

Aleksandra M. Różalska

Ofiary czy terroryści? Wizerunki uchodźców na okładkach polskich prawicowych tygodników opinii

Wstęp

Od 2015 r., czyli od czasu, kiedy rozpoczął się tak zwany kryzys uchodźczy, świat muzułmański, a w szczególności uchodźców i migrantów z Afryki Północnej i Bliskiego Wschodu, zaczęto przedstawiać w europejskich mediach jako fundamentalistycznych ekstremistów zagrażających cywilizacji europejskiej i jej chrześcijańskim wartościom, jako „Innych”, wrogich światu zachodniemu. W Polsce ten negatywny stosunek zbudowany jest przede wszystkim wokół różnic religijnych i rzekomego zagrożenia, jakie islam stanowi dla polskiego katolicyzmu. Jak twierdzą Łukasz Bertram i Michał Jędrzejek:

Ten radykalny i negatywny dyskurs wokół uchodźców podzielić można na trzy podstawowe nurty: 1) ataki na obecne władze polskie za uleganie dyktatowi Niemiec i Zachodu oraz za łamanie polskiej suwerenności; 2) budzenie lęku przed inwazją obcych zalewających Europę – dzikich, przestępców, fanatyków, wśród których skrywają się terroryści; 3) piętnowanie postaw imigrantów, którzy udają uchodźców, podczas gdy chodzi im tylko i wyłącznie o europejski „socjal”¹.

Celem tego rozdziału jest krytyczna refleksja nad dominującymi narracjami i wizualnymi reprezentacjami tzw. kryzysu uchodźczego² w prawicowych tygodnikach opinii w latach 2015–2018, przy czym analizie zostaną poddane okładki tych czasopism. Wybrano kilka tytułów reprezentujących różne środowiska prawicowego dziennikarstwa: „Do Rzeczy”, „W Sieci”, „Gazetę

¹ Ł. Bertram, M. Jędrzejek, *Islamskie hordy, azjatycki najazd, socjalny dżihad. Jak polskie media piszą o uchodźcach?*, „Kultura Liberalna”, 14.10.2015, <https://obserwatorium.kulturaliberalna.pl/raport/islamskie-hordy-azjatycki-najazd-socjalny-dzihad-jak-polskie-media-pisza-o-uchodzcach-uchodzczy/>, dostęp 15.05.2020.

² Kryzys uchodźczy jest terminem problematycznym, ponieważ sugeruje odpowiedzialność uchodźców za sytuację, w jakiej się znaleźli. W zamian można by używać pojęcia „kryzys humanitarny” kładący nacisk nie na uchodźców, ale na państwa Unii Europejskiej, które powinny znaleźć rozwiązania dla cierpienia i trudnej sytuacji uchodźców i zmierzyć się z humanitarnymi aspektami ich migracji. Samo słowo „kryzys” niesie negatywne konotacje odnosząc się do zjawisk czy wydarzeń, które są niespodziewane, groźne, niebezpieczne, których ludzie się boją i woleliby uniknąć. Ujęcie migracji jako kryzysu uchodźczego uzasadnia także specjalne środki, jakie rządy mogą przedsięwziąć, ponieważ sytuacje kryzysowe właśnie takich nadzwyczajnych rozwiązań wymagają.

Polską” i „Niedzielę”. Przyjrę się ilustracjom i fotografiom umieszczonym na okładkach, jak również nagłówkom i tekstom komentującym materiał wizualny. Badania prasy polskiej w tym kontekście są potrzebne z uwagi na fakt, że – jak wskazuje wiele raportów i badań prowadzonych w innych krajach – prasa aktywnie uczestniczyła w procesie zdefiniowania przybycia uchodźców i migrantów z Afryki Północnej jako kryzysu. Termin ten został spopularyzowany przez liczne nagłówki, artykuły prasowe i inne przekazy medialne. Ponadto prasa przyczyniła się do skojarzenia uchodźców i migrantów z „Innymi”, outsiderami (czasem budzącymi litość, czasem stanowiącymi zagrożenie), zupełnie różnymi od Europejczyków³.

Do analizy wybrałam okładki tygodników opinii z kilku powodów. Z pewnością przyciągają one uwagę do konkretnego problemu poruszanego w danym wydaniu gazety i mają na celu zachęcenie czytelnika do zajrzenia do środka oraz do wybrania danego tytułu spośród innych⁴. Postrzegam okładki jako ilustrację współczesnych problemów społeczno-politycznych, bieżącej polityki oraz odzwierciedlenie określonych nastrojów i emocji wobec ważnych kwestii, takich jak kryzys uchodźczy i lęki polskiego społeczeństwa z nim związane. Ponadto, jak podkreśla Rafał Pisera:

Okładka jest specyficzną formą przekazu prasowego, [który] można traktować w kategoriach przekazu reklamowego. Okładka ma takie same funkcje względem pisma, jak reklama względem każdego innego produktu. Jej zadaniem jest poinformować o produkcie i jego cechach w taki sposób, by skłonić klienta do zakupu. Jednocześnie okładka jest integralną częścią pisma, czytelnik skłonny jest traktować zawarte w niej treści zgodnie z regułami, jakie stosuje do przekazów informacyjnych, a nie z regułami odnoszącymi się do przekazów reklamowych⁵.

