МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Європейські медіа про українців: польські наративи»

Виконала: студентка 4 курсу,
групи 6.0611-2ж
спеціальності С7 Журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Бедюх Т. М.
Керівник: к. соц. ком., доц.
Любченко Ю. В.
Рецензент: к.філол.н., доц.
Романюк Н. В.

Запоріжжя 2025

ЗМІСТ

Реферат……... 3
Завдання…….. 5
Вступ…… 6
Розділ 1. Теоретичні підходи до формування наративів у медіа …….. 8
1.1. Наративи польських медіа: теорія та практика аналізу …… 8
1.2. Образ українця в польських медіа (2022-2025): зміни наративів та суспільне сприйняття ……. 16
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту ……..... 28
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту …….. 28
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту.. 29
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту ……..... 31
2.4. Особливості оформлення проєкту ……... 33
2.5. Технічні і програмні засоби ……..……..... 34
2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо) …… 36
Висновки…….. 37
Список використаної літератури……..... 39
Додаток А. Сценарій відеорепортажу .....…… 41
Декларація академічної доброчесності……..……...….. 42
Abstract…….… 43

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: Європейські медіа про українців: польські наративи.

Обсяг основного тексту: 32 сторінки.

Кількість використаних джерел – 15

Мета роботи – дослідити специфіку наративів про українців у польських медіа, простежити динаміку їх змін у контексті ключових суспільно-політичних подій.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**

1) окреслити поняття «наратив» у медіа та комунікаційних дослідженнях;

2) дослідити специфіку функціонування польських медіа у контексті трансляції наративів про Україну;

3) виявити наявні стереотипи в сучасних польських медіа щодо українців.

Об'єкт дослідження – матеріали онлайн-медіа про українців у Польщі (за період від 2022 до 2025 років).

Предмет дослідження – основні наративи журналістських матеріалів, що формують образ українців у польських медіа.трансформації образу українця в польських ЗМІ в період з початку війни в Україні до сьогодення.

Формально-змістові характеристики проєкту. Телевізійний репортаж «Українці в Польщі: життя, виклики, успіхи» розповідає про адаптацію українців, які переїхали до Польщі через війну. Він показує реальні історії, труднощі та досягнення мігрантів, а також роль громади у їхній підтримці.

Проєкт представлений у форматі сценарію телевізійного репортажу. Він створений для відеоматеріалу, який може транслюватися як у телевізійному ефірі, так і на цифрових платформах.

Ключові слова: наратив, медіа, польські медіа, українці, стереотипи, самоідентифікація, медіапредставлення, міжкультурна комунікація, інформаційний простір, європейський дискурс.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність С7 Журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.
_____
«28» травня 2025 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТКИ

Бедюх Тетяни Максимівни

1. Тема роботи – «Європейські медіа про українців: польські наративи» («European Media about Ukrainians: Polish Narratives»),

керівник роботи – к. соц. ком., доц. Любченко Юлія Валеріївна,

затверджені наказом ЗНУ від «7» листопада 2024 року № 1781-с.

2. Строк подання студентом роботи – 10 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: Т. Андрухович, Н. Воронова, Т. ван Дейк, А. Ковальський, М. Павлюх, К. Подніглазов, О. Прокопенко, О. Росінська, Л. Томіленко, С. Шурма та інші.

4. Зміст розрахунково–пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) окреслити поняття «наратив» у медіа та комунікаційних дослідженнях; 2) дослідити специфіку функціонування польських медіа у контексті трансляції наративів про Україну; 3) виявити наявні стереотипи в сучасних польських медіа щодо українців.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Любченко Ю. В., доц.	25.11.2024 р.	25.11.2024 р.
1 розділ	Любченко Ю. В., доц.	22.12.2024 р.	22.12.2024 р.
2 розділ	Любченко Ю. В., доц.	03.02.2025 р.	03.02.2025 р.
Висновки і додатки	Любченко Ю. В., доц.	13.05.2025 р.	13.05.2025 р.

6. Дата видачі завдання – 25 листопада 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження.	25.11.2024	виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначитиемпіричні джерела.	20.12.2024	виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	27.01.2025	виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	10.03.2025	виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	01.04.2025	виконано
6	Написати висновки, оформити додатки	28.04.2025	виконано
7	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	19.05.2025	виконано
8	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	02.06.2025	виконано

Студентка _____ Т. М. Бедюх

Керівник роботи _____ Ю. В. Любченко

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М. В. Чабаненко

ВСТУП

Медіа мають здатність не лише передавати факти, а й формувати образи, уявлення й оцінки, які впливають на суспільну свідомість. У сучасному глобалізованому світі медіа стали потужним інструментом впливу на міждержавні відносини, ідентичність націй та уявлення про «своє» і «чуже». Особливої ваги ці процеси набувають у періоди соціально-політичних трансформацій та збройних конфліктів. В українсько-польському контексті медіа відіграють роль не лише каналу комунікації, а й механізму відтворення певних наративів, які можуть як сприяти порозумінню, так і загострювати міжкультурні розбіжності.

Європейські, а зокрема польські ЗМІ мають тривалий досвід висвітлення тем, пов'язаних з Україною та українцями, що зумовлено як географічною близькістю, так і складною історією взаємин. Образ українця в польських медіа зазнавав трансформацій: від негативно забарвлених історичних стереотипів до сучасного дискурсу підтримки, особливо в контексті повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 році.

Польські наративи про українців віддзеркалюють не лише фактологічну дійсність, а й глибші соціокультурні уявлення, що формуються під впливом політичних, історичних та емоційних факторів.

Саме тому тема цієї кваліфікаційної роботи є надзвичайно актуальною, адже вивчення наративів про українців у польських ЗМІ дозволяє виявити, яким чином формуються уявлення про українську ідентичність, які стереотипи домінують у публічному дискурсі, та як ці уявлення впливають на міжкультурну взаємодію.

Мета роботи – дослідити специфіку наративів про українців у польських медіа, простежити динаміку їх змін у контексті ключових суспільно-політичних подій.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі *завдання:*

1) окреслити поняття «наратив» у медіа та комунікаційних дослідженнях;

2) дослідити специфіку функціонування польських медіа у контексті трансляції наративів про Україну;

3) виявити наявні стереотипи в сучасних польських медіа щодо українців.

Об'єктом дослідження є матеріали онлайн-медіа про українців у Польщі (за період від 2022 до 2025 років).

Предметом дослідження є основні наративи журналістських матеріалів, що формують образ українців у польських медіа.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатку. Обсяг основної роботи – 32 сторінки. Список використаної літератури включає 15 найменувань (викладених на 2 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ НАРАТИВІВ У МЕДІА

1.1. Наративи польських медіа: теорія та практика аналізу

Наративи – це спосіб подачі інформації, який не лише передає факти, а й визначає, як їх сприймають. У медіа вони допомагають пояснювати соціальні явища, впливаючи на їхню інтерпретацію. Польські ЗМІ використовують різні стилі подачі, щоб створити правову картину реальності, яка відповідає очікуванням їхньої аудиторії.

Наратив розглядається як структурований спосіб представлення подій, де ключовою є історична лінійність, символізм і використання метафор. Теоретики підкреслюють, що медійні наративи не просто відображають реальність, а активно конструюють її через дискурсивні практики. До класичних методологій, на думку М. Павлюх відносять аналіз структурних компонентів наративу (наприклад, експозиція, конфлікт, кульмінація, розв'язка) та їх роль у формуванні сенсу в медійному тексті [7, с. 121].

Наративи польських медіа є складною й багатошаровою темою, що потребує інтегрованого підходу, поєднуючи теоретичні засади та практичні методи аналізу. Розгорнутий аналіз цієї теми можна умовно розбити на декілька ключових блоків.

Наративна структура: Класичні підходи в наративістиці (за моделлю, наприклад, Т. ван Дейка або інших дослідників) розглядають наратив як послідовність елементів, таких як теза (основне повідомлення), орієнтація (час, місце, учасники), ускладнення (розвиток подій), оцінка (ставлення автора), резолюція (розв'язання конфлікту) та кода (заключні рефлексії). Такий підхід дозволяє розкласти медіатекст на структурні компоненти й виявити, як розгортається історія, які логічні лінії здано та яких символів використано для формування образів. Цей методичний крок є базою для подальшого аналізу тематичної та дискурсивної складових наративів [15, с. 137].

Практичний аналіз наративів польських медіа передбачає застосування як кількісних, так і якісних методів дослідження, що дозволяє комплексно вивчити зміст, структуру та функції текстів.

За допомогою дискурс-аналізу дослідники розглядають не лише поверхневий текст, а й механізми побудови соціальної реальності через мовні практики. Зокрема, М. Павлюх, досліджуючи соціально-політичну комунікацію в польських медіа, «як мовні засоби формують образ "своїх" і "чужих", легітимізують певні політичні позиції або ідеологічні установки, дослідники можуть простежити вплив медіа на публічний дискурс. Цей підхід особливо ефективний для виявлення прихованих ідей, метафор та стереотипів, які використовуються для підтримки певного наративу» [7, с. 184].

