



# Obraz agresji Rosji na Ukrainę na pierwszych stronach „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej” – analiza ramowania fotografii wojennych

**Krzysztof Stępiak**

k.stepniak@uksw.edu.pl

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

ORCID: 0000-0001-9716-8835

## STRESZCZENIE

**Celem** artykułu jest prezentacja obrazu pierwszych tygodni pełnoskalowej inwazji Rosji na Ukrainę, a także okresu bezpośrednio ją poprzedzającego w fotografiach zamieszczonych na pierwszych stronach dwóch dzienników opiniotwórczych – „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej” – między 1 lutego a 31 marca 2022 r. **Metoda badań:** badanie oparto na teorii *visual framing* – rzadziej stosowanej w badaniach wizualnych niż klasyczna analiza ramowania i mniej opisanej na gruncie medioznawstwa. **Wyniki:** analiza wykazała, że w codziennym przekazie wizualnym dotyczącym agresji Rosji na Ukrainie nie występowały zasadnicze różnice między „Gazetą Wyborczą” a „Rzeczpospolitą”. W obu tytułach prasowych dominowały fotografie nasycone ramą konfliktu. Rama przywództwa politycznego schodziła na dalszy plan, podobnie jak rama militarna. Ujawniono natomiast duże nasycenie fotografii ramą ludzkich spraw. **Oryginalność/wartość poznawcza:** artykuł zwiększa wartość poznawczą w obszarze badań nad obrazem inwazji Rosji na Ukrainę w przekazie niewerbalnym czołowych polskich dzienników.

## SŁOWA KLUCZOWE

agresja Rosji w Ukrainie, fotografia prasowa, „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, ramowanie wizualne



Pęnoskalowa agresja Federacji Rosyjskiej na Ukrainę, rozpoczęta 24 lutego 2022 r., nie tylko pochłonęła tysiące ofiar i spowodowała zniszczenie infrastruktury niepodległego ukraińskiego państwa, ale zaważyła też na sytuacji międzynarodowej. Jeszcze przed inwazją polskie media, a zwłaszcza dzienniki opiniotwórcze, na pierwszych stronach informowały o narastających napięciach na linii Moskwa–Kijów, wieszcząc wybuch coraz bardziej realnego konfliktu zbrojnego. Ponad rok później echa wojny na wschodzie Europy nie słabną, a świat obiegają fotografie obrazujące ruiny, ogrom ludzkiej tragedii i męstwo żołnierzy ukraińskich. Ekspertki zwracają przy tym uwagę, że

„Wojna wywołana rosyjską inwazją na Ukrainę może być uznana za historycznie pierwszą »klasyczną« (tj. międzypaństwową) wojnę toczoną w realiach współczesnego środowiska informacyjnego, zdominowanego przez Internet i media społecznościowe. Stanowiły one bowiem kluczowy kanał komunikacji strategicznej ze strony władz Ukrainy, służący nie tylko umacnianiu morale społeczeństwa i zdobywaniu poparcia zagranicznej opinii publicznej, lecz także, dzięki wszechobecnym – w tym w rejonie walk – urządzeniom mobilnym z dostępem do sieci, pozwalający dokumentować i upowszechniać na cały świat informacje o sytuacji na obszarze działań zbrojnych (m.in. o trwających starciach czy popełnianych zbrodniach wojennych), jak również odkłamywać na bieżąco tezy rosyjskiej propagandy” (Kuźniar et al., 2021/2022, s. 61).

### Fotografia jako samodzielna wypowiedź dziennikarska

Komunikowanie wizualne – znacząca forma komunikowania medialnego – po zwrocie obrazowym z drugiej połowy XX w. (Boehm & Mitchell, 2012; Ratajczak-Parzyńska, 2015; Kawka, 2015; Łosiewicz, 2009; Furman, Snopek, Groń & Wolny-Zmorzyński, 2013; Francuz, 2012; Kociuba, 2010) stało się przedmiotem wielu analiz naukowych i kształcenia akademickiego. Walery Pisarek w *Słowniku terminologii medialnej* (2006) pisał:

„Ze względu na kierunki ewolucji zawartości mediów można sądzić, że akcenty a[nalizi] z[awartości] [mediów] będą się przenosić ze stricte tekstowych składników przekazów na towarzyszące im wizualne i dźwiękowe płaszczyzny wyrażania treści i przede wszystkim związku między nimi: intertekstualność, wielomodalność” (s. 8).

Dość dodać, że *Słownik* nie zawierał jeszcze hasła ‘komunikowanie wizualne’, podobnie zresztą jak wcześniejsza *Popularna encyklopedia mass mediów* (Skrzypczak, 1999).

Konstruując dyskurs medialny, media używają nie tylko słów, ale także – i może przede wszystkim – obrazu: infografiki, rysunku, plakatu, memu czy fotografii. Każdy z tych obrazów ma swoją teleologiczność i określoną funkcję (Wolny-Zmorzyński, 2016, 2018; Dubiel & Kamiński, 1965; Smolińska, 1972; Toczyński, 2002; Sekula, 2010). Niektóre z nich mogą funkcjonować samodzielnie, inne, wraz z tekstem, składają się na spójny przekaz wizualno-werbalny, zgodny z celem i zamierzeniem nadawcy.

Bogatej literatury doczekała się fotografia prasowa, uznana za gatunek dziennikarski, rodzaj dziennikarskiej wypowiedzi. Znaczący wpływ na badania fotografii w Polsce miały przekłady piśmiennictwa zagranicznego (Sontag, 1986, 2010; Barthes, 1996; Berger, 1999; Pontremoli, 2006; Rouillé, 2007; Soulages, 2007; Belting, 2007). Dziś badania nad fotografią prasową w Polsce podejmowane są w wielu obszarach, także przez naukowców innych niż medioznawstwo dyscyplin – sztuki, kulturoznawstwa, socjologii czy antropologii – i owocują interesującymi publikacjami (zob. np. Hopfinger, 1997; Olechnicki, 2003, 2005, 2009; Ruta, 2009; Szyłko-Kwas, 2011, 2017a, 2017b, 2018, 2019a, 2019b; Masłowska-Taffel, 2014; Ochnio, 2014; Uchańska, 2015; Stępień, 2018; Wolny-Zmorzyński & Doktorowicz, 2021). Wskazać można także wiele opracowań dotyczących historii fotografii, wykracza to jednak poza ramy tego tekstu.

Na gruncie medioznawstwa współcześnie w Polsce w najszerszym zakresie fotografią prasową zajmuje się Kazimierz Wolny-Zmorzyński (2007, 2014, 2016, 2018). Zwrócić należy przy tym uwagę, że badacz ten w odniesieniu do fotografii zamieszczanej w mediach używa terminu ‘fotografia dziennikarska’ (2007, 2014, 2016), w nawiązaniu do gatunków dziennikarskich uznając fotografię za wypowiedź dziennikarską, a nie tylko prasową. Fotografia dziennikarska jest dla niego pojęciem szerszym niż fotografia prasowa, która występuje w prasie drukowanej. Katarzyna Kobylarczyk (2005) traktuje fotografię prasową jako sposób powiadamiania o aktualnych wydarzeniach (s. 79), Marcin Krzanicki (2013) podkreśla brak zabiegów reżyserskich w ukazywaniu „przebiegu wydarzeń i stanu przedmiotów” na fotografii prasowej (s. 30), a Joan-na Szyłko-Kwas (2017b) definiuje ją jako

„rodzaj zdjęcia, którego podstawowym celem jest przekazanie informacji odbiorcy. Treść zawarta w fotografii może być samodzielną wypowiedzią uzupełnioną jedynie podpisem lub tytułem bądź też częścią pisanego materiału dziennikarskiego. Fotografia prasowa powstaje w celu rejestracji zdarzeń istotnych dla szerokiego grona odbiorców lub opisu ludzi będących bohaterami artykułu prasowego” (s. 71).

