

Anita Kwiatkowska, Julia Solarz

WOJNA ROSYJSKO-UKRAIŃSKA W TYTUŁACH MEDIALNYCH – 150 DNI ZBRODNI I HUMANITARYZMU

STRESZCZENIE

Artykuł stanowi analizę treści nagłówków medialnych dotyczących wojny rosyjsko-ukraińskiej, inspirowaną Raportem podsumowującym monitoring przekazów medialnych – 150 dni wojny na/w Ukrainie. Artykuł analizuje stosunek mediów do wojny i stron konfliktu oraz sposób wypowiedzania się o sytuacji między Rosją a Ukrainą. W tekście wytłumaczono, jaki obraz obu krajów kreują polscy nadawcy medialni w tytułach swoich materiałów, a także to, w jaki sposób ukazywana jest w nich Polska. Poruszono również zagadnienie dziennikarskiej odpowiedzialności za słowo w kontekście silnie nacechowanych nagłówków.*

Słowa kluczowe: wojna, konflikt, ludobójstwo, Ukraina, Rosja, nagłówki, tytuły, belki, media

W dobie zalewu informacji, istnienia baniek i szumu informacyjnego już samo dostrzeżenie przekazu medialnego w mnogości innych materiałów staje się dziennikarsko niezwykle trudnym wyzwaniem. Skłonienie odbiorcy do podjęcia decyzji o kliknięciu, przeczytaniu, przesłuchaniu czy oglądnięciu materiału wiąże

się nie tylko z umiejętnościami i pomysłowością pracownika mediów, ale i z dużą odpowiedzialnością za słowo.

Funkcję tzw. wabika, który zachęci do odbioru właśnie tego konkretnego przekazu, przyjmuje zwykle nagłówek¹, a wężej – tytuł², który uznaje się za kluczowy element medialnej narracji³. Walery Pisarek określił go „oknem wystawowym wypowiedzi wydrukowanej: informuje o towarze i zachęca do jego nabycia”⁴.

Urszula Żydek-Bednarczuk pisała również o lokalizacji tytułów, która to nie tylko aktualizuje tekst, ale jest „magnesem przyciągającym potencjalnych czytelników”⁵. To właśnie ten krótki fragment medialnego materiału, przez wzgląd na swoją esencjonalną formę, dociera zwykle do najszerszego grona odbiorców, szczególnie w mediach elektronicznych⁶.

O BADANIU

W sytuacjach kryzysowych i trudnych społecznie media stają się jednym z najważniejszych źródeł informacji kształtujących opinie i zarządzających emocjami społeczeństwa. Rola tytułów w kształtowaniu publicznej debaty staje się wówczas szczególnie istotna. Z tego też względu, tworząc *Raport podsumowujący monitoring*

1 K. Scott, *You won't believe what's in this paper! Clickbait, relevance and the curiosity gap*, „Journal of Pragmatics” 2021, nr 175, s. 54–56.

2 *Słownik terminologii medialnej* rozgranicza pojęcie tytułu jako „istotnej, początkowej części każdej publikacji” od nagłówka będącego „początkowym elementem materiału dziennikarskiego (wypowiedzi dziennikarskiej) składającym się z tytułu oraz podtytułu lub nadtytułu” (zob. W. Furman, *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, TAIWPN Universitas, Kraków 2006, s. 127, 225). W niniejszym artykule termin „tytuł” przyjęto na określenie głównego tytułu oraz ewentualnych dodatkowych składników w jego otoczeniu. Bardzo rzadkie sytuacje współistnienia pod- oraz nadtytułów w badawczej bazie przyczyniły się do decyzji o ujednoczeniu terminologicznym.

3 Por. S. Michalczyk, *Uwagi o analizie zawartości mediów*, „Rocznik Prasoznawczy” 2009, nr 3, s. 96–97.

4 W. Pisarek, *Nowa retoryka dziennikarska*, TAIWPN Universitas, Kraków 2002, s. 163.

5 U. Żydek-Bednarczuk, *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, TAIWPN Universitas, Kraków 2005, s. 171.

6 E. Le, *Gateways to the news: Headlines on Le Monde's home page and front page*, „Discourse, Context & Media” 2012, nr 1, s. 34–36.

przekazów medialnych – 150 dni wojny na/w Ukrainie*⁷, dużą wagę przywiązano do analizy tych krótkich części badanych materiałów.

Do niniejszego badania kwalifikowano losowo dobrane przekazy medialne opublikowane pomiędzy 24 lutego a 24 lipca 2022, czyli w ciągu pierwszych 150 dni (5 miesięcy) od rozpoczęcia pełnoskalowego konfliktu zbrojnego. Jednostką analizy był zawsze jeden zwarty i spójny element wyodrębniony z całego wydania z prasy, radia, telewizji bądź portalu internetowego, taki jak np. jeden materiał reporterski z telewizyjnego serwisu informacyjnego, jeden radiowy serwis informacyjny lub jeden artykuł prasowy czy internetowy⁸. W bazie badawczej przeprowadzonego monitoringu znalazły się w ten sposób 292 przekazy medialne.