Кількісний підхід зосереджується на частотності вживання ключових слів, тематиці матеріалів та їхній репрезентації в різних типах медіа. Якісний аналіз, у свою чергу, фокусується на глибинному вивченні смислових конструкцій, дискурсивних стратегій та наративних моделей. В результаті такого дослідження відкриваються закономірності формування уявлень про право та суспільство, які транслюються через медіа.

Тематичний аналіз - важливий аспект вивчення ключових тем, що домінують у репрезентаціях медіа: безпека, загроза, героїзм, історична пам’ять, національна ідентичність тощо. Аналізуючи повторювані теми, М. Павлюх вважає, що можна визначити, які цінності та ідеологічні установки просуваються, а також як медіа конструюють зовнішні й внутрішні образи. Цей тип аналізу дозволяє побачити, які саме елементи наративу отримують центральне місце в публічних дискусіях [7, с. 129].

Такий інтегративний підхід сприяє глибшому розумінню механізмів формування громадської думки.

Особливістю польських медіа є їхня роль у процесах політичної трансформації та євроінтеграції, що зумовлює специфіку наративів, пов’язаних із правом і державністю. На тлі складних історичних обставин у Польщі, медіа виступають ареною боротьби за інтерпретацію правових реформ і

демократичних перетворень. Це проявляється у формуванні наративів, які акцентують увагу на захисті національних інтересів, конституційності, а також на правах і свободах громадян. Відтак медіасередовище Польщі стає простором політичного дискурсу, у якому право представлено як об'єкт боротьби і консенсусу.

Феномен наративів у польських медіа слід розглядати через призму теорії медіа та комунікації, що включає аналіз маніпулятивних технік, пропаганди та інформаційної війни. Наративи здатні не лише інформувати, а й конструювати реальність, задаючи певні межі допустимого сприйняття. Відповідно вчений А. Ковальський вважає, що дослідник повинен враховувати як змістовні, так і формальні характеристики текстів, які впливають на їх сприйняття аудиторією. Польські медіа, враховуючи геополітичне положення країни, активно використовують наративи для формування громадської думки щодо безпеки, міжнародних відносин та внутрішньої політики [3, с. 59].

Польські медіа використовують кілька основних типів наративів. Патріотичні зосереджуються на історичній пам'яті та національній ідентичності. Правові підкреслюють важливість верховенства права та захисту прав людини. Критичні висвітлюють проблеми корупції, соціальної нерівності та недоліки правової системи. Це розмаїття показує складність медіапростору та необхідність його глибокого аналізу.

Аналіз польських медіанаративів допомагає зрозуміти зв'язок між правом і суспільством. Він формує правовий простір, впливає на громадську думку та сприяє правовій освіті, стимулюючи критичне мислення.

Польські медіа активно висвітлюють верховенство права, права людини та боротьбу з корупцією, що відповідає європейським стандартам. Водночас ці теми часто стають предметом політичних суперечок. Критика правових інститутів переплітається з патріотичними сюжетами, створюючи складний інформаційний простір, де медіа відіграють ключову роль у дискусіях про законність та правосуддя.

Важливим є також врахування історико-культурного контексту, в якому розвиваються польські медіанаративи. Польські медіа, використовуючи історичну пам'ять, формують наративи, що звертаються до ідентичності, патріотизму та перспектив розвитку. Такий творчий підхід дозволяє суспільству занурюватися в глибокі історико-культурні пластини, що надихають як літературу й мистецтво, так і масову політичну комунікацію [2].

Україно-польським відносинам присвячено науковий збірник [13]. Наукові праці розглядають питання, що історико-культурний контекст Польщі відзначається не лише внутрішніми процесами, але й тісними зв’язками з іншими східноєвропейськими країнами. Українсько-польські зв’язки, наприклад, формують особливу комунікаційну площину, де історична спільність та конфлікти перетинаються з сучасними соціальними процесами. Цей контекст дозволяє польським медіа будувати наративи, які не тільки відображають внутрішню динаміку, а й враховують виклики глобалізації, цифровізації та зростання інтеркультурних контактів.

Вплив колективної пам’яті, зокрема досвіду комуністичного минулого, продовжує формувати підходи до висвітлення правових питань. Медіа, апелюючи до історичних наративів, одночасно будують сучасний образ держави, який базується на ідеях свободи, демократії та прав людини. Такий підхід сприяє консолідації суспільства навколо спільних цінностей, але водночас може підсилювати внутрішні протиріччя.

Соціальні мережі активно перетворюють структуру та динаміку сучасного медіапростору. Їхня функція не обмежується лише передачею інформації: вони слугують потужними платформами для конструювання, посилення та трансляції наративів. Вчені В. Путрашик, Г. Марчук та Т. Плеханова вважають, що основні аспекти цієї функції можна узагальнити наступним чином: Алгоритмічна підсилення та віртуальний ефект «вірусності»: Соціальні мережі використовують алгоритми, які автоматично надають перевагу контенту, що викликає емоційний відгук або резонує із встановленими наративами. Вони впевненні: «Завдяки цьому окремі повідомлення можуть швидко стати

вірусними, домінуючи інформаційному просторі та формуючи колективну свідомість» [9, с. 193].

Платформи соціальних мереж забезпечують двосторонній зв’язок між творцями наративів та аудиторією. Коментарі, репости, лайки та обговорення сприяють швидкому розповсюдженню інформації та дозволяють користувачам формувати спільні інтерпретації подій. Такий діалог між учасниками мережі сприяє появі нових версій наративів та їх адаптації до поточних соціальних потреб. Динамічність та гнучкість подачі інформації полягає у тому, що соціальні мережі дозволяють формувати короткі, але інтенсивні повідомлення, що легко адаптуються під різні аудиторії. Використання мультимедійних елементів (відео, зображення, GIF-анімації) сприяє більш емоційному сприйняттю й швидкому запам'ятовуванню ключових хповідомлень. Така форма подачі інформації значною мірою впливає на сприйняття і розуміння юридичних, політичних чи соціальних наративів [9, с. 190].

Вплив на формування правової реальності:Через соціальні мережі поширюються не лише новини, але й думки, інтерпретації та оцінки правових подій. Медіа-платформи задають тон дискурсу, задають ключові питання до розгляду, а також сприяють розвитку громадянської думки та формуванню уявлень про легітимність певних юридичних процесів. «Цей вплив стає все вагомішим в умовах інформаційного тиску, коли аудиторія активно залучена до обговорень і самостійного пошуку правдивої інформації» [14].

Аналіз медіа-наративу - це метод дослідження, який дозволяє виявити, як засоби масової інформації формують суспільні уявлення, політичні позиції та культурні стереотипи.Для аналізу медіанаративів важливо використовувати міждисциплінарний підхід, що поєднує теорії права, медіа та соціології. Це допомагає не лише описати їхню структуру, а й оцінити вплив на правову культуру та політику. Практика показує, що поєднання різних методів дослідження дає глибше розуміння медіа-контенту. Тому розробка ефективних аналітичних інструментів залишається ключовим завданням науки.

Важливим аспектом є аналіз ролі журналістської етики у створенні

наративів, що висвітлюють правові питання. Польські медіа часто перебувають під тиском політичних та економічних чинників, що впливає на достовірність і збалансованість інформації. Водночас існує потреба у формуванні професійних стандартів, які б сприяли розвитку об’єктивного і критичного медіа-дискурсу. Таке завдання вимагає зусиль як від самих журналістів, так і від науковців і правозахисних організацій.

Журналістська етика визначає, за якими стандартами має створюватися інформаційний контент, щоб забезпечити: Право суспільства на правдиву інформацію - журналісти повинні подавати факти без викривлень і маніпуляцій. Повага до приватного життя – розкриття особистих даних допускається лише у випадках суспільної значущості. Відокремлення фактів від коментарів – чітке розділення об’єктивних даних і суб’єктивних оцінок сприяє збереженню достовірності наративу[5, с. 69–71].

Процес формування наративу залежить від характеру подачі інформації, а журналістська етика визначає межі допустимого висвітлення.

У підсумку слід зазначити, що наративи польських медіа є не лише відображенням реальності, а й активним фактором її конструювання. Вони сприяють формуванню громадянської ідентичності та правової культури, а також визначають параметри суспільного діалогу про право. Вивчення цих наративів відкриває нові горизонти для правового аналізу, зокрема у сфері комунікації та впливу на суспільство. Тож подальше дослідження польських медіа-наративів є важливим кроком у розвитку сучасного правознавства.

Значущим напрямом подальшого дослідження наративів польських медіа є вивчення їхнього впливу на правове сприйняття молоді, яка становить важливу соціальну групу у процесах формування громадянської позиції. Молодіжна аудиторія відзначається високою активністю у цифровому медіа-просторі, що зумовлює особливості сприйняття правових наративів. Вивчення способів адаптації наративів до інформаційних потреб цієї категорії допомагає виявити механізми залучення молоді до правових дискусій. Крім того, це відкриває перспективи для розробки освітніх програм, орієнтованих на підвищення

правової грамотності.

