

Anna Skibińska

Uniwersytet Wrocławski
anna.skibinska@uwr.edu.pl

 <https://orcid.org/0000-0002-6097-2122>

KONTRASTY MIĘDZY POLAKAMI A UKRAIŃCAMI W WARSZAWIE – ANALIZA KORPUSOWA PRZEKAZÓW MEDIALNYCH GAZETY WYBORCZEJ W LATACH 2015-2019

Contrasts Between Poles and Ukrainians in Warsaw – Corpus Analysis of the Media Messages of *Gazeta Wyborcza* in 2015-2019

Abstract – The article presents a corpus analysis of media messages about immigrants from Ukraine in Warsaw. The aim of the research was to compare headlines and texts and to identify keywords, words with the highest frequency and the most popular collocations. The korpusomat web application was used for the study. The results confirm that the image of Ukrainians is built on the basis of the opposition between locals and foreigners. The quantitative data for the headlines and for the texts were similar. The topics concerned mainly the work of immigrants. An important role in the media news was played by lemmas locating the places of events and the nationality of their participants.

Keywords: Corpus Analysis, Immigrant, Media Image, Press Headline, Ukrainian

Wprowadzenie

Jednym z tematów, który od kilku lat cieszy się dużym zainteresowaniem opinii publicznej¹, są migracje. W roku 2015 uwagę przykuł tzw. kryzys migracyjny, tj. gwałtowny wzrost liczby osób przekraczających granice zewnętrzne Unii Europejskiej². W Polsce problematyka migracyjna stała się szczególnie ważna podczas kampanii wyborczej prowadzonej jesienią 2015 roku. W opozycji do, określanych jako obcy, przybyszów z Afryki Północnej, przedstawiano wówczas migrantów ze wschodniej Europy, uznawanych za znacznie bliższych kulturowo³. W tej grupie najbardziej widoczni byli Ukraińcy – do emigracji skłaniała ich m.in. zła sytuacja gospodarcza w kraju oraz wybuch konfliktu zbrojnego w rejonie Donbasu. Realna obecność Ukraińców w przestrzeni publicznej w Polsce zachęcała dziennikarzy do opisu wydarzeń z ich udziałem oraz częstszego poruszania tematyki migracyjnej⁴.

¹ Pozostawiając na uboczu obszerną dyskusję nad sposobami rozumienia tego pojęcia, autorka niniejszego artykułu opiera się na definicji sformułowanej przez G. W. Allporta, który stwierdził, że opinia publiczna to produkt powszechnej edukacji oraz nowoczesnego systemu komunikowania masowego – cf. S. Kuśmierski, *Opinia publiczna: wprowadzenie do teorii*, Wydawnictwo WSE, Warszawa 1997; R. Staniszewski, „Opinia publiczna – teoretyczny sens i zakres pojęcia”, *Studia Politologiczne*, 2012, t. 25, s. 108-124.

² Z opublikowanych danych wynika, że w 2015 roku zanotowano ok. 1,8 mln nielegalnych przekroczeń granic UE, a ponad 1,3 mln osób ubiegało się po raz pierwszy o ochronę międzynarodową w UE, Norwegii lub Szwajcarii. W rezultacie tematyka migracyjna zdominowała europejskie media oraz politykę, wywołując dyskusję społeczną i nierzadko antagonizując grupy o przeciwstawnych poglądach na temat właściwych działań państw w obliczu migracji – cf. M. Trojanowska-Strzęboszewska, „Kryzys uchodźczy a przyszłość systemu Schengen”, in K. A. Wojtaszczyk, J. Szymańska (red.), *Uchodźcy w Europie. Uwarunkowania, istota, następstwa*, Wydawnictwo Księgarnia Akademicka, Kraków 2017, s. 125-147.

³ A. Adamczyk, „Polska wobec kryzysu imigracyjnego”, in A. Adamczyk, A. Sakson, C. Trosiak (red.), *Polityczne i społeczne aspekty wielokulturowości. Migracje i mniejszości*, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2016, s. 99-120.

