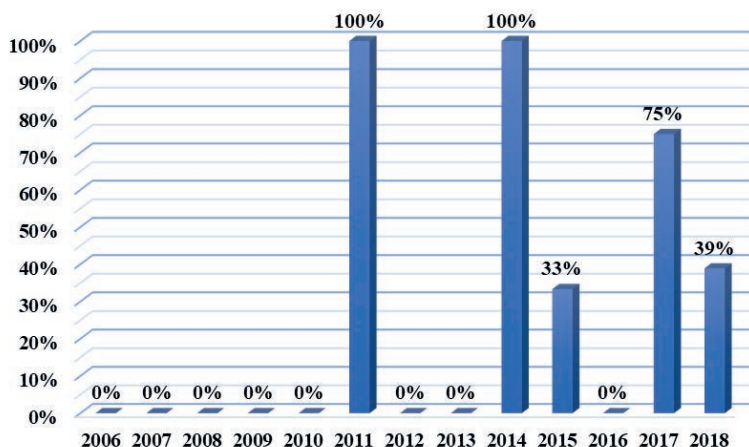
INSTYTUCJE UKRAIŃSKIE DZIAŁAJĄCE W POLSCE

Słaba obecność informacji na temat ukraińskiej kultury zauważalna jest w całym analizowanym okresie. Dopiero w 2017 roku dostrzegamy więcej wzmianek dotyczących podmiotów, reprezentujących interesy Ukraińców w Polsce. W latach 2017–2018 portal piętnastokrotnie opisywał ukraińskie instytucje służące różną pomocą Ukraińcom przebywającym w Polsce. Omówiono m.in. działania: Konsulatu Honorowego Ukrainy, Fundacji Ukraina, Fundacji „Kalejdoskop Kultur”, Związku Ukraińców w Polsce, firmy RelocateYou czy Związku Zawodowego Ukraińców w Polsce.

Kwestię równie istotną, potwierdzającą doniosłość omawianej tematyki, była obecność wypowiedzi obywateli Ukrainy w analizowanych publikacjach. W „GW Wrocław” pierwsze wypowiedzi Ukraińców pojawiły się dopiero w 2015 roku (por. Dzikowska 8.02.2015, http://wyborcza.pl/1,95891,17372716,-Dziekuje_Polakom_za_wsparcie_po_ataku_prof__Pazia.html; 20.10.2017), ale już dwa lata później na jeden artykuł przypadało średnio 1,3 opinii wygłaszanych przez migrantów zza Buga. W roku 2018 współczynnik ten wyniósł natomiast 0,17, co wskazuje na powrót do przedmiotowego traktowania Ukraińców i dopuszczania ich do głosu jedynie incydentalnie. Wyjaśnić to może również modyfikacja poruszanej tematyki – wszakże ofiary opisywanych przestępstw często unikają kontaktu z mediami i trudniej uzyskać od nich komentarz aniżeli w przypadku rozmów z politykami, ukraińskimi pracownikami czy twórcami kultury.

SPECYFIKA TYTUŁÓW

Tytuł stanowi kluczowy element każdego tekstu. To on w dużej mierze decyduje o tym, czy czytelnik postanowi przejść dalej do lidu i kolejnych akapitów. Dlatego warto zwrócić uwagę na wyraźny wzrost udziału tytułów ze słowem „Ukrainiec”, jaki obserwujemy na regionalnym portalu GW w monitorowanym okresie. O ile w latach 2006–2016 tylko 23% artykułów posiadało tę cechę, o tyle już w dwóch ostatnich latach było to odpowiednio – 75% i 39%.

Rysunek 20. Udział procentowy tytułów ze słowem „Ukraińiec” w „GW Wrocław” w latach 2006–2018.

Źródło: opracowanie własne

Analiza tytułów publikowanych na portalu „GW Wrocław” pozwala wyodrębnić ich dwa podstawowe rodzaje. Po pierwsze, wiele tytułów składało się z dwóch części: skondensowanego streszczenia tematu oraz skonstruowanego z nim cytatu głównego bohatera. Egzemplifikacją są m.in. następujące nagłówki: *Ukraińcom coraz lepiej we Wrocławiu*. «Chociaż niektórym przeszkadzamy» (Karbowski 15.05.2017, <http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,21810915,ukraincom-coraz-lepiej-we-wroclawiu-chociaz-niektorym-przeszkadzamy.html>; 20.10.2017), „*Ukraińcy, won z Polski, Polska dla Polaków*”. *ONR twierdzi, że nie nawołuje do nienawiści* (Urbańska 8.09.2018, <http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,23895553,ukraincy-won-z-polski-polska-dla-polakow-onr-twierdzi-ze.html>; 30.12.2018).