Міжнародні фактори впливають на політико-правовий дискурс Польщі. Європейський Союз, як головний зовнішній партнер, просуває свої правові стандарти, що впливає на медіа. Польські медіа формують наративи, які можуть підтримувати або критикувати європейські інституції. Це робить правові комунікації складнішими та відображає різноманітність суспільно- політичних процесів у країні.

Не менш важливою є проблематика медіаграмотності як чинника, що визначає якість сприйняття наративів.

Високий рівень медіаграмотності сприяє більш критичному аналізу текстів, відеоматеріалів та інших форм контенту. Завдяки цьому аудиторія, як зазначає вчена С. Шурма, «Може виявляти маніпуляції й емоційне навантаження в медіанаративах, що позбавляє їх одностороннього впливу. Здатна оцінити достовірність інформації та розпізнати приховані наміри творців контенту, що особливо важливо у контексті висвітлення політичних чи правових явищ. Розвиває критичне мислення, яке дозволяє індивіду розглядати всі сторони подій та будувати власні уявлення про соціально-політичну реальність» [13, с. 206].

Для підвищення якості сприйняття наративів важливо інтегрувати принципи медіаграмотності в освітні процеси. Для цього необхідно розробити спеціалізовані курси з медіаграмотності. Це дозволить набути базові та просунуті навички критичного аналізу інформації як для школярів, так і для дорослих. Використання інтерактивних платформ та цифрових технологій у навчанні. Сучасні засоби комунікації (наприклад, онлайн-курси, вебінари, інтерактивні симуляції) сприяють більш активному та усвідомленому засвоєнню інформації Підвищення стандартизації та контролю якості медіаконтенту. С. Шурма вважає, що впровадження етичних кодексів та аудитів якості інформації допомагає зменшити вплив маніпуляцій та забезпечити більш об’єктивне формування наративів [13, с. 207].

У сучасному інформаційному середовищі, насиченому різноманітними повідомленнями, здатність критично оцінювати інформацію стає вирішальною

для формування об’єктивного правового світогляду. Польські медіа і науковці приділяють значну увагу розвитку програм, що сприяють підвищенню рівня медіаграмотності, особливо серед вразливих соціальних груп. Ця практика сприяє зменшенню ризиків маніпуляцій та дезінформації у сфері права.

Правовий дискурс у польських медіа зосереджується на кількох ключових темах: судова реформа, захист прав людини, боротьба з корупцією, безпека та правопорядок. Кожна з них має свої усталені образи та впливає на те, як люди сприймають правову систему. Аналіз цих тем допомагає краще зрозуміти, як медіа формують уявлення про її ефективність і справедливість.

Важливим є також вивчення мовних засобів, що використовуються для конструювання наративів у польських медіа. Лінгвістичний аналіз дає змогу виявити ключові семантичні поля, метафори та риторичні прийоми, які формують емоційне забарвлення правових повідомлень. Ці мовні інструменти сприяють створенню певного образу правосуддя, законності та державної влади, що впливає на емоційне і когнітивне сприйняття аудиторією. Знання цих механізмів є необхідним для розробки ефективних стратегій комунікації у сфері права.

Важливо враховувати, хто володіє медіа, адже це впливає на подачу інформації. У Польщі багато медіа належать бізнесу або політичним силам, що формує упереджений підхід до правових тем. Це впливає на думку суспільства. Розуміння цих впливів допомагає краще оцінювати медіа та створювати рекомендації для підтримки плюралізму й незалежності.

Аналіз наративів у польських медіа потребує системного підходу з урахуванням політичних, культурних, соціальних і економічних факторів. Такий підхід допомагає краще зрозуміти, як правові теми впливають на суспільство. Медіа не просто інформують – вони формують уявлення про правову реальність. Тому важливо й надалі розвивати наукові методи для дослідження цих процесів.

На завершення слід підкреслити, що вивчення наративів у польських медіа має важливе значення для розуміння механізмів легітимації права в суспільстві. Здатність медіа формувати позитивний образ правових інститутів сприяє

підвищенню довіри громадян до системи правосуддя та державних органів. У той же час, критичний аналіз наративів дозволяє виявляти проблемні зони і сприяти їх усуненню. Отже, наративний аналіз є незамінним інструментом у практиці правового регулювання та розвитку демократичного суспільства.

1.2. Образ українця в польських медіа (2022- 2025): зміни наративів та суспільне сприйняття

Початок військового конфлікту в Україні в 2022 році спричинив не лише гуманітарну кризу, але й змінив інформаційний простір обох країн. Польські медіа, що історично тісно пов'язані з українською темою, змушені були переосмислити свій підхід до висвітлення образу українця. Раніше українців часто представляли через призму стереотипів, пов'язаних із минулими політичними та соціальними конфліктами, однак з початком війни акценти змістилися на реалістичне відображення кризових подій та переживань, пов'язаних із масовою міграцією, солідарністю і партнерством. Після 2022 року з початком збройного конфлікту та зростанням міграційних процесів відбулися суттєві зміни у висвітленні українського образу. Сучасні польські ЗМІ почали активно використовувати документальні та аналітичні формати, які «розповідають» історії українських мігрантів, їхню солідарність, героїзм та прагнення до свободи. Наприклад, серія документальних фільмів «The Ukrainians», що демонструвала історії переселенців, як зазначає дослідниця О. Росінська, «надавала можливість польській аудиторії глибше зрозуміти реалії життя українців, їхні виклики та успіхи» [10. с. 59].

На початку дослідження важливо зазначити, що історичні події завжди впливали на те, як поляки сприймали українців. Зображення українців у польській свідомості змінювалося з часом і часто було суперечливим через політичні та емоційні фактори. У польських медіа українська тема довго висвітлювалася по-різному - або негативно, або її майже не помічали. Але після 2022 року ця ситуація суттєво змінилася.

У зв'язку з початком війни польські медіа звернули увагу на феномен

біженства та міграції як центральний об’єкт наративів. Першочергово акцент змістився на гуманітарному аспекті – образ українця постає як жертва воєнної агресії. Цей підхід спричинив підвищення емпатійного рівня аудиторії та формування нового суспільного консенсусу щодо необхідності допомоги. Українець у польському медійному полі почав набувати ознак постраждалої сторони, що заслуговує на підтримку.

Разом із тим, варто звернути увагу на те, що образ українця, сформований у перші місяці війни, мав ідеалізований характер. Такий образ ґрунтувався на уявленні про жертовність, гідність та стійкість. Польські ЗМІ активно відображали сюжети про волонтерську діяльність українців, військові успіхи Збройних Сил України та індивідуальні історії біженців. У контексті права, це сприяло легітимізації позитивного ставлення до української діаспори в межах польської правової системи.

Упродовж 2023 року фокус поступово зміщувався з емоційного сприйняття на прагматичне оцінювання наслідків української присутності у Польщі. Медійний дискурс розширювався за рахунок тем зайнятості, інтеграції, доступу до соціальних послуг та міжкультурного співіснування. Зміни в наративах стали особливо помітними у новинних програмах, де почали порушуватися питання навантаження на інфраструктуру та ринок праці. Це створювало передумови до появи амбівалентних репрезентацій.

У 2024 році польські медіа показують українців як частину складного соціального процесу. Їхній образ вже не однозначний – з одного боку, визнають внесок українців у економіку, з іншого – говорять про труднощі інтеграції. Ця тема потребує детального аналізу з точки зору прав людини, недискримінації та умов праці. Медіа не тільки передають інформацію, але й формують уявлення суспільства про ці та інші питання.

Проблематика образу українця в польських медіа має безпосереднє відношення до інституту суспільної легітимації. Відповідно до теорії символічної влади П’єра Бурдьє, медіа як інституція є ключовим інструментом формування домінантних уявлень у суспільстві. У цьому контексті репрезентація

українців не лише відображає реальність, а й конструює її. Саме тому правова наука повинна звертати увагу на механізми медійної репрезентації як складову інформаційного права.

Аналіз польських телепрограм і статей показує, що образ українців залежить від жанру. Новини передають інформацію об'єктивно – через статистику і думки експертів. А публіцистика додає більше власних оцінок і поглядів. Це впливає на те, як люди сприймають правові та соціальні питання. Тому важливо враховувати різні підходи в медіа при юридичному аналізі.

Спостерігається також зміна у вживаній лексиці та семантичному наповненні термінів, пов'язаних із українцями. Наприклад, поняття «біженець» поступово витісняється терміном «мігрант», що має інше правове навантаження. Така лексична еволюція впливає на юридичні наслідки, оскільки визначає підстави правового статусу осіб, які тимяасово перебувають на території Польщі. Суспільне сприйняття змінюється відповідно до цієї мовної динаміки.

Упродовж 2023–2024 років положення зазначеного Закону піддавалися змінам, зумовленим як внутрішньополітичними, так і міжнародними факторами. Впровадження обмежень у сфері доступу до соціальних виплат викликало хвилю обговорень у польських медіа. Аналіз показує, що публікації на цю тему мали переважно нейтрально-критичний характер. Таким чином, ЗМІ функціонували як своєрідний канал комунікації між владою та суспільством у сфері міграційної політики.