Zbigniew Treppa (2012) twierdzi, że fotografia jest „w mniejszym lub większym stopniu rodzajem przekładu rzeczywistości na język obrazu” (s. 24). Z kolei Roman Burzyński (1958) podkreślał, że „fotografia jest materiałem prasowym w tym samym stopniu, w jakim jest nim słowo pisane” (s. 70). Zgodzić wypada się z Marią A. Potocką (2010), że w przypadku fotografii prasowej „wyróżnikiem wartościującym nie jest jakość fotograficzna, ale spektakularność przekazu” (s. 136). Zdaniem Wolnego-Zmorzyńskiego (2010) „fotografia jako obraz stała się środkiem informacji z każdej dziedziny wiedzy, a także dokumentem wypadków, wojen, dowodem dołączonym do akt sądowych, również rozrywką” (s. 8).

## Metodologia

Celem badania było ustalenie, przy użyciu metody *visual framing* i w świetle określonych ram interpretacyjnych, jaki obraz wojny w Ukrainie wylania się z fotografii prasowych umieszczonych między 1 lutego a 31 marca 2022 r. na pierwszych stronach „Rzeczpospolitej” („Rz”) i „Gazety Wyborczej” („GW”) i w jakim stopniu przekaz fotograficzny był tymi ramami nasycony.

„Gazeta Wyborcza” i „Rzeczpospolita” od lat przodują w rankingach Instytutu Monitorowania Mediów. W opracowanym we wrześniu 2023 r. *Top 15. Rankingu Ogólnym* najbardziej opiniotwórczych mediów „Gazeta Wyborcza” znalazła się na pierwszym miejscu, wyprzedzając Onet.pl i „Rzeczpospolitą”. Pierwsze miejsce osiągnęła także w klasyfikacji *Top 10. Tytuły prasowe*, „Rz” uplasowała się na miejscu drugim (IMM, 2023, 31 października). Choć i „GW”, i „Rz” w kolejnych kwartałach 2023 r. odnotowały spadek sprzedaży, nadal są w czołówce najchętniej czytanych dzienników („Ogólnopolskie badania...”, b.d.). Ze względu na ich rangę na rynku prasowym, merytoryczną wagę ich zawartości oraz zasięg czytelniczy stanowią one atrakcyjny zasób materiału badawczego także w medioznawczej perspektywie porównawczej. Zestawienie ze sobą zawartości obu gazet, analiza ich dwugłosowości w bieżącym dyskursie medialnym przynosi interesujące wnioski w wielu obszarach badawczych. Badania porównawcze obu dzienników prowadzone są także w odniesieniu do kwestii ukraińskich i fotografii (por. np. Rozbicka, 2014; Stopa, 2017; Zych, 2007/2008; Szyłko-Kwas, 2011).

Susan Sontag, podejmując w swej ostatniej książce *Widok cudzego cierpienia* (2010) kwestię cierpienia zobrazowanego w fotografii o tematyce wojennej i zastanawiając się nad rolą fotografii w kształtowaniu zbiorowej pamięci i stosunku do historii, skupia się na doznaniach widza, którego uważa za współwinnego (tak jak fotografa) przyglądania się cierpieniu, szukającego sensacji,

zaspokajającego zwykłą ciekawość. W prezentowanym badaniu nie chodzi jednak o poszukiwanie sensacji. Obraz agresji w fotografii może stać się źródłem kształtowania zbiorowej pamięci w kontekście wojny, która toczy się tuż za polską granicą. Szukając odpowiedzi na pytanie o obraz agresji na Ukrainę wylaniający się z fotografii prasowej wybranych dzienników, będę miał na uwadze punkt widzenia nadawcy, bez próby własnej interpretacji, choć niewątpliwie trzeba także mieć świadomość, że przy analizie fotografii badacz jest także ich odbiorcą – niewolnym od emocji, które wzbudzają. Analizowane fotografie będą traktowane jako dokumenty wojenne niezależne od kontekstu (tekstu prasowego), w jakim się pojawiają.

Do analizy wybrano jedynie fotografie opublikowane na pierwszych stronach „GW” i „Rz”, zakładając, że fotoedytorzy umieszczają na nich te, które w ich ocenie mają szczególne znaczenie dla aktualności wydarzeń. „Pierwsza strona w prasie pełni bardzo istotną rolę, gdyż ma za zadanie przyciągać czytelnika atrakcyjnością, sensacyjnością i aktualnością” (Bartosiewicz, Gnacy & Haber, 2010, s. 93; zob. też Król & Król, 2005). To, co widzimy na pierwszej stronie, zwłaszcza fotografie prasowe, zachęca czytelnika do sięgnięcia po dany tytuł; jak wynika z badań, odbiorcy wiadomości koncentrują się bardziej na historiach z pierwszej strony niż na tych publikowanych w innych częściach gazety (Kim & Chung, 2017, p. 950). Ponadto pierwsze strony gazety codziennej „przedstawiają priorytety informacyjne i stanowisko redakcji w odniesieniu do bieżących zagadnień” (Tejedor, Cervi, Tusa, Portales & Zobotina, 2020, p. [2]), zawierają podsumowanie najważniejszych wydarzeń z poprzedniego dnia, nadają publikacji „wyróżniającą się osobowość” (Paul, 2023). Materiały na nich zamieszczane wyznaczają agendę dyskursu, wskazują, jakie treści redakcja uważa za najważniejsze, nadając gazecie „ton i ducha” (Sen, 2018, p. 3). Wydawcy doskonale bowiem wiedzą, że układ graficzny, sposób wykorzystania dostępnego miejsca, liczba i jakość zdjęć, nagłówki warunkują siłę przyciągania. „W momencie pierwszego kontaktu z gazetą, a więc zazwyczaj w chwili jej zakupu, najistotniejsze jest to, co zaskakuje i zaciekawia, a więc nie sam tekst, lecz zdjęcia, nagłówki oraz ogólna kompozycja całej pierwszej strony” (Bartosiewicz, Gnacy & Haber 2010, s. 94). Srijan Sen zwraca ponadto uwagę, że pierwsze strony podlegają ciągłym zmianom, wynikającym – co oczywiste – z rozwoju technologicznego i wzrastającej konkurencji na rynku, ale także z coraz większego poziomu profesjonalizmu dziennikarskiego. Jedną z bardziej zauważalnych zmian jest zmniejszanie się liczby materiałów dziennikarskich na nich zamieszczanych, a często nawet ograniczanie ich do całokolumnowych ilustracji lub fotografii, czego przykładem mogą być sobotnio-niedzielne wydania „GW”. Podsumowując, za Kamillą Biskupską (2012) można stwierdzić, że

„Pierwsza strona (okładka) każdego czasopisma pełni ważną rolę w określeniu ram świata prezentowanego przez danego nadawcę. Pierwszą stronę można więc traktować jako ideologiczną »wizytówkę« nadawcy. Wybór i struktura informacji umieszczanych na pierwszej stronie, podobnie jak dobór i kolejność newsów w telewizyjnych programach informacyjnych, ściśle i wyraźnie wskazuje, które elementy otaczającego świata i jakie ich zobrazowanie są dla nadawcy znaczące. Jest to szczególnie ważne w przypadku największych i najbardziej wpływowych nadawców – tworzących struktury dyskursu dominującego, w którym, mimo różnic ideologicznych reprezentowanych przez konkretnych nadawców, obraz świata jest dość spójny, podobny, a przez to bardziej przekonujący [...]. W konsekwencji, wybrani przez jednostkę nadawcy medialni dostarczają jej mapę świata społecznego. Odczytanie tej mapy wspomagane jest przez nadawców gotową ramą interpretacyjną, która w dużej mierze »przemycana« jest w złożonych (werbalno-obrazowych) komunikatach wizualnych, towarzyszących przekazowi tekstowemu” (s. 249).