⁴ Potwierdzają to m.in. dane ilościowe zebrane pierwotnie osobno dla każdego roku na potrzeby niniejszego artykułu; cf. J. Nesteriak, „Ukraińcy

Opisane wyżej zjawiska stały się inspiracją do powstania niniejszego artykułu. Autorka postanowiła sprawdzić, jakie cechy wyróżniają wiadomości na temat Ukraińców publikowane na portalu informacyjnym www.warszawa.wyborcza.pl. Wybór rzeczzonego serwisu⁵ umotywowany był kilkoma czynnikami. W pierwszej kolejności podkreślić należy, że *Gazeta Wyborcza* klasyfikowana jest jako medium opiniotwórcze o profilu centro-liberalnym, skupione na zagadnieniach społeczno-politycznych⁶. Pojawiać powinny się w niej zatem dłuższe problemowe teksty oraz zweryfikowane informacje – spodziewać się można, że obecna będzie także tematyka migracyjna. Co więcej, serwis wyborcza.pl (w którym znajdziemy wszystkie teksty z wydań papierowych, a dodatkowo: komentarze, grafiki czy filmy⁷) wyróżnia znacząca (i stale wzrastająca) liczba subskrybentów – od 55 tysięcy w 2014 roku do 260 tysięcy w 2021 roku⁸. Tak szerokie grono wiernych czytelników pozwala przypuszczać, że oferowane treści interesują odbiorców, a ich forma jest przystępna. Redakcja ma też swoje oddziały w ponad 30 miastach w Polsce, dzięki czemu może z bliska opisywać sprawy najistotniejsze dla poszczególnych regionów. Zważywszy na to, że

migranci w Polsce: aspekt medialny”, in A. Adamczyk, A. Sakson, C. Trosiak (red.), *Migranci i mniejszości jako obcy i swoi w przestrzeni polityczno-społecznej*, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2019, s. 157-170.

⁵ W niniejszym artykule synonimicznie używa się pojęć: serwis internetowy, witryna internetowa oraz portal internetowy. Autorka bazuje na słownikowych definicjach tych pojęć oraz ich często zamiennym stosowaniu w języku potocznym – co odpowiada również jednemu angielskiemu słowu *website*, cf. Słownik języka polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/sjp/serwis-internetowy;5579204.html>, dostęp 26.11.2021 oraz Wikipedia The Free Encyclopedia, <https://en.wikipedia.org/wiki/Website>, dostęp 26.11.2021.

⁶ Encyklopedia PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Gazeta-Wyborcza;3904448.html>, dostęp 26.11.2021 oraz Grupa Medialna Agora S.A., <https://www.agora.pl/prasa#dziennik>, dostęp 26.11.2021.

⁷ Wyborcza.pl, <https://wyborcza.pl/centrumpomocygw/7,135191,14956671,gazeta-wyborcza-dzisiaj.html>, dostęp 26.11.2021.

⁸ Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedialna.pl/artykul/gazeta-wyborcza-liczba-subskrybentow-cyfrowych-pakiety-jaka-cena-opinie-komentarze>, dostęp 26.11.2021.

z perspektywy ogólnopolskiej pewne kwestie mogą być marginalizowane, analiza publikacji z serwisu poświęconego konkretnemu miastu pozwala lepiej zbadać jego specyfikę.

Witrynę warszawską wybrano z uwagi na największą liczbę ukraińskich imigrantów, którzy przyjechali na Mazowsze, głównie do stolicy Polski⁹. Warszawski rynek przyciąga inwestorów i pracodawców, a co się z tym wiąże – również imigrantów poszukujących pracy. To zaś skutkować może częstszymi spotkaniami z obywatelami Ukrainy – tak w codziennych sytuacjach, jak i w medialnych przekazach w tym regionie.

Analiza objęła lata 2015-2019, które uznano za odpowiednie dla kompleksowego zbadania medialnego wizerunku Ukraińców na wskazanym portalu. Tak określone ramy czasowe pozwoliły też skupić się na najbardziej aktualnym okresie, podczas którego zwiększała się skala ukraińskiej migracji. Rezygnację z analizy medialnych przekazów z lat 2020-2021 uzasadniają m.in. niepełne dane na temat rozmiarów migracji w ostatnim roku¹⁰, a także wystąpienie pandemii COVID-19, która silnie kształtowała agendę medialną, zwłaszcza w pierwszych miesiącach zmagania z wirusem Sars-CoV-2¹¹. Prace nad artykułem zakończono w 2021 roku, w związku z czym potencjalna zmiana wizerunku Ukraińców związana z agresją zbrojną Rosji na Ukrainę 24.02.2022 roku znajduje się poza zakresem niniejszych rozważań.

Dotychczasowy stan badań

Przed prezentacją wyników własnego rekonesansu badawczego, warto w zarysie opisać aktualny stan badań nad medialnym wizerunkiem Ukraińców w polskojęzycznych środkach masowego przekazu.

⁹ Bankier.pl, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Cudzoziemcy-pracujacy-w-Warszawie-informacje-8166260.html>, dostęp 26.11.2021.

