

CORECON

The Coverage and Reception of
the Russian-Ukrainian Conflict

UC UNIWERSYTET
OPOLSKI


UNIVERSITATEA
LUCIAN BLAGA
— DIN SIBIU —

 Finanțat de
Uniunea Europeană
NextGenerationEU

Representing the Russian-Ukrainian conflict in the media: Recommendations for journalism training and media literacy

Opole, May 7, 2026 (in Polish)

dr hab. Katarzyna Molek-Kozakowska, prof. UO;

dr Jędrzej Olejniczak;

dr Przemysław Wilk;

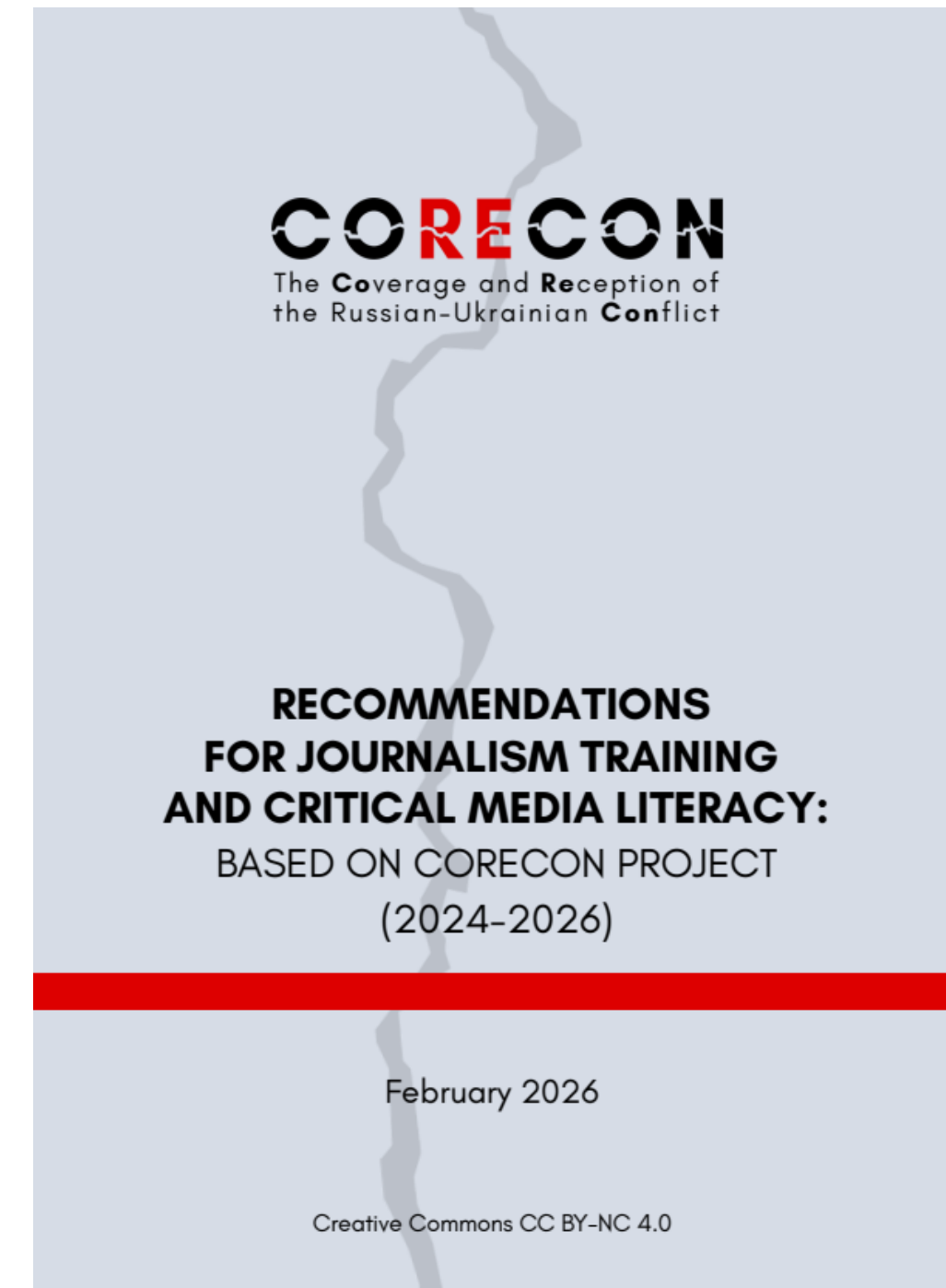
dr Marcin Deutschmann;