Fotografie składające się na materiał badawczy wyłoniono na podstawie przeglądu wydań obu dzienników z okresu od 1 lutego do 31 marca 2022 r. Zdjęcie zawierało 279 tekstów „Rz”

i 377 „GW”. Nie wszystkie materiały tekstowe były nim opatrzone, a niektóre fotografie występowały niezależnie od tekstu. Ostatecznie próba badawcza wyniosła N=66. Przeanalizowano 36 fotografii z „GW” i 30 z „Rz”. Relacje między fotografią prasową a tekstem nie były przedmiotem analizy, choć zapewne ich kompatybilność czy też ustalenie, jaką funkcję pełniła fotografia w stosunku do tekstu, byłyby ważnym dopełnieniem badania, podobnie jak analiza warstwy słownej towarzyszącej poszczególnym fotografiom (lid czy podpis).

Przyjęta w badaniu analiza ramowa (*framing analysis*), zastosowana do materiałów wizualnych, to, jak wskazuje Karol Franczak (2017),

„syntetyczne określenie dla niejednorodnego kierunku badawczego, łączącego inspiracje teoretyczne medioznawstwa, politologii i socjologii. Orientacja ta wyrasta z zainteresowania analizą schematów interpretacji obecnych, po pierwsze, w przekazach medialnych, aktywności dziennikarskiej oraz w różnych formach działań zbiorowych, a po drugie – w procesie odbiorczym adresatów tych złożonych treści – obserwatorów sfery publicznej, konsumentów mediów, sympatyków lub przeciwników ruchów społecznych” (s. 145).

Analiza ramowania (*framing analysis*) jako metoda badania zawartości materiałów medionawczych opisana jest w literaturze przez wielu autorów (Goffman, 1974; Gitlin, 1980; Entman, 1991, 1993, 2007; Semetko & Valkenburg, 2000; Iyengar & McGrady, 2007). Łączona jest z *agenda setting*, występuje wokół niej „terminologiczne zamieszanie” (Franczak 2017), brakuje powszechnie uzgodnionej jej definicji, trwają dyskusje metodologiczne, podkreślany jest jej interdyscyplinarny charakter, przedstawiane są nowe koncepcje i propozycje badawcze (Pluwak, 2009; Palczewski, 2011; Rodriguez & Dimitrova 2011; Chyliński, 2013; Olczyk, 2013; Franczak, 2014; Niesłony, 2016; Wasilewski, 2018; D’Angelo, Lule, Neuman, Rodriguez, Dimitrova & Carragee, 2019; Maćkiewicz, 2020). Mniej miejsca niż ramowaniu informacyjnych gatunków dziennikarskich w badaniach i teorii poświęca się ramowaniu materiałów wizualnych, a jak podają m.in. Amores, Calderón i Stanek (2019), „luka ta wydaje się wynikać z pewnej niejednoznaczności w konceptualizacji ram wizualnych” (p. 149). W ocenie Rodriguez i Dimitrovej (2011),

„Obrazy są potężnymi narzędziami ramowania, ponieważ są mniej inwazyjne niż słowa i jako takie wymagają mniejszego obciążenia poznawczego. W związku z tym może być aktywowane przetwarzanie peryferyjne, a nie centralne, a odbiorcy mogą być bardziej skłonni do zaakceptowania ram wizualnych bez żadnych wątpliwości. W rzeczywistości istnieją dowody sugerujące, że w przypadku konfliktu między ramami tekstowymi i wizualnymi, ramy wizualne często wygrywają” (p. 50).

Zdaniem Entmana (2003) ramowanie oznacza „wybór i podkreślanie pewnych aspektów lub zagadnień i powiązanie ich w taki sposób, aby promowały określoną interpretację, ocenę i/lub rozwiązanie” (p. 417). Nadawca selekcjonuje, eksponuje określone wydarzenia, nadaje im priorytet, inne pomija, organizując dyskurs publiczny – tworzy znaczenie. Rama z kolei to mający ukierunkować myślenie odbiorcy „pewien schemat narracyjny wykorzystywany do opowiedzenia wydarzeń bądź zrelacjonowania opowieści o wydarzeniach, używany przez głównych aktorów tychże wydarzeń” (Brylska, Gackowski & Wasilewski, 2014, s. 810). Wskutek ramowania odbiorca otrzymuje nie tylko informację, ale także sposób jej postrzegania i interpretacji. Schematy interpretacyjne ułatwiają odczytanie i klasyfikację wiadomości, ich zrozumienie i memoryzację. Coombs (2016) zwraca przy tym uwagę, że sposób ramowania informacji o wydarzeniach może ograniczać sposób, w jaki odbiorcy je interpretują, ale ramowanie jest także „niezbędnym narzędziem stosowanym do zmniejszenia złożoności treści” (para. 10); jak bowiem twierdził Goffman (1986), „jednostki nie mogą w pełni zrozumieć świata i nieustannie poszukują możliwości interpretacji swoich doświadczeń życiowych i nadawania sensu otacza-

jącemu ich światu” (za: Klepka, 2019, s. 8). Jednocześnie trzeba mieć świadomość, że ramy tworzone przez nadawcę niekoniecznie muszą być tożsame z ramami tworzonymi w umyśle/oku odbiorcy (Maćkiewicz, 2020; Rodriguez & Dimitrova, 2011).

Jak zauważają Powell i współpracownicy (2015), wizualizacja obrazów wojennych, ich odpowiednie ramowanie, bardziej niż tekst może prowadzić do zmniejszania poparcia dla wojny (a w kraju agresora może zwiększyć liczbę jej zwolenników).

Analizę ramowania oraz ramowania wizualnego stosowano już wcześniej w badaniach poświęconych wojnie w Ukrainie w 2014 r. (np. „The NATO...”, 2016; Grigor [Khalدارova] & Mervi, 2021; Kazakov & Shestov, 2016; Lichtenstein, Esau, Pavlova, Osipov & Argylov, 2019; Makhortykh & Sydorova, 2017; Massaka, 2016; Norström, 2019; Ojala & Pantti, 2017; Ojala, Pantti & Kangas, 2017). Ukazały się już także pierwsze publikacje naukowe poświęcone prasowym relacjom po inwazji Rosji w 2022 r. (np. Pavlik, 2022; Selimi, 2023), w tym ramowaniu jej obrazu (np. Adisti, Charima & Cahyono, 2022; Müller & Christ, 2023; Primig, Szabó & Lacasa, 2023; Reinke de Buitrago, 2022; Selvarajah & Fiorito, 2023; Wilson, Moses & Umar, 2023).

Dla osiągnięcia założonych celów sformułowano następujące pytania badawcze:

- P1. Czy przekaz wizualny zawarty w fotografii prasowej „GW” był zgodny z analogicznym przekazem zamieszczonym w „Rz”?
- P3. Czy uwidoczniły się różnice w sposobie ramowania stosowanego przez oba dzienniki?
- P2. Jakie było nasycenie ram interpretacyjnych w badanym materiale prasowym?

W badaniu przyjęto podejście dedukcyjne, w którym wykorzystano – przy świadomości zgłaszanych przez Franczaka (2017, s. 163–164) wątpliwości dotyczących procedury identyfikacji ram – trzy spośród pięciu ogólnych ram najczęściej występujących w przekazach medialnych, zidentyfikowanych przez Holli A. Semetko i Patti M. Valkenburg (2000): ramę konfliktu, ramę ludzkich spraw (koncentracji na człowieku) oraz ramę ekonomii (konsekwencji ekonomicznych). Biorąc pod uwagę tematykę badanego materiału, jaką był konflikt zbrojny, założono *a priori* występowanie dwóch innych ram – przywództwa politycznego i militarnej. W celu ujawnienia obecności ram w materiale empirycznym sformułowano – w formie pytań – kryteria przypisania fotografii do odpowiednich kategorii. W badaniu przyjęto także, że analizowane fotografie mogą być nasycone więcej niż jedną ramą.