¹⁰ Stan na dzień 27.11.2021 – Urząd do Spraw Cudzoziemców opublikował dotąd dane dla III kwartału 2021 roku, zaś połączenie analizy przekazów medialnych z czasów przedpandemicznych oraz z początków pandemii w Polsce mogłoby, zdaniem autorki, wzbudzać wątpliwości dotyczące trafności porównań.

¹¹ Według autorki cenne byłoby osobne studium omawiające medialne przekazy na temat ukraińskich imigrantów w obliczu pandemii COVID-19 w Polsce oraz po ataku Rosji na Ukrainę 24.02.2022 roku.

Prace na ten temat różnią się zarówno pod względem metodologii, zakresu badawczego, jak i wykorzystywanych źródeł.

Wzmianki o Ukraińcach zamieszczane na łamach ogólnopolskiej prasy analizowały m.in. Alisa Borkowska¹², Agata Kotowska¹³ oraz Helena Sojka-Masztalerz¹⁴. Należy jednak podkreślić, że ich badania obejmowały wcześniejsze okresy, odpowiednio lata: 2005-2010, 1991-2008 oraz 1918-1939. Przedmiotem badań Renaty Rozbickiej był zaś wizerunek Ukraińców w Polsce kształtowany przez trzy tygodniki opiniotwórcze w latach 2014-2016¹⁵. Dariusz Baran omówił z kolei medialne następstwa „radiowego żartu” Jakuba Wojewódzkiego i Michała Figurskiego oraz tzw. Euromajdanu w 2014 roku, a także stereotypy dotyczące Ukraińców zaobserwowane w dziennikach i tygodnikach w latach 2012-2015¹⁶. Stereotyp Ukraińca w polskiej elektronicznej prasie regionalnej oraz wizerunek Ukraińców w prasie regionalnej Dolnego Śląska opisała Anna Skibińska¹⁷.

¹² A. Borkowska, „Językowy obraz Ukraińców w polskich dziennikach prasowych (analiza materiałów Narodowego Korpusu Języka Polskiego z lat 2005–2010)”, *Acta Polono-Ruthenica*, 2020, t. 25, nr 3, s. 91-108.

¹³ A. Kotowska, *Stosunki polsko-ukraińskie w polskim dyskursie prasowym (1991-2008)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2018.

¹⁴ H. Sojka-Masztalerz, *Rusini czy Ukraińcy? Językowy obraz nacji ukraińskiej w prasie polskiej (1918-1939)*, Wydawnictwo Wrocławskie Towarzystwo Naukowe, Wrocław 2004.

¹⁵ R. Rozbicka, „Imigrant czy uchodźca? Wizerunek Ukraińców mieszkających w Polsce na podstawie tygodników opiniotwórczych: «Do Rzeczy», «Newsweek Polska» i «Tygodnik Powszechny» w latach 2014-2016”, in M. Lubicz Miszewski (red.), *Imigranci z Ukrainy w Polsce: potrzeby i oczekiwania, reakcje społeczne, wyzwania dla bezpieczeństwa*, Wydawnictwo Akademii Wojsk Lądowych, Wrocław 2018, s. 43-59.

¹⁶ D. Baran, „Wizerunek Ukraińców na łamach wybranej polskiej prasy”, *Państwo i Społeczeństwo*, 2016, t. 16, nr 1, s. 97-116.

¹⁷ A. Skibińska, „Stereotyp Ukraińca w polskiej elektronicznej prasie regionalnej”, in M. Śliwa, M. Maciąg (red.), *Nauki społeczne jako przedmiot badań naukowych – ujęcie interdyscyplinarne*, Wydawnictwo Naukowe TYGIEL, Lublin 2020, s. 7-23; A. Skibińska, „Ukraińcy w prasie regionalnej Dolnego Śląska”, *Com.press*, 2020, t. 3, nr 1, s. 54-77.

Radiowe reportaże, których bohaterami byli Ukraińcy mieszkający w Polsce, badał Artur Pruszyński¹⁸. Warto w tym miejscu podkreślić, że choć audycje dotyczące Ukraińców pojawiały się m.in. w Radiu Olsztyn oraz w Radiu Lublin, a programów w języku ukraińskim można było wysłuchać m.in. w Radiu Koszalin (Magazyn ukraiński), Radiu Rzeszów (Skrzynia) oraz w Radiu Kraków (Kiermasz świąteczny), to jednak brakuje prac naukowych, które zgłębiałyby te źródła¹⁹.