Najwięcej badanych materiałów pochodziło z „Wiadomości” TVP – 40, a wśród telewizyjnych serwisów informacyjnych znalazło się również 26 materiałów z „Faktów” TVN-u oraz 22 z „Wydarzeń” Polsatu. Spośród internetowych artykułów najwięcej przeanalizowano z portali niezależna.pl – 37, onet.pl – 25 oraz OKO.press – 19. Wśród prasy były to natomiast: „Rzeczpospolita” – 21 materiałów, „Polityka” – 9 oraz „Nasz Dziennik” i „Gazeta Polska” – 8 materiałów. W bazie znajdowały się także dwa radiowe serwisy informacyjne, mianowicie RMF FM – 6 materiałów i Polskie Radio Jedyńka – 3 materiały, jednak ze względu ich format i brak tytułów nie zostały uwzględnione w tym artykule. Łącznie spośród 292 materiałów, do analizy w niniejszym artykule ostatecznie zakwalifikowano 274 tytuły, które zostały nadane analizowanym przekazom.

Najwięcej materiałów pochodziło z lipca – 79 – oraz z kwietnia i czerwca – 64. Badanymi materiałami były głównie newsy, czyli wiadomości informacyjne (174 takich materiałów), ale w bazie znalazły się także krótkie materiały publicystyczne (102), wywiady (12) oraz reportaże (4). Przekazy pochodziły zarówno z portali informacyjnych (119), jak i z telewizji (88), z prasy (76) i radia (9). W korpusie badania znalazło się 65 materiałów (22 proc.) pochodzących z mediów sprzyjających opozycji, 113 materiałów (39 proc.) z mediów sprzyjających rządowi, a 114 materiałów (39 proc.) z pozostałych mediów (zwykle niesprzyjających żadnej ze stron).

7 K. Haluszko, S. Orzeszek, J. Solarz, M. Wu, A. Kwiatkowska i in., *Raport podsumowujący monitoring przekazów medialnych – 150 dni wojny na/w* Ukrainie*, Instytut Dyskursu i Dialogu, Toruń 2022, <https://indid.pl/150-dni-wojny-na-w-ukrainie-raport/>.

8 Więcej o metodologii niniejszego badania w: *Raport podsumowujący monitoring przekazów medialnych – 150 dni wojny na/w* Ukrainie*, 2022.

Sytuacja na Ukrainie najczęściej była określana za pomocą słów wojna i walka. Inne słowa, jakie pojawiły się w tym kontekście to: agresja, atak, zbrodnia, dramat, piekło, bestialstwo, horror, inwazja, katastrofa, ludobójstwo, spory, spustoszenie, terror, barbarzyński, drapieżnego, terroryzm, zamach, zezwierżenie. Niektóre z tych słów mogą narzucać odbiorcy pewną interpretację czynów Rosjan – Rosjanie według tytułów są agresywni; nazywani są bestiami, zwierzętami, terrorystami, ludobójcami, zbrodniarzami, którzy sięją spustoszenie. Pewne określenia (np. typu: dramat, piekło, katastrofa, horror, spustoszenie, terror) sugerują z kolei wizję wojny ze strony obywateli oraz obywaterek Ukrainy, poruszając odbiorcę i odwołując się do jego emocji przez silnie nacechowane słowa.

Badane tytuły przeważnie nacechowane były słowami o wyraźnym negatywnym zabarwieniu emocjonalnym – nagłówków zawierających słowa takie jak: wykrwawia, zbrodniczy, śmierć, wróg, piekło – było prawie 180, podczas gdy tytułów optymistycznych (wyraźnie mówiących o pomocy, odwadze, heroizmie, zwycięstwie, wdzięczności czy pokoju) było prawie 70. Oznacza to, że negatywna, pesymistyczna narracja wojny zdarzała się ponad dwukrotnie częściej niż pozytywna. Biorąc pod uwagę badaną sytuację oraz interesujący badawczo okres pierwszych pięciu miesięcy wojny, należałoby zauważyć, że te około 25 proc. pozytywnych tytułów jest stosunkowo wysokim wynikiem. W kolejnych miesiącach konfliktu zaczęto jeszcze częściej zauważać materiały medialne o sile i zwycięstwach ukraińskiej armii.

EMOCJONALNOŚĆ TYTUŁÓW W WYBRANYCH MEDIACH

Emocjonalne nacechowanie słów używanych w tytułach ma szansę na silniejsze oddziaływanie na jednostkę i wzbudzenie w niej większego zainteresowania tematem, wpłynięcie na jej opinię czy wywołanie określonych przez nadawcę pożądanых postaw. Nierzadko te krótkie zapowiedzi materiałów zostaną w pamięci odbiorców dłużej niż cały materiał. W ten sposób wywoływane przez media emocje mają realny wpływ na opinię publiczną i sposób postrzegania konkretnych

tematów przez społeczeństwo. Warto zatem wskazać na istotne tendencje, które zaobserwowano w przytaczanym raporcie⁹.