Oprócz tego pojawiały się tytuły bardziej poetyckie, zbudowane w oparciu o obrazowe metafory, porównania bądź pytania retoryczne. Ilustrują to np. takie nagłówki, jak: *Prokuratura chroni antysemitę. Parasol ochronny nad byłym księdzem Jackiem M.* (Harłukowicz 28.06.2018, <http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,23605402,prokuratura-chroni-antysemita-parasol-ochronny-nad-bylym-ksie-dzem.html>; 17.08.2018) czy *Festiwal WROClOVEUKRAINE, czyli miłosny dialog Wrocławia i Ukrainy* (Piekarska 23.05.2018, <http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,23438359,festiwal-wrocloveukraine-czyli-milosny-dialog-wroclawia-i-ukrainy.html>; 23.06.2018). Dziennikarze wielokrotnie sięgali też po symbol domu – oazy bezpieczeństwa, jaką winien stać się dla migrantów Wrocław (por. Kijek 4.09.2017, <http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,22319557,ukraincy-we-wroclawiu-czuja-sie-jak-w-domu-co-dziesiaty-mieszkaniec.html>; 20.10.2017).

PODSUMOWANIE

Powszechnie przyjmuje się, że podstawową funkcją prasy regionalnej jest funkcja informacyjna, polegająca na powiadamianiu czytelnika o najważniejszych wydarzeniach odbywających się w jego okolicy. Tezę tę potwierdzają obserwacje poczynione dla potrzeb niniejszego opracowania – wraz z napływem do Wrocławia imigrantów ze wschodu obie redakcje poświęcały Ukraińcom coraz więcej miejsca. Ich obraz, początkowo ledwie widoczny, już w roku 2016 stał się znacznie lepiej uchwytny, a przez kolejne dwa lata stopniowo ewoluował. W efekcie aktualny wizerunek Ukraińców nie jest jednolity ani prosty do zdefiniowania, a ów stereotyp innego „ujawiania też naszą kontrtożsamość – odwróconą i karykaturalną projekcję nas samych i ważnych dla nas treści kulturowych” (Grzymała-Kazłowska, 2007, s. 265).

Wyniki badań potwierdziły różnice w wizerunkach imigrantów propagowanych przez oba portale. Teksty dziennikarzy „GW Wrocław” oceniono zasadniczo jako bardziej stonowane, nierzadko wzbogacane o eksperckie komentarze. Ich nagłówki nie miały na ogół charakteru tabloidowego. Nadto zarysowany przez dziennikarzy „GW Wrocław” obraz przybyszów z Buga był pełniejszy i bardziej zróżnicowany aniżeli portret, jaki odnotowaliśmy w „Gazecie Wrocławskiej”. Przyczyniło się do tego m.in. częstsze oddanie głosu samym bohaterom wydarzeń oraz bardziej skrupulatne przybliżanie działań instytucji zlokalizowanych w Polsce i gotowych udzielić Ukraińcom wsparcia. W przeciwieństwie do tego, „Gazeta Wrocławska” publikowała głównie zwięzłe teksty informacyjne (często sensacyjne), rezygnując z pogłębiania zagadnień związanych z imigrantami z Ukrainy oraz stosując paternalistyczną narrację.

Okazało się, że w świetle dwustu dwóch artykułów zakwalifikowanych do korpusu badawczego obraz Ukraińców, jaki wyłania się z mediów regionalnych, jest co do zasady pozytywny. Krytyce poddawano zachowania antyimigranckie, nacjonalistyczne oraz kulturowe uprzedzenia. Podkreślano przede wszystkim chęć do sumiennej, uczciwej pracy, jaka wyróżnia Ukraińców, oraz otwartość na polską kulturę. W oparciu o analizę popularnych kategorii tematycznych za dominujący wizerunek Ukraińców we Wrocławiu, jaki ukształtowały omawiane portale, uznać należy obraz ukraińskich migrantów przyjeżdżających do Polski w poszukiwaniu pracy oraz na studia. Równolegle, na łamach „Gazety Wrocławskiej”, tworzone jednak wizerunek Ukraińców sprawców przestępstw i wypadków, dokonywanych zazwyczaj pod wpływem alkoholu. Warto zauważyć, iż w opozycji

do tego „GW Wrocław” ani razu nie wspomniała o wypadkach drogowych z udziałem Ukraińców, zaś w ramach tematyki kryminalnej przedstawiano tam głównie Ukraińców ofiary przestępstw dokonywanych na tle narodowościowym.

