

Українська тематика в польських медіа у час російсько-української війни

Мирослава Рудик

Львівський національний університет ім. Івана Франка, Львів – Україна
Щецінський університет, Щецін – Польща
rudyk_miroslava@ukr.net; <https://orcid.org/0000-0003-3612-100X>

Ukraińska tematyka w polskich mediach w czasie wojny rosyjsko-ukraińskiej

Myrosława Rudyk

Lwowski Uniwersytet Narodowy im. Iwana Franki, Lwów – Ukraina
Uniwersytet Szczeciński, Szczecin – Polska

STRESZCZENIE. Artykuł przedstawia przekrojowo polską przestrzeń informacyjną w zakresie tematyki ukraińskiej w czasie pełnoskalowej inwazji Rosji na Ukrainę, począwszy od 2022 roku, na przykładzie takich polskich wydawnictw prasowych, jak „Rzeczpospolita”, „Gazeta Wyborcza”, „Wprost”, „Super Express”. W wyniku badań wyodrębniono główny zakres tematyczny, rubryki, gatunki, treści wizualne oraz opiniotwórczą rolę informacji przekazywanych polskiemu społeczeństwu. Nakreślono wizerunek Ukrainy widziany przez pryzmat polskiej prasy. Przedstawiono porównawczą charakterystykę polskich mediów na początku wojny i zmianę informacyjnej dynamiki na przestrzeni dwóch lat. Na przykładzie mediów Uniwersytetu Szczecińskiego, tj. czasopisma „Przegląd Uniwersytecki” oraz NiUS Radio US ukazano, jaką uwagę w środowisku akademickim poświęcono tematowi wojny w Ukrainie.

Słowa kluczowe: informacja, wojna, media w Polsce, tematyka wojenna, gatunki publicystyki, wizerunek Ukrainy

Ukrainian topics in Polish media during the Russian-Ukrainian war

Myroslava Rudyk

Lviv National University of Ivan Franko, Lviv – Ukraine
University of Szczecin, Szczecin – Poland

ABSTRACT. The article presents an overview of the Polish information space concerning Ukrainian topics during Russia's full-scale invasion of Ukraine, starting in 2022. It uses examples from Polish print media, such as „Rzeczpospolita”, „Gazeta Wyborcza”, „Wprost” and „Super Express”. The research results highlight the main thematic spectrum, sections, genres, visual content, and the opinion-forming role of this information for Polish society. It illustrates the image of Ukraine through the lens of the Polish press. A comparative analysis of Polish media at the beginning of the war and the changes in this informational dynamic over the span of two years is presented. Additionally, using the example of the University of Szczecin's media outlets, „Przegląd Uniwersytecki” and NiUS Radio US, the attention given to the war in Ukraine within the academic environment is shown.

Keywords: information, war, media in Poland, topics, genres, image of Ukraine

Вступ

Польські медіа відіграють важливу роль в інформуванні громадськості Польщі про війну в Україні. Від початку війни Польща як стратегічний партнер і найближчий сусід України сильно заангажована в тему війни. Через інформаційний простір Польщі відбувається опінієтворча функція щодо воєнної ситуації в Україні, тому роль цієї інформації для польського суспільства є вкрай важливою.

У цій статті розглянуто, як польські медіа висвітлюють війну в Україні. Ми проаналізували основні тенденції та ефективність інформаційної політики Польщі крізь призму медіаповідомлень, адже польські видання мають великий вплив на сприйняття війни в Україні суспільством Польщі. Вони в загальному формують громадську думку поляків. У медійних інформаціях проглядаються українсько-польські відносини у контексті війни в Україні. Зокрема, ЗМІ активно порушують питання безпеки, руху на кордоні, дипломатичних відносин зі сусідами, співпрацю з іншими країнами щодо надання Україні військової та гуманітарної допомоги, висвітлюють тему воєнних біженців тощо. Саме тому вважаємо проблему масмедійного представлення російсько-української війни важливою та актуальною для дослідження.

Мета нашого дослідження – вивчити українську тематику в інформаційному просторі Польщі на прикладі авторитетних друкованих видань та простежити зміни й підходи в інформуванні у період війни 2022–2024 рр.

Аналіз останніх досліджень теми

Вивчення масмедійного контексту війни стало об'єктом зацікавлення багатьох науковців, а також і журналістів-практиків. У часи стрімкого розвитку технологій та блискавичного обміну інформацією через інтернет-мережу інформаційна складова війни набирає ще більшої ваги. Дослідник Олександр Фісун вважає інформаційний чинник війни одним із шести чинників ведення війни в сучасному світі. Автор окреслює інформаційну війну як комплексний відкритий чи прихований цілеспрямований інформаційний вплив однієї сторони на іншу, а інформаційні ресурси важливим чинником у будіванні стратегії боротьби з супротивником [Фісун 2011: 46].

Українська дослідниця Вікторія Бурлачук справедливо зауважує:

Масмедіа відтворюють реакцію на початок війни як чисте породження шокового ефекту. Сама подія виявилася повністю нераціоналізованою, вирваною з контексту, з дискурсивних умов, з будь-якого зчеплення з попередніми сценами чи конкретними причинами. Вона виявила політичну порожнечу, марність будь-яких „чому?“, що його супроводжують. Масмедіа констатують неможливість звести подію-катастрофу до умов історичної оповіді та життєвого досвіду [Бурлачук 2022: 61].