Tytuły materiałów reporterskich „Wiadomości” Telewizji Polskiej zawierały najczęściej określeń oceniających i silnie nacechowanych, zapadających w pamięci słów. Z jednej strony podkreślano rosyjską agresję (np. *BARBARZYŃSKI ATAK ROSJAN NA CHARKÓW* [10.07.2022], *BANDYCI PUTINA MORDUJĄ UKRAIŃCÓW* [6.07, 4.07 oraz 25.06], *PRZERAŻAJĄCY OGROM ROSYJSKIEGO LUDO-BÓJSTWA* [30.04]), z drugiej zaś – chwalono heroizm Ukrainy i Ukraińców (np. *HEROICZNA WALKA UKRAIŃCÓW* [21.06], *100 DNI BOHATERSKIEJ WALKI UKRAINY* [2.06], *HEROICZNA OBRONA UKRAINY* [22.04]). Trzecią strategią ukazania tej sytuacji było podkreślanie w niniejszym konflikcie wagi Polski i pomocy udzielanej Ukrainie, co zauważalne było m.in. w tytułach: *POLACY NA POMOC WALCZĄCEJ UKRAINIE* (30.04), *POLACY POMAGAJĄ OFIAROM PUTINA* (18.04), *UKRAIŃCY ZNAJDUJĄ PRACĘ W POLSCE* (18.04), *POLSKA WSPIERA WALKĘ UKRAIŃCÓW* (12.04).

„Fakty” TVN-u zrezygnowały z typowych belek oraz z nadawania tytułów każdemu z prezentowanych materiałów reporterskich – ok. 30 proc. badanych przekazów nie posiadało tytułu. Pozostała większość okraszona została neutralnym, krótkim tytułem o niskiej wartości informacyjnej jak: *na granicy* (3.07), *miasto zdobyte?* (2.07), *decydujące dni* (19.06), *Ukraina walczy* (15.05), *punkt widzenia* (17.04), *spacer po Kijowie* (9.04) itd. W stosunku do wojny używano słów: walka, ogień (np. *Siewierodoneck w ogniu* z 17.06), dramat, piekło, bitwa, a w stosunku do Ukrainy mówiono o walce i wsparciu (np. *wsparcie dla Ukrainy* z 20.06). Silniejszy ładunek emocjonalny zawierało zaledwie kilka negatywnie nacechowanych słów, a były to: *ciężkie walki* (1.07), *dramat Siewierodonecka* (11.06), *złe prognozy* (15.05), *ewakuacja z piekła* (30.04).

Emocjonalne nacechowanie słów używanych w tytułach ma szansę na silniejsze oddziaływanie na jednostkę i wzbudzenie w niej większego zainteresowania tematem, wpłynięcie na jej opinię czy wywołanie określonych przez nadawcę pożądanых postaw.

9 K. Haluszko, S. Orzeszek, J. Solarz, M. Wu, A. Kwiatkowska i in., *Raport podsumowujący monitoring przekazów medialnych*, dz. cyt.

W podobny sposób do swoich tytułów podeszły „Wydarzenia” Polsatu, które cechowały się nieco wyższym poziomem stanowczości i emocjonalności niż w „Fakty” (np. *NA RÓŻNYCH FRONTACH* [19.07], *GORZKI SMAK ZWYCIĘSTWA* [19.06], *SPÓR O ZAKRES SANKCJI TRWA* [15.05], *DRAMAT DZIECI* [22.04], *HORROR WOJNY* [19.03]), a także tygodnik „Polityka”, odznaczający się niskim stopniem emocjonalności (np. *Suchy prysznic* [12.07], *Wojna przepychana* [12.07], *idziemy po was* [5.07], *Rosjanie są jacyś inni* [31.05], *Kto odzyska Francję* [5.04], *Patopństwo* [1.03]).

Wysokim stopniem subiektywizmu w ocenie, przy jednoczesnym niskim stopniu emocjonalności zawartej w tytułach materiału, wyróżniła się „Rzeczpospolita” – około 50 proc. badanych tytułów zawierało ocenę sytuacji w nagłówku. Przykładami mogą być: *Kościół uzależnił się od władzy* (7.07), *Wiarygodność Rosji jest żadna* (17.03), *Imigrancka agresja to kłamstwo* (2.03), *Wojna będzie długa i okrutna* (1.03) itp. Warto podkreślić także siłę stanowczych i jednoznacznych tez z tytułów tego dziennika, zawartą zarówno we wcześniejszych przykładach, jak i m.in. w tytułach tj.: *Putin zarządził przerwę w wojnie* (7.07), *Stajemy się krajem frontowym* (29.06), *Berlin zrywa z Putinem, ale nie z Rosją* (27.06), *Bombą atomową w człowieka* (20.03), *Z dezinformacją o wojnie można walczyć* (28.02).