dr Rafał K. Matusiak;

mgr Robert Radziej

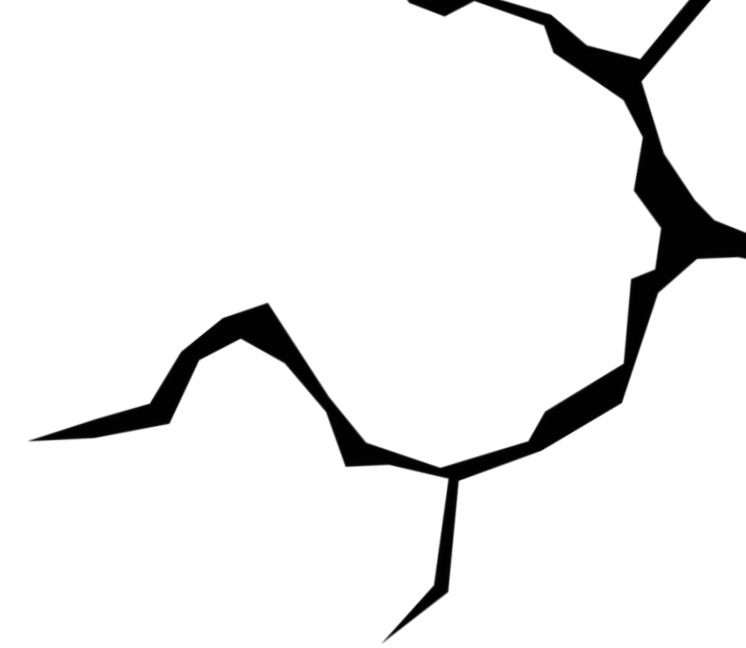
Rekomendacje dotyczące kształcenia dziennikarskiego oraz krytycznej edukacji medialnej

1. Etyczne praktyki dziennikarskie w relacjonowaniu konfliktu
2. Przedstawianie uchodźców i migrantów
3. Przedstawianie kobiet i kwestie genderowe
4. Język, metafory i ramowanie konfliktu
5. Nagłówki, emocje i zaangażowanie odbiorców
6. Wizualność, zdjęcia i technologie SI
7. Dziennikarstwo ekonomiczne w czasie wojny i kryzysu
8. Edukacja medialna i odporność na dezinformację
9. Jak podawać źródła?
10. Jak przywoływać ekspertów?
11. Jak dystansować się od terminologii propagandowej?



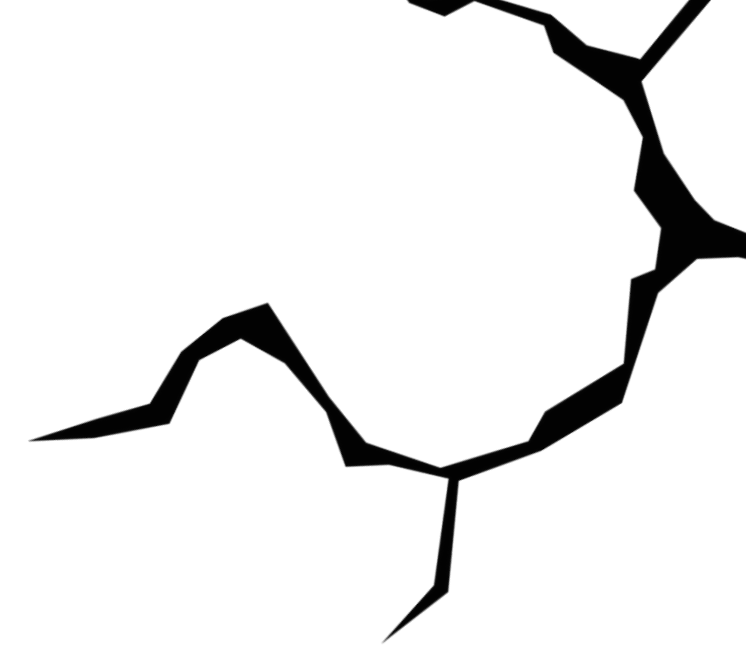
1. Etyczne praktyki dziennikarskie w relacjonowaniu konfliktu

- ➔ używać precyzyjne **terminologii prawnej, wojskowej i politycznej**;
- ➔ **unikać eufemizmów** typu „operacja specjalna” jako neutralnych określeń;
- ➔ wyjaśniać pochodzenie **propagandowych etykiet**;
- ➔ **prowadzić transparentną politykę źródeł i różnicowanie ekspertów**;
- ➔ unikać uproszczonych podziałów „dwie strony konfliktu”.