Польський журналіст Якуб Мацієвський, який написав книгу репортажів з війни в Україні, будучи в епіцентрі подій, був свідком надзвичайної мужності українського народу, натрапив на сліди концтабору, де росіяни вбивали українців [Мацієвський 2022: 11]. Автор зазначає, що тема війни до болю важка і не раз сльози розпачу унеможливлювали йому писання, але обов'язок показати землякам правду допомагав пересилити себе. Інший журналіст-аналітик Марцін Огдовський у книзі *Вбити Україну. Абетка російської агресії* описує специфіку воєнних дій в Україні:

Перший етап повномасштабної війни в Україні характеризувався видатною маневреністю. Росіяни атакували з багатьох напрямків, прагнучи якнайшвидшого і глибокого проникнення в зону захоплення. Метою бронетанкових і механізованих колон були великі міста – включно зі столицею, – захоплення яких мало руйнівню психологічно вплинути на українців. На напрямках наступу точилися точкові бої, які за напруженістю часто нагадували сутички часів світових воєн [Огдовський 2024: 79].

„Детектор медіа” представило добірку під назвою *Моя спеціалізація – війна* [Детектор медіа 2022], де польські журналісти розповідають про свою роботу в Україні, про те, як вони збирали інформацію для своєї аудиторії.

Тема війни в інформаційному просторі Польщі також має спробу дослідження через призму політики, пропаганди, дезінформації і фейків. Наприклад, Домініка Хмелевська досліджує проросійські наративи в польських медіа [Chmielewska 2023: 34–45]. Кшиштоф Стемпняк представляє тему війни

через візуальний чинник, вивчаючи фотографії з війни на сторінках газет „Rzeczpospolita” і „Gazeta Wyborcza” [Stępniaк 2023: 92–109]. Чимало уваги в дослідженнях також приділено нетрадиційній журналістиці – блогам і соціальним медіа.

Як слушно зауважує Лукаш Малецький, який досліджує фейкові новини як фронт війни в Україні, що найбільше вдається вплинути на громадськість через почуття страху. Саме так пропагандистська машина Російської Федерації дестабілізує ситуацію в Європі [Малецький 2023: 59].

Пропаганда Росії занадто активно використовує ці ресурси, щоб ефективно пояснити свої дії, виправдати свою військову агресію. Важливо усвідомити, що інформаційні атаки шкодять національній безпеці кожної держави так само, як і зброя, тому їх ігнорування не розв’язує проблеми. В результаті багато українських журналістів почали вживати різні заходи для протидії російській пропаганді.

Дослідник інформаційного простору проф. Георгій Почепцов стверджує:

Війна пропаганд така важлива, як і війна на полі бою. Але якщо на полі бою битви точаться між професійними військовими, то пропаганда націлена і на громадянське населення, а не лише на військових. Пропаганда насправді вбиває не тіло, а душу [Почепцов 2024].

Моніторинг польської преси також здійснювали ще раніше, до повномасштабного вторгнення, як-от часопис української нацменшини в Польщі „Наше слово” [Наше слово 2019],¹ повідомляючи, які теми, пов’язані з Україною та українцями, найчастіше виступають у польській пресі. Тому вважаємо, що актуальність теми дослідження не вичерпується періодом війни 2022 р. Як бачимо, українська тематика й раніше була популярною в польській пресі. Можемо стверджувати, що з початком війни і з великою міграційною хвилею українців до Польщі українська тематика актуалізувалася, з’явилися нові інформаційні приводи та теми, які цікавлять польську громадськість. Якщо спершу інформування щодо війни в Україні мало суто безпековий характер, відображення дипломатичних кроків Польщі та інших країн щодо підтримки України, то згодом з’явилися й економічні чинники, проблеми українських біженців, культурно-історичні контексти, соціально-побутові мотиви тощо.

¹ „Наше Слово” – українська газета, яку щотижня видає у Варшаві Об’єднання українців у Польщі та Українське суспільно-культурне товариство. Заснована 1956 р., є найдавнішим часописом української нацменшини.

Польські медіа про Україну

Досліджуючи інформаційний простір Республіки Польща, ми звертаємо увагу на найпопулярніші ЗМІ, аналізуючи контент, пов'язаний із темою війни. Згідно з підсумковим звітом Інституту моніторингу медіа за 2022 рік газета „Rzeczpospolita” є найбільш популярною серед періодичних видань Польщі у 2022 році. Відповідно до цього рейтингу ми обрали ще видання „Gazeta Wyborcza”, „Wprost”, „Super Express”, які є поважними авторитетними медіа в Польщі. Також для порівняльної характеристики взяли видання іншого типу „Do Rzeczy”. Важливим елементом дослідження вважаємо представлення української тематики в локальному академічному середовищі – в медіа Щецинського університету: часописі „Przegląd Uniwersytecki” і NiUS Radio Щецинського університету. Такий методологічний підхід, на нашу думку, допоможе комплексно дослідити українську тематику в засобах масової інформації Польщі та різнобічно представити проблематику, жанри й специфіку інформування залежно від конкретного медіа та особливостей його редакційної політики.