**Rama konfliktu** rozumiana była poprzez bezpośrednie odniesienie do działań wojennych. W jej identyfikacji pomogły następujące pytania:

- P1. Czy fotografia przedstawiała miejsca związane z działaniami wojennymi, np. krajobraz po walce, wybuchy bomb, okopy, zasieki, zniszczenia infrastruktury i obiektów cywilnych?
- P2. Czy ukazywała ofiary konfliktu zbrojnego, np. rannych i zabitych żołnierzy, a także miejsca i wydarzenia jednoznacznie powiązane z konfliktem na Ukrainie, np. wiece, protesty ludności cywilnej w krajach niezaangażowanych bezpośrednio w wojnę?
- P3. Czy występowały w niej symbole, emblematy związane z tą agresją, np. litera Z, flaga państwowa, godło państwowe, ukazane w sposób niegodny lub znieważający jedną ze stron?

**Rama ludzkich spraw** obejmowała obrazy z miejsc agresji, których bohaterami pierwszego planu była ludność cywilna. Zaliczyć do niej należy także te obrazy, które ukazywały, jak tocząca się wojna wpłynęła na losy innych ludzi, niezaangażowanych w nią w sposób bezpośredni. W celu identyfikacji tej ramy postawiono następujące pytania:

- P1. Czy fotografia przedstawiała cywilne ofiary wojny, np. rannych, ludzi w schronach, uciekających przed bombardowaniem, w szpitalach itp.?

- P2. Czy fotografia została opublikowana z myślą o jej możliwym wpływie na konkretną osobę – obywatela Rosji, obywatela Unii Europejskiej, np. pokazując pacyfikowaną ludność cywilną na ulicach Rosji, protestujących w różnych krajach na wiecach pod ambasadami Rosji?
- P3. Czy odwoływała się do procesów personalizacji, tj. indywidualnej perspektywy, lub miała wymiar osobowy, ukazując np. konkretnych sportowców, którzy nie mogli uczestniczyć w zawodach, osoby żyjące w związkach mieszanych (ukraińsko-rosyjskich), reżyserów, pisarzy itp.?

Aby sprawdzić, czy w materiale badawczym występowała **rama ekonomii**, sformułowano następujące pytania:

- P1. Czy fotografia przedstawiała inwazję Rosji na Ukrainę w kategoriach ekonomicznych (np. ludzie stojący w kolejkach do sklepów, banków czy stacji benzynowych, narady decydentów w kwestiach gospodarczych, obrazy strategicznych dla gospodarki obiektów przemysłowych itp.)?
- P2. Czy zawierała informacje związane z bilansem zysków i strat w kontekście wojny rosyjsko-ukraińskiej?
- P3. Czy nawiązywała do kwestii ekonomicznych w globalnym świecie, wpływu wojny na gospodarkę światową lub sytuację ekonomiczną osób zaangażowanych bezpośrednio lub pośrednio w konflikt?

Do pytań określających **ramę przywództwa politycznego** zaliczono następujące:

- P1. Czy fotografia przedstawiała wizerunek któregoś z przywódców państw będących stronami konfliktu?
- P2. Czy ukazywała przywódców Unii Europejskiej, sprawujących władzę w poszczególnych krajach?
- P3. Czy prezentowała przywódców innych państw zaangażowanych w jakikolwiek sposób w konflikt rosyjsko-ukraiński?

Pytania pozwalające stwierdzić występowanie **ramy militarnej** sformułowano następująco:

- P1. Czy fotografia przedstawia dowódcę, żołnierza, osoby należące do jednostki terytorialnej kraju którejś ze stron konfliktu?
- P2. Czy pokazywała elementy uzbrojenia, sprzęt wojskowy lub jakiegokolwiek militaria?
- P3. Czy widoczna była na niej infrastruktura wojenna, miejsca bezpośrednio związane z działaniami militarnymi?

## Wyniki analizy

Wyłoniony materiał empiryczny poddano analizie, wykorzystując pytania postawione w odniesieniu do każdej z założonych ram. Liczbę pozytywnych odpowiedzi prezentują – odpowiednio – tabele 1–5. Wyniki w nich zawarte posłużyły do obliczenia wskaźników nasycenia ramami fotografii prasowych zamieszczonych na pierwszych stronach obu dzienników (tabela 6).

**Tabela 1. Rama konfliktu**

Pytania/odpowiedzi	„Rz” (N <sub>1</sub> =30)		„GW” (N <sub>1</sub> =36)	
	Liczba fotografii	%	Liczba fotografii	%
Pytanie nr 1	8	26,7	18	50
Pytanie nr 2	4	13,3	18	50
Pytanie nr 3	2	6,7	4	11,1

Źródło: opracowanie własne.

Fotografie nasycone ramą konfliktu zawierały typowe obrazy wojenne: ludzi, miejsc z charakterystycznymi elementami wojennymi, np. zasiekami, okopami czy barykadami (fot. 1–2). Często pojawiały się flagi Ukrainy, ukraińscy żołnierze bądź konkretne miejsca konfliktu i zbombardowane obiekty cywilne. Zdjęcia zazwyczaj przedstawiały miasta atakowane przez Rosjan, np. Kijów, Mariupol, Charków. Z powodów oczywistych takich fotografii nie było w analizowanych tytułach przed agresją Rosji na Ukrainę; zaczynają się pojawiać z chwilą rosyjskiej inwazji wojskowej. Przed 24 lutego 2022 r. dzienniki zamieszczały fotografie wieców antywojennych – odbywających się w Polsce lub w Ukrainie – oraz przygotowań ludności ukraińskiej i wojska do obrony kraju.



Fot. 1. „GW” nr 62, 16 III 2022 r., Scott Peterson/Getty Images.



Fot. 2. „Rz” nr 54, 7 III 2022 r., AFP.



**Tabela 2. Rama ludzkich spraw**

Pytania/odpowiedzi	„Rz” (N <sub>1</sub> =30)		„GW” (N <sub>1</sub> =36)	
	Liczba fotografii	%	Liczba fotografii	%
Pytanie nr 1	10	33,3	14	38,9
Pytanie nr 2	1	3,3	12	33,3
Pytanie nr 3	1	3,3	1	2,8

Źródło: opracowanie własne.

Rama ludzkich spraw była wyraźnie widoczna w fotografiach ukazujących ludzką tragedię: zabitych, rannych, ludzi rozpaczających po utracie najbliższych czy domu, uciekających przed wojną. Uchwycono na nich momenty rozpacz i ludzki ból, tragedię konkretnego człowieka lub rodziny. Warto odnotowania jest zdjęcie, które zaraz na początku agresji pojawiło się najpierw w „GW”, a potem także w „Rz” (fot. 3). Obraz przedstawiający Olenę Kuryło, nauczycielkę, ranną w ataku wojsk rosyjskich na kompleks mieszkaniowy w mieście Czugajew w obwodzie charkowskim, ma szczególne znaczenie perswazyjne, odwołuje się do ludzkich emocji, przeraża ogromem tragedii.



Fot. 3. „Rz” nr 46, 25 II 2022 r.; „GW” nr 46, 25 III 2022 r.; Anadolu Agency, Wolfgang Schwan, Getty Images.

**Tabela 3. Rama ekonomiczna**

Pytania/odpowiedzi	„Rz” (N <sub>1</sub> =30)		„GW” (N <sub>1</sub> =36)	
	Liczba fotografii	%	Liczba fotografii	%
Pytanie nr 1	0	0	0	0
Pytanie nr 2	0	0	0	0
Pytanie nr 3	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne.

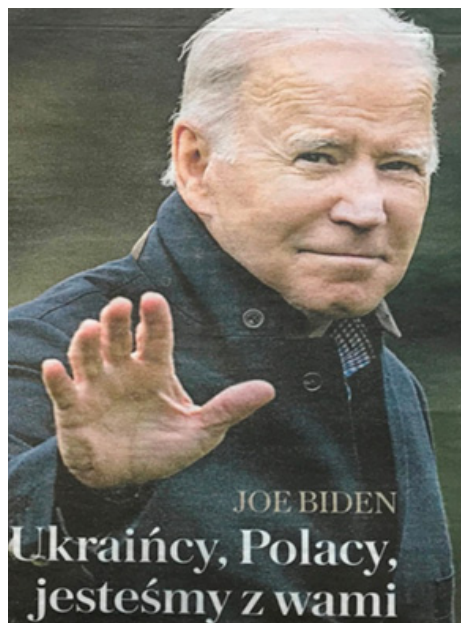
Badanie wykazało, że hipotetycznie założona rama ekonomiczna nie występowała w fotografiach zamieszczanych na pierwszych stronach żadnego z dzienników, choć pojawiała się na ich dalszych stronach, przede wszystkim w infografikach.