Najdłuższymi tytułami o najwyższym stopniu informacyjności odznaczyły się tytuły internetowych serwisów informacyjnych, jak np.: *Szwajcarzy nie są już tacy pewni, czy chcą być neutralni. Wojna w Ukrainie spowodowała też, że chcą być bliżej NATO* (Onet.pl, 13.07), *Zelenski chce odbić tereny okupowane przez Rosjan. Niemiecki generał mówi o wielkiej szansie dla Ukrainy* (Onet.pl, 11.07), *Gaz – trzeci front Putina. Brak wznowienia dostaw do Niemiec to „opcja atomowa” Kremla* (OKO.press, 13.07), *Macron rozmawiał z Putinem cztery dni przed inwazją. Znamy treść* (Onet.pl, 25.06).

Jednymi z najbardziej nacechowanych i oceniających tytułów odznaczyła się niezalezna.pl, a za przykłady mogą posłużyć m.in.: *Rosja wykorzystuje na Ukrainie gwałt jako broń. ONZ utworzy zespół ekspertów, który pomoże w śledztwie* (13.07), *Rosja zmusza Ukrainę do dużych kosztów. Długotrwała wojna wykrwawia jednak rosyjską machinę wojenną* (12.07), *Defilada zwycięstwa nad faszyzmem* (25.04), *Krematorium w Radzie Bezpieczeństwa ONZ* (17.04), *„Rosyjskie produkty ociekają krwią”. Premier Morawiecki wzywa do bojkotu rosyjskich firm* (15.04) itp.

Ukraina w tytułach polskich mediów przedstawiana była dwojako – z jednej strony jako ofiara rosyjskiej agresji (np. „*Chersońska Bucza*”. *Mieszkańcy południowej części Ukrainy są porywani, torturowani i zabijani*, Gazeta.pl, 4.07), a z drugiej – jako niezłomny wojownik i obrońca, a także podmiot, który potrzebuje pomocy, na tę pomoc zasługuje i ją otrzymuje. Przykładowo:

- *NATO robi za mało dla Ukrainy? „Czuć spory niedosyt. Tak nie wygra się wojny”* (wp.pl, 29.06);
- *Rosjanie próbują okrążyć Łysycańsk – ale Ukraińcy twardo się bronią* [SYTUACJA NA FRONCIE] (OKO.press, 28.06);
- *Wołodymyr Zełenski: Jest z nami cały naród Ukrainy, zwyciężymy* (Interia.pl, 2.06);
- *100 DNI BOHATERSKIEJ WALKI UKRAINY* („Wiadomości” TVP, 2.06);
- *HEROICZNA WALKA UKRAIŃCÓW* („Wiadomości” TVP, 21.06).

W tytułach o Rosji i Rosjanach akcentowano ich porażki i niepowodzenia w sposób upokarzający i poniżający m.in.: *Rosjanie są jacyś inni* (Polityka, 31.05), *Rosja słabsza już nie będzie* (Wprost, 3.07) czy *ROSJANIE ODWAŻNI TYLKO WOBEC BEZBRONNYCH* („Wiadomości” TVP, 22.06). Rosja sprowadzana została do roli jednoznacznie okrutnego, „zezwierzonego” okupanta dopuszczającego się najgorszych czynów, co szczególnie było widoczne w mediach sprzyjających rządzącym, m.in. w tytułach: *BARBARZYŃSKI ATAK ROSJAN* („Wiadomości” TVP, 10.07), *DOWODY ROSYJSKIEGO ZEZWIERZĘCENIA* („Wiadomości” TVP, 12.04) czy *PRZERAŻAJĄCA SKALA ROSYJSKIEGO LUDOBÓJSTWA* („Wiadomości” TVP, 30.04). Określenia typu *rosyjscy żołnierze* czy *rosyjskie wojsko* należały do rzadkości.

Tytuły badanych materiałów umieszczały Władimira Putina w roli okrutnego dyktatora, bluźniercy i okupanta, ponadto posługiwały się jedynie nazwiskiem przywódcy Rosji, co w tak licznych przypadkach pomijania imienia oraz pełnionej funkcji można uznać za wyraz pogardy/niechęci lub przejaw mikroagresji słownej. Niejednokrotnie podważano stabilność emocjonalną Putina (np. *Obsesje Putina – „Newsweek”*, 3.07, *Putin. Tylko szalony bluźnierca? – „Gość Niedzielny”*, 23.03) oraz spekulowano na temat stanu zdrowia (*Największa tajemnica Rosji: fatalne zdrowie Putina Ile w tym plotek, ile dezinformacji, ile faktów?* – OKO.press, 15.06,



Nowe informacje ws. zdrowia Putina. „Rosyjskiemu dyktatorowi zostały dwa lata” – NaTemat.pl, 26.06, Amerykański wywiad: Putin jest chory, ale informacje o rychłej śmierci to spekulacje – Interia.pl, 2.06).