Krótko mówiąc, czytelnik rzadko kiedy traktuje okładkę jako reklamę, tym bardziej że ma do czynienia z tygodnikami opinii uznawanymi za prasę opiniotwórczą, poważną, rzetelną, bezstronną, pozbawioną uprzedzeń, odnoszącą się do faktów i prawdy⁶. Co więcej, okładki są projektowane w taki sposób, aby wpływać na odbiorców, odwołując się do wspólnej wiedzy społecznej, wartości, obrazów, symboli – do tzw. kulturowego zdrowego rozsądku⁷. W kontekście polskim, jak pokazują badania przeprowadzone przez CBOS,

³ M. Georgiou, R. Zaborowski, *Media coverage of the “refugee crisis”: A cross-European perspective*, Council of Europe Report DG1(2017)03 2017, <https://rm.coe.int/1680706b00>, dostęp 15.05.2020, s. 3. Za wszystkie tłumaczenia cytatów z języka angielskiego odpowiada autorka.

⁴ R. Pisera, *Władza i ciało. Społeczne reprezentacje kobiety i mężczyzny na okładkach popularnych tygodników*, [w:] *O polityce ciała i pożądania w kulturze audiowizualnej*, red. D. Rode, P. Sołodki, Warszawa 2010, s. 75.

⁵ *Ibidem*, s. 75–76.

⁶ *Ibidem*, s. 76.

⁷ J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 2003.

Polacy wśród najważniejszych wartości wymieniają rodzinę, zdrowie i szeroko rozumiane bezpieczeństwo (w kontekście pracy, bezpieczeństwa finansowego, mieszkania)⁸. Wreszcie okładki mają często za zadanie szokować, zniesmaczać, ośmieszać, trafiać do czytelnika poprzez negatywne skojarzenia używając stereotypów, generalizacji i uproszczeń, co wykażę w dalszej części tego rozdziału na przykładzie okładek prawicowych tygodników opinii.

Uchodźcy przed i po 2015 roku

Jak pokazują badania,

postrzeganie uchodźców jeszcze do niedawna było ściśle powiązane ze statusem prawnym tych osób. Według konwencji genewskiej z 1951 roku uchodźcą był człowiek, który na skutek uzasadnionej obawy przed prześladowaniem z powodu swojej rasy, religii, narodowości, przekonań politycznych lub przynależności do określonej grupy społecznej zmuszony był opuścić kraj pochodzenia oraz który z powodu tych obaw nie może lub nie chce korzystać z ochrony swojego kraju. Jednym słowem, uchodźca był ewidentną ofiarą⁹.

Zatem rozumienie terminu „uchodźca” do niedawna miało prawną konotację, a sami uchodźcy kojarzeni byli z ofiarami przemocy, wojen, konfliktów zbrojnych czy niepokoju politycznych. Bez wątpienia ofiary nie wywołują bardzo negatywnych skojarzeń – „budzą one zazwyczaj zupełnie inne emocje: empatię, litość oraz współczucie. Jednak trudno przestraszyć społeczeństwo ewidentnymi ofiarami”¹⁰. Obecny dyskurs wokół uchodźców jest wynikiem starannej strategii mającej na celu zastąpienie myślenia o nich jako o ofiarach postrzeganiem ich w kategoriach „innych” zagrażających społeczeństwu i krajom europejskim. W tym kontekście Marcin Kotras pisze, że „zbiór »imi-granci« zawiera kategorie, które kojarzmy ze współczuciem, solidarnością, ciekawością, nadzieją, pomocą, mniejszością”, jednak niektóre gazety „systematycznie i z widocznymi efektami zrekonstruowały ten zbiór tak, aby zawierał kategorie kojarzone z podejrzliwością, obroną, strachem, lekkomyślnością, zagrożeniem, terroryzmem, większością”¹¹.

Co więcej, przed rokiem 2015 rzadko kiedy postrzegano uchodźców jako przedstawicieli konkretnej rasy, etniczności, narodowości czy religii; było to

⁸ CBOS, *Sens życia – wczoraj i dziś*, 2017, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2017/K_041_17.PDF, dostęp 15.05.2020.

⁹ P. Cywiński, F. Katner, J. Ziółkowski, *Zarządzanie strachem. Jak prawica wygrywa debatę publiczną w Polsce*, Warszawa 2019, s. 7. Pełen tekst Konwencji Genewskiej zob. <https://www.unhcr.org/3b66c2aa10>.