Przechodząc natomiast do programów telewizyjnych, jako ważną publikację wskazać należy pracę zatytułowaną „Obraz współczesnej Ukrainy w mediach w Polsce”²⁰ pod red. Iwony Hofman i Justyny Maguś. Badania struktury tematycznej magazynu „Ukraińskie Wieści”, nadawanego w latach 2005-2015 w TVP Olsztyn²¹, potwierdziły zaś dominację tematów regionalnych i lokalnych w wiadomościach na temat Ukraińców, co stanowi dodatkowe uzasadnienie dla określonego we wstępie przedmiotu badań.

Uzupełnienie dla wymienionych wyżej publikacji stanowią raporty przygotowane przez Związek Ukraińców w Polsce. Ich autorzy przeanalizowali ponad milion wypowiedzi zaczerpniętych z serwisów społecznościowych (Facebooka, Twittera) oraz z komentarzy pod artykułami na portalach i forach internetowych. Pierwsze badanie przeprowadzono od grudnia 2016 roku do listopada 2017 roku, zaś drugie – od stycznia 2018 roku do maja 2019 roku²². W obu przypadkach

¹⁸ A. Pruszyński, „Obcy pośród nas. Radiowe reportaże o Ukraińcach w Polsce po 2005 roku”, in R. Drozd, T. Sucharski (red.), *Polska-Ukraina. Dziedzictwo i współczesność*, Wydawnictwo Naukowe AP w Słupsku, Słupsk 2012, s. 304-309.

¹⁹ Cf. J. Nesteriak, *op. cit.*, s. 157-170.

²⁰ I. Hofman, J. Maguś (red.), *Obraz współczesnej Ukrainy w mediach w Polsce*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014.

²¹ M. Golińska-Konecko, „Problematyka ukraińska w programie «Ukraińskie wieści» w TVP Olsztyn w latach 2005-2015”, *Civitas et Lex*, 2020, t. 25, nr 1, s. 27-39. Warto zaznaczyć, że program ten skierowany był do obywateli polskich należących do mniejszości ukraińskiej.

²² P. Tyma (red.), *Raport. Mniejszość ukraińska i migranci z Ukrainy w Polsce. Analiza dyskursu*, Związek Ukraińców w Polsce, Warszawa 2018; P. Tyma (red.), *Raport 2. Mniejszość ukraińska i migranci z Ukrainy w Polsce. Analiza dyskursu*, Związek Ukraińców w Polsce, Warszawa 2019.

wnioski mówiły o negatywnym wizerunku Ukraińców i agresji słownej internautów.

Mając zatem na uwadze dotychczasowy stan badań, w pełni zasadne wydaje się wzbogacenie dotychczasowej refleksji na temat medialnego wizerunku imigrantów z Ukrainy o analizę treści na temat Ukraińców zamieszczanych na portalu www.warszawa.wyborcza.pl w latach 2015-2019.

Metoda badawcza

Z uwagi na obszerność materiału badawczego oraz dążenie do możliwie najbardziej rzetelnych wyników, podczas badań zdecydowano się skorzystać z korpusomatu – aplikacji webowej służącej do tworzenia oznakowanych fleksyjnie korpusów tekstów²³. Aplikacja ta powstała w Zespole Inżynierii Lingwistycznej Instytutu Podstaw Informatyki PAN, a na jej działanie składa się kilka narzędzi, takich jak: analizator morfologiczny Morfeusz²⁴, tager Concraft²⁵, Liner 2 do rozpoznawania nazw własnych²⁶, TermoPL²⁷ oraz wyszukiwarka korpusowa MTAS²⁸. Opisane narzędzie posłużyło do analizy ilościowej oraz jakościowej języka naturalnego zgromadzonych uprzednio tekstów dziennikarskich spełniających ustalone kryteria.

²³ Ze stworzonych w ten sposób korpusów tekstów korzysta się za pomocą wyszukiwarki MTAS – <https://korpusomat.pl/overview>, dostęp: 18.06.2021. Aplikacja jest dostępna pod adresem <http://korpusomat.pl>. Można jej używać bezpłatnie, ale najpierw należy założyć konto w serwisie – cf. W. Kieraś, Ł. Kobyliński, „Korpusomat – stan obecny i przyszłość projektu”, *Język Polski*, 2021, t. CI, z. 2, s. 49-58.

²⁴ Analizator i generator fleksyjny Morfeusz 2, <http://morfeusz.sgjp.pl/>, dostęp 26.11.2021.

²⁵ Concraft-pl, <http://zil.ipipan.waw.pl/Concraft>, dostęp 26.11.2021.

²⁶ CLARIN-PL/Liner2, <https://github.com/CLARIN-PL/Liner2>, dostęp 26.11.2021.

²⁷ TermoPL, <http://zil.ipipan.waw.pl/TermoPL>, dostęp 26.11.2021.