Mimo silnej pozycji Władimira Putina media starały się umniejszyć jego postać za pomocą słów i sprowadzić jego obraz do osoby słabej, nieporadnej, omylnej, szalonej i chorej. Taki mechanizm może być strategią obronną (np. osłabianie strachu przed nim). Media mogą stosować ją po to, by podnieść morale, nie tylko Ukraińców, ale i Polaków, w obliczu milionów uchodźców.

POLSKA W OBLICZU WOJNY

Mimo że Polska bezpośrednio nie jest jedną ze stron opisywanego konfliktu zbrojnego, to ze względu na narrację z perspektywy polskich mediów oraz zaangażowanie Polski w pomoc Ukraińcom w ogólnym zestawieniu odnotowano wysoki udział słów dotyczących Polski i Polaków (28).

Szczególnie w tytułach prawniczych mediów Polska przedstawiana była głównie jako podmiot niosący pomoc Ukrainie (np. *POLACY NA POMOC WALCZĄCEJ UKRAINIE* – „Wiadomości” TVP, 30.04, *POLACY POMAGAJĄ OFIAROM PUTINA* – „Wiadomości” TVP, 18.04), a w niektórych przypadkach jej czyny podnoszono do rangi niemożliwych (np. *POLSKI CUD. PRAWIE NIE MA PRZESTĘPSTW PRZECIWI UCHODźCOM* – „Gazeta Polska”, 10.05, *Polska zrobiła co możliwe i co niemożliwe dla Ukrainy* – „Gazeta Polska”, 7.06). O wsparciu, jakiego udziela Polska Ukraińcom, szczególnie dobrze wypowiadają się media sprzyjające rządzącym, co może upewniać odbiorców, że działania rządu mające na celu pomoc Ukraińcom są jak najbardziej słuszne i pożądane.

O udzielanej pomocy mówiono również w kontekście USA, ale nie tylko wobec Ukrainy (np. poprzez przekazanie broni), lecz także wobec Polski, której gwarantuje się bezpieczeństwo m.in. przez wsparcie wojsk polskich swoimi

O wsparciu, jakiego udziela Polska Ukraińcom, szczególnie dobrze wypowiadają się media sprzyjające rządzącym, co może upewniać odbiorców, że działania rządu mające na celu pomoc Ukraińcom są jak najbardziej słuszne i pożądane.

oddziałami (np. *USA GWARANTUJE BEZPIECZEŃSTWO POLSKI* – „Wiadomości” TVP, 26.03).

W tytułach przeważają głównie słowa „wsparcie” i „pomoc”, jednak można napotkać również na fragmenty mówiące o konkretnych formach pomocy. Dotyczą one przede wszystkim zapewnienia bezpieczeństwa walczącym Ukraińcom (wsparcie finansowe, dostarczanie broni, misja pokojowa, pomoc wojskowa) oraz ukraińskim uchodźcom (przyjmowanie uchodźców, tworzenie punktów recepcyjnych, przewiezienie ludzi z granicy).

Z drugiej jednak strony, autorzy tytułów rysowali Polskę jako potencjalną ofiarę ataków zewnętrznych (np. *Białoruski generał grozi Polsce. „Zniszczenia, śmierć, eksplozje”*, Interia.pl, 18.04). Mimo pośrednich ataków mówiono w mediach o tym, że Polska daje sobie radę i walczy z problemami: *POLSKA ODPORNA NA SZANTAŻ KREMLA* („Wiadomości” TVP, 1.06), *Premier Morawiecki: Poradzimy sobie z szantażem gazowym Rosji tak, by Polacy tego nie odczuli* (niezależna.pl, 26.04). W ten sposób media mogą próbować wzmocnić wizerunek Polski – zarówno wewnątrz, jak i poza granicami kraju.

Warto również zwrócić uwagę na tytuły dotyczące Unii Europejskiej, takie jak: Kuźmiuk: *„Kraje członkowskie – w tym Polska – nie dostały żadnych ekstra pieniędzy na uchodźców”* (niezależna.pl, 18.04.2022). Takie sformułowania mogą stworzyć wizerunek Polski jako zależnej od Unii Europejskiej i oczekującej od niej pomocy finansowej, co z jednej strony przedstawia Polskę jako lepszą od UE i krajów Zachodu, a z drugiej nieco podważa bezinteresowność, z jaką Polska udziela wsparcia Ukrainie.

Pewne tytuły dotyczące Polski są skonstruowane w taki sposób, by propagować idee polityczne, narzucając odbiorcy pewien upolityczniony punkt widzenia. Wśród nich były m.in.: *KREMLOWSKA OPERACJA z udziałem polskiej opozycji* („Gazeta Polska”, 12.07), *Polski „reset” vs. niemieckie status quo ante* („Nowe Państwo”, 30.06), *SOJUSZ NIECZYSTYCH SUMIENI. Wojna Rosji z Ukrainą i Niemiec z Polską* („Nowe Państwo”, 29.06), *Polskie mrzonki o odbudowie Ukrainy* („Przegląd”, 19.06), *OPOZYCJA GRA Z ROSJĄ PRZECIWKO POLSCE?* („Wiadomości” TVP, 5.07), *Rosyjskie paliwo jądrowe nad Polską. Ujawniamy manipulacje polskiego rządu* (Onet.pl, 16.05), *dotacje państwowe na antysemityzm* („Rzeczpospolita”, 24.04). Powyższe przykłady wyraźnie zarysowują tutaj dwie strony konfliktu (rząd i media rządowe oraz opozycja i media opozycyjne).