¹⁰ *Ibidem*.

¹¹ M. Kotras, *The Discourse about Immigrants. Argumentation Strategies in Polish Weekly Magazines*, „Acta Universitatis Lodziensis, Folia Sociologica” 59/2016, s. 70.

raczej pojęcie odnoszące się do zróżnicowanej grupy ludzi z różnych krajów i kontynentów. Jednakże z początkiem tzw. kryzysu uchodźczego znaczenie słowa uchodźca zmieniło się i nabrało zdecydowanie negatywnego wydźwięku:

Fundamentem tej zmiany jest swoista inżynieria semantyczna, której zastosowanie sprawiło, że ludzie inaczej zaczęli rozumieć słowo „uchodźca”. W ciągu kilku miesięcy przestał mieć on twarz ofiary, natomiast otrzymał wykreowaną przez twórców kampanii zarządzania strachem twarz zagrożenia. Słowo „uchodźca”, używane w wielu wypowiedziach medialnych i politycznych, stało się dla Polek i Polaków synonimem Araba – muzułmanina – ciemnoskórego imigranta – terrorysty¹².

Zarządzającymi strachem byli zarówno niektórzy politycy, jak i środki masowego przekazu, w tym także tygodniki opinii, dzięki którym

wskutek tej manipulacji semantycznej słowo „uchodźca” stało się synonimem „zagrożenia ze strony innego”, łatwiejszym do zaakceptowania niż słowa odnoszące się bezpośrednio do koloru skóry, pochodzenia bądź wyznawanej religii¹³.

Badania przeprowadzone w innych krajach europejskich potwierdzają tę zasadniczą zmianę w sposobach przedstawiania i opisywania uchodźców w drugiej połowie 2015 r., kiedy to „współczująca i empatyczna odpowiedź znacznej części prasy europejskiej (...) została zastąpiona podejrzliwością i w niektórych przypadkach także wrogością wobec uchodźców i migrantów”¹⁴. Górę wzięły wcześniejsze uprzedzenia wobec muzułmanów, z którymi uchodźcy zaczęli być utożsamiani, oparte na orientalistycznych i stereotypowych fundamentach¹⁵. Popularne stały się przekonania, że islam jest zagrożeniem dla chrześcijaństwa i demokracji, a Europa poddawana jest coraz skuteczniejszemu procesowi islamizacji poprzez migrację, naturalizację i wysoki przyrost naturalny wśród muzułmańskich mniejszości. Strach przed „podbojem”, „zalewem”, „dominacją”, „rosnącym wpływem” islamu w Polsce i w Europie jest szczególnie widoczny na okładkach prawicowych tygodników opinii, które będą analizować w dalszej części rozdziału. W tym kontekście interesujący jest dobór słów służących do opisu przybycia uchodźców, który często wykorzystuje metafory związane z wodą, np. „powódź”, „przyptyw”, „zalew”, „bagno”, mające podkreślić zagrożenie ze strony dużej liczby uchodźców próbujących przedostać się do Eu-

¹²P. Cywiński, F. Katner, J. Ziółkowski, *op. cit.*, s. 8.

¹³*Ibidem*.

¹⁴M. Georgiou, R. Zaborowski, *op. cit.*, s. 3.

¹⁵Więcej na temat islamu w przekazach medialnych zob. A.M. Różalska, *Obraz islamu w amerykańskich serialach telewizyjnych po 11 września 2001 roku*, [w:] *Polityka i społeczeństwo w świecie islamu*, red. I. Kończak, M. Lewicka, M. Widy-Behiesse, Łódź 2016, s. 289–298.

ropy¹⁶. W wypowiedziach polskich polityków taka retoryka była niezwykle popularna w latach 2015–2017. W tym czasie można było usłyszeć następujące sformułowania odnoszące się do uchodźców:

„Idą fale” (Beata Kempa), które mają nas „podbić” (Miriam Shaded), „najechać” (Zbigniew Girzyński), „skolonizować” (Janusz Korwin-Mikke), „zislamizować” (Zbigniew Ziobro), „wprowadzić szariat” (Mariusz Błaszczak), „zaimplementować dżihad” (Tomasz Rzymkowski)¹⁷.

Jak widać, straszenie islamem zdominowało język prawicowej polityki w tym czasie.