Аналізуючи польські газети, необхідно зазначити про велике заангажування з початку повномасштабної війни всіх польських медіа в українську тематику, велике сприяння через інформаційний простір до співпраці й діалогу між Україною та Польщею. Адже в сьогоdnішньому світі інформації ЗМІ не лише оприлюднюють факти, важлива й правдива інтерпретація цих фактів, називання речей своїми іменами, а не відстороненість від теми за завісою так званої об'єктивності й балансу думок. Це не означає, що в час війни не діють журналістські стандарти, а навпаки – до стандартів має бути більш відповідальний підхід. Об'єктивність та збалансованість інформації забезпечує громадськості доступ до різноманітних джерел інформації, що допомагає уникнути маніпуляцій і пропаганди в інформуванні. Час війни – складний період у багатьох аспектах не лише в країні, у якій іде війна, а й у сусідніх країнах та й загалом це порушує баланс світових політик і економік, викликає суспільну кризу і т.п. Медіа формують громадську думку, простежують тенденції, прагнуть знайти відповіді на гострі питання, визначити, які будуть наслідки війни і яке майбутнє нас чекає.

Почергово аналізуватимемо польські видання на предмет інформації про Україну. Спершу беремо період першого півріччя 2022 р. і також зіставимо, як змінилася тенденція в інформуванні через два роки війни, за перше півріччя 2024 р.

Так, газета „Rzeczpospolita” є авторитетним польським щоденним часописом, який головно націлений на інформування. Газета від початку війни має багато новин про військову та дипломатичну діяльність України. Інформацію можна знайти в різних рубриках: „Події”, „Політика”, „Збройні конфлік-

ти”, „Світ”, „Країна”, „Військо”, „Думки”, „Публіцистика”. Рубрика „Збройні конфлікти” на інтернет-сторінці має підзаголовок „Wojna Rosji z Ukrainą”, де вказано день війни. Відповідно клікнувши на цю закладку, можемо отримати низку публікацій у зворотньо-хронологічному порядку.

Для передачі інформації про війну в Україні використовувалися різноманітні жанри – від звичайної короткої хроніки подій, коментарів до розлогіх статей, інтерв’ю й публіцистики. Особливістю створення контенту на початку війни є часте цитування Президента України Володимира Зеленського та використання української національної символіки. „Rzeczpospolita” у своїй інформаційній діяльності активно використовує платформу YouTube (@RzeczpospolitaTV) для транслявання відеоконтенту. На сьогодні YouTube-канал видання налічує 10 тис. відео. 75 тис. користувачів підписалися на контент цього каналу. Здебільшого відеоматеріали, які стосуються теми війни в Україні, транслюються через коментарі подій війни, політичних і воєнних дій за допомогою експертної оцінки. Українську тематику висвітлюють у підрубриці „#RZECZO POLITYCE”, а рідше у „WYDARZENIA”. Як конвергентне медіа газета також використовує соціальні мережі, де наявна оперативна інформація про події, які мають стосунок до України. Важливий акцент зроблено на візуальному контенті, де представлено головних політичних гравців і завжди є посилання до української символіки. Треба підкреслити, що „Rzeczpospolita” – це приклад якісної преси, що має більш як столітню традицію в Польщі і високий авторитет серед читачів.

Щодо змістового наповнення газети „Rzeczpospolita” за два роки війни слід сказати, що рубрика „Збройні конфлікти” вже є постійною і власне там зібрано основну інформацію про війну в Україні. Рубрика „Політика” вміщає інформацію про реакцію світу, висловлення політиків про допомогу Україні тощо. Інформація вже менше розпорошена по різних рубриках, її зібрано переважно в одному місці з чітким означенням теми і проблематики. Іноді рубрика „Події” може містити також актуальні новини, пов’язані з Україною. Інформації про Україну в газеті не поменшало, але вона стала більш концентрованою на політичних рішеннях щодо України, тому дещо змістився акцент у самому інформуванні. Можна стверджувати, що з площини Україна-Польща контекст розширився до Україна-світ.

„Gazeta Wyborcza” – одна з найпопулярніших щоденних газет країни, яка виходить із часу відновлення незалежності Польщі 1989 року й має суспільно-політичний характер. „Gazeta Wyborcza” інформує польську громадськість про війну в Україні у рубриках: „Війна в Україні”, „Українці в ЄС”, „Світ”. Тут більше знаходимо коротких новин. Зміст інформування дещо відрізняється від газети „Rzeczpospolita”, проте головні новини про Україну дуже схожі з цим медіа. Тематика досить широка, охоплює як міжнародну політику, так

і локальні проблеми, пов'язані з воєнними біженцями. Візуальний контент вміло достосовано до проблематики публікацій. Українська символіка у вигляді синьо-жовтої стрічки прикрашала рубрику, і з початку війни її розмістили під головною назвою газети. Що стосується жанрів, у яких представлена інформація про Україну, то вони переважно інформаційно-аналітичні. Рідше трапляються елементи публіцистики та художня образність. У цьому виданні теж спостерігаємо певні зміни в інформаційній політиці щодо України. З 2023 р. знаходимо більше інформації про внутрішньополітичне життя Польщі, вибори до парламенту, теми, пов'язані з українськими біженцями, виступають лише певним тлом проблематики. Однак у 2022 році був цілий випуск, присвячений воєнним біженцям. Від „Gazeta Wyborcza” підготовлений спецвипуск „Gazeta Uchodźców”. З нагоди Всесвітнього дня біженців „Gazeta Wyborcza” підготувала спеціальний випуск свого видання, де авторами матеріалів були українці, які розповідали про свій досвід проживання у Польщі [Gazeta Wyborcza 2022].