**Tabela 4. Rama przywództwa politycznego**

Pytania/odpowiedzi	„Rz” (N <sub>1</sub> =30)		„GW” (N <sub>1</sub> =36)	
	Liczba fotografii	%	Liczba fotografii	%
Pytanie nr 1	3	10	6	16,7
Pytanie nr 2	6	20	3	8,3
Pytanie nr 3	3	10	6	16,7

Źródło: opracowanie własne.

Rama przywództwa politycznego, zidentyfikowana dzięki postawionym pytaniom, wyraźnie wskazuje na dominację postaci Wołodymyra Zełenskiego i Joe Bidena (fot. 4–5). Prezydent Ukrainy przedstawiany był często jako narodowy bohater i wojskowy, w stroju militarnym. Ten wygląd w pewien sposób identyfikuje Zełenskiego, który od inwazji Rosji rzadko pokazuje się w innym ubraniu (fot. 5). Zdecydowanie rzadziej pojawiała się fotografia Władimira Putina, przywódcy agresorów. Marginalnie także występowali politycy Unii Europejskiej i jej państw członkowskich.



Fot. 4. „GW” nr 71, 26–27 III 2022 r., Samuel Corum/Getty Images.

Fot. 5. „Rz” nr 48, 28 II 2022 r., AFP.

**Tabela 5. Rama militarna**

Pytania/odpowiedzi	„Rz” (N <sub>1</sub> =30)		„GW” (N <sub>1</sub> =36)	
	Liczba fotografii	%	Liczba fotografii	%
Pytanie nr 1	2	6,7	9	25
Pytanie nr 2	3	10	7	14,4
Pytanie nr 3	2	6,7	5	13,9

Źródło: opracowanie własne.



Fot. 6. „GW” nr 75, 31 III 2022 r., Efrem Lukatsky/AP.



Fot. 7. „Rz” nr 56, 9 III 2022 r., AP.

Rama militarna to rama, która pojawiała się w obu dziennikach częściej po inwazji Federacji Rosyjskiej na Ukrainę, o czym już wspomniano. W fotografiach prasowych przypisanych do tej ramy niemal zawsze występowali ukraińscy żołnierze, obrońcy kraju lub członkowie wojskowych jednostek obrony terytorialnej, ukazywani z elementami uzbrojenia, sprzętu wojskowego. Czasem były to ujęcia z pola walki, czasem z miejsc, gdzie wojskowi spieszyli na pomoc rannym cywilom (fot. 6–7).

Aby ustalić, które z ram dominowały w materiale empirycznym, zbadany został stopień nasycenia nimi w fotografiach każdego z dzienników. Służyło temu obliczenie, jaki odsetek wszystkich możliwych do uzyskania pozytywnych odpowiedzi („Rz” –  $N_2=90$ , „GW” –  $N_2=108$ ) stanowiła suma pozytywnych odpowiedzi na każde z trzech pytań sformułowanych w celu identyfikacji poszczególnych ram (przedstawionych w tabelach 1–5), czyli jak często badane fotografie dawały pozytywną odpowiedź na pytania założone w badaniu. Z wyliczeń wynika, że najczęściej występującą ramą, dominującą zarówno w „Rz”, jak i w „GW”, była rama konfliktu (odpowiednio: 15,56 proc. i 37,04 proc.). Drugą pod względem częstości stosowania była rama ludzkich spraw – w „Rz” 13,33 proc., a w „GW” 25 proc. Co znamienne, ani w „Rz”, ani w „GW” nie odnotowano na stronach tytułowych ramy ekonomicznej, co może świadczyć o tym, że dla wydawców wiodącym tematem odzwierciedlanym w fotografii prasowej nie były sprawy ekonomiczne, ale tragedia wynikająca z konfliktu zbrojnego i jego konsekwencje dotyczące jednostkę, społeczeństwo lub cały naród. Można także przyjąć, że w obliczu ludzkiej tragedii fotoreporterzy obecni na Ukrainie nie brali pod uwagę ekonomicznego aspektu rosyjskiej inwazji. Dodać jednakże należy, że brak ramy ekonomicznej odnosi się do badanych fotografii zamieszczonych na pierwszych stronach obu dzienników – z innego podjętego przeze mnie badania wynika, że rama ekonomiczna była widoczna w fotografiach zamieszczanych na dalszych stronach obu dzienników (Stępnik, 2023).

**Tabela 6. Wskaźnik nasycenia fotografii prasowych ramami (w proc.)**

Ramy	Pozytywne odpowiedzi łącznie		Stopień nasycenia ramami	
	„Rz”	„GW”	„Rz” ( $N_2=90$ )	„GW” ( $N_2=108$ )
Rama konfliktu	14	40	15,56	37,04
Rama ludzkich spraw	12	27	13,33	25
Rama ekonomiczna	0	0	0	0
Rama przywództwa politycznego	12	15	13,33	13,89
Rama militarna	7	21	7,78	19,44

Źródło: opracowanie własne.

Rama militarna, mimo obecności obrazów wojny w obu tytułach, w „Rz” stosowana była w mniejszym zakresie (7,78 proc.) niż w „GW” (19,44 proc.). Może zaskakiwać stosunkowo niski wskaźnik obecności – podobny w obu dziennikach – ramy przywództwa politycznego, biorąc pod uwagę istotność procesów personalizacji polityki w budowaniu agendy politycznej i medialnej (Hartliński, 2012). Warto w tym miejscu odwołać się do badań empirycznych opierających się na teorii wartości informacji, wskazujących na doniosłość asocjacji negatywizmu i personalizacji w kształtowaniu *media agenda* w badaniach z obszaru komunikowania politycznego (Strömbäck, Maier & Kaid, 2016; Leśniczak, 2022).

## Wnioski

Przeprowadzone badanie potwierdziło w czterech kategoriach ramowanie fotografii obrazujących narastający konflikt między Rosją a Ukrainą i następnie inwazję Rosjan na niepodległe państwo ukraińskie, zamieszczanych na pierwszych stronach „GW” i „Rz”. Generalnie w „GW” dominowała rama konfliktu, w dalszej kolejności nadawca stosował ramę ludzkich spraw i ramę militarną; rama przywództwa politycznego występowała najrzadziej. W materiałach wizualnych „Rz” w prawie identycznym zakresie nadawca stosował ramy konfliktu, ludzkich spraw i przywództwa politycznego, w dużo mniejszym zaś – ramę militarną.

Przekazy obu dzienników, w warstwie wizualnej ilustrujące na pierwszych stronach agresję Rosji w Ukrainie, były więc bardzo do siebie zbliżone. Fotografie, ukazując okrucieństwo wojsk rosyjskich, potwierdzały, że każdy konflikt wojenny dotyka ludność cywilną, niewinne dzieci, rodziny, a z ich domów pozostają zgłiszcza i gruzy; wśród uchodźców, którzy w zdecydowanej większości znaleźli schronienie w Polsce, przeważały kobiety i dzieci. Choć badane fotografie zatrzymywały w kadrze tragiczne losy ludności cywilnej, nie epatowały scenami drastycznymi, tak jakby fotoreporterzy czy fotoedytorzy chcieli pokazać cierpienie i ból spowodowany wojną w sposób mimo wszystko subtelny, choć szalenie wymowny. Rama przywództwa politycznego obecna była poprzez zamieszczanie zdjęć przedstawiających prezydentów USA i Ukrainy. W „Rz” częściej jednak był to Joe Biden, który jako przywódca supermocarstwa stał się postacią kluczową w kwestiach pomocy militarnej i sankcji nakładanych na agresora. Na pierwszych stronach obu dzienników rzadko pojawiały się natomiast fotografie ukazujące przedstawicieli polskiego rządu, polityków Unii Europejskiej czy przywódcę agresorów. Zwraca uwagę ponad dwukrotnie wyższe nasycenie fotografii w „GW” ramą konfliktu i militarną niż w „Rz”. W analizowanych zdjęciach nie występowała rama ekonomiczna.