Innymi słowy, migranci są przedstawiani jako zagrożenie. Istnieje tendencja, zarówno wśród polityków, jak i niektórych mediów głównego nurtu, „wrzucająca wszystkich migrantów do jednego worka i ukazywania ich jako bezkresny przyływ ludzi, którzy ukradną miejsca pracy, staną się obciążeniem dla państwa i będą stanowić zagrożenie dla stylu życia dominującego w danym kraju”¹⁸. Tego typu polityczne i medialne opinie znacząco wpłynęły na stosunek Polaków do uchodźców, co pokazują badania Hanny Frejلاك, Pawła Cywińskiego, Filipa Katnera oraz Jarosława Ziółkowskiego (*Ilościowa analiza dyskursu polityków na temat uchodźców i zarządzania strachem*) opublikowane w 2019 r.¹⁹ Wynika z nich, że w maju 2015 r. jedynie 21% respondentów sprzeciwiało się przyjęciu uchodźców do Polski, natomiast w ciągu następnych trzech lat poparcie dla uchodźców znacznie się zmniejszyło – zimą 2018 r. już 63% społeczeństwa nie życzyło sobie obecności uchodźców w kraju²⁰.

Badania pokazują, że politycy i wspierające ich media posługiwali się anty-uchodźczą retoryką szczególnie w dwóch okresach – jesienią 2015 r. (w okresie kampanii przed wyborami parlamentarnymi) oraz wiosną 2017 r. (w czasie, gdy Unia Europejska naciskała na solidarne przyjęcie uchodźców przez państwa europejskie)²¹. W 2015 r. media zaczęły pokazywać obrazy tłumów migrantów i uchodźców przybywających do Europy Południowej, budując przy tym napięcie i poczucie niebezpieczeństwa, zagrożenia i strachu:

Poczynając od czerwca 2015 r., taką opowieść snuto w Polsce szeroko i namiętnie. Mogło się zdawać, że uchodźcy byli wszędzie. Debatowano o nich w Sejmie, trwały niekończące się dyskusje w programach telewizyjnych, a okładki gazet odmieniały słowo „uchodźca” przez wszystkie przypadki²².

¹⁶S. Parker, „Unwanted invaders”: *The representation of refugees and asylum seekers in the UK and Australian print media*, „Myth and Nation” 9/2015, https://www.gla.ac.uk/media/Media_404384_smxx.pdf, dostęp 15.05.2020.

¹⁷P. Cywiński, F. Katner, J. Ziółkowski, *op. cit.*, s. 11.

¹⁸K. Cooke, A. White, *Introduction. Moving stories*, [w:] *Moving Stories. International Review of How Media Cover Migration*, Ethical Journalism Network, London 2015, s. 7.

¹⁹P. Cywiński, F. Katner, J. Ziółkowski, *op. cit.*

²⁰*Ibidem*, s. 7.

²¹*Ibidem*, s. 10.

²²*Ibidem*, s. 9.

Przekazy medialne były zaskakująco jednostronne – nie tylko media prawicowe, ale w zasadzie wszystkie media głównego nurtu mówiły, często odwołując się do emocji, o islamizacji, zagrożeniu suwerenności, podkreślając masowość migracji i inność przybywających uchodźców. Z kolei wiosną 2017 r. antyuchodźcze wypowiedzi związane były z grożeniem Polsce sankcjami przez Unię Europejską za nieuczestniczenie w polityce relokacji. Tym razem

opowieść o bezpieczeństwie przeplatała się z rozgrywaną też na innych polach narracją o suwerenności, o „wstawaniu z kolan” i złej Unii Europejskiej. Choć prawica toczyła istotny spór na arenie międzynarodowej, to ta komunikacja była konstruowana z myślą o odbiorcy na rynku wewnętrznym. Po raz kolejny rozgrywany był schemat – „uchodźcy to śmiertelne zagrożenie, my was obronimy”²³.

Media, podsycane przez polityków (zresztą nie tylko w Polsce, ale także w innych krajach europejskich), nie wywiązały się z zadania dostarczania wyważonych i rzetelnych informacji o uchodźcach. Politycy zaś „zareagowali mieszanką bigoterii i paniki – niektórzy ogłosili, że będą przyjmować tylko chrześcijańskich migrantów, podczas gdy inni planowali budowę murów i rozstawienie drutów kolczatych”²⁴. Taka narracja okazała się niezwykle skuteczna i przekonująca dla społeczeństwa, zwłaszcza że w latach 2015–2018 była budowana w systematyczny sposób:

Szacujemy, że w ciągu dwóch lat poglądy na temat przyjmowania uchodźców zmieniło około 11 milionów Polek i Polaków. Nieznany jest żaden inny temat dotyczący zagadnień wartości i emocji, który w tak krótkim czasie doprowadziłby do tak radykalnej zmiany postaw i poglądów społeczeństwa polskiego²⁵.

W kolejnym podrozdziale skupię się na tym, w jaki sposób prasa, a w szczególności okładki popularnych prawicowych tygodników opinii, przyczyniły się do tak gwałtownej zmiany nastawienia społeczeństwa polskiego do uchodźców. Zanalizuję, jakiego rodzaju ilustracje i komentarze na temat migrantów i kryzysu uchodźczego popularyzowano, zwłaszcza w roku 2015 i 2017.