Теж цікавим фактом є те, що „Gazeta Wyborcza” надала титул Людина року українському письменникові Сергію Жадану.

У травні 2022 року харківський письменник, поет, активіст і волонтер Сергій Жадан, який допомагає як українським воїнам, так і мирним жителям під час війни, став Людиною року за версією Газети Виборчої. Урочисте вручення нагороди відбулося 17 серпня у Варшаві, під час візиту Жадана до Польщі [Наш вибір 2022].

Тижневик „Wprost” із початку війни з усіх аналізованих нами медіа подавав найбільше гострої інформації про війну в Україні. У загальному співвідношенні це 45% від загального інформування. Незважаючи на велику кількість актуальних новин про російсько-українську війну, газета „Wprost” подає коментарі та унікальну інформацію, якої немає в інших виданнях. „Wprost” має окрему рубрику „Wojna w Ukrainie”, де вміщено всю інформацію. Великої уваги заслуговує креативна візуалізація, чим ще більше привертає увагу до теми війни і подій на міжнародній арені, які пов'язані з нею. Так, цікавим способом зображений візит Президента США Д. Байдена до Польщі чи телефонні переговори Президента Франції М. Макрона з Путіним. Власне через засоби сатири, іронію та сильний візуальний посил досягається ефект емоційного впливу на читача. Такий принцип інформування застосовано не лише до тематики про Україну, це є своєрідною редакційною політикою загалом. Жанрова палітра „Wprost” дуже різноманітна з помітним тяжінням до публіцистики з її оцінними судженнями та гостротою викладу.

Аналіз часопису в період 2024 р. показує, що тема України надалі залишається важливою і пріоритетною в інформуванні польської аудиторії, однак це залишається ширшим тлом до проблем безпеки й політичних рішень. Багато

уваги приділено справам Європейського Союзу, критиці дій польської влади, зокрема партії Право і Справедливість. Навіть на рівні візуалізації – в оформленні обкладинки більше виступають як внутрішньопольські, так і світові політичні теми. Тема України більш трактована як поле гри великої політики. Однак позиція тижневика проукраїнська з гострою критикою ворожої Росії. Інтернет-сторінка „Wprost” має підрубрику „Najnowsze”, де розміщено найактуальніші події в надоперативному порядку, а іншу інформацію, пов’язану з війною в Україні, можна прочитати, прогорнувши стрічку донизу. Рубрика в електронному варіанті має величезний банер із прапором України, на тлі якого зображені військові.

Тижневик „Do Rzeczy” має характер гострополітичного видання, що сповідує польськоцентричну позицію зі специфікою інформування, яка має критичний погляд щодо справ у Польщі та на фронті в Україні. В інформаційно-публіцистичному стилі часопис повідомляє про події в Україні з позиції Польщі. Характер інформування суттєво відрізняється від попередніх видань, бо інформацію важко назвати проукраїнською чи взагалі нейтральною. Те, що автори називають війну війною і росію агресором, є фактом і незмінною позицією, але в підході до України та українців ці інформації завжди пов’язуються з критикою української влади, надмірними правами українців у Польщі, викриттям поведінки біженців, які підтримують свої традиції і культуру на чужині. Політика видання, може, не так однозначно, але впевнено й цілеспрямовано створює протистояння між поляками та українцями, робить акцент на загрозі втрати польської ідентичності через експансію українців. У таких матеріалах з різних позицій – роздумів на тему, прогнозування майбутнього Польщі, аналіз одиничних випадків поведінки українців, які теж подано через поняття загалу, прогнозується велика загроза для польської держави через війну в Україні. Інформацію через вибіркові події представлено дещо однобоко, замовчуються позитивні новини й очевидні факти, натомість утверджується думка, що воєнні біженці українізують Польщу. У 2024 р. інформаційна політика цього видання практично не змінилася. Інформування про Україну зменшилося в обсязі, війна в Україні транслюється як одна з подій на світовій арені, тобто інтерес до справ України зменшується. Побільшало негативних акцентів, критики дій української влади. Однак також треба підкреслити, що основною темою виступає гостра критика Путіна та імперського ладу, порівняння його з іншими диктаторами світу. Але водночас проводяться такі протиставлення, що хто проти Європейського Союзу, той за росію. Політиків Польщі, які мають проукраїнську позицію, називають новими слугами України. Інформаційна політика видання, як видно, не є проукраїнською.