W niektórych tytułach używa się również sformułowania „Polacy”. Sama „Polska” może bowiem wydawać się bezosobowym podmiotem, jednak gdy autor stosuje słowo „Polacy”, odbiorcy łatwiej jest poczuć się częścią tego procesu. W ten sposób media mogą sprawić także, że odbiorcy będą odbierać bardziej personalnie każdy sukces i porażkę na froncie.

DZIENNIKARSKA ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA SŁOWO

Informacyjne przekazy dziennikarskie, zdaniem Wojciecha Furmana, powinny wyróżniać się trzema cechami: (1) mają być rzetelne i zrozumiałe, (2) mają zostać wybrane i ułożone z myślą o interesie wspólnym większej lub mniejszej zbiorowości, lecz (3) zachowywać niezależność od władzy politycznej i gospodarczej¹⁰. W myśl dziennikarskiej etyki i profesjonalizmu materiały medialne powinny dążyć do zachowania staranności i rzetelności, a także kierować się zasadami Karty Etycznej Mediów¹¹.

Śród zasad KEM warto wskazać na poniższe: oddzielenia faktów od komentarzy, uczciwości, pierwszeństwa dobra odbiorcy czy wolności i odpowiedzialności, których łamanie można się dopatrzeć w analizowanych tytułach przekazów medialnych. Bezpodstawne wzbudzanie silnych emocji u odbiorców, subiektywne nazywanie opisywanych zdarzeń i postaci (w artykułach informacyjnych) czy praktyki clickbaitowe, to tylko niektóre z zauważanych przykładów.

Używanie niepoprawnych czy nieadekwatnych słów/zwrotów również stanowi spory problem, szczególnie w przypadku napiętych stosunków międzynarodowych i społecznej paniki w obliczu wojny. Już samo szukanie „synonimów” na nazwanie sytuacji niejednokrotnie doprowadza do błędnego posługiwania się terminami, co

Używanie niepoprawnych czy nieadekwatnych słów/zwrotów również stanowi spory problem, szczególnie w przypadku napiętych stosunków międzynarodowych i społecznej paniki w obliczu wojny.

10 W. Furman, Słownik terminologii medialnej, dz. cyt.

11 Karta Etyczna Mediów, http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/karta_dziennikarzy.pdf.

jest szczególnie istotne w przypadku słownych nadużyć. Niestety, celem używania tych najsilniej nacechowanych bywa jedynie podniesienie emocjonalności przekazu, co w obliczu tak poważnej tematyki można uznać za działania wbrew rzetelności, dobru odbiorcy i interesowi wspólnemu.

Media szczególnie często w pierwszych miesiącach konfliktu opisywały działania Rosji względem Ukrainy jako ludobójstwo czy zbrodnie (przeciwko ludzkości, wojenne), nierzadko myląc je między sobą czy niepoprawnie dobierając pojęcia do stanu faktycznego. Stanowi to ciekawy przykład opisywanego problemu, różnica między tymi pojęciami jest bowiem zasadnicza:

1. Ludobójstwo – *genocide*, powstało z połączenia dwóch słów: greckiego *genos* (rasa, naród) i łacińskiego *cide*, *caedere* lub *occidere* (zabijać). Pierwszy raz ten termin pojawił się w 1944 roku w monografii Rafała Lemkina *Axis Rule in Occupied Europe: Law of Occupation, Analysis of Government, Proposals for Redress*, a przyjęta w 1948 roku Konwencja w sprawie zapobiegania i karania zbrodni ludobójstwa wyjaśnia okoliczności jego zaistnienia i nakazuje jego karanie. W art. II tego dokumentu zawarto prawną definicję ludobójstwa, pod którą ujęto, że jest to każdy z następujących czynów, dokonany w zamiarze zniszczenie w całości lub części grup narodowych, etnicznych, rasowych lub religijnych jako takich:

- zabójstwo członków grupy;
- spowodowanie poważnego uszkodzenia ciała lub rozstroju zdrowia psychicznego członków grupy;
- rozmyślne stworzenie dla członków grupy warunków życia, obliczonych na spowodowanie ich całkowitego lub częściowego zniszczenia fizycznego;
- stosowanie środków, które mają na celu wstrzymanie urodzin w obrębie grupy¹².

Na mocy decyzji Zgromadzenia Ogólnego Narodów Zjednoczonych dnia 9 grudnia 1948 roku została uchwalona Konwencja w sprawie zapobiegania i karania zbrodni ludobójstwa, która zakazuje ludobójstwa oraz stwarza

12 D. Drózdź, P. Domagała, *Zbrodnie ludobójstwa w polskim i międzynarodowym prawie karnym*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2012, nr 3, s. 88.

wymóg interwencji w wypadku jego wystąpienia¹³. Uznanie, że ludobójstwo rzeczywiście miało miejsce, jest wiążące, co w praktyce oznacza, że każdy kraj, który publicznie i otwarcie uzna czyny Władimira Putina za ludobójstwo, będzie musiał zareagować w tej sprawie.