Obrazy wojny, zapośredniczone przez media, mogą promować określone sposoby jej rozumienia, kształtować postrzeganie jej kluczowych aktorów i ich roli w stosunkach międzynarodowych (Ojala, Pantti & Kangas, 2017). Tym bardziej warto rozwijać badania wizualności przekazów medialnych oraz relacji ich warstwy werbalnej i niewerbalnej (Powell, Boomgaarden, De Swert & de Vreese, 2015), mając jednakże na uwadze, wskazywane przez Jolantę Maćkiewicz (2020), braki w metodologii badań ramowania przekazów multimodalnych pozwalającej „na równoczesne kodowanie elementów werbalnych i niewerbalnych oraz – co ważniejsze – na pokazanie, jak one współdziałają ze sobą w konstruowaniu ramy” (s. 625).

W odniesieniu do materiałów wizualnych w literaturze podkreśla się, że

„często obrazy służą do efektywniejszego ramowania, biorąc pod uwagę, że ikoniczna, symboliczna i ekspresyjna waga obrazów jest znacznie większa niż jakiegokolwiek tekst pisany, zwłaszcza fotografii. [...] w konfrontacji fotografii z tekstem zazwyczaj wygrywa obraz, który prawie zawsze wydaje się być bliższy prawdy. Biorąc pod uwagę ikoniczny charakter fotografii, widzowie mają tendencję do ignorowania możliwości, że fotografia może być również sztuczną konstrukcją, która podkreśla pewne elementy, wykorzystując wiele środków formalnych i retorycznych, takich jak ramowanie zdjęcia, jego wybór, kadrowanie, inscenizacja czy retusz cyfrowy, z które wszystkie mogą nadawać obrazowi symboliczny i ideologiczny charakter. Ponadto zdjęcia mają inne cechy, które mogą sprawić, że będą bardziej przekonujące niż tekst, gdy próbują wpłynąć na odbiorców. [...] obrazy przyciągają większą uwagę, są łatwiejsze do interpretacji oraz bardziej dostępne i przyjemniejsze dla publiczności niż dyskurs, co czyni je idealnym narzędziem do ramowania i przekazywania idei i spostrzeżeń widzowi” (Amores, Calderón & Stanek, 2019, pp. 148–149).

W ekstremalnych sytuacjach, a za taką należy uznać każdą wojnę, tym bardziej potwierdza się słuszność powiedzenia, że każdy obraz wart jest tysiąca słów. Fotografie przedstawiające

wojnę wpływają na emocje i mogą – zgodnie z ich ramowaniem przez nadawcę – pełnić rolę medium o charakterze perswazyjnym, propagandowym, ale także tonującym, łagodzącym lęk i nastroj grozy. Choć można mieć także nadzieję, że ostatecznie wygra obraz, który jest bliższy prawdy.

## Bibliografia

- Adisti, S. E., Charima, Y. A., & Cahyono, S. P. (2022). Language and Framing in Russia-Ukraine Conflict News. *The Proceedings of English Language Teaching, Literature, and Translation (ELTLT)*, 11(1), 9–19. Retrieved September 13, 2023, from <https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/eltlt/article/view/1670>
- Amores, J. J., Calderón, C. A., & Stanek, M. (2019). Visual frames of migrants and refugees in the main Western European media. *Economics and Sociology*, 12(3), 147–161. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2019/12-3/10>
- Barthes, R. (1996). *Światło obrazu. Uwagi o fotografii*. Tłum. J. Trznadel. Warszawa: KR.
- Bartosiewicz, A., Gnacy, K., & Haber, G. (2010). Magia pierwszej strony, czyli w czym tkwi siła przyciągania mediów prasowych. W W. Piątkowska-Stepaniak & A. Drosik (Red.), *Władza mediów* (s. 93–100). Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Belting, H. (2007). *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie*. Tłum. M. Bryl. Warszawa: Universitas.
- Berger, J. (1999). *O patrzeniu*. Tłum. S. Sikora. Warszawa: Fundacja „Aletheia”.
- Biskupska, K. (2012). O obrazie w perspektywie analizy dyskursu. Kreowanie wizerunku Jana Pawła II w przekazie wizualnym „Gazety Wyborczej”. *Studia Socjologiczne*, 1, 245–268.
- Boehm, G., & Mitchell, W. J. T. (2012). Zwrot obrazowy a zwrot ikoniczny: dwa listy. Tłum. K. Gadowska. W M. Bogunia-Borowska & P. Sztompka (Red.), *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej* (s. 94–117). Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Brylska, K., Gackowski, T., & Wasilewski, J. (2014). Marsz „Obudź się, Polsko!” w relacjach polskich stacji telewizyjnych. Cz. 2: Wieczorne serwisy informacyjne. *Zeszyty Prasoznawcze*, 57(4), 809–830. <https://doi.org/10.4467/2299-6362PZ.14.045.2846>
- Burzyński, R. (1958). *Fotografia w prasie i książce*. Warszawa: Wydawnictwo Przemysłu Lekkiego i Spożywczego.
- Chyliński, M. (2013). Framing w procesie zarządzania informacją w dziennikarstwie. *Zarządzanie w Kulturze* 14(1), 83–97. <https://doi.org/10.4467/20843976ZK.13.006.1242>
- Coombs, H. (2016). Visual Framing. Retrieved August 27, 2023, from <https://haydencoombs.com/2016/04/23/visual-framing>
- D’Angelo, P., Lule, J., Neuman, W. R., Rodriguez, L., Dimitrova, D. V., & Carragee, K. M. (2019). Beyond Framing: A Forum for Framing Researchers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 12–30. <https://doi.org/10.1177/1077699018825004>
- Dubiel, D., & Kamiński, E. (1965). Ilustracyjność dzienników polskich. *Zeszyty Prasoznawcze*, 16(1), 17–30, 16(2), 106–124.
- Entman, R. M. (1991). Framing US News: Contrasts in Narratives of the KLM and Iran Air Incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6–27.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Entman, R. M. (2003). Cascading Activation: Contesting the White House’s Frame After 9/11. *Political Communication*, 20(4), 415–432. <https://doi.org/10.1080/10584600390244176>
- Entman, R. M. (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*, 57(1), 163–173. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Francuz, P. (Red.) (2012). *Komunikacja wizualna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Franczak, K. (2014). Perspektywa framing analysis – oferta analityczna dla badań nad dyskursem? *Przegląd Socjologiczny*, 63(3), 135–156.
- Franczak, K. (2017). Analiza ramowania. W M. Czyżewski, M. Otrocki, T. Piekot & J. Stachowiak (Red.), *Analiza dyskursu publicznego. Przegląd metod i perspektyw badawczych* (s. 145–173). Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno.