²⁸ Multi Tier Annotation Search, <https://meertensinstituut.github.io/mtas/index.html>, dostęp 26.11.2021.

Podstawowym kryterium decydującym o zakwalifikowaniu wypowiedzi medialnej do korpusu – definiowanego za Wojciechem M. Chlebdą jako „zbiór tekstów zebranych przez kogoś pod pewnym kątem, dla określonych celów (najczęściej badawczych), mający postać cyfrową i w związku z tym wyposażony w urządzenie przeszukujące”²⁹ – było miejsce publikacji, tj. portal www.warszawa.wyborcza.pl. Spośród zamieszczanych tam tekstów wybrano tylko te, które zawierały słowo „Ukrainiec” lub „Ukrainka” – uwzględniano wszystkie formy fleksyjne, a także liczbę mnogą oraz wyrazy pisane z pominięciem polskich znaków diakrytycznych (np. Ukraińcy³⁰). Kolejne kryterium kompilacji korpusu miało charakter czasowy – zgromadzono publikacje z lat 2015-2019³¹. Aby stworzyć scharakteryzowany wyżej zbiór tekstów skorzystano z Google Advanced Search³². Następnie, po zainstalowaniu wtyczki MozBar, wygenerowano plik w formacie CSV, który zawierał adresy URL wszystkich tekstów zakwalifikowanych do korpusu.

Zasadniczym celem badań było ustalenie różnic oraz podobieństw, które występowały w opisie ukraińskich imigrantów w nagłówkach prasowych oraz w dalszej części tekstów. Ciekawym wydało się sprawdzenie, czy temat imigracji zza Bugu skłaniał dziennikarzy warszawskiego oddziału *Gazety Wyborczej* do podkreślania opozycji między „swoim” a „obcym”. Kolejnym interesującym aspektem analiz były etnostereotypy – próba określenia ich frekwencji oraz roli, jaką spełniały w różnych częściach medialnych wypowiedzi.

Dążąc do zrealizowania określonych wyżej celów badawczych, w aplikacji korpusomat opracowano listy frekwencyjne z najpopularniejszymi lematami oraz kolokacjami. Następnie ustalono słowa klu-

²⁹ W. M. Chlebda (red.), *Na tropach korpusów: w poszukiwaniu optymalnych zbiorów tekstów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2013, s. 9.

³⁰ Zaliczenie do korpusu także wyrazów, w których pominięto polskie znaki diakrytyczne motywowane było chęcią dotarcia do wszelkich treści dotyczących badanego zagadnienia – publikacje internetowe bywają przygotowywane w pośpiechu, stąd zdarzają się w nich rozmaite usterki.

³¹ Uzasadnienie dla wszystkich kryteriów kompilacji korpusu sformułowano we wprowadzeniu do niniejszego artykułu.

³² Wyszukiwanie zaawansowane oferowane przez przeglądarkę Google Chrome.

czowe (lematy o największej istotności). Podsumowując, podejście korpusowe potraktowano jako metodologię badania konkretnych zjawisk językowych występujących na wybranym portalu internetowym, zaś korpusy językowe (materiały z „żywego języka”) – jako źródła pozyskiwania wiedzy o medialnym wizerunku Ukraińców.

Wyniki

Korpus zgromadzony wedle wskazanych wyżej założeń objął 106 wypowiedzi medialnych – korpus z tekstami liczył 89 485 segmentów³³, a korpus z nagłówkami składał się z 1 473 segmentów. Poniżej zaprezentowano tabele z wynikami analizy ilościowej, które stanowią będą podstawę do dalszych analiz jakościowych.

Tab. 1. Listy frekwencyjne z dziesięcioma najczęściej występującymi lematami w tekstach i w nagłówkach. W tabeli pominięto znaki interpunkcyjne, spójniki, przyimki oraz czasowniki „mieć” i „być”.

Teksty		Nagłówki	
Lemat	Frekwencja	Lemat	Frekwencja
Polska	345	Warszawa	20
Warszawa	337	Ukraiński	20
Ukraina	319	Ukrainiec	18
Ukrainiec	252	Ukraina	17
Praca	245	Polska	10
Mówić	204	Ukrainka	8
Ja	190	On	7
Polski	188	My	6
My	180	Złoty	6
Ukraiński	179	Cudzoziemiec	5

Źródło: badania własne z wykorzystaniem aplikacji korpusomat.

³³ Każdy segment to w przybliżeniu jedno słowo – *cf.* W. Kieraś, Ł. Ko-byliński, *op. cit.*, s. 50.