Певне занепокоєння викликає також поява ксенофобських наративів у ряді публікацій та інтернет-коментарів. Хоча такі прояви є маргінальними, їх наявність свідчить про необхідність правового врегулювання питань протидії мові ворожнечі. Польські медіа у цьому аспекті виступають подвійним агентом: з одного боку – інструментом толерантного дискурсу, з іншого – потенційним поширювачем певних упереджень.

Ксенофобські наративи впливають на громадську думку і можуть призводити до: Поляризації суспільства. Негативне висвітлення українців сприяє

ущільненню меж між сприйнятими «своїми» та «іншими». Це може призводити до суспільного розколу й зростання напруженості у міждержавних відносинах, сприятиме дискримінації та соціальній ізоляції, зміцнюватиме стереотипне мислення та може стимулювати дискримінаційні практики як у політичних, так і у повсякденних комунікаціях. С. Шурма вважає, що частина аудиторії, особливо з низьким рівнем медіаграмотності, може сприймати подібні наративи як підтвердження власних упереджень [6, с. 207].

Для зменшення негативного впливу ксенофобських наративів агенція *Association Press* пропонуються керуватися такими напрямками: Підвищення медіаграмотності. Розвиток педагогічних програм, спрямованих на критичний аналіз інформаційного потоку, дає змогу споживачам розпізнавати маніпуляції в текстах, що допомагає створювати більш збалансовані уявлення про різні культурні групи. Введення етичних стандартів. Важливо посилити внутрішній редакційний контроль у польських медіа, щоб уникнути одностороннього висвітлення та сприяти використанню багатостороннього підходу при створенні контенту [6].

Зі збільшенням кількості українців у Польщі змінюється не тільки ставлення до них, але й правові норми. Збільшується увага до законів, що регулюють роботу, житло та захист персональних даних. Польські медіа все частіше обговорюють трудові конфлікти, які стосуються українців, і це потребує додаткового ґрунтовного правового аналізу. Такі зміни впливають на судову практику в країні.

Суспільне сприйняття образу українця формується не лише через новинний дискурс, але й через художні, документальні та розважальні жанри. Польські телесеріали, документальні фільми та ток-шоу активно включають тематику війни та міграції. З правового погляду, ці форми впливають на колективну ідентичність аудиторії та її готовність підтримувати ті чи інші політичні рішення. Такий медійний вплив створює передумови для застосування норм інформаційного та гуманітарного права.

Важливим фактором правового значення є порівняння образу українця в

різних типах ЗМІ: державних, приватних та інтернет-платформах. Державні телеканали здебільшого зберігають офіційну позицію, близьку до урядового дискурсу. Приватні медіа демонструють більшу варіативність оцінок, від патетичних до критичних. Інтернет-платформи, своєю чергою, стали середовищем політизації образу, що ускладнює правову кваліфікацію публікацій. У цьому аспекті важливою є роль принципів свободи слова та заборони дискримінації.

У 2025 році відбувається подальше ускладнення медійного наративу. Польські видання все частіше аналізують довгострокові наслідки української присутності, звертаючи увагу на системні зміни в ринку праці, освіті та системі охорони здоров'я. Поряд з цим, зростає кількість публікацій про інтеграційні ініціативи, успішні приклади кар'єрного зростання та міжкультурного діалогу. Така тенденція свідчить про поступове формування стабільного образу українця як соціального партнера, а не лише біженця.

За міжнародним правом держава має захищати всіх, хто живе на її території, незалежно від громадянства. Польські медіа, показуючи ставлення до українців, впливають на виконання цього зобов'язання. Те, як ЗМІ представляють українців, може допомагати їхній інтеграції або створювати труднощі. Тому важливо враховувати Європейську конвенцію з прав людини.

Образ українця в польських медіа формується під впливом багатьох історичних та культурних чинників. З одного боку, спільна історична спадщина обох народів вносить як позитивні, так і негативні конотації в представлення української особистості. З іншого боку, сучасний політичний контекст, зокрема події, пов'язані із збройним конфліктом в Україні та супутніми міграційними процесами, змушує польські ЗМІ оновлювати свої наративні підходи. Таким чином, історико-культурна пам'ять, що містить як спогади про солідарність, так і про минулі конфлікти, стає базисом для сучасного образу, який може варіюватися від критичного до співчутливого [4, с. 93].

Дослідження також показало, що важливим чинником у формуванні образу українця виступає використання візуального контенту. Фотографії, відео та

графіка у ЗМІ мають не лише інформаційне, але й правове значення. Їх використання має відповідати вимогам закону про захист персональних даних, зокрема в частині згоди на публікацію. Порушення цього принципу може мати юридичні наслідки для медіа-організацій. Таким чином, візуальні матеріали є предметом як естетичної, так і правової оцінки.

Мова ворожнечі іноді з'являється в коментарях до медійних публікацій. Це піднімає питання про межу між свободою слова і порушенням прав людини. У Польщі закон карає за розпалювання ворожнечі, але контролювати це в інтернеті складно. Тому образ українців у медіа має не тільки соціальне, а й правове значення.

Увага до гендерного аспекту також має правове значення. Польські медіа у висвітленні теми українців часто зосереджуються на образах жінок- біженок, матерів та волонтерок. Така репрезентація формує певні соціальні очікування та може впливати на політику у сфері гендерної рівності. З точки зору права, важливо забезпечити однаковий доступ до соціальних і трудових прав для всіх категорій українських громадян. Відповідні положення мають бути узгоджені із нормами Європейського Союзу.

Висвітлення правових проблем українців у Польщі (2024-2025 рр.) Зміни в законодавстві та вплив на легалізацію статусу. У зв'язку з політичними та соціально-економічними перетвореннями останніх років, польські законодавчі органи активно переглядають нормативно- правову базу, що стосується захисту прав українських мігрантів. Висвітлення цих змін відзначається у спеціальних публікаціях, які аналізують, як нові законодавчі заходи впливають на можливості легалізації статусу та доступ до правової допомоги. Зокрема, у 2024-2025 роках з'явилося кілька нормативних актів, спрямованих на адаптацію правового режиму до сучасних викликів, що виникли внаслідок масштабної міграції та геополітичних змін [13].

У межах правового аналізу важливо звернути увагу на концепцію правового плюралізму, що дедалі активніше реалізується у польському суспільстві. У ситуації багатокультурності, яка посилюється внаслідок

української міграції, правові системи офіційного законодавства, етичних норм і медіа-репрезентацій починають перетинатися. Польські ЗМІ в цьому процесі виступають комунікативним простором, де відбувається адаптація правових понять до нових соціальних реалій. Це підтверджує роль інформаційного середовища як простору неформального права.

Правова соціалізація українців у Польщі значною мірою зумовлена саме медійним наративом. Через доступ до польських ЗМІ українці отримують уявлення про місцеву правову систему, соціальні норми та очікування від поведінки в суспільстві. Відтак, ЗМІ не лише формують ставлення до українців з боку поляків, а й навчають українців взаємодіяти в новому правовому полі. Це створює важливий зв'язок між інформаційним правом і процесами соціальної інтеграції.

Особливої уваги потребує аналіз тих сюжетів, які висвітлюють правову допомогу українцям. У медійному полі дедалі частіше з'являються публікації про діяльність правників, які спеціалізуються на міграційному праві, та про кейси захисту трудових, житлових чи сімейних прав. Такі матеріали мають значну просвітницьку цінність. Однак, з огляду на правову відповідальність за поширення недостовірної інформації, медіа повинні виявляти особливу обачність щодо правових інтерпретацій. Варто також підкреслити вплив регіональних ЗМІ, які часто мають безпосередній контакт із локальними громадами, де українці становлять помітну частку населення. Саме в цих медіа формується первинне уявлення про українця як сусіда, працівника чи клієнта адміністративних структур. Правова функція регіональних медіа проявляється у локалізованому висвітленні правових питань – від процедур реєстрації до доступу до безкоштовної юридичної допомоги. Це забезпечує правову децентралізацію.

Визначальним елементом образу українця в медіа залишається тема війни. З одного боку, вона підтримує високий рівень емпатії, з іншого – перетворює українців на постійну категорію «жертви». Така репрезентація не завжди сприяє розширенню правового суб'єктного статусу українців. У правовій перспективі

важливо забезпечити баланс між гуманітарним дискурсом та визнаванням українців як повноцінних учасників суспільних відносин. Саме медіа здатні відігравати ключову роль у цьому процесі.

Аналіз медіаобразу українців потрібно розглядати у міжнародному контексті. Польські ЗМІ показують не тільки внутрішні процеси, а й загальноєвропейські тенденції, зокрема політику ЄС щодо мігрантів. Тому образ українців формується з урахуванням стандартів прав людини, законів проти дискримінації та рішень Європейського суду з прав людини. Це підкреслює важливість толерантного підходу.

Інформаційна безпека стає важливою у темі висвітлення українців у медіа. Іноді з'являються матеріали, що намагаються дискредитувати українську спільноту. Це загрожує суспільній згуртованості та публічному порядку, тому кібербезпека і медіамоніторинг відіграють ключову роль.

Аналіз польських ток-шоу та дискусій показує, що українці дедалі частіше стають активними учасниками публічного діалогу, а не просто об'єктами висвітлення. З юридичної точки зору це свідчить про зростання громадянської участі, що важливо для реалізації права на свободу слова.