Na koniec przypomnijmy za L. Kołakowskim, iż: „osądzając innych, my sami mimo woli odsłaniamy nasze własne sposoby percepcji, a przez to również własne przywary i zalety. Innymi słowy: stereotypy uczą nas nie mniej o tych, co w nie wierzą niż o tych, do których się odnoszą” (Kołakowski 2004, s. 203). Spoglądając w przyszłość, można przewidywać, iż w następnych latach do Polski przybywać będzie jeszcze więcej migrantów z Ukrainy (por. MB 2.02.2018, <https://tvn24bis.pl/ze-swiata/75/bank-narodowy-ukrainy-obawia-sie-wzrostu-migracji-do-polski,811696.html>; 24.08.2018). Z racji kulturowej, geograficznej oraz językowej bliskości, jak również możliwości znalezienia pracy w wielu branżach nasz kraj jest bowiem atrakcyjny dla przybyszów zza Bugu. Wrocław zaś, z powodu usytuowania stosunkowo blisko granicy z Niemcami i innymi państwami tzw. Starej Unii, jest też przez Ukraińców uznawany za dobry przystanek na drodze ku wymarzonej pracy na zachodzie Europy, jako chwilowy „punkt zaczepienia w UE”. Kwestią otwartą pozostaje natomiast to, w jaki sposób wpłynie to zarówno na medialny wizerunek naszych wschodnich sąsiadów, jak i na wzajemne polsko-ukraińskie relacje – zarówno na szczeblu państwowym, jak i interpersonalnym.

BIBLIOGRAFIA

- Budyta-Budżyńska, M. (2013). *Socjologia narodu i konfliktów etnicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Cymanow-Sosin, K., Drąg K. (2017). Obraz ekonomicznej migracji Ukraińców do Polski w nowych mediach – zróżnicowane formy zagrożenia w tekstach polskojęzycznych. *Kultura-media-teologia*, 29, 58–68.
- Fomina, J., Konieczna-Sałamatin, J., Kucharczyk, J., Wenerski, Ł. (2013). *Polska – Ukraina, Polacy – Ukraińcy: spojrzenie przez granicę*. Warszawa: Fundacja Instytut Spraw Publicznych.
- Gackowski, T., Łączyński, M. (red.) (2008). *Analiza wizerunku w mediach*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Gackowski, T., Łączyński, M. (red.) (2009). *Metody badania wizerunku w mediach: czym jest wizerunek, jak i po co należy go badać*. Warszawa: CeDeWu.

- Goban-Klas, T. (2009). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grzymała-Kazłowska, A. (2007). *Konstruowanie „innego”: wizerunki imigrantów w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Hofman, I., Maguś, J. (red.) (2014). *Obraz współczesnej Ukrainy w mediach w Polsce*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Klimkiewicz, B. (2003). *Mniejszości narodowe w sferze publicznej. Reprezentacje, praktyki i regulacje medialne*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Kołąkowski, L. (2004). *Mini-wykłady o maxi-sprawach: trzy serie*. Kraków: Znak.
- Konieczna, J., *Polacy–Ukraińcy, Polska–Ukraina. Paradoksy stosunków sąsiedzkich*. Pobrane z: http://www.insteuro.civicua.org/Digest/Ukr_Pol/Persp/Polacy-Ukraińcy.pdf (23.05.2018).
- Konieczna, J. (2001). *Polska – Ukraina. Wzajemny wizerunek. Raport z badań*. Warszawa: Fundacja Instytutu Spraw Publicznych.
- Lisowska-Magdziarz, M. (2004). *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*. Wersja 1.1. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Lisowska-Magdziarz, M. (2006). *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Piekot, T. (2006). *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków: Universitas.
- Pisarek, W. (1983). *Analiza zawartości prasy*. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych.
- Szczepaniak, K. (2012). Zastosowanie analizy treści w badaniach artykułów prasowych – refleksje metodologiczne. *Acta Universitatis Lodzensis Folia Sociologica*, 42, 83–112.
- Tetelowska, I. (1972). *Szkice prasoznawcze*. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych.
- Troszyński, M. (2018). *Wizerunek mniejszości w polskich mediach społecznościowych*. Pobrane z: http://siectolerancji.pl/sites/default/files/wizerunek_mniejszosci.pdf (23.05.2018).
- Walas, T. (red.) (1995). *Narody i stereotypy*. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.