- Furman, W., Snopek, J., Groń, K., & Wolny-Zmorzyński, K. (Red.). (2013). *Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and the Unmaking of the New Left*. Berkeley: The University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York.
- Goffman, E. (1986). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston.
- Goffman, E. (2010). *Analiza ramowa. Esej z organizacji doświadczenia*. Tłum. S. Burdziej. Kraków: Wydawnictwo Nomos.
- Grigor (Khaldarova), I., & Mervi, P. (2021). Visual images as affective anchors: strategic narratives in Russia's Channel One coverage of the Syrian and Ukrainian conflicts. *Russian Journal of Communication*, 13(2), 140–162. <https://doi.org/10.1080/19409419.2021.1884339>
- Hopfinger, M. (1997). *Od fotografii do rzeczywistości wirtualnej*. Warszawa: Wydawnictwo IBL.
- IMM. (2023, 31 października). Najbardziej opiniotwórcze media września 2023. Pobrane 2 listopada 2023 z <https://www.imm.com.pl/gazeta-wyborcza-z-tytułem-najbardziej-opiniotwórczego-medium-w-kraju-na-drugim-miejscu-onet-podium-zamyka-rzeczpospolita>
- Iyengar, S., & McGrady, J. (2007). Środki masowego przekazu i perswazja polityczna. W T. C. Brock & M. C. Green (Red.), *Perswazja. Perspektywa psychologiczna*, tłum. T. Sieczkowski & M. Kowaleczko-Szumowska (s. 291–323). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Kawka, M. (2015). Komunikowanie wizualne a nauka o mediach – współczesność i perspektywy. *Media i Społeczeństwo*, 5, 13–21.
- Kazakov, A., & Shestov, B. (2016). Cognitive Potential of Framing and Attribute Agenda-setting Theories (Exemplified by “Novaya Gazeta” and “The New York Times” Coverage of the Conflict in Southeast Ukraine). *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 147–166.
- Kim, Y. S., & Chung, D. S. (2017). Anatomy of Front Pages: Comparison Between The New York Times and Other U.S. Major Metropolitan Newspapers. *International Journal of Communication*, 11, 949–966.
- Klepka, R. (2019). Wojna, bitwa, walka... Ramy tematyczne w relacjonowaniu parlamentarnej kampanii wyborczej w Polsce w 2015 roku. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Securitate*, 9, 7–17. <https://doi.org/10.24917/20820917.9.1>
- Kobylarczyk, K. (2005). Fotografia jako mit. Zdjęcia streszczają stulecie. *Zeszyty Prasoznawcze*, 1/2, 79–89.
- Kociuba, M. (2010). *Antropologia poznania obrazowego. Rola obrazu i dyskursu w poznawczym ujmowaniu świata*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Król, G., & Król, T. (2005). Miejsca pierwszych stron „Rzeczpospolitej”, „Trybuny” i „Gazety Wyborczej”. W I. Borkowski & A. Woźny (Red.), *W kulturze pierwszych stron* (s. 79–86). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Krzaniński, M. (2013). *Fotografia i propaganda. Polski fotoreportaż prasowy w dwudziestoleciu międzywojennym*. Kraków: Universitas.
- Kuźniar, R., Balcerowicz, B., Bieńczyk-Missala, A., Grzebyk, P., Jędrzejowska, K., Kupiecki, R.,... Śledź, P. (2021/2022). Agresja Rosji na Ukrainę – pierwsze dwa tygodnie wojny. Raport specjalny. *Rocznik Strategiczny*, 27, 29–65.
- Leśniczak, R. (2022). Asocjacja negatywizmu i personalizacji jako narzędzie komunikowania politycznego podczas kampanii parlamentarnej w Polsce w 2019 r. *Zeszyty Prasoznawcze*, 2(250), 27–44. <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.22.014.15605>
- Lichtenstein, D., Esau, K., Pavlova, L., Osipov, D., & Argylov, N. (2019). Framing the Ukraine crisis: A comparison between talk show debates in Russian and German television. *International Communication Gazette*, 81(1), 66–88. <https://doi.org/10.1177/1748048518755209>
- Łosiewicz, M. (2009). Rola obrazu w komunikacji społecznej. W A. Obrębska (Red.), *Komunikacja wizualna w przestrzeni społecznej* (s. 205–212). Łódź: Primum Verbum.
- Maćkiewicz, J. (2020). Ramy interpretacyjne jako narzędzie badań medioznawczych. *Studia Medioznawcze*, 21(3), 615–627. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.uw.2020.3.251>
- Makhortykh, M., & Sydorova, M. (2017). Social media and visual framing of the conflict in Eastern Ukraine. *Media, War & Conflict*, 10(3), 359–381. <https://doi.org/10.1177/1750635217702539>

- Masłowska-Taffel, M. (2014). Fotografia prasowa jako sposób uchwycenia i wywołania ludzkich uczuć. *Polonistyka*, 4, 24–27.
- Massaka, I. (2016). Ramy interpretacyjne faktu przyłączenia Krymu do Federacji Rosyjskiej w prasie polskiej na przykładzie „Gazety Wyborczej” i „Naszego Dziennika” w okresie 15–31 marca 2014. *Studia Medioznawcze*, 2, 67–79. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2016.65.472>
- Müller, M. G., & Christ, K. (2023). Empathic reactions to press photographs from the War in Ukraine: A Q-sort study. *Frontiers in Political Science*, 4, 1042326. <https://doi.org/10.3389/fpos.2022.1042326>
- Niesłony, K. (2016). Ramy interpretacyjne w tworzeniu newsów telewizyjnych. *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, 19(8), 155–173.
- Norström, R. (2019). *The coverage of the Russian-Ukrainian conflict by the Polish media (2014–2015)*. Berlin: Peter Lang.
- The NATO Strategic Communications Centre of Excellence. (2016). Framing of the Ukraine–Russia conflict in online and social media Representations of the conflict in discourse in Facebook, Vkontakte and internet portals: DELFI, korrespondent.net, pravda.com.ua, kyivpost.com and onet.pl. Riga. Retrieved August 23, 2023, from [https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/ukr\\_social\\_media\\_full\\_report-2.pdf](https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/ukr_social_media_full_report-2.pdf)
- Ochnio, J. (2014). Obraz jako powszechne narzędzie komunikacji – refleksje nad semiologicznym statusem fotografii. W K. Burska & B. Cieśla (Red.), *Kreatywność językowa w komunikowaniu (się)* (s. 209–220). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. <https://doi.org/10.18778/7969-404-4.17>
- Ogólnopolskie badania czytelnictwa prasy. Prezentacja danych za okres lipiec 2022 – czerwiec 2023. (b.d.). Pobrane 13 sierpnia 2023 z <https://www.pbc.pl/czytelnictwo>
- Ojala, M. M., & Pantti, M. K. (2017). Naturalising the new cold war. The geopolitics of framing the Ukrainian conflict in four European newspapers. *Global Media and Communication*, 13(1), 41–56. <https://doi.org/10.1177/1742766517694472>
- Ojala, M. M., Pantti, M. K., & Kangas, J. (2017). Whose War, Whose Fault? Visual Framing of the Ukraine Conflict in Western European Newspapers. *International Journal of Communication*, 11, 474–498.
- Olczyk, T. (2013). Wybrane problemy teoretyczno-metodologiczne analizy ramowej w badaniu przekazów perswazyjnych. W B. Fatyga (Red.), *Praktyki badawcze* (s. 83–94). Warszawa: Fundacja Nowoczesna Polska.
- Olechnicki, K. (2003). *Antropologia obrazu. Fotografia jako metoda, przedmiot i medium nauk społecznych*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Olechnicki, K. (2005). Fotografia dla każdego. Społeczne funkcje fotografii w dobie kultury konsumpcyjnej. W T. Ferenc & K. Makowski (Red.), *Przestrzenie fotografii. Antologia tekstów* (s. 37–60). Łódź: Galeria f5 & Księgarnia Fotograficzna.
- Olechnicki, K. (2009). *Fotoblogi, pamiętniki z opcją przekazu: fotografia i fotobloggerzy w kulturze konsumpcyjnej*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Palczewski, M. (2011). Koncepcja framingu i jej zastosowanie w badaniach newsów w Wiadomościach TVP i Faktach TVN. *Studia Medioznawcze*, 1, 31–40.
- Paul, N. (2023). Visualizing the Pandemic: How the Front Pages of Local and National U.S. Media Used Images to Cover the Coronavirus Pandemic. *American Behavioral Scientist*, 00027642231166871, 1–13. <https://doi.org/10.1177/00027642231166871>
- Pavlik, J. V. (2022). The Russian war in Ukraine and the implications for the news media. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 8, 1–17. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.X-Y-Z>
- Pisarek, W. (Red.). (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: Universitas.
- Pluwak, A. (2009). Geneza i ewolucja pojęcia *framing* w naukach społecznych. *Global Media Journal – Polish Edition*, 1, 49–79. Retrieved August 12, 2023, from <http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna-2009/pluwak-geneza-i-ewolucja-pojecia-framing.pdf>
- Pontremoli, E. (2006). *Nadmiar widzialnego. Fenomenologiczna interpretacja fotogeniczności*. Tłum. M. L. Kalinowski. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria.
- Potocka, A. M. (2010). *Fotografia. Ewolucja medium sztuki*. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.