Uchodźcy na okładkach tygodników opinii

Wnioski płynące z analizy wybranych tygodników opinii wskazują, że prasa uczestniczyła w epatowaniu strachem i podsycaniu negatywnego nastawienia wobec uchodźców poprzez zdjęcia umieszczane na okładkach oraz towarzyszące im nagłówki. Evelyn Alsultany nazywa to zjawisko „stanem bezkresnego

²³ *Ibidem*, s. 11.

²⁴ K. Cooke, A. White, *op. cit.*, s. 5.

²⁵ P. Cywiński, F. Katner, J. Ziolkowski, *op. cit.*, s. 8.

strachu”²⁶, który w Polsce powodowany jest lękiem przed nieznanym, „innym”. Strach jest użyteczną emocją w manipulowaniu ludźmi, ponieważ sprawia, że intensywniej myślą o swoim bezpieczeństwie, częściej kierują się uprzedzeniami i ksenofobią; powoduje, że chętniej obwiniają innych za nieprzewidziane wydarzenia czy niepożądane okoliczności. Przerażeni ludzie ufają chętniej tym, którzy twierdzą, że chcą ich bronić i często tłumaczą niehumanitarne traktowanie uchodźców rzekomym niebezpieczeństwem, jakie ci rzekomo niosą. Strach spycha racjonalne myślenie na dalszy plan i pozwala, by stereotypy i uproszczenia wzięły górę nad zrównoważonymi i zniuansowanymi opiniami.

Okładka tygodnika „W Sieci” z września 2015 r. (39/2015) stanowi odpowiedź na potrzebę znalezienia kogoś, kto nas ochroni przed uchodźcami. „Orban i Kaczyński. Oni bronią Europy przed szaleństwem lewicy i islamistami” – głosi nagłówek. Na zdjęciu widać obu polityków z poważnymi wyrazami twarzy, za nimi węgierską i polską flagę, a w tle polską husarię, czyli formację kawaleryjską Rzeczypospolitej odnoszącą zwycięstwa na polu bitwy między XVI a XVIII w., ubraną w charakterystyczne skrzydła. Okładka sugeruje, że w Europie są tylko dwa kraje i ich polityczni przywódcy, którzy są w stanie obronić kontynent przez muzułmańskimi najeźdźcami, odwołując się do wojny Polski z Imperium Osmańskim w latach 1620–1621 (wojny chocimskiej). Co więcej, Orban i Kaczyński nie tylko będą chronić Europę przed islamistami, ale także przed wewnętrznymi lewicowymi siłami domagającymi się współczucia dla uchodźców i zaproszenia ich do Polski i Węgier.

W tym kontekście dwie okładki tygodnika „Do Rzeczy” podniosły kwestię publicznej debaty na temat kryzysu uchodźczego, sugerując, że ci, którzy chcą bronić Polski i narodu polskiego przed niebezpiecznymi przybyszami, są oskarżani o rasizm i ksenofobię. W styczniu 2017 r. „Do Rzeczy” (3/2017) opublikowało zajmujące całą stronę zdjęcie kobiety w czarnym nikabie (widać tylko jej smutne niebieskie oczy) z komentarzem: „Chcą z nas zrobić rasistów. Lewica próbuje wywołać kolejną wojnę ideologiczną”. Należy się domyślać, że poprzednie wojny ideologiczne dotyczyły m.in. kwestii aborcji czy problematyki gender. Podobna ilustracja i nagłówek znajduje się na okładce „Do Rzeczy” ze stycznia 2018 r. Tym razem widać kobietę, której twarz pomalowana jest w barwy biało-czerwonej flagi, ale jeden policzek pokryty jest ciemnoczerwonym kolorem i czarną swastyką. Nagłówek głosi: „Chcą z nas zrobić faszystów. Historyczna nagonka lewicowych mediów”. Tygodnik ubolewa nad bezpodstawnymi oskarżeniami o dyskryminację i uprzedzenia, podczas gdy chce tylko ocalić Polskę przed niebezpiecznym wpływem Unii Europejskiej i niewygodną obecnością uchodźców. Zaimki „my” i „nas” w tym kontekście oznaczają nie

²⁶E. Alsultany, *Arabs and Muslims in the Media. Race and Representation after 9/11*, New York-London 2012, s. 6.

tylko samą gazetę, ale także jej czytelników, co ma na celu wywołanie negatywnych emocji wobec tych, którzy oskarżają społeczeństwo o rasizm i faszyzm.

Emocje i negatywny język używany wobec uchodźców ukształtował dominujące narracje nie tylko w Polsce, ale w całej Europie:

W większości krajów wiadomości zdominowały dwa tematy – liczby i emocje. W większości przypadków przekazy medialne były upolitycznione i powieleły wypowiedzi zdominowane przez sformułowania wykorzystujące motyw inwazji czy mas ludzi. Niekiedy opowieść okazywała więcej człowieczeństwa, empatii i skupiała się na cierpieniu uchodźców. Jednak bez wątpienia można powiedzieć, że wszędzie media odegrały kluczową rolę w przyciągnięciu uwagi świata to tych wydarzeń²⁷.