Powyższe zestawienie pozwala stwierdzić, że priorytetem dla dziennikarzy jest doprecyzowanie miejsca występowania opisywanych zjawisk (Warszawa, Polska, Ukraina) oraz przedstawienie uczestników (Ukrainiec, Ukrainka, cudzoziemiec). Co ciekawe, wśród najpopularniejszych lematów³⁴ nie odnotowano słów „Polak” ani „Polka”. Świadczyć to może o milczącym założeniu redakcji, że brak dodatkowych informacji to dla czytelnika jasny sygnał, iż uczestnikami wydarzeń byli wyłącznie Polacy. Warto również zwrócić uwagę na wyższą frekwencję lematu „Ukrainiec” aniżeli „Ukrainka”³⁵. Na tej podstawie można przypuszczać, że znacznie większym zainteresowaniem mediów cieszą się wydarzenia, w których biorą udział mężczyźni z Ukrainy. O Ukrainkach wspomina się znacznie rzadziej, choć podkreślić należy, że liczba ukraińskich imigrantów płci męskiej oraz płci żeńskiej była w badanym okresie niemal tożsama³⁶.

Tab. 2. Kolokacje rzeczownik-przymiotnik występujące najczęściej w tekstach i w nagłówkach.

Teksty		Nagłówki	
Forma bazowa	Frekwencja	Forma bazowa	Frekwencja
Centrum handlowe	18	Język ukraiński	4
Pobyt stały	10	Dworzec zachodni	3
Straż graniczna	8	Agencja towarzyska	2

³⁴ Lemat to forma hasłowa; taka forma gramatyczna wyrazu odmiennej, która jest wykorzystywana tradycyjnie w słownikach – cf. Analizator morfologiczny Morfeusz, <http://morfeusz.sgjp.pl/doc/about/>, dostęp 26.11.2021.

³⁵ W przypadku nagłówków lemat „Ukrainiec” występował ponad dwukrotnie częściej niż „Ukrainka” (18:8), zaś w tekstach lemat „Ukrainiec” pojawiał się niemal pięciokrotnie częściej (252:51).

³⁶ Rządowa strona z informacjami na temat migracji w Polsce: <https://migracje.gov.pl/statystyki/zakres/polska/typ/dokumenty/widok/mapa/rok/2019/kraj/UA/plec/M/?x=0.2017&y=1.2112&level=1>, dostęp 26.11.2021 oraz <https://migracje.gov.pl/statystyki/zakres/polska/typ/dokumenty/widok/mapa/rok/2019/kraj/UA/plec/K/?x=0.2017&y=1.2112&level=1>, dostęp 26.11.2021.

Teksty		Nagłówki	
Forma bazowa	Frekwencja	Forma bazowa	Frekwencja
Wojna światowa	6	Dworzec centralny	2
Agencja towarzyska	5		
Rzeź wołyńska	5		

Źródło: badania własne z wykorzystaniem aplikacji korpusomat.

Analiza popularnych kolokacji potwierdza istotną rolę określeń konkretyzujących miejsce wydarzeń (centrum handlowe, dworzec zachodni, dworzec centralny, agencja towarzyska). Ponadto na podstawie danych zawartych w tabeli można podejrzewać, że dziennikarze sporo uwagi poświęcają zagadnieniom administracyjnym (np. staraniom Ukraińców o uzyskanie prawa stałego pobytu w Polsce). Kolokacje odnoszące się do przeszłości (wojna światowa, rzeź wołyńska) świadczą zaś o podtrzymywaniu przez redakcję pamięci o minionych wydarzeniach, również tych silnie antagonizujących Polaków i Ukraińców.

Tab. 3. Słowa kluczowe – 10 najistotniejszych lematów występujących w tekstach i w nagłówkach.

Teksty		Nagłówki	
Lemat	Istotność	Lemat	Istotność
Ukraina	18	Ukraiński	5
Warszawa	16	Warszawa	4
Ukrainiec	16	Ukrainiec	4
Ukraiński	14	Ukraina	4
Polska	14	Ukrainka	3
Polak	11	Polska	3
Pracować	10	Cudzoziemiec	2
Mieszkać	10	Dworzec	2
Praca	9	Pracować	2
Cudzoziemiec	9	Atak	2

Źródło: badania własne z wykorzystaniem aplikacji korpusomat.

Słowa kluczowe wyodrębnione z korpusu potwierdzają wnioski sformułowane w oparciu o listy frekwencyjne. Uzupełniają one jednak dotychczasowe spostrzeżenia o czynności istotne dla opisu tematyki ukraińskiej. Ukraińcy z przekazów medialnych portalu *Gazety Wyborczej* to przede wszystkim pracownicy. Codzienne działania, które podejmują w Polsce skupiają się wokół pracy i mieszkania. O aktach agresji – inspirowanych przez imigrantów lub których ofiarami padają imigranci – świadczyć może istotność słowa „atak” w nagłówkach.