Медіа можуть впливати на закони, бо формують громадську думку, яка тисне на парламентарів. Так інформаційний дискурс у цій чи іншій країні стає частиною правового процесу.

У Польщі нові правові категорії, такі як «тимчасовий захист» чи «спеціальні міграційні процедури для українців», спочатку з'являлися у медіа, а потім стали офіційними законами. Це показує, що медійна мова впливає на правову термінологію, і важливо досліджувати цю взаємодію у сфері медіаправа та юриспруденції в цілому.

Важливо звертати увагу на роботу органів, що контролюють дотримання медійних стандартів. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення у Польщі слідкує за контентом, щоб запобігати мові ворожнечі, дискримінації та пропаганді. Її реакція на матеріали про українців показує рівень політичної волі та правову чутливість до міжнаціональних питань. Це допомагає зрозуміти, як

медіа впливають на закони.

У сфері трудового права медіа все більше розповідають про легальне працевлаштування українців. Вони дають поради щодо контрактів, дозволів на роботу та захисту від недобросовісних роботодавців. Ці матеріали мають важливе значення, адже допомагають людям краще розуміти свої права. Тому медіа можна вважати частиною правової підтримки.

Захист приватності та персональних даних – важливе питання. Польські медіа повинні дотримуватися правил ЄС, особливо коли висвітлюють історії конкретних українців. Порушення цих норм може призвести до штрафів і проблем із правами людини. Тому образ українців у медіа має відповідати не тільки етичним, а й правовим вимогам. Суттєвим є також феномен візуальної репрезентації українців у медіа, зокрема через фотографії, графіку й відеоматеріали. Візуальний контент часто містить неявні повідомлення, які можуть підсилювати або, навпаки, нівелювати правові меседжі.

Традиційний візуальний стереотип українця в українських та зарубіжних ЗМІ ґрунтується на «пейзажно-архетипному» образі: «колоритній» хаті на схилі, сільській вулиці, етнографічних елементах одягу. Як зазначає К. Кислюк, «Цей фрейм, відомий як «picturesque Ukrainian village», часто використовується в культурологічних оглядах та туристичних сюжетах, акцентуючи емоційність, сентиментальність і навіть індивідуалізм національного характеру» [3, с. 21].

Через міграцію українців до Польщі медіа все більше говорять про право на освіту. Вони висвітлюють теми доступу українських дітей до польських шкіл, визнання дипломів та адаптації програм. Важливо, щоб така інформація була подана правильно й об’єктивно, а також повно й об’єктивно.

Також у медіа часто розповідають про українців через конкретні історії. Це має дві сторони: з одного боку, такі матеріали викликають емпатію й допомагають формувати позитивний образ. З іншого - можуть порушувати право на приватність або давати неточне уявлення про ситуацію. Тому важливо знайти баланс між свободою слова і захистом прав людини.

Важливо звернути увагу на специфіку висвітлення питань біженства та

притулку. Польські ЗМІ часто акцентують увагу на процедурних аспектах надання тимчасового захисту, створюючи уявлення про українців як про бенефіціарів пільг. Це породжує ризик негативного сприйняття з боку автохтонного населення, особливо в контексті конкуренції за соціальні ресурси. У такому випадку правознавчий аналіз має зосереджуватися на забезпеченні соціального балансу і недопущенні інформаційної дискримінації.

При аналізі висвітлення українців у медіа важливо звернути увагу на мову ворожнечі. Деякі польські ЗМІ, особливо онлайн, іноді допускають дискримінаційні висловлювання. З польським кримінальним кодексом розпалювання національної ненависті є злочином, тому відповідальність за контент має не тільки етичне, а й юридичне значення.

У кримінальних новинах змінився підхід до висвітлення злочинів, пов'язаних з українцями. Раніше медіа часто згадували національність підозрюваного, тепер дедалі більше публікацій зберігають нейтральність. Це показує зростання правової культури журналістів і допомагає уникати етнічних стереотипів.

Важливо порівняти, як державні та приватні ЗМІ висвітлюють теми про українців. Державні медіа дотримуються офіційного стилю, а приватні видання часто додають емоційне забарвлення. Це створює два різні підходи: один формальний, інший більш соціальний. Для глибокого правового аналізу потрібно враховувати обидва.

Також соціальні мережі мають значний вплив на сприйняття українців. На відміну від традиційних ЗМІ, Facebook, X (Twitter) та YouTube не завжди контролюються офіційними регуляторами. Тут важливу роль відіграють громадські ініціативи, які слідкують за контентом і звертаються до відповідних органів у разі порушень. Це частина правового процесу в цифровому просторі.

Адвокатські об'єднання часто дають коментарі у ЗМІ про захист прав українців. Завдяки цитуванню юристів у новинах і статтях люди краще розуміють правові питання. Так медіа допомагають формувати правову свідомість і для українців, і для поляків.

Важливо також висвітлювати випадки, коли українці стикаються з порушенням своїх прав - наприклад, проблеми з охороною здоров'я, освітою чи житлом. Такі історії привертають увагу суспільства і викликають правову реакцію, як-от позови чи петиції до влади. Таким чином, медіа можуть впливати на політичні рішення.

Окрему увагу слід приділити правовому регулюванню етики журналістики. Польське законодавство та кодекси професійної етики зобов’язують медіа уникати упередженості, маніпуляцій і дискримінаційних висловлювань. Проте практика свідчить про нерівномірне дотримання цих норм. Юридична оцінка таких порушень дозволяє виявити прогалини у механізмах контролю. Водночас, як зазначають вчені Н. Воронова, О. Прокопенко та К. Подніглазов: «Це відкриває простір для удосконалення медіаправа» [14].

Суспільна реакція на медіа-образ українця часто набуває правової форми через петиції, скарги, звернення до судів або омбудсмена. Таким чином, громадяни, як польські, так і українські, використовують надані їм інструменти правового впливу на медіасередовище. Це демонструє зрілість правової культури та ефективність механізмів громадського контролю. Юридичний вимір тут набуває не декларативного, а практичного характеру.

У польських ЗМІ дедалі більше уваги приділяється історичному контексту українсько-польських відносин. Однак репрезентація історії не завжди відповідає принципам наукової об’єктивності. У випадках маніпулятивного використання історичних фактів постає загроза формування викривленого уявлення, що потенційно може порушити принцип толерантності. У правовому полі це можна кваліфікувати як дезінформацію, яка може спричинити напруження в міжетнічних відносинах. Важливо також проаналізувати, як ЗМІ реагують на випадки дискримінації українців на ринку житла або праці. Репортажі, що викривають такі ситуації, сприяють не лише суспільному осуду, а й ініціюванню перевірок з боку державних інституцій.

Відзначимо, що за нашими спостереженнями, з правової точки зору медіа виступають у ролі каталізатора адміністративного реагування. Така функція

підсилює правозахисний потенціал журналістики.

Варто зазначити, що правова інтеграція українців у польське суспільство частково відображається у зростанні кількості україномовних медіапродуктів. Польські медіа розширюють свою аудиторію, пропонуючи контент українською мовою, зокрема в офіційних урядових повідомленнях. Це є проявом реалізації принципу рівного доступу до інформації. З погляду права йдеться про застосування механізмів інклюзивної комунікації.

Польські медіа та громадські організації дійсно активно ініціюють просвітницькі кампанії, особливо у контексті підтримки українських біженців і молоді. Від 2022 року найчастіше висвітлюються заходи щодо ініціатив кількох організацій. Наприклад, фундація «Незламна Україна» у співпраці з UNICEF, SCI та Plan International провела масштабне дослідження щодо благополуччя український дітей і підлітків у Польщі. Одним із ключових висновків стало те, що необхідно проводити інформаційні кампанії, які допоможуть українцям позбутися упереджень щодо психологічної допомоги, а також краще інтегруватися в польське суспільство [8].

Одним із найбільш перспективних напрямів подальших досліджень є аналіз змін правового лексикону в польських медів у зв’язку з війною в Україні. З’являються нові терміни, як-от «біженець війни», «європейський тимчасовий захист», «гуманітарна віза». Їх поширення формує правову картину світу, яку сприймає читач. Цей процес вартий вивчення з позицій правової лінгвістики. На цьому наполягає низка вчених [1–3; 9–11].

Таким чином, медіаобраз українця в польському інформаційному просторі 2022–2025 років зазнав суттєвих трансформацій, що мають прямий вплив на правову реальність. Зміна наративів супроводжується юридичними зрушеннями – від адаптації законодавства до формування нових соціально- правових норм. Польські ЗМІ виступають не лише дзеркалом суспільних процесів, а й активним суб’єктом права.

Отже, системне правознавче дослідження цього феномену є нагально необхідним як у теоретичному, так і в практичному вимірах.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Творчий проєкт кваліфікаційної роботи бакалавра є самостійно розробленим сценарієм телевізійного репортажу. Нами було підготовлено сценарій до випуску телевізійного репортажу «Українці в Польщі: життя, виклики, успіхи.» , що розкриває історію українських мігрантів в Польщі через призму особистого досвіду одного з героїв – Володимира , батька двох дітей.