Jak wykazę poniżej, w Polsce przekazy medialne okazujące współczucie wobec trudnych doświadczeń podróży uchodźców do Europy praktycznie nie pojawiały się w analizowanym okresie. Zamiast tego „stan bezkresnego strachu” wobec uchodźców, o którym pisałam wcześniej, był nieustannie podtrzymywany poprzez stwierdzenia dotyczące zagrożenia dla bezpieczeństwa, kwestii suwerenności, czy koncepcji zderzenia cywilizacji. Generalnie rzecz biorąc, „najpopularniejszą metaforą używaną jako chwyt retoryczny była metafora przestępczości. To stworzyło obraz uchodźcy jako potencjalnego zagrożenia dla bezpieczeństwa”²⁸.

Analiza okładek polskich prawicowych tygodników opinii pokazuje, że islam jest jednostronnie prezentowany jako wielkie zagrożenie dla katolicyzmu, polskości i wartości narodowych. Jak twierdzi Marcin Kotras:

„My” reprezentujemy „dobre” wartości. „Oni” reprezentują „złe”. W tym miejscu można przywołać mit Polski jako przedmurza chrześcijaństwa, którego często używa się do opisanego znaczącej roli naszego kraju w historii Europy. Dzisiaj historia się powtarza i Polska może zatrzymać napływ najeźdźców – muzułmanów²⁹.

Narracje bazujące na dychotomicznym podziale „my” versus „oni” wpisują się w orientalistyczne sposoby przedstawiania muzułmanów i charakteryzują cały analizowany okres w latach 2015–2018.

Wyróżniłam trzy tematy przewodnie pojawiające się na okładkach analizowanych tygodników, które krótko scharakteryzuję powołując się na konkretne przykłady: antymuzułmańskie nastroje i strach przed islamem, uchodźcy jako zagrożenie dla Europy oraz uchodźcy jako ofiary wymagające pomocy.

²⁷ K. Cooke, A. White, *op. cit.*, s. 5.

²⁸ S. Parker, *op. cit.*

²⁹ M. Kotras, *op. cit.*, s. 67.

Lęk przed rzekomym zagrożeniem, jaki uchodźcy niosą dla polskiej tożsamości narodowo-etnicznej i religijnej, podsyca antymuzułmańskie nastroje otwarcie manifestowane w odniesieniu do „kryzysu uchodźczego”. We wrześniu 2015 r. „Do Rzeczy” (38/2015) umieściło na swojej okładce zdjęcie z lotu ptaka ukazujące tłum uchodźców, składający się głównie z mężczyzn. Nagłówek głosi: „To najeżdźcy nie uchodźcy. Zamknijmy przed nimi granice Polski”. Zdjęcie wpisuje się w popularne wśród opinii publicznej przekonanie, że migrują głównie mężczyźni (a nie kobiety i dzieci), żeby skorzystać z europejskiej pomocy społecznej, podczas gdy powinni walczyć o wolność i niepodległość we własnych krajach. Płeć wydaje się istotnym elementem w narracjach o uchodźcach – kobiety są bardziej akceptowane i postrzegane jako ofiary potrzebujące pomocy, podczas gdy mężczyźni stanowią zagrożenie dla europejskich społeczeństw i europejskich kobiet, a zatem należy zamykać przed nimi granice. W swojej analizie artykułów prasowych prawicowych tygodników Marcin Kotras podkreśla, że „imigranci nie są szansą dla naszego społeczeństwa, a stanowią zagrożenie. Nie są uchodźcami, ale wrogimi najeżdźcami. Główny aktor – imigrant jest przedstawiany jako antybohater, a nie bohater. Musimy stanąć twarzą w twarz ze zderzeniem cywilizacji”³⁰. Samuel Parker z kolei podkreśla, że „powracającym tematem w medialnym repertuarze (...) jest »niechciany najeżdźca«. Uchodźca przedstawiany jest jako ktoś niepożądany, kogo należy się bać, koniecznie w opozycji do biernej większości społeczeństwa”³¹. Taki sposób prezentowania uchodźców zdominował narracje w prasie prawicowej w Polsce – stali się oni niechcianymi przybyszami, intruzami i terrorystami. Tym samym nie wpisują się w stereotyp obrońców własnego narodu, kobiet i dzieci, ponieważ uciekają ze swojego kraju, nie są prawdziwymi patriotami.