2. Zbrodnia wojenna – pojęcie wprowadzone po raz pierwszy do prawa międzynarodowego w czasie I wojny światowej, które jest ciężkim naruszeniem prawa i zwyczajów wojennych. Obejmuje zakres morderstw, deportacji, tortur i nieludzkiego traktowania ludności cywilnej oraz jeńców wojennych, zabijanie zakładników, rabunek własności publicznej lub prywatnej, a także czynienie spustoszeń nieusprawiedliwionych koniecznością wojenną, na przykład umyślne niszczenie miast lub wsi¹⁴. Mimo tego, że czyny popełniane przez sprawcę ludobójstwa i sprawcę zbrodni wojennej są bardzo podobne, zbrodnia wojenna różni się od ludobójstwa motywacją sprawcy. W przypadku ludobójstwa celem jest zniszczenie, eksterminacja określonej grupy ludności, co nie występuje w przypadku zbrodni wojennych.
3. Zbrodnia przeciwko ludzkości – polega na stosowaniu przestępczych zachowań wobec określonej grupy społecznej, np. narodowościowej, etnicznej, wiekowej, religijnej lub światopoglądowej¹⁵. Do takich przestępstw zaliczane są morderstwa, deportacje i zamienianie ludzi w niewolników. W przypadku ludobójstwa zamiarem jest zniszczenie całości lub części określonej grupy (narodowej, etnicznej, rasowej lub religijnej), natomiast zbrodnie przeciwko ludzkości mają na celu dokonywanie systematycznych ataków na cywilach.

Wymienione pojęcia różnią się od siebie nie tylko motywacją, zamiarem sprawcy i popełnianymi działaniami, ale także potrzebą ingerencji w konflikt państw zewnętrznych. Używanie tych silnie emocjonalnych terminów niesie za

13 *Konwencja w sprawie zapobiegania i karania zbrodni ludobójstwa*, uchwalona przez Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych dnia 9 grudnia 1948 r., <http://libr.sejm.gov.pl/tek01/txt/onz/1948a.html>.

14 D. Drózdź, *Zbrodnia ludobójstwa w międzynarodowym prawie karnym*, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2010, *passim*.

15 Tamże.

sobą najwyższy stopień powagi dla obrony państw i społeczeństw, unormowany w międzynarodowych dokumentach najwyższej rangi. Szczególnie rozważnie powinno się podchodzić do „ludobójstwa”, na stwierdzenie jego zaistnienia wpływa bowiem wiele czynników utrudniających, takich jak problem z określeniem motywacji sprawcy czy prawny wymóg wysłuchania zeznań obu stron konfliktu. O ile niektóre z wydarzeń wojny rosyjsko-ukraińskiej miały wyraźne znamiona kilku z wymienionych działań, o tyle używanie tychże terminów przez media bywało niewłaściwe i zakrawało na samosąd.

PODSUMOWANIE

W analizowanych tytułach materiałów medialnych dotyczących wojny w Ukrainie zabrakło przede wszystkim obiektywnego, bezstronnego podejścia do tematu. Mówiąc o ewakuacji z piekła, rosyjskim ludobójstwie, barbarzyńskich atakach czy rosyjskim zezwierzęceniu, przekazy medialne od pierwszych dni walk wyraźnie narzucały odbiorcom jeden, brutalny wobec Rosji punkt widzenia. Media, które można uznać za sprzyjające stronie rządzącej, używały najwięcej silnie emocjonalnych słów – zarówno tych nacechowanych negatywnie (w stosunku do Rosji), jak i pozytywnie (w stosunku do Ukrainy).

Oprócz braku zachowania obiektywizmu czy oddzielenia opinii od informacji (w nagłówkach materiałów informacyjnych!), takie tytuły nakierowane były na potencjalne wzbudzenie sensacji i skrajnych odczuć odbiorców – z jednej strony litość i współczucie w stronę Ukrainy i Ukraińców, z drugiej – nienawiść i obrzydzenie w stronę Rosji i Władimira Putina. Przyjęte stanowisko mediów jest poniekąd zrozumiałe ze względu na sąsiedztwo Polski z oboma krajami, zaszłości historyczne, a także bieżące zaangażowanie w rozwiązanie konfliktu i pomoc Ukrainie. O jednostkach, które atakują Ukrainę, nie mówiło się „wojska rosyjskie”, „władze rosyjskie” czy „żołnierze rosyjscy” tylko „Rosja” i „Rosjanie”, co czasem z racji braku miejsca (np. tytuł na telewizyjnej belce ma ograniczony rozmiar), a czasem z braku racjonalnego, uspokajającego podejścia, może doprowadzać w przyszłości do niechęci i nieporozumień wobec przedstawicieli Rosji.