Мета проєкту – висвітлити труднощі адаптації, побутові виклики, та приклади успішної соціалізації українців за кордоном. Репортаж побудований на основі інтерв'ю, прямих включень, сюжетних кадрів та закадрового коментаря. Сценарій передбачає детальну побудову репортажу, включаючи структуру, основні сцени, а також способи подання інформації для залучення глядачів. Тема репортажу відповідає сучасним запитам аудиторії та має суспільну значущість. Сценарій розроблений з урахуванням журналістських стандартів принципів об'єктивності та динамічного викладу інформації. Продумана композиція кадрів, змістовне наповнення та елементи візуального та звукового оформлення. Репортаж побудований на основі інтерв'ю, прямих включень, сюжетних кадрів та закадрового коментаря.

Головним героєм репортажу є Володимир 38-річний чоловік, батько двох дітей, який народився та виріс у Мелітополі, Україна. До війни він працював у сфері будівництва, мав стабільний дохід та планував майбутнє для своєї родини. Його життя змінилося в момент, коли місто було окуповане, і він змушений був ухвалити важке рішення - залишити рідний дім, рятуючи себе та своїх дітей. Коли почалося загострення ситуації в Україні, Володимир зрозумів, що залишатися в окупованому місті небезпечно, особливо для дітей.

Перший етап – переїзд до Запоріжжя. Подорож була складною. Другий етап - ухвалення рішення про еміграцію до Польщі. Він не знав, що чекає на нього та його родину, але керувався лише одним — необхідністю створити

безпечне середовище для дітей.Третій етап - перетин кордону та перші дні у новій країні. Без знайомих, без роботи, без житла – усе довелося починати з самого початку.

Виклики та труднощі з якими зіткнувся наш головний герой: Пошук житла – перший великий виклик після прибуття до Польщі. Спочатку родина жила у тимчасовому центрі для переселенців, потім волонтери допомогли знайти орендовану квартиру. Мовний бар'єр – Володимир не знав польської мови, що суттєво ускладнювало комунікацію та працевлаштування. Працевлаштування – перші місяці він погоджувався на будь-які тимчасові роботи, а згодом знайшов стабільну зайнятість у будівельній сфері. Адаптація дітей – його хлопчики (7 і 8 років) зіткнулися з труднощами в школі через мовний бар'єр, але з часом інтегрувалися завдяки підтримці місцевих педагогів та однокласників.

Історія Володимира - це не просто розповідь про вимушену міграцію, а символ сили духу, адаптації та боротьби за краще життя. Вона демонструє реальні виклики, з якими стикаються тисячі українців за кордоном. Вона дає надію тим, хто лише починає свій шлях у новій країні. Вона підкреслює важливість підтримки громади, волонтерських ініціатив та взаємодопомоги.

Володимир - це людина, яка не зламалася під тиском обставин. Його історія надихає, показує силу людської витривалості та доводить, що навіть у найскладніших умовах можна знайти шлях до нового життя. Проєкт фокусується на силі духу, підтримці громади та можливості адаптації в нових умовах, що є ключовими для аудиторії.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

За сценарієм репортаж «Українці в Польщі: життя, виклики, успіхи» орієнтований на різні категорії глядачів, які цікавляться темою міграції та адаптації.

Репортаж націлений на кілька основних груп глядачів:

Географічний фактор: Українці у Польщі - люди, які вже проживають у країні або планують переїзд.Україна - глядачі, які хочуть дізнатися більше про

життя за кордоном. Європейський глядач - особи, які цікавляться соціальною адаптацією мігрантів.

Соціально-демографічний склад: 18-55 років - молоді мігранти, робітники, підприємці, студенти та родини українців загалом. Чоловіки та жінки - батьки, які шукають шляхи для адаптації дітей працездатні громадяни. Волонтери та соціальні активісти - люди, які допомагають біженцям. Польська аудиторія - місцеві мешканці, зацікавлені у взаємодії з українцями.

Чому ця вікова група важлива? Молодь активно шукає освітні та робочі можливості. Сім'ї прагнуть зрозуміти, як адаптувати дітей та знайти стабільне житло. Старші люди підтримують мігрантів та стежать за суспільними змінами.

Стать та соціальний статус: Чоловіки - переважно ті, хто шукає роботу, прагне фінансової стабільності. Жінки - матері з дітьми, які зіштовхуються з проблемами адаптації та пошуку житла. Родини - українці, які мігрували разом і формують нову громаду. Волонтери та громадські діячі - ті, хто допомагає біженцям та підтримує інтеграцію. Польська аудиторія - місцеві жителі, які співпрацюють з українцями.

Професійна діяльність: будівельники, освітяни, підприємці - ті, хто шукає стабільну роботу бажано за фахом. Студенти - молодь, яка здобуває освіту в Польщі. Представники урядових структур – це люди, які розглядають і координують питання міграції. Ця категорія особливо важлива, бо відеорепортаж репортаж висвітлює роботу, навчання та процес адаптації українців, що знаходяться у Польщі.

Особливість просування продукту: Телевізійні платформи - трансляція на українських і польських телеканалах. Соціальні мережі - Facebook, Instagram, TikTok для привернення уваги молоді. YouTube - повна версія репортажу, короткі уривки для вірусного розповсюдження. Новинні сайти – короткі статті та відео на інформаційних платформах.

Стратегія залучення аудиторії: Таргетована реклама - просування у соцмережах серед українців у Польщі. Колаборації з блогерами - інтерв'ю з

популярними українцями у Польщі. Медійні партнерства - співпраця з новинними ресурсами та волонтерськими організаціями.

Емоційна складова: особисті історії - герої, які пройшли через труднощі, допомагають глядачам знайти надію. Візуальна подача - ефект присутності через якісні зйомки стендапу та зміну планів і ракурсів.

Соціальна значущість цього проєкту – підкреслення важливості підтримки української громади за кордоном. Чому цей формат підходить для розкриття теми міграції? Візуалізація життя переселенців, ц першу чергу, адже глядач бачить справжні умови проживання, можливості й умови роботи, навчання дітей у школі тощо.

Ідентифікація глядачів із героями: багато людей переживають подібні «історії» й можуть знайти подібні виклики у власному житті. Інформаційна підтримка мігрантів: репортаж може стати посібником із адаптації, пояснюючи важливі аспекти інтеграції.

Телевізійний репортаж – це жива, емоційна та достовірна форма комунікації, яка не лише інформує, а й залучає глядача до роздумів та співпереживання.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Проєкт представлений у форматі сценарію телевізійного репортажу. Він створений для відеоматеріалу, який може транслюватися як у телевізійному ефірі, так і на цифрових платформах. Тривалість репортажу: 6-8 хвилин. Місце зйомки: Варшава, Польща (вулиці міста, центр допомоги для біженців, школа, житло героя, робоче місце).

Для створення телевізійного репортажу потрібен комплекс технічних програмних засобів, а також продумана структура відеоряду, що формує ефект присутності й співучасті в цій історії.

Ефект присутності в телевізійному репортажі – це прийом, який створює у глядача відчуття, ніби він сам перебуває на місці подій. Це не просто технічний трюк, а ціла система візуальних, звукових і наративних засобів, що формують

емоційне занурення через стендап, коментарі, інтершум тощо. Ефект присутності у репортажі «Українці в Польщі: життя, виклики, успіхи» створюється через візуальні , звукові та наративні прийоми.

Візуальний прийом: реалістична операторська робота - зйомка з різних ракурсів, динамічні рухи камери, використання ручної камери для створення ефекту «живої» та динамічної сцени. Різноманітні плани: загальні - занурюють глядача у простір (вулиці Варшави, центр допомоги). Середні - дозволяють ближче познайомитися з героєм та його діяльністю (Володимир на роботі, діти у школі). Крупні - демонструють емоції, переживання, міміку та деталі. Перемикання кадрів - активний монтаж підсилює відчуття динаміки та безпосередньої присутності у ситуації.

Наративні прийоми: Голос за кадром: коментує події, додає емоційний зв'язок. Стендапи ведучого: журналіст на місці подій, взаємодія з героями. Драматургія сюжету: початок/ зачин → розвиток дій → кульмінація → фінал.

Аудіальний прийом: Живий звук (інтершум) - використання фонових шумів (місто, людські голоси, звуки транспорту) для відтворення реальної атмосфери. Пряма мова героїв (коментарі/ синхрони) - глядач чує емоційні відповіді без штучної постановки. Звукова перспектива – мікрофони передають глибину звуку, створюючи ілюзію простору.

Психологічний фактор: емоційний контакт - глядач «входить» і «поринає» у переживання героя через відверту розповідь та деталізацію подій. Ефект «присутності в кадрі» - відчуття, ніби події відбуваються навколо самого глядача. Спонтанність та автентичність - уникнення постановклвих кадрів чи сцен, природна поведінка героїв в кадрі при зйомці на камеру.

Як ефект присутності працює в репортажі? Глядач бачить Володимира у його реальному житті: як він працює, спілкується з дітьми, взаємодіє з волонтерами. Камера рухається разом із героєм: супроводжує його по місту, на роботі, вдома. Пряма мова героя без редагування: Володимир говорить щиро, ділиться власними є емоціями. Живий звук міста: глядач чує шум вулиць, польську та українську мови, що підсилює реалістичність.