W oparciu o zgromadzone dane ilościowe postanowiono sprawdzić, czy w korpusie dostrzec można etnostereotypy. Duża istotność lematów „praca” i „pracować” prowadzić może do umacniania stereotypu Ukraińców – taniej siły roboczej, choć na podstawie samych danych ilościowych nie można jednoznacznie stwierdzić, jakie dokładnie prace wykonują przedstawiani przez media imigranci oraz czy jest to praca legalna. Częste występowanie formy bazowej „agencja towarzyska” pozwala natomiast przypuszczać, że w korpusie ujawnia się negatywny stereotyp Ukrainki-prostytutki³⁷. W tym przypadku (podobnie jak przy lemacie „atak”) należałoby jednak zbadać kontekst występowania tej kolokacji. Warto natomiast zaznaczyć, że w analizowanych wypowiedziach medialnych nie pojawia się negatywny stereotyp Ukraińców łamiących prawo (np. zatrudnionych nielegalnie lub działających wbrew przepisom o ruchu drogowym). Co prawda wysoka frekwencja formy bazowej „straż graniczna” mogłaby sugerować działania sprzeczne z przepisami, jednak brak dodatkowych określeń, które konkretyzowałyby np. wymiar kary lub popełniane przestępstwa bądź wykroczenia, czyni takie supozycje bezpodstawnymi.

Wnioski

Podsumowując, zarówno w nagłówkach, jak i w dalszych akapitach dotyczących Ukraińców lematy i kolokacje o najwyższej frekwencji, a także lematy o największej istotności były do siebie zbliżone. W całym korpusie dostrzeżono popularność lematu „my”, który stał w opozycji do lematów: „Ukrainiec”, „Ukrainka”, „cudzoziemiec”. Tematyka

³⁷ O stereotypach dotyczących Ukraińców – cf. A. Skibińska, „Stereotyp Ukraińca...”, s. 7-23.

badanych wypowiedzi dotyczyła przede wszystkim pracy i codzienności imigrantów oraz ich starań o uzyskanie prawa stałego pobytu w Polsce. Ważną rolę odgrywały lematy lokalizujące miejsca wydarzeń oraz określające narodowość ich uczestników.

Co istotne, kolokacje nawiązujące do wydarzeń historycznych (wojna światowa, rzeź wołyńska) odnotowano tylko w tekstach, natomiast lemat „atak” był słowem kluczowym jedynie w korpusie nagłówków. Opisane zróżnicowanie zawartości tekstów i nagłówków świadczyć może o zmiennym podejściu redakcji – choć stara się ona zwykle obszernie omawiać zagadnienia problemowe, dopuszczać do głosu przedstawicieli różnych poglądów oraz unikać negatywnych stereotypów, to jednak nie stroni również od krótkich, nacechowanych emocjonalnie nagłówków, które przyciągają uwagę odbiorców (v. „atak”, „agencja towarzyska”). Tę drugą funkcję spełniać może także podkreślanie opozycji między „swoim” a „obcym”, na które wskazuje wysoka frekwencja lematów o wspólnym rdzeniu „ukrain-”.

Na analizowanym portalu częściej pojawiały się też wzmianki o mężczyznach, imigrantach z Ukrainy aniżeli o kobietach-imigrantkach. Zasadnicza różnica między opisem wydarzenia z udziałem Polaków a Ukraińców polegała na tym, że tylko w drugiej sytuacji wspomniano o narodowości uczestników (w pierwszej – milcząco przyjmowano, że brak wzmianki o cudzoziemcach oznacza, iż relacja dotyczy Polaków).

Konkludując, analizowane przekazy medialne na temat Ukraińców zdają się pełnić przede wszystkim funkcję informacyjną. Wizerunek ukraińskich imigrantów kształtowany przez warszawski portal *Gazety Wyborczej* w latach 2015-2019 był względnie stały i potwierdzał centro-liberalny profil redakcji. W przyszłości ciekawe wydaje się zatem sprawdzenie, jaki obraz imigrantów odnaleźć można w innych regionalnych serwisach wyborcza.pl, a także porównanie wizerunków imigrantów o różnej narodowości, również podczas pandemii.