Strach przed islamem jest podtrzymywany przez wiele prawicowych tytułów. „Do Rzeczy” (26/2015) zadaje pytanie na okładce z czerwca 2015 roku: „Czy ktoś obroni nas przed dżihadem? Zachód przegrywa konfrontację z islamem”, stawiając znak równości pomiędzy dżihadem a islamem i odnosząc się do dychotomicznego podziału na Zachód i świat muzułmański, który tylko podsyca retorykę „my” versus „oni”. W podobnym stylu „Gazeta Polska” (29/2016) ostrzega swoich czytelników: „Jedzie islam. Terroryzm. Francja, Turcja, kto następny?”, pokazując zdjęcie zamaskowanego terrorysty z bronią w ręku, tym samym zestawiając terroryzm z islamem. Jak widać na tych przykładach, wyrażenia „dżihad”, „terroryzm”, „konfrontacja” użyte w odniesieniu do islamu wywołują skojarzenia z czymś niebezpiecznym, śmiertelnym, zagrażającym światowi zachodniemu.

³⁰ M. Kotras, *op. cit.*, s. 67.

³¹ S. Parker, *op. cit.*

W czerwcu 2017 r. „Gazeta Polska” (30/2017) poszła nawet dalej w propagowaniu islamofobicznych poglądów, które odczłowieczają i poniżają uchodźców. Jedna z okładek tego tygodnika przedstawia zdjęcie stłoczonego tłumu uchodźców ubranych w tradycyjne muzułmańskie stroje i ostrzega swoich czytelników: „Uchodźcy przynieśli śmiertelne choroby”. Nagłówek ten nawiązuje do osławionej wypowiedzi Jarosława Kaczyńskiego na temat uchodźców:

Są już przecież objawy pojawienia się chorób bardzo niebezpiecznych i dawno niewidzianych w Europie: cholera na wyspach greckich, dyzenteria w Wiedniu, niektórzy mówią o jeszcze innych, jeszcze cięższych chorobach. (...) różnego rodzaju pasożyty, pierwotniaki, które nie są groźne w organizmach tych ludzi, mogą tutaj być groźne³².

Ta okładka jest z pewnością odzwierciedleniem antyuchodźczych wypowiedzi polityków, które nasiliły się w 2017 r.

Kolejnym ważnym motywem, który pojawiał się na okładkach prawicowych tygodników byli uchodźcy przedstawiani jako zagrożenie dla Europy i europejskich tożsamości. Myślenie to opiera się na założeniu, że przybycie uchodźców doprowadzi do upadku Europy – do jej samobójstwa³³, ponieważ ta zarażona jest „wirusem multi-kulti”³⁴. Motyw ten pojawiał się w całym analizowanym okresie, tj. w latach 2015–2017, co wskazuje na trwałość i niezmienną dominujących narracji wobec przyjmowania uchodźców.

W kontekście kryzysu uchodźczego Unia Europejska jest przedstawiana w negatywnym świetle z uwagi na fakt, że chce otworzyć swoje granice dla uchodźców. Jedna z okładek „Gazety Polskiej” (35/2017) ukazuje Wieżę Eiffla z półksiężycem, symbolem islamu, na czubku otoczonym żółtymi gwiazdami, symbolem Unii Europejskiej. Nagłówek pośrodku okładki głosi: „Kalifat Europa”, ostrzegając czytelników o możliwej dominacji islamu w Paryżu, sercu Europy.

Według tygodników opinii islam jest nie tylko odpowiedzialny za samobójstwo Europy, ale także obraża ją w najgorszy możliwy sposób. W lutym 2016 r. „W Sieci” (7/2016) opublikowało okładkę ukazującą kobietę ubraną we flagę Unii Europejskiej szarpaną przez brutalne ręce niewidzialnych agresorów, co niesie skojarzenia z napaścią seksualną. Ręce należące nie tylko do białych mężczyzn trzymają ją w pasie, krępują jej ręce i próbują zedrzyć z niej flagę. Zdjęcie opatrzone jest komentarzem: „Islamski gwałt na Europie. Co media i brukselskie elity ukrywają przed obywatelami”. Marcin Kotras postrzega atakujących mężczyzn „jako gwałcicieli, którzy chcą molestować seksualnie »nasze

³²P. Cywiński, F. Katner, J. Ziółkowski, *op. cit.*, s. 13.

³³Ł. Bertram, M. Jędrzejak, *op. cit.*

³⁴K. Sydow, *Troska, strach, wrogość. Dyskurs o uchodźcach i migrantach w Polsce i Niemczech*, Fundacja im. Heinricha Bölla, Warszawa, 26 lipca 2016, <https://pl.boell.org/pl/2016/07/25/troska-strach-wrogosc-dyskurs-o-uchodzcach-i-migrantach-w-polsce-i-niemczech>, dostęp 15.05.2020.

kobiety«. Dlatego musimy bronić naszej ziemi, naszych wartości i naszych kobiet”³⁵. Jest to motyw powracający na okładkach tygodników, nie tylko prawicowych, sugerujący, że kobiety – symbolizujące Europę lub Polskę – trzeba ratować przed niebezpiecznymi muzułmańskimi agresorami. Wpisuje się on w strategię przedstawiania narodów, czy tworów ponadnarodowych jak Europa, jako kobiet padających ofiarą „obcych” mężczyzn, którzy chcą je zdobyć i zbrukać.