Видання „Super Express”, яке завоювало увагу численної аудиторії в Польщі, має дещо інший стиль інформування про війну в Україні, часом прагнучи

до сенсаційності. Тому зазвичай підкреслює інші деталі, вишукує цікаві подробиці, таким чином, ніби дає читачам відчуття більшої обізнаності. Порівняно з газетою „Rzeczpospolita” автори пишуть про Путіна то його оточення, намагаючись спрогнозувати, як усе буде далі, розглядаючи різні варіанти розгортання війни. Найбільше інформації на цю тему знаходимо в рубриці „Війна в Україні”. „Super Express” – це таблоїдне видання, яке має інформаційно-розважальний характер. Тому з цього й бере основу спосіб інформування. Однак це щоденне видання є досить популярне серед поляків, адже представляє інформацію з цікавинками, інтригуючими заголовками. Таблоїдний стиль виявляє себе й у фото, а також у колористиці видання. Як розуміємо, це теж спосіб привернути увагу. „Super Express”, будучи солідарним з Україною, намагається свою позицію передати візуально через фотофакти, символіку тощо. Хоч спеціальних сталих рубрик про ситуацію в Україні немає. Інформацію розміщено в рубриках „Wiadomości”, „Dzieje się”, рідше в „Regiony” і „SuperBiz”. Щодо жанрових форм, то вони теж досить різноманітні – від новинної інформації до інтерпретації висловлювань політиків, інтерв’ю та прогнозів. Так, із початку війни, коли тема України була топтемою для всіх польських медіа, „Super Express”, як щоденний польський таблоїд, теж активно включався в цю проблематику. За час війни градус зацікавлення дещо спав, однак тепер основною темою про Україну для видання є сенсаційні заяви політиків, гучні справи, пов’язані з українцями в Польщі, важливі політичні рішення, які теж видання може інтерпретувати під певним соусом, щоб надати читачам більшого зацікавлення темою. Недоліком такого виду інформування є зосередження на негативних новинах, вишукування сенсаційності часом навіть у не зовсім прийнятний спосіб, наприклад, у гучних заголовках, які не надто відповідають змістові інформації або ж залишають відкриті запитання без відповіді.

Таблиця 1. Аналіз контенту головних польських видань від початку повномасштабної війни 2022 р.

Медіа	„Rzeczpospolita”	„Gazeta Wyborcza”	„Wprost”	„Do Rzeczy”	„Super Express”
Проукраїнська позиція	Так	Так	Так	Ні	Так
Співвідношення до загального обсягу інформації	75/25	50/50	45/55	50/50	70/30
Рубрики про Україну	+	+	+	-	-

Стиль інформування	Інформаційно-аналітичний	Інформаційний (з елементами аналітики)	Інформаційно-аналітичний, публіцистичний	Інформаційно-аналітичний	Інформаційно-аналітичний
Жанри	Інформація, коментар. Аналітична стаття, репортаж, інтерв'ю. Проблемний нарис.	Інформація, хроніка, інтерв'ю, репортаж, стаття.	Інформація, коментар. Аналітична стаття, репліка, інтерв'ю. Фейлетон, замальовка, сатирична замітка, карикатура, публіцистичний плакат.	Інформація, есей. Коментар. Інтерв'ю, репортаж, фейлетон. Стаття.	Інформація. Хроніка. Коментар. Інтерв'ю. Стаття.

Таблиця 2. Аналіз контенту головних польських видань у 2024 році

Медіа	„Rzeczpospolita”	„Gazeta Wyborcza”	„Wprost”	„Do Rzeczy”	„Super Express”
Проукраїнська позиція	Так	Так	Так	Ні	Так
Співвідношення до загального обсягу інформації	50/50	30/70	25/75	25/75	40/60
Рубрики	+	+	+	-	-
Стиль інформування	Інформаційно-аналітичний	Інформаційно-аналітичний	Інформаційно-аналітичний і публіцистичний	Інформаційно-аналітичний	Інформаційний (сенсаційний)
Жанри	Інформація, коментар. Аналітична стаття, репортаж, інтерв'ю.	Інформація, хроніка, коментар. Інтерв'ю, репортаж, стаття.	Інформація, коментар, аналітично-публіцистична стаття, репліка, нотатки публіциста, замальовка, фейлетон.	Інформація. Коментар. Інтерв'ю, репортаж, аналітична стаття.	Інформація. Хроніка. Коментар. Інтерв'ю. Стаття.

В університетському середовищі

Якщо говорити про присутність українського питання в локальному середовищі, то медіа Щецинського університету є прикладом якісного й тривалого інформування про події в Україні. Від початку війни першим джерелом інформації для осіб із України був сайт Щецинського університету, де розміщені актуальні повідомлення українською та польською мовами щодо отримання гуманітарної допомоги, юридичної і психологічної підтримки, подання необхідних документів для навчання, консультацій щодо працевлаштування тощо. Оперативно інформували також соціальні мережі як загалом університету, так і окремих адміністративних одиниць: факультетів, інститутів, структурних підрозділів. Окрему увагу слід звернути на університетські медіа: NiUS Radio і часопису „Przegląd Uniwersytecki”, які провадять щодо України сталу інформаційну політику підтримки. Наприклад, NiUS Radio Щецинського університету від початку війни щотижня подає новини українською мовою про головні події життя навчального закладу. Радіо регулярно інформує про перебіг війни в Україні, про збір коштів для потерпілих внаслідок війни, зокрема після вибуху греблі в Каховці. Українська тематика є також у культурному вимірі, коли подано інформацію про презентацію книг українських письменників у межах проекту „Перед обличчям війни” організації „Пограниччя” („Pogranicze”) чи інтерв'ю з українськими науковцями, представниками творчої еліти. Яскравим прикладом проукраїнської позиції є Свято Вишиванки, яке вшанували представники редакції, таким чином демонструючи солідарність із Україною. Свято Вишиванки започаткували студенти у 2006 році. З року в рік його популярність лише зростає. Упродовж 18 років українці в третій четвер травня одягають національні костюми, підкреслюючи свою ідентичність. Директор Центру медіаосвіти та інтерактивності Щецинського університету, до якого належить і NiUS Radio, д-р Конрад Войтила теж у різний спосіб підтримує Україну в її боротьбі проти російської агресії. За інформаційну діяльність на користь України його відзначено подякою факультету журналістики Львівського університету [NiUS Radio 2024].