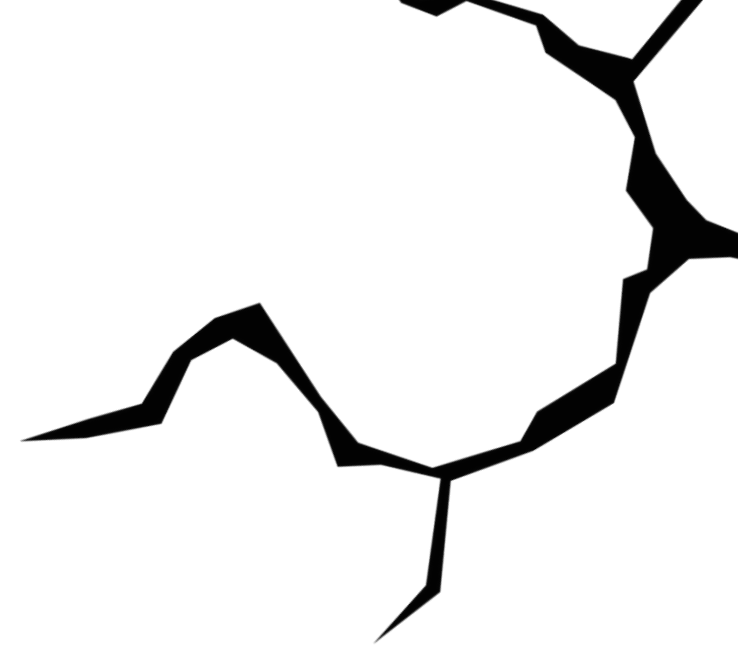
2. Przedstawianie uchodźców i migrantów

- ➔ **unikać metafor militarnych i katastroficznych:** „inwazja”, „fala”, „zalew”;
- ➔ nie dzielić migrantów na „dobrych” i „złych”;
- ➔ **pokazywać sprawczość**, kompetencje i wkład uchodźców;
- ➔ odróżniać terminy: migrant, uchodźca, osoba przesiedlona;
- ➔ **reagować na fałszywe narracje** o „uprzywilejowanych uchodźcach”.



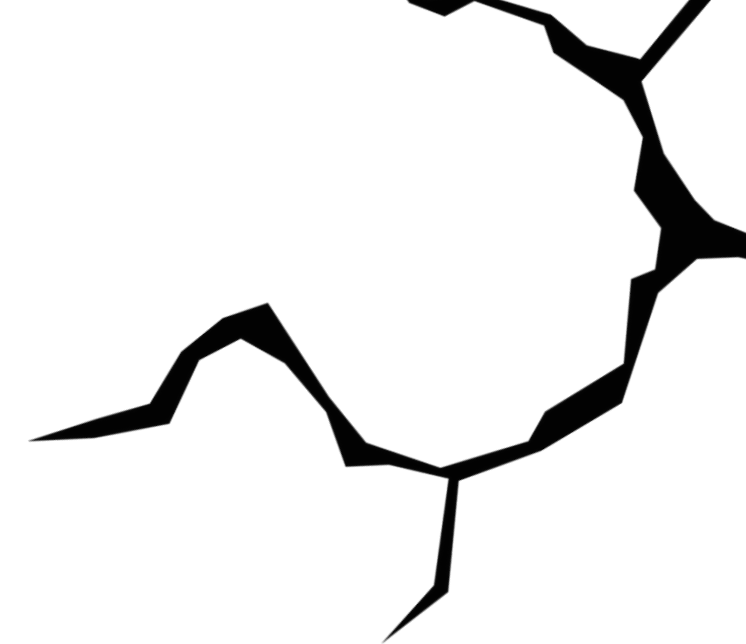
3. Przedstawianie kobiet i kwestie genderowe

- ➔ nie utrzymywać obrazów **kobiet wyłącznie jako ofiar, matek lub pielęgniarek**;
- ➔ pokazywać rolę kobiet jako żołnierek, ekspertek, organizatorek i decydentek;
- ➔ **unikać seksualizacji**, ocen wyglądu i wieku;
- ➔ ostrożnie dobierać zdjęcia **kobiet i dzieci w kontekście cierpienia**;
- ➔ równoważyć obrazy traumy z obrazami sprawczości.