- Powell, T. E., Boomgaarden, H. G., De Swert, K., & de Vreese, C. H. (2015). A clearer picture: the contribution of visuals and text to framing effects. *Journal of Communication*, 65(6), 997–1017. <https://doi.org/10.1111/jcom.12184>
- Primig, F., Szabó, H. D., & Lacasa, P. (2023). Remixing war: An analysis of the reimagination of the Russian–Ukraine war on TikTok. *Frontiers in Political Science*, 5, 1085149. <https://doi.org/10.3389/fpos.2023.1085149>
- Ratajczak-Parzyńska, D. (2015). Zwrot obrazowy na tle współczesnych przemian teorii obrazu. *Kwartalnik Pedagogiczny*, 2, 173–184.
- Reinke de Buitrago, S. (2022). Visual framings of the war in Ukraine: Evoking emotions and mobilization. *DiscourseNet Collaborative Working Paper Series*, 8(5). Retrieved August 22, 2023, from <https://discourseanalysis.net/dncwps>, [https://discourseanalysis.net/sites/default/files/2022-11/Reinke-de-Buitrago\\_2022\\_DNCWPS\\_8-5.pdf](https://discourseanalysis.net/sites/default/files/2022-11/Reinke-de-Buitrago_2022_DNCWPS_8-5.pdf)
- Rodriguez, L., & Dimitrova, D. V. (2011). The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*, 30(1), 48–65. <https://doi.org/10.1080/23796529.2011.11674684>
- Rouillé, A. (2007). *Fotografia. Między dokumentem a sztuką współczesną*. Tłum. O. Hedemann. Kraków: Universitas.
- Rozbicka, R. (2014). Stosunki polsko-ukraińskie w publikacjach prasowych „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej” w latach 1993–2005: ukraińska droga do NATO. *Przegląd Wschodnioeuropejski*, 5(2), 87–108.
- Ruta, P. (2009). Fotografia prasowa: wybrane aspekty praktyczne. *Rocznik Prasoznawczy*, 3, 139–147.
- Sekula, A. (2010). *Spoleczne użycia fotografii*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego & Zachęta Narodowa Galeria Sztuki.
- Selimi, F. (2023). Monitoring of the daily printed newspapers of the Western Balkans for the coverage of the events in the Russia-Ukraine war with special emphasis on their cover page. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 13(3), e202327. <https://doi.org/10.30935/ojcm/13134>
- Selvarajah, S., & Fiorito, L. (2023). Media, Public Opinion, and the ICC in the Russia–Ukraine War. *Journalism and Media*, 4(3), 760–789.
- Semetko, H., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93–109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Sen, S. (2018). Contextualizing the News: Newspaper Front Pages in the Age of Fact-Checking Journalism. *Theses and Dissertations*, 2279. Retrieved August 23, 2023, from <https://dc.uwm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3284&context=etd>
- Skrzypczak, J. (Red). (1999). *Popularna encyklopedia mass mediów*. Poznań: Wydawnictwo Kurpisz SA.
- Sontag, S. (1986). *O fotografii*. Tłum. S. Magala. Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe.
- Sontag, S. (2010). *Widok cudzego cierpienia*. Tłum. S. Magala. Kraków: Krakauer.
- Soulaiges, F. (2007). *Estetyka fotografii. Strata i zysk*. Tłum. W. Forajter & B. Mytych-Forajter. Kraków: Universitas.
- Stępień, K. (2018). Komunikacja fotograficzna. Interpretacja fotografii. *Kultura i Historia*, 34(2), 162–185.
- StępniaK, K. (2023). Ramowanie fotografii wojennej. Wojna na Ukrainie w fotografii „Gazety Wyborczej”. *Media – Biznes – Kultura* [w trakcie procesu recenzyjnego].
- Stopa, M. (2017). Analiza relacji „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej” dotyczących przewrotu politycznego na Ukrainie w 2014 roku. *Zeszyty Prasoznawcze*, 4, 805–818.
- Strömbäck, J., Maier, M., & Kaid, L. L. (2016). Political communication and election campaigns for the European Parliament. In J. Strömbäck, M. Maier, & L. L. Kaid (Eds.), *Political Communication in European Parliamentary Elections* (pp. 3–16). London – New York: Routledge.
- Szylko-Kwas, J. (2011). Fotografią po oczach: o fotografii na pierwszej stronie „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”. *Studia Medioznawcze*, 1, 139–147.
- Szylko-Kwas, J. (2017a). Fotografia prasowa a podpis – ujęcie typologiczne. *Studia Medioznawcze*, 4, 137–150. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2017.71.355>

- Szylko-Kwas, J. (2017b). Między informacją a obrazem – o funkcji fotografii w prasie. *Zeszyty Artystyczne*, 1, 69–80.
- Szylko-Kwas, J. (2019a). Fotografia jako wypowiedź dziennikarska – odmiany gatunkowe. *Studia Medioznawcze*, 1, 83–98. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2019.1.99>
- Szylko-Kwas, J. (2019b). Odbiór fotografii prasowej w kontekście teorii wizualnego alfabetyzmu (visual literacy). *Studia Medioznawcze*, 1, 29–41. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2019.1.84>
- Szylko-Kwas, J. (Red.). (2018). *Obraz czy wizja świata. Fotografia w przestrzeni kulturowej*. Warszawa: Multiprint.
- Tejedor, S., Cervi, L., Tusa, F., Portales, M., & Zobotina, M. (2020). Information on the COVID-19 pandemic in daily newspapers' front pages: Case study of Spain and Italy. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6330–6346. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176330>
- Toczyński, Z. (2002). *Prawda w fotografii*. W M. Hopfinger (Red.), *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia* (s. 44–58). Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Treppa, Z. (2012). *Myslenie obrazem w fotografii*. Gdańsk: Czysty Warsztat.
- Uchańska, A. (2015). Fotografia w dziennikarstwie i reklamie: nowe trendy. *Studia Medioznawcze*, 1, 107–117.
- Wasilewski, K. (2018). Framing i analiza ramowa – stan badań we współczesnym medioznawstwie. Przegląd stanowisk badawczych. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna*, 14(1), 91–107.
- Wilson, F., Moses, J. M., & Umar, B. N. (2023). Media framing of the Russia-Ukraine War by TASS and Ukrinform during the first month of the invasion. *Current Trends in Mass Communication*, 2(1), 56–66.
- Wolny-Zmorzyński, K. (2007). *Fotograficzne gatunki dziennikarskie*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Wolny-Zmorzyński, K. (2014). Dyskusje o sztuce i wartościowaniu fotografii dziennikarskiej. *Naukowy Przegląd Dziennikarski*, 1, 59–74.
- Wolny-Zmorzyński, K. (2016). Jak oceniać i wartościować fotografię dziennikarską. *Naukowy Przegląd Dziennikarski*, 2, 326–334. <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.16.022.5426>
- Wolny-Zmorzyński, K. (2018). Funkcja fotografii śledczych w materiałach prasowych – zarys problemu. *Naukowy Przegląd Dziennikarski*, 4, 62–68.
- Wolny-Zmorzyński, K., & Doktorowicz, K. (Red.). (2021). *Od semiotyki do konsumpcjonizmu. O potrzebie wartościowania fotografii*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Zych, M. (2007/2008). Obraz „pomarańczowej rewolucji” na łamach polskiej prasy codziennej („Gazeta Wyborcza” i „Rzeczpospolita”). *Rocznik Wschodni*, 13, 168–182.