На окрему увагу заслуговує програма про українців у Щецинському університеті, що її побудовано в формі розмови про життя українських студентів у місті, особливості навчання, адаптацію в чужому середовищі, мовний бар'єр, подолання труднощів дорослого життя, коли студенти часто мусять протистояти новим викликам самі, бо батьки залишилися в Україні, часто в окупації. У Щецинському університеті навчається 450 осіб з України. І саме подкаст про українців дає можливість поділитися власним досвідом, розповісти свою історію, стати прикладом для інших, які переживають схожі труднощі.

Вшанування пам'ятних дат: Дня Незалежності України, річниці Революції Гідності, другої річниці повномасштабної війни тощо. Інформація до таких днів має особливе значення й завжди підкріплена ілюстративним матеріалом (фото обстріляних міст, громадян України з синьо-жовтими прапорами, відеоролик, де українські студенти у вишитих строях читають поезію). Ця інформація має не лише потужне змістове, візуальне, а насамперед емоційне навантаження. Її основна мета – не дати забути про війну, не дозволити втомитися від емпатії.

„Przegląd Uniwersytecki” – це щоквартальник Щецинського університету, який висвітлює актуальні події в альма матер. Від початку війни 2022 р. тут знаходимо інформацію про акції підтримки України. Важливим акцентом є репрезентація діяльності науково-педагогічних працівників з України, налагодження міжнародної співпраці між нашими державами (матеріал про підписання угоди між Центром медіаосвіти й інтерактивності Щецинського університету та факультетом журналістики Львівського національного університету ім. Івана Франка, про відкриття Школи українського права на факультеті права і адміністрації Щецинського університету, а також інші ініціативи, спільні конференції, гостьові лекції, семінари тощо). „Przegląd Uniwersytecki” до другої річниці війни опублікував розлоге інтерв'ю з ректором університету проф. Вальдемаром Тарчинським про допомогу, яку навчальний заклад надав українським біженцям під промовистою назвою *Ми будемо надавати допомогу так довго, як це буде потрібно, і робитимемо це якнайкраще, як тільки вміємо* [Przegląd Uniwersytecki 2024: 4–7].

Інше інтерв'ю з директором Центру медіаосвіти й інтерактивності д-ром Конрадом Войтилою присвячене не лише інформаційній політиці Щецинського університету, а й загалом сприйняттю війни, українських біженців у кризових для Польщі внутрішньополітичних реаліях, пов'язаних із місцевими виборами, протестами фермерів тощо. Д-р К. Войтила стверджує:

Щоб Україна виграла цю війну, всі повинні об'єднатися. Від фейкової інформації ми не втечемо, але як професійні і відповідальні журналісти маємо протидіяти їй і створювати достовірне інформаційне поле. Здійснювати інформаційний тиск і відкрито піддавати сумніву всі брехливі наративи, які з'являються у громадському просторі. Говорити відкрито, хто є катом, а хто – жертвою. Глядачам медіа я б рекомендував тільки здоровий глузд і перевірку інформації, яку вони споживають. Від вашої перемоги залежить доля не лише Польщі. І важливо це нарешті усвідомити! [Przegląd Uniwersytecki: 12].

Якщо говорити про жанри інформації, представлені в медіах Щецинського університету, – чи в NiUS Radio, чи в „Przegląd Uniwersytecki”, то найчастіше виступає інтерв'ю, адже саме під час живої розмови найбільше виявляється позиція людини, також можна якнайкраще передати історію героя з перших уст. Звичайно, інформування на сторінці радіо також відбувається через хро-

ніку чи замітку (у звичайному або розширеному вигляді). У часописі „Przegląd Uniwersytecki” окрім інтерв’ю, коротких інформаційних матеріалів знаходимо й репортажі, есе-роздуми студентів з України, а також коментарі у вигляді цитат представників влади університету чи уповноважених осіб (наприклад, д-р Д. Ковалевської, яка призначена допомагати українцям у Щецинському університеті).

Зважаючи на специфіку цих медіа і їх змістове наповнення, то співвідношення української тематики до загального інформування становить у NiUS Radio 20%, а в „Przegląd Uniwersytecki” – лише 10%. В часописі немає постійних рубрик про Україну, натомість радіо дає новини українською мовою і подкаст „Ukraińcy na Uniwersytecie Szczecińskim”. Як бачимо, інформування в академічних медіа є без вагань проукраїнське, і Щецинський університет має однозначну і тривалу позицію щодо підтримки українців. Але, зважаючи на періодичність часопису й специфіку внутрішнього інформування академічної спільноти, цієї інформації небагато. Однак слід підкреслити, що від початку війни і до періоду 2024 р. обсяг інформації не зменшився.

Таблиця 3. Аналіз контенту медіа Щецинського університету з початку повномасштабної війни 2022 р.