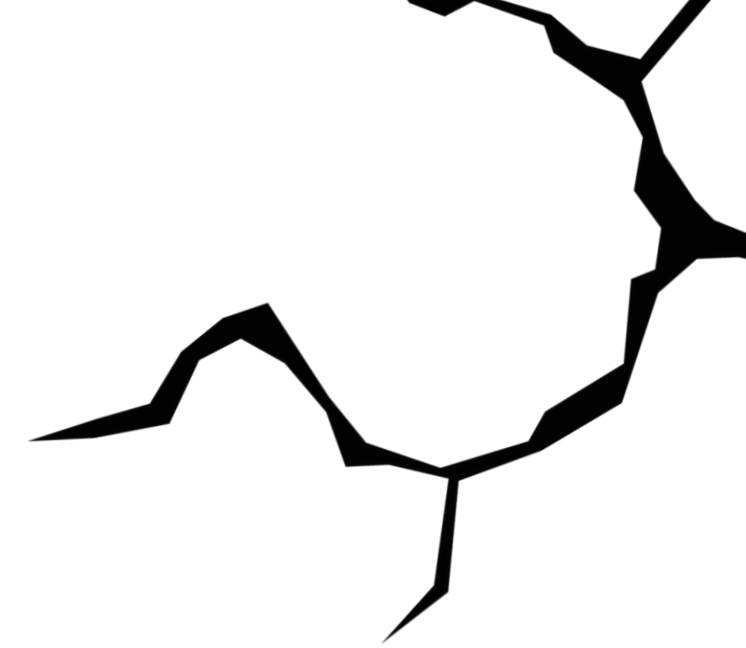
4. Język, metafory i ramowanie konfliktu

- ➔ unikać przesadnej **militaryzacji języka**;
- ➔ ostrożnie stosować **analogie historyczne**, np. nazizm, ludobójstwo, imperializm;
- ➔ **nie wzmocniać narracji strachu**, paniki i zagrożenia;
- ➔ świadomie używać **metafor ekonomicznych, wojennych i emocjonalnych**;
- ➔ wyjaśniać, jak dane określenie wpływa na odbiór wydarzeń.

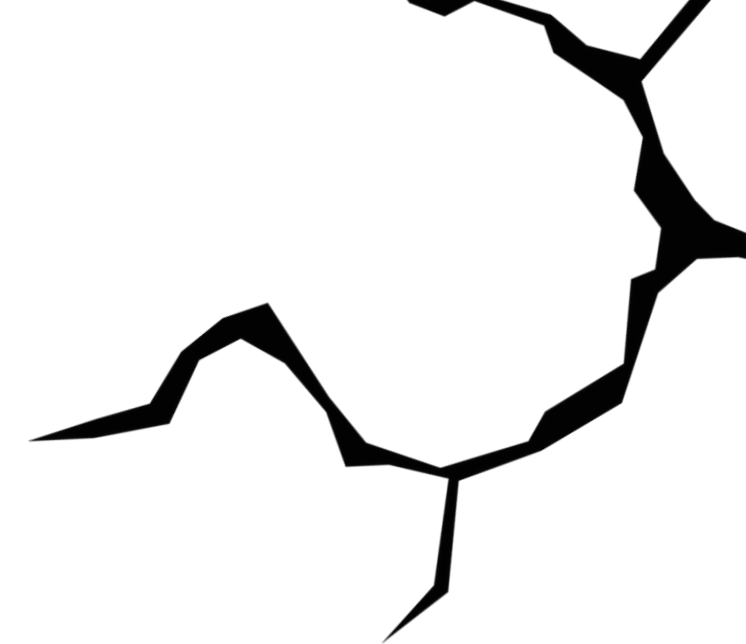


5. Nagłówki, emocje i zaangażowanie odbiorców

- ➔ nagłówki powinny być **precyzyjne, krótkie i zgodne z treścią tekstu;**
- ➔ **unikać clickbaitów,** spekulacji i pytań sugerujących panikę;
- ➔ nie używać alarmistycznych określeń bez mocnego uzasadnienia;
- ➔ **emocje powinny służyć zrozumieniu,** a nie manipulacji;
- ➔ uzupełniać szybkie newsy analizami, danymi i komentarzami ekspertów.