Bibliografia

- Adamczyk, Anita, „Polska wobec kryzysu migracyjnego”, in Anita Adamczyk, Andrzej Sakson, Cezary Trosiak (red.), *Polityczne i społeczne aspekty wielokulturowości. Migracje i mniejszości*, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2016, s. 99-120

- Baran, Dariusz, „Wizerunek Ukraińców na łamach wybranej polskiej prasy”, *Państwo i Społeczeństwo*, 2016, t. 16, nr 1, s. 97-116
- Borkowska, Alisa, „Językowy obraz Ukraińców w polskich dziennikach prasowych (analiza materiałów Narodowego Korpusu Języka Polskiego z lat 2005–2010)”, *Acta Polono-Ruthenica*, 2020, t. 25, nr 3, s. 91-108
- Chlebda, Wojciech Michał (red.), *Na tropach korpusów: w poszukiwaniu optymalnych zbiorów tekstów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2013
- Golińska-Konecko, Magdalena, „Problematyka ukraińska w programie «Ukraińskie wieści» w TVP Olsztyn w latach 2005-2015”, *Civitas et Lex*, 2020, t. 25, nr 1, s. 27-39
- Hofman, Iwona, Maguś, Justyna (red.), *Obraz współczesnej Ukrainy w mediach w Polsce*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014
- Kieraś, Witold, Kobylński, Łukasz, „Korpusomat – stan obecny i przyszłość projektu”, *Język Polski*, 2021, t. CI, z. 2, s. 49-58
- Kotowska, Agata, *Stosunki polsko-ukraińskie w polskim dyskursie prasowym (1991-2008)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2018
- Kuśmierski, Stanisław, *Opinia publiczna: wprowadzenie do teorii*, Wydawnictwo SE, Warszawa 1997
- Nesteriak, Julia, „Ukraińscy migranci w Polsce: aspekt medialny”, in Anita Adamczyk, Andrzej Sakson, Cezary Trosiak (red.), *Migranci i mniejszości jako obcy i swoi w przestrzeni polityczno-społecznej*, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2019, s. 157-170
- Pruszyński, Artur, „Obcy pośród nas. Radiowe reportaże o Ukraińcach w Polsce po 2005 roku”, in Roman Drozd, Tadeusz Sucharski (red.), *Polska-Ukraina. Dziedzictwo i współczesność*, Wydawnictwo Naukowe AP w Słupsku, Słupsk 2012, s. 304-309
- Rozbicka, Renata, „Imigrant czy uchodźca? Wizerunek Ukraińców mieszkających w Polsce na podstawie tygodników opiniotwórczych: «Do Rzeczy», «Newsweek Polska» i «Tygodnik Powszechny» w latach 2014-2016”, in Michał Lubicz Miszewski (red.), *Imigranci z Ukrainy w Polsce: potrzeby i oczekiwania, reakcje społeczne, wyzwania dla bezpieczeństwa*, Wydawnictwo Akademii Wojsk Lądowych, Wrocław 2018, s. 43-59
- Skibińska, Anna, „Stereotyp Ukraińca w polskiej elektronicznej prasie regionalnej”, in Magdalena Śliwa, Monika Maciąg (red.), *Nauki społeczne jako przedmiot badań naukowych – ujęcie interdyscyplinarne*, Wydawnictwo Naukowe TYGIEL, Lublin 2020, s. 7-23
- Skibińska, Anna, „Ukraińcy w prasie regionalnej Dolnego Śląska”, *Com.press*, 2020, t. 3, nr 1, s. 54-77

- Sojka-Masztalerz, Helena, *Rusini czy Ukraińcy? Językowy obraz nacji ukraińskiej w prasie polskiej (1918-1939)*, Wydawnictwo Wrocławskie Towarzystwo Naukowe, Wrocław 2004
- Staniszewski, Robert, „Opinia publiczna – teoretyczny sens i zakres pojęcia”, *Studia Politologiczne*, 2012, t. 25, s. 108-124
- Trojanowska-Strzęboszewska, Monika, „Kryzys uchodźczy a przyszłość systemu Schengen”, in Konstanty Adam Wojtaszczyk, Jolanta Szymańska (red.), *Uchodźcy w Europie. Uwarunkowania, istota, następstwa*, Wydawnictwo Księgarnia Akademicka, Kraków 2017, s. 125-147
- Tyma, Piotr (red.), *Raport. Mniejszość ukraińska i imigranci z Ukrainy w Polsce. Analiza dyskursu*, Związek Ukraińców w Polsce, Warszawa 2018
- Tyma, Piotr (red.), *Raport 2. Mniejszość ukraińska i imigranci z Ukrainy w Polsce. Analiza dyskursu*, Związek Ukraińców w Polsce, Warszawa 2019