Медіа	NiUS Radio	„Przegląd Uniwersytecki”
Проукраїнська позиція	Так	Так
Співвідношення до загального обсягу інформації	20/90	10/90
Сталі рубрики	+	-
Стиль інформування	Інформаційний	Інформаційно-аналітичний
Жанри	Новини, замітка, хроніка, фоторепортаж, інтерв’ю.	Розширена замітка, репортаж, інтерв’ю, есей.

Таблиця 4. Аналіз контенту медіа Щецинського університету за перше півріччя 2024 р.

Медіа	NiUS Radio	„Przegląd Uniwersytecki”
Проукраїнська позиція	Так	Так
Співвідношення до загального обсягу інформації	20/90	10/90
Сталі рубрики	+	-
Стиль інформування	Інформаційний	Інформаційно-аналітичний
Жанри	Новини, замітка, хроніка, фоторепортаж, інтерв’ю.	інформація, репортаж, інтерв’ю.

Висновки

На основі аналізу наведених вище прикладів можна зробити висновок, що тема російсько-української війни є дуже важливою та посідає чільне місце серед іншого контенту в інформаційному просторі Польщі. Хоч засади інформування назагал є дуже подібними, однак кожне видання намагається не втратити своєї ідентичності, подаючи певну родзинку для своєї цільової аудиторії.

Однією з основних тенденцій інформаційної політики Польщі є помітне зростання в польських медіа кількості матеріалів про війну в Україні. Можемо зауважити, що у зв'язку з війною в Україні Польща відійшла від висвітлення складних і суперечливих тем, насамперед історичного характеру, таким чином зміщуючи фокус на інші актуальні теми, пов'язані з війною, загрозою російської експансії та загалом безпекою Європи. Однак упродовж двох з половиною років війни інформування про Україну дещо змінило свій фокус уваги з самої теми України на загальнополітичну площину, роль Польщі в дипломатичній і війнній підтримці України. Акцент змістився на внутрішньопольські проблеми, пов'язані з українськими воєнними біженцями, побільшало негативної інформації про громадян України, критики української влади й політичних еліт. Академічні медіа зосереджені на безпосередньому інформуванні без політичних контекстів, тому представлена ситуація виглядає прозоро й однозначно, тяжіє до соціокультурної проблематики.

Підсумовуючи вищезазначене, варто наголосити, що Польща через медіапростір також демонструє свою підтримку й солідарність з Україною, адже через просування певних наративів у медіа реалізовується внутрішня політика Польщі щодо участі у воєнному конфлікті між Росією і Україною, де важливу роль відіграє власне гуманітарна складова. Хоч медіа Польщі (на прикладі аналізованих видань „Rzeczpospolita”, „Gazeta Wyborcza”, „Wprost”, „Super Express”, „Do Rzeczy” і медіа Щецинського університету як відзеркалення діяльності окремої академічної спільноти – NiUS Radio і „Przegląd Uniwersytecki”) мають різну інформаційну політику, однак українська тематика є важливою для польської громадськості. В інформуванні це виявляється на різних рівнях – від дипломатичних стосунків, безпекової ситуації в самій Польщі до висвітлення соціально-побутових проблем і соціокультурних конфліктів.

Список використаної літератури

- Бурлачук В., *Війна як медійна подія*, [в:] *Українське суспільство в умовах війни: Колективна монографія*, С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та ін.; ред. Є. Головахи, С. Макеєва, Київ: Інститут соціології НАН України, 2022, с. 56–65.
- Верховецька А., *Сергій Жадан – Людина року за версією Газети Виборчої: „Отримую цю нагороду від імені всіх українців”*, [в:] „Наш вибір”, електронний ресурс: <https://naszwybir.pl/sergij-zhadan-lyudyna-roku/>.
- „Моя спеціалізація – війна”. *Польські журналісти про свою роботу в Україні*, [в:] Електронний ресурс: <https://detector.media/infospace/article/197128/2022-03-02-moya-spetsializatsiya-viyna-polski-zhurnalisty-pro-svoyu-robotu-v-ukraini/>.
- Почепцов Г., *Пропаганда будує світ, водночас руйнуючи його*, [в:] Електронний ресурс: <https://www.aup.com.ua/news/propaganda-stroit-mir-odnovremenko-r/>.
- Прунцева М., *Польські медіа про українців*, [в:] „Наше слово”, електронний ресурс: <https://nasze-slowo.pl/polski-media-pro-ukrayintsiv-2/>.
- Фісун О., *Теоретично-категоріальне осмислення поняття „інформаційна війна” в структурі інформаційно-політичного простору*, [в:] „Інформаційне суспільство: науковий журнал”, 2011, вип. 13, с. 43–48.
- Chmielewska D., *Nie tylko żołnierze i karabiny. Dezinformacja jako istotny element wojny w Ukrainie na przykładzie fake newsów i prorosyjskich narracji rozpowszechnianych w polskich mediach*, [w:] „Media i Społeczeństwo”, 2023, nr 18, s. 34–45.
- Maciejewski J., *Wojna. Reportaż z Ukrainy*, Warszawa: Wydawnictwo Biały Kruk, 2022.
- Małecki Ł., *Fake news jako front wojny w Ukrainie*, [w:] „Studia Ukrainica Posnaniensia”, 2023, nr 11, s. 57–70.
- NiUS Radio Uniwersytetu Szczecińskiego, [w:] Źródło elektroniczne: <https://niusradio.pl/aktualnosci/uczelnia/3227-zespol-nius-radia-w-ukrainskich-koszulkach-narodowych>.
- Ogdowski M., *Zabić Ukrainę. Alfabet rosyjskiej agresji*, Ustroń: Warbook, 2024.
- „Przegląd Uniwersytecki” (Szczecin), 2023, nr 10–12.
- Stępiak K., *The image of Russia’s aggression against Ukraine on the front pages of „Rzeczpospolita” and „Gazeta Wyborcza” – an analysis of the framing of war photographs*, [w:] „Studia Medioznawcze”, 2023, t. 24, nr 4 (95), s. 92–109.
- Wielński B.T., „Gazeta Uchodźców”. 20 czerwca specjalna „Wyborcza” przygotowana przez uchodźców [w:] „Gazeta Wyborcza”, źródło elektroniczne: <https://wyborcza.pl/7,75399,28576905,gazeta-uchodzcow-20-czerwca-ukaze-sie-wyborcza-przygotowana.html>.