Чому ефект присутності важливий? Забезпечує максимальну залученість глядача. Підсилює достовірність інформації. Розкриває емоційний аспект історії, а не просто передає факти. Допомагає глядачеві краще зрозуміти реальність переселенців. Завдяки правильному використанню камери, звуку, атмосфери та наративу, репортажна буває живого, занурюючого ефекту, який дозволяє глядачам співпереживати героям та краще розуміти соціальні процеси.

Чому саме репортаж? Телевізійний репортаж є одним із найефективніших форматів журналістського контенту, який дозволяє: Передати реальні емоції та атмосферу життя українських переселенців у Польщі через відео. Показати конкретні приклади адаптації людей у новій країні через історії реальних героїв. Поєднати документалістику та соціальну аналітику, надаючи глядачам не лише факти, а й особисті переживання. Репортаж має високу візуальну та емоційну залученість, адже картинка та живі діалоги допомагають краще зрозуміти виклики, з якими стикаються мігранти.

Репортаж можна транслювати на телебаченні та цифрових платформах, а також адаптувати для різних каналів: Телевізійні канали – є новинні блоки, документальні цикли. YouTube, Facebook, Instagram – зручний формат для молодої аудиторії. TikTok та короткі відео - можливість створення мікросюжетів із ключовими моментами.

2.4. Особливості оформлення проєкту

Оформлення телевізійного репортажу відповідає професійним вимогам до аналітичних телевізійних жанрів і базується на принципах достовірності, емоційного впливу, технічної якості та глибокого змістового наповнення.

Сценарій розроблено з урахуванням вимог до аналітичної подачі матеріалу, а також додані компоненти, що передбачені у документальному чи публіцистичному телеформату. Такий підхід спрямований на гармонійне поєднання інформаційної насиченості та аналітичній подачі, емоційного впливу й професійної візуальної подачі.

Сценарій має класичну тричастинну композицію: вступ, основну частину (з поділом на тематичні блоки, розвиток дій і кульмінацію) та висновок. Ведучий відіграє роль гіда та коментатора, поєднуючи інформаційний виклад із живим діалогом із героєм. Для кожного епізоду в сценарії зазначені візуальні плани (загальні, середні, крупні), локації та дія. Описано перемикання між кадрами, вказані місця для вставок відеорядового та графічного матеріалу (наприклад, інфографіка, титри). Визначено закадрові репліки, голос ведучого, питання до героя, а також синхрони (коментарі без монтажу).

В основі драматургії – особистісна історія героя, яка створює довіру, емоційне залучення та ідентифікацію глядача. У сценарії чергуються напружені епізоди (виїзд із зони бойових дій, складнощі пошуку роботи) та м’які, емоційно забарвлені моменти (ігри дітей, спілкування з громадою). Теми адаптації, підтримки, родинного тепла та поступової інтеграції підкреслюються за допомогою діалогів, музики, ракурсів і переходів.

Мова сценарію – літературна, публіцистична з діалоговими елементами. Репліки героя записані дослівно для збереження живої автентики. Ведучий говорить доступно, емоційно, але без надмірної експресії – тон стриманий, людяний, довірливий.

Сценарій написано відповідно до телевізійних стандартів: опис сцени нового рядка, репліки – з відступом, інструкції для знімальної групи. Наявна розмітка сцен (епізодів) за змістовими блоками із зазначенням місця зйомки, візуального та аудіального оформлення.

2.5. Технічні і програмні засоби

Для створення телевізійного репортажу необхідно використовувати професійне знімальне обладнання, освітлення, аудіозаписуючі пристрої та спеціалізоване програмне забезпечення для монтажу відео. Якісне відео потребує високої роздільної здатності та глибокого динамічного діапазону для реалістичного зображення.

Використовуються такі камери: Sony FX6 / FX3 - чудовий вибір для мобільної документальної зйомки. Canon EOS C300 Mark забезпечує природну передачу кольорів та деталізацію. Blackmagic URSA Mini Pro – популярний варіант для кінематографічної зйомки. GoPro Hero 12 / DJI Osmo Pocket 3 – для запису динамічних кадрів у русі. iPhone 15 Pro / Samsung Galaxy S23 Ultra як додатковий мобільний варіант зі стабілізацією.

Стабілізаційні системи: Забезпечують плавність зображення, необхідну для професійного репортажу: Стедіками (DJI Ronin S, Zhiyun Crane 4) для зйомки на ходу. Штативи (Manfrotto, Sachtler) – для фіксації камери при записі інтерв'ю. Слайдери - для створення кінематографічних рухів камери.

Якісний звук є критично важливим у телевізійному репортажі: Петличні мікрофони (Rode Wireless GO II,Sennheiser EW G4) - для запису голосу героїв.

Динамічні мікрофони (Shure SM7B) - для коментарів та ведучих у студії. Портативні рекордери (Zoom H6, Tascam DR-100) - для запису навколишніх звуків та атмосферного фону.

Освітлення відіграє ключову роль у правильному візуальному сприйнятті сцени: LED-панелі (Godox LED500, Neewer 660)для рівномірного освітлення приміщень. Softbox та рефлектори - для створення м'якого світла під час запису інтерв'ю. Мобільні LED-лампи - для польових умов зйомки та нічних кадрів.

Монтаж матеріалу передбачає нарізку, кольорокорекцію, додавання графічних елементів:Adobe Premiere Pro - головний редактор для нарізки відео, ефектів та постобробки. DaVinci Resolve - найкращий варіант для професійної кольорокорекції.Final Cut Pro - зручний редактор для роботи на Mac.

Для титрів, заставок та спецефектів використовуються такі програми: Adobe After Effects – створення анімаційних ефектів та візуальних переходів. Photoshop a Illustrator - для розробки інфографіки та графічних вставок. Аудіомонтаж та корекція звуку Adobe Audition - редагування звуку, усунення шуму та баланс гучності. Audacity - безкоштовне рішення для базового редагування аудіо.

Після завершення монтажу матеріалу він розповсюджується через такі платформи: YouTube Studio - оптимізація відео перед публікацією. OBS Studio - інструмент для стрімінгу та трансляцій. Meta Business Suite - платформа для поширення контенту в соцмережах. Використання сучасного знімального обладнання, стабільного звуку та професійного програмного забезпечення дозволяє створити якісний телевізійний репортаж, який буде відповідати журналістським стандартам.

2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)

Творчий проєкт «Українці в Польщі: життя, виклики, успіхи» є важливим елементом журналістського портфоліо автора та демонструє його професійні навички у сфері соціальної журналістики та документального контенту.

Однією з ключових особливостей проєкту є вміння працювати з реальними героями. Автор репортажу проводить глибокі інтерв’ю, зберігаючи природність та щирість відповідей. Висвітлює життєві історії через спостереження та документування подій. Застосовує емпатійний підхід, що дозволяє глядачу краще зрозуміти емоції та виклики героїв.

Для побудови змістовного соціального репортажу застосовано такі методи: Сторітелінг - створення сюжетної лінії через особисту історію героя. Хронологічна побудова - логічне подання подій у чіткій послідовності. Зміна візуальних планів - використання загальних, середніх та крупних кадрів для передачі атмосфери та акцентів.

Проєкт ґрунтується на аналізі соціокультурних аспектів міграції українців у Польщі: Вивчення викликів, з якими стикаються переселенці у новому середовищі. Аналіз процесу інтеграції в польське суспільство. Дослідження взаємодії громад та впливу української діаспори на адаптацію новоприбулих українців. Журналістська частина проєкту включає: розробку детального сценарного плану для структурованої подачі матеріалу. Збір фактичних даних про ситуацію з українськими мігрантами. Аналіз соціальних тенденцій для глибшого розкриття теми.

ВИСНОВКИ

Дослідження допомогло зрозуміти, як польські медіа висвітлюють події в Україні та подають інформацію про українців, і яку роль ці матеріали відіграють у формуванні суспільної думки у польському середовищі та в політичній площині зокрема. Під час написання кваліфікаційної роботи було проаналізовано теоретичні й практичні аспекти цього питання, що дозволило зробити важливі висновки.

У першому теоретичному розділі роботи вивчено наукове поле поняття «наратив» у медіа. На основі чого, можна чітко окреслити, що «наратив» – це спосіб подання інформації, який не лише розповідає про події, а й формує суспільні погляди та політичні орієнтири. Він впливає на думки людей і використовується як інструмент впливу. У цьому плані медіа не просто інформують – вони формують уявлення про правову реальність.

Водночас ми виявили, що від самого початку широкомасштабного вторгнення рф в Україну, польське суспільство не мало однозначності: з одного боку, поляки підтримують Україну в європейській інтеграції, боротьбі з російською агресією та культурному взаємообміні; з іншого ж боку – продовжують поширювати старі стереотипи, згадувати історичні травми та оприлюднювати економічні упередження щодо українців, які тимчасово перебувають та працюють у Польщі.