6. Wizualność, zdjęcia i technologie AI



- ➔ nie używać obrazów traumy i cierpienia **wyłącznie dla efektu emocjonalnego**;
- ➔ **oznaczać fotomontaże** i kolaże, jeśli są stosowane;
- ➔ nie zestawiać obrazów w sposób **sugerujący fałszywe związki**;
- ➔ chronić prywatność osób przedstawianych;
- ➔ **krytycznie traktować treści generowane przez AI**, bo mogą wzmacniać bańki informacyjne i dopasowywać odpowiedzi do poglądów użytkownika.

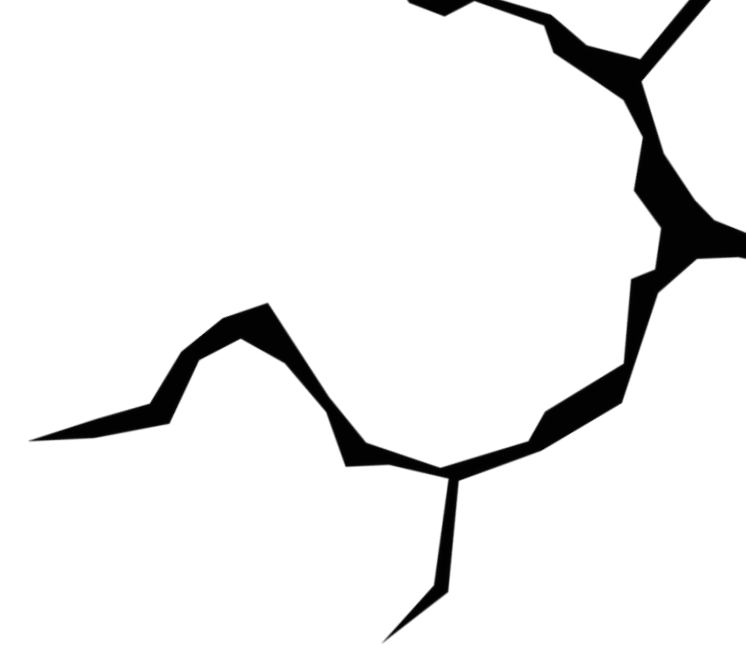
7. Dziennikarstwo ekonomiczne w czasie wojny i kryzysu



- ➔ nie przedstawiać skutków wojny dla gospodarki **jako wyłącznie „dobrych” albo „złych”**;
- ➔ **pokazywać ambiwalencję**: koszty, ryzyka, korzyści i grupy interesu;
- ➔ wyjaśniać **decyzje gospodarcze prostym językiem**, ale bez spłykania;
- ➔ łączyć historie ludzkie z analizą systemową;
- ➔ unikać metafor wojennych w opisie rynku, inflacji czy energii, jeśli wzmacniają panikę.

8. Edukacja medialna i odporność na dezinformację

- ➔ uczyć rozpoznawania **emocjonalnej manipulacji**;
- ➔ zachęcać do **krótkiej pauzy przed udostępnianiem** treści (*impulsive sharing/click-and-share culture*);
- ➔ ćwiczyć szybkie sprawdzanie informacji w innych źródłach;
- ➔ pokazywać, że **reakcja na treść nie oznacza jej wiarygodności**;
- ➔ rozwijać warsztaty, gry i ćwiczenia dotyczące fake newsów, propagandy i obrazów SI.