Nierzadko przytaczane w mediach słowa o ludobójstwie czy zbrodniach traktowane były jako słowa synonimiczne, które jeszcze bardziej zapadały w pamięć odbiorców i powodowały społeczną panikę, przekładającą się później na

nieracjonalne zachowania (wykupowanie paliwa, jedzenia itp.). Zagadnienie ludobójstwa jest jednak tematem niezwykle złożonym, niejednoznacznym i pokrywającym się w wielu sferach z definicjami innych zbrodni. Stąd wynikają problemy z przypisaniem pewnych czynów pod miano ludobójstwa. Określenie to niesie za sobą także czynnik sprawczości państw, które taki stan rzeczy uznają. Nie jest zatem rolą mediów, by tego typu słowa bezrefleksyjnie włączać do języka potocznego milionów Polaków.

Mimo wszystko okres wojny w sąsiednim państwie jest okresem szczególnym, w którym media powinny „na chłodno” przekazywać sprawdzone informacje i rzetelnie je przedstawiać, a także studzić emocje debaty publicznej. W tym przypadku tworzenie licznych clickbaitów, nieprzemyślenie wymowy danej publikacji czy eksponowanie już w tytułach najsilniej nacechowanych słów jest zachowaniem szczególnie nieetycznym, pozbawionym dziennikarskiego profesjonalizmu.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Drózd D., *Zbrodnie ludobójstwa w międzynarodowym prawie karnym*, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2010.
- [2] Drózd D., Domagała P., *Zbrodnie ludobójstwa w polskim i międzynarodowym prawie karnym*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2012, nr 3.
- [3] Haluszko K., Orzeszek S., Solarz J., Wu M., Kwiatkowska A. i in., *Raport podsumowujący monitoring przekazów medialnych – 150 dni wojny na/w* Ukrainie*, Instytut Dyskursu i Dialogu, Toruń 2022, <https://indid.pl/150-dni-wojny-na-w-ukrainie-raport/>.
- [4] *Karta Etyczna Mediów*, http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/karta_dziennikarzy.pdf.
- [5] *Konwencja w sprawie zapobiegania i karania zbrodni ludobójstwa*, uchwalona przez Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych dnia 9 grudnia 1948 r., <http://libr.sejm.gov.pl/tek01/txt/onz/1948a.html>.
- [6] Le E., *Gateways to the news: Headlines on Le Monde's home page and front page*, “Discourse, Context & Media” 2012, nr 1.
- [7] Michalczyk S., *Uwagi o analizie zawartości mediów*, „Rocznik Prasoznawczy” 2009, nr 3.



- [8] Pisarek W., *Nowa retoryka dziennikarska*, TAIWPN Universitas, Kraków 2002.
- [9] Scott K., *You won't believe what's in this paper! Clickbait, relevance and the curiosity gap*, „Journal of Pragmatics” 2021, nr 175.
- [10] Żydek-Bednarczuk U., *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, TAIWPN Universitas, Kraków 2005.



THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR IN MEDIA HEADLINES – 150 DAYS OF CRIME AND HUMANITY.

ENGLISH SUMMARY

The article is an analysis of the content of media headlines regarding the Russian-Ukrainian war, inspired by “The Report summarizing the monitoring of media messages – 150 days of war in/in Ukraine”. The article analyzes the attitude of the media towards the war and the parties to the conflict, as well as their way of talking about the situation between Russia and Ukraine. The text explains the image of both countries created by Polish media broadcasters in the titles of their materials, as well as how Poland is shown in them. The issue of journalistic responsibility for the word in the context of strongly marked headlines was also discussed.*

Keywords: war, conflict, genocide, Ukraine, Russia, headlines, titles, media



Anita Kwiatkowska

Instytut Dyskursu i Dialogu oraz Uniwersytet Warszawski,
Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii

Doktorantka kierunku Nauki o mediach oraz magister dziennikarstwa i medioznawstwa w specjalizacji analityk mediów na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Trzykrotnie nagrodzona stypendium Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego za wybitne osiągnięcia w nauce. Ekspertka zespołu INDID, liderka Teamu Analitycznego, a także współzałożycielka i członkini Zarządu Stowarzyszenia Analityków Mediów Elektronicznych (SAME). Prywatnie – wielbicielka gier planszowych i koreańskiej kuchni.



Julia Solarz

Instytut Dyskursu i Dialogu oraz Uniwersytet Jagielloński,
Wydział Zarządzania i Komunikacji

Studentka kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna na Uniwersytecie Jagiellońskim. Zawodowo zajmuje się copywritingiem oraz pracuje jako instruktorka łyżwiarstwa figurowego. Przygodę w INDID rozpoczęła w 2022 roku jako praktykantka. Gdy odkryła swoją pasję do badania mediów, postanowiła rozwijać ją w Teamie Analitycznym, gdzie obecnie zajmuje się przeprowadzaniem analiz i pisanem artykułów.