Українців і раніше часто представляли крізь призму стереотипів, пов’язаних із минулими політичними та соціальними конфліктами, однак з початком війни акценти змістилися на реалістичне відображення кризових подій та переживань, пов’язаних із масовою міграцією, солідарністю і партнерством.

Разом із тим, у роботі було виявлено, що в польському інформаційному просторі все ще залишаються стійкі стереотипи: образ українця як низькооплачуваного працівника, мігранта, що «відбирає робочі місця», а також акценти на історичних конфліктах, зокрема Волинській трагедії.

За нашими спостереженнями, від початку війни в Україні фокус поступово

зміщувався з емоційного сприйняття на прагматичне оцінювання наслідків української присутності у Польщі. Медійний дискурс розширювався за рахунок тем зайнятості, інтеграції, доступу до соціальних послуг та міжкультурного співіснування.

Зміни в наративах стали особливо помітними у новинних програмах, де почали порушуватися питання навантаження на інфраструктуру та ринок праці. Ці наративи формують неоднозначне сприйняття українців польським суспільством, що має значення як на міждержавному, так і на особистісному рівнях, і це чітно простежується за публікаціями в медіа.

Отже, польські наративи про українців у ЗМІ є багатовимірним явищем, що відображає як прагнення до партнерства, так і залишки історичної недовіри. Розуміння механізмів функціонування цих наративів дозволяє глибше усвідомити роль медіа у формуванні міжкультурних відносин, ідентичності та політичних уявлень. В умовах війни, інформаційної гібридності та європейської солідарності особливо актуальним стає завдання створення нових, справедливих, достовірних медіаповідомлень, які сприятимуть порозумінню та довгостроковому партнерству між українським та польським народами.

Творчий проєкт до кваліфікаційної роботи представлений у вигляді сценарію телевізійного репортажу під назвою «Українці в Польщі: життя, виклики, успіхи».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрухович Т. Війна Росії в Україні: що пишуть польські медіа. URL: https://surli.cc/fonewx (дата звернення: 10.05.2025).

2. Воронова Н. С., Прокопенко О. В., Подніглазов К. Д. Україно-польські історико-культурні комунікації в добу цифровізації. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/48092 (дата звернення: 21.03.2025).

3. Кислюк К. Б. Трансформація образу «мальовничого українського села» як візуальної репрезентації деяких особливостей національного характеру наприкінці XIX – поч. XXI ст. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2022. № 1. С. 17–23.

4. Ковальський А. Феномен наративів у польських медіа: маніпулятивні техніки, пропаганда та інформаційна війна. *Медіакомунікації в Європі*. № 5 (2). 2021. С. 45–60.

5. Куликов А., Кузьменко Л., Дворовий М., Дуцик Д., Кущ Л. Посібник з журналістської етики. Київ : Комісія з журналістської етики, 2023. 129 с.

6. Моральні норми журналіста: професійна етика. *Press Association.* URL: https://pressassociation.org.ua/ua/moralni-normi-zhurnalista-profesijna-etika/ (дата звернення: 23.03.2025).

7. Павлюх М. Соціально-політична комунікація в польських медіа : дис. ... к.н.соц.ком. ; спец. : 27.00.04. – теорія та історія журналістики / Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2016. 224 с.

8. Перша українська школа в Польщі від фонду «Незламна Україна» (Польські медіа ініціюють спеціальні просвітницькі кампанії). URL: https://nezlamna.org/uk/pro-nas/ (дата звернення: 20.05.2025).

9. Путрашик В., Марчук Г., Плеханова Т. Цифрова журналістика та вплив соціальних мереж на формування громадського уявлення про російсько-українську війну. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Сер. : Філологія. Журналістика. 2024. Том 35 (74). № 2. С. 189–195.

10. Росінська О. Наративи польсько-української взаємодії у польських документальних фільмах. *Образ.* 2022. Вип. 3 (40). С. 51–62. DOI: https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.3(40)-51-62 (дата звернення: 10.02.2025).

11. Томіленко Л. М. Російсько-українська війна очима польських медіа. Міжкультурна комунікація в контексті глобалізації діалогу: стратегії розвитку : зб. наук. праць II Міжнародної науково-практичної конференції. URL: https://www.researchgate.net/publication/368265469_Rosijsko-ukrainska_vijna_ocima_polskih_media (дата звернення: 26.04.2025).

12. Україна – Польща: історична спадщина та суспільна свідомість : зб. наук. праць / гол. ред. Микола Литвин ; НАН України, Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича. Львів, 2023. Вип. 16. 324 с. URL: https://www.inst-ukr.lviv.ua/uk/publications/materials/ukraina-polshcha/

13. Шурма С. Поняття наративної стратегії у публіцистичному дискурсі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Сер. : Філологія. № 22. 2016. С. 205–208.

14. ProIT: професійне медіа про IT в Україні. URL: http://proit.com.ua/news (дата звернення: 10.04.2025).

15. Teun A. van Dijk. Macrostructures: An Interdisciplinary Study of Global Structures in Discourse, Interaction, and Cognition. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers 1980. 327 p. URL: https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/06/ Teun-A.-van-Dijk-1980-Macrostructures.-An-Interdisciplinary-Study-Of-Global-Structures-In-Discourse-Interaction-And-Cognition.pdf (last accessed: 22.12.2024).

ДОДАТОК А
СЦЕНАРІЙ ВІДЕОРЕПОРТАЖУ

Творчий проєкт Сценарій телевізійного репортажу
«Українці в Польщі: життя, виклики, успіхи»

Таймкод	Сцена	Кадр/План	Локація:опис дії	Діалоги/закадровий текст
00:00-00:20	**Вступ**	Загальний → Середній	Вулиці Варшави, ведучий в кадрі	Голос за кадром: «Українці продовжують адаптуватися до життя в Польщі...» *Ведучий: «Привіт! Ми у Варшаві…»
00:20-1:30	**Історія Володимира**	Загальний → Середній → Крупний	Парк, діти граються, інтерв'ю з Володимиром	Голос: «Володимир, 38 років, виїхав з Мелітополя…» *Ведучий:* «Як ви прийняли рішення?» Володимир:* «Я знав, що залишатися — небезпечно…» |
1:30-2:50	**Життя у Польщі**	Загальний - Середній → Крупний	Будівництво, школа, клас, діти навчаються	**Голос:* «Спочатку підробітки…» *Володимир:* «Я працював будь-де…» *Ведучий: «Як діти адаптувалися?» *Володимир: «Спершу їм було важко…**
2:50-3:40	**Підтримка громади**	Загальний → Середній → Крупний	Центр допомоги, волонтери, спілкування, підтримка	**Голос: «Українська громада допомогла родині…» *Ведучий: «Чи була підтримка від поляків?» *Володимир:* «Так, але найбільше — від українців…»**
3:40-4:30	**Пошук житла**	Загальний → Середній → Крупний	**Житлові будинки, центр для переселенців, нова квартира**	**Голос: «Перший виклик — знайти житло…» Голос: «Тепер родина має власний простір...»**
4:30-5:00	**Фінал**	Загальний → Середній → Крупний	**Вечірня Варшава, прогулянка з дітьми, ведучий завершально підсумовує**	Ведучий:«Ця історія — про силу та витривалість...» Голос: «Підтримка змінює долі. Це історія нового дому у чужій країні...»

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Бедюх Тетяна Максимівна, студентка 4 курсу, форми навчання денної, факультету журналістики, спеціальність С7 Журналістика, адреса електронної пошти tatanabeduh78@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Європейські медіа про українців: польські наративи» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічноїдоброчесності у будь–який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет–системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

10.06.2025р. _____Т. М. Бедюх

10.06.2025р. _____Ю. В. Любченко

ABSTRACT

Topic of the bachelor's qualification work: European media about Ukrainians: Polish narratives. Volume of the main text: 2 pages. Number of sources used – 32.

The purpose of the work is to investigate the specifics of narratives about Ukrainians in the Polish media, to trace the dynamics of their changes in the context of key socio-political events, and to analyze their impact on Ukrainian self- identification and intercultural relations.

To achieve the goal of the study, we performed the following tasks: to outline the concept of "narrative" in media and communication studies; to analyze key theories of media representation and ways of their application to the analysis of narratives; to investigate the specifics of the functioning of Polish media in the context of broadcasting narratives about Ukraine; to analyze the evolution of the media image of Ukrainians in Polish media; to identify existing stereotypes in modern Polish media about Ukrainians; determine how Polish narratives influence the processes of national self-identification of Ukrainians and intercultural communication.

The object of the study is online media materials about Ukrainians in Poland (for the period from 2022 to 2025).

The subject of the study is the main narratives of journalistic materials that shape the image of Ukrainians in the Polish media.

Formal and substantive characteristics of the project. The television report “Ukrainians in Poland: Life, Challenges, Successes” tells about the adaptation of Ukrainians who moved to Poland because of the war. It shows real stories, difficulties and achievements of migrants, as well as the role of the community in supporting them. The project is presented in the format of a television report script.

It is designed for video material that can be broadcast both on television and on digital platforms.

Keywords: narrative, media, Polish media, Ukrainians, stereotypes, self-identification, media representation, intercultural communication, information space, European discourse.