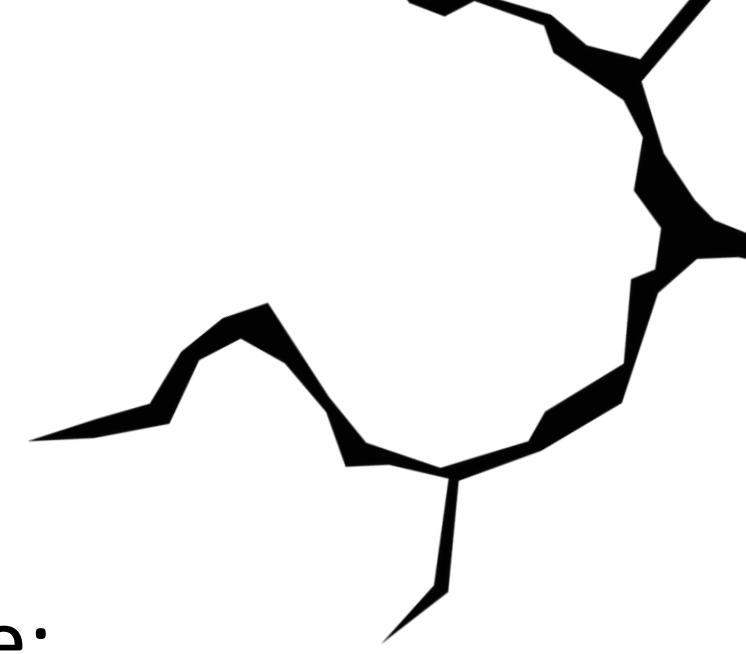


9. Jak podawać źródła?

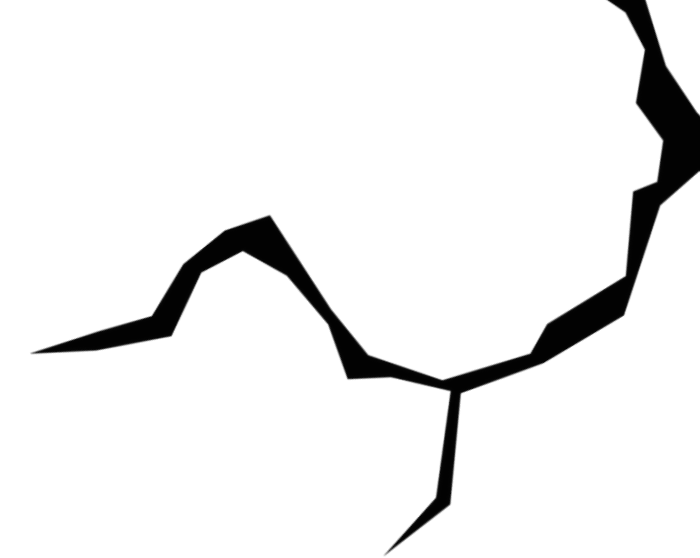
- ➔ **wskazywać pochodzenie informacji** – kto mówi, z jakiej instytucji, z jakiego kraju;
- ➔ **ujawniać możliwe uprzedzenia** lub powiązania źródła (np. polityczne, instytucjonalne);
- ➔ **unikać anonimowych źródeł**, jeśli nie są absolutnie konieczne – mogą być kanałem propagandy;
- ➔ weryfikować informacje przed publikacją, a jeśli coś jest niepewne, **wyraźnie to zaznaczać**;
- ➔ **nie przedstawiać źródeł jako neutralnych**, jeśli nie są – każde źródło ma perspektywę;
- ➔ dbać o **różnorodność źródeł** (geograficzną, ideologiczną, instytucjonalną).

10. Jak przywoływać ekspertów?

- ➔ **pokazywać różne perspektywy** ekspertów, nie tylko dwie przeciwstawne;
- ➔ **nie upraszczać** ich opinii do **binarnego konfliktu** („za vs przeciw”);
- ➔ **wyjaśniać kompetencje eksperta**, ale bez budowania nieuzasadnionego autorytetu;
- ➔ nie polegać ciągle na tych samych osobach – to zawęży debatę;
- ➔ parafrazować bez zniekształcania stanowiska: **dobierać czasowniki wprowadzające**;
- ➔ **wypowiedź ostrożnie**: „twierdzi”, „argumentuje”, „sugeruje” ≠ „udowadnia”, „potwierdza”.



11. Jak dystansować się od terminologii propagandowej?



- ➔ **Oznaczanie języka:** nie używać propagandowych terminów jako neutralnych; stosować cudzysłów lub komentarz: tzw. "operacja specjalna"; wyjaśniać zastosowanie: to eufemizm, manipulacja.
- ➔ **Kontekstualizacja:** podawać źródło terminu: np. rząd, propaganda, media państwowe; wyjaśniać, co ten termin ukrywa lub zniekształca.
- ➔ **Demaskowanie:** nazywać rzeczy wprost, gdy są fałszywe: „fałszywa narracja”, „teoria spiskowa”, „propaganda”; analizować konstrukcję argumentu, nie tylko go cytować.
- ➔ **Unikanie powielania:** nie powtarzać propagandy bez potrzeby, nawet w trybie krytyki, bo jej zasięg rośnie; przytaczać w celu wyjaśnienia i obalenia.

CORECON

The **C**overage and **R**eception of
the Russian-Ukrainian **C**onflict

**RECOMMENDATIONS
FOR JOURNALISM TRAINING
AND CRITICAL MEDIA LITERACY:
BASED ON CORECON PROJECT
(2024-2026)**

February 2026

Creative Commons CC BY-NC 4.0