Spysok vykorystanoi literatury [References]

- Burlachuk V., *Viina yak mediina podiia [War as a media event]*, [v:] *Ukrainske suspilstvo v umovakh viiny: Kolektyvna monohrafiia*, S. Dembitskyi, O. Zlobina, N. Kostenko ta in., red. Ye. Holovakhy, S. Makeieva, Kyiv: Instytut sotsiolohii NAN Ukrainy, 2022, s. 56–65.

- Verkhovetska A., Serhii Zhadan – *Liudyna roku za versiieiu Hazety Vyborchoi: „Otrymuiu tsiu nahorodu vid imeni vsikh ukrainsiv”* [Person of the Year according to Gazeta Wyborcza: „I receive this award on behalf of all Ukrainians”], [v:] „Nash vybir”, elektronnyi resurs: <https://naszwybir.pl/sergij-zhadan-lyudyna-roku/>.
- „Moia spetsializatsiia – viina”. *Polski zhurnalisty pro svoiu robotu v Ukraini* [„My specialization is war.” A Polish journalist on his work in Ukraine], [v:] Elektronnyi resurs: <https://detector.media/infospace/article/197128/2022-03-02-moya-spetsializatsiya-viyna-polski-zhurnalisty-pro-svoiu-robotu-v-ukraini/>.
- Pocheptsov H., *Propahanda buduie svit, vodnochas ruiniuuchy yoho* [Propaganda builds the world while simultaneously destroying It], [v:] Elektronnyi resurs: <https://www.aup.com.ua/news/propaganda-stroit-mir-odnovremenno-r/>.
- Pruntseva M., *Polski media pro ukrainsiv* [Polish media about Ukrainians], [v:] „Nashe slovo”, elektronnyi resurs: <https://nasze-slowo.pl/polski-media-pro-ukrayintsiv-2/>.
- Fisun O., *Teoretychno-katehorialne osmyslennia poniattia „informatsiina viina” v strukturi informatsiino-politychnoho prostoru* [Theoretical and categorical conceptualization of the term „Information war” within the structure of the information-political space], [v:] „Informatsiine suspilstvo: naukovyi zhurnal”, 2011, vyp. 13, s. 43–48.
- Chmielewska D., *Nie tylko żołnierze i karabiny. Dezinformacja jako istotny element wojny w Ukrainie na przykładzie fake newsów i prorosyjskich narracji rozpowszechnianych w polskich mediach* [Not only soldiers and rifles: Disinformation as a significant element of the war in Ukraine, based on fake news and pro-russian narratives spread in polish media], [w:] „Media i Społeczeństwo”, 2023, nr 18, s. 34–45.
- Maciejewski J., *Wojna. Reportaż z Ukrainy* [War: A report from Ukraine], Warszawa: Wydawnictwo Biały Kruk, 2022.
- Małecki Ł., *Fake news jako front wojny w Ukrainie* [Fake news as a front of the war in Ukraine], [w:] „Studia Ukrainica Posnaniensia”, 2023, nr 11, s. 57–70.
- NiUS Radio Uniwersytetu Szczecińskiego [NiUS Radio of the University of Szczecin], [w:] Źródło elektroniczne: <https://niusradio.pl/aktualnosci/uczelnia/3227-zespol-nius-radia-w-ukrainskich-koszulkach-narodowych>.
- Ogdowski M., *Zabić Ukrainę. Alfabet rosyjskiej agresji* [To kill Ukraine: The alphabet of russian aggression], Ustroń: Warbook, 2024.
- „Przegląd Uniwersytecki” (Szczecin) [“University Review” (Szczecin)], 2023, nr 10–12.
- Stępnia K., *The image of Russias aggression against Ukraine on the front pages of “Rzeczpospolita” and “Gazeta Wyborcza” – an analysis of the framing of war photographs* [w:] „Studia Medioznawcze”, 2023, t. 24, nr 4 (95), s. 92–109.
- Wielński V.T., „Gazeta Uchodźców”. 20 czerwca specjalna „Wyborcza” przygotowana przez uchodźców [„Refugee Newspaper”: June 20 special „Wyborcza” prepared by refugees], [w:] „Gazeta Wyborcza”, źródło elektroniczne: <https://wyborcza.pl/7,75399,28576905,gazeta-uchodzcow-20-czerwca-ukaze-sie-wyborcza-przygotowana.html>.