Polscy politycy, którzy popierali pomoc Unii Europejskiej i przyjęcie uchodźców, byli często oskarżani o sprzedanie ojczyzny, stworzenie zagrożenia dla niepodległości kraju, a nawet o zdradę. Tygodnik „W Sieci” (38/2015) opublikował dwie okładki ilustrujące ten sposób myślenia. Pierwsza ukazuje premier Ewę Kopacz ubraną w niebieską burkę i trzymającą materiały wybuchowe, sugerując jakoby była ona zamachowcem samobójcą. Gazeta opatruje to zdjęcie następującym komentarzem: „Ewa Kopacz urządzi nam piekło na rozkaz Berlina”. Tydzień wcześniej na okładce tego samego tygodnika (37/2015) widać podejrzanie wyglądających trzech mężczyzn, potencjalnych terrorystów, opierających się o biało-czerwony szlaban graniczny – jeden z nich trzyma broń, a drugi godło Polski z orłem w koronie. Czający się na granicy napastnicy mają groźnie wyglądające twarze i najwyraźniej złe zamiary. Taki obraz budzi skojarzenia z niemiecką napaścią na Polskę w 1939 r. Tekst na okładce stanowi dopełnienie ilustracji: „Wrzesień 2015. Nadchodzą! Niemcy forsują samobójczy plan – Tusk i Kopacz ulegają”. Jak podkreśla Marcin Kotras,

problem migracyjny był przedstawiany w tygodnikach jako konspiracja elit. Ponownie (jak to już wielokrotnie bywało w historii Polski) „Oni” chcą nam mówić, co „My” mamy robić w naszym kraju. Problem imigracji jest usytuowany w klasycznej dychotomii „My” i „Oni”. Konserwatywne magazyny chcą siebie umiejscowić tam, gdzie „My”. „Oni” uosabiają władze Unii Europejskiej (i elity), przywódców państw zachodniej Europy (głównie Niemiec – Kanclerz Angela Merkel) i polski rząd (z ówczesną premier Ewą Kopacz)³⁶.

Mniej prominentni lokalni politycy są również podejrzewani o służenie „im” na okładce „Gazety Polskiej” (26/2017), która w czerwcu 2017 r. posłużyła się hasłem „Prezydenci z PO zwiozą islamistów”, komentując decyzję niektórych włodarzy polskich miast o przyjęciu uchodźców. Na ilustracji widać muzułmanina patrzącego czytelnikowi prosto w oczy i wskazującego na niego palcem, a w tle mapę Polski z zaznaczonymi miastami (Łódź, Warszawa, Poznań, Wrocław, Gdańsk), a przy nich gwiazdę i półksiężyc – symbole islamu.

Ostatni sposób przedstawiania uchodźców na okładkach prawicowych tygodników, na jaki chcę zwrócić uwagę, opiera się na posługiwaniu się wizerun-

³⁵ M. Kotras, *op. cit.*, s. 67.

³⁶ *Ibidem*, s. 66.

kiem ofiary. Jak wspomniałam wcześniej, tego typu przekazy nie były częste, raczej usytuowane na marginesie narracji prasowych. W zasadzie jedynie tygodnik „Niedziela” pochylił się nad uchodźcami w sposób, który budził współczucie, litość i empatię wobec trudnych doświadczeń migracyjnych. Na kilku swoich okładkach czasopismo pokazało porzucone dzieci, zniszczone miasta, przeludnione obozy dla uchodźców, zaniedbanych i pozostawionych bez pomocy uchodźców żyjących w bardzo złych, nieludzkich warunkach. „Niedziela” komentowała podróż uchodźców do Europy, odnosząc się do ich doświadczeń i umieszczając na okładkach następujące nagłówki: „Ludzie w drodze” (25/2016), „Umierają w drodze do Europy. Tydzień modlitw za uchodźców” (40/2016) i „Syria czeka na pomoc” (1/2017). Na zdjęciach tych okładek widać małe dziecko porzucone na torach kolejowych (być może straciło rodziców), małą smutną dziewczynkę z bandażem na głowie, czy zrozpaczoną starszą kobietę owiniętą w koc – wydaje się, że płacze nad swoją trudną sytuacją. Ilustracje te z pewnością stanowią kontrast dla wyżej omówionych okładek z innych tygodników; wywołują silne emocje – współczucie, litość, ale też poczucie bezradności wobec losów uchodźców. Jedna z okładek „Niedzieli” (46/2017) odwołuje się do podziału na mniej i bardziej pożądanym uchodźców. Widać na niej miasto w zgłiszczach i mężczyznę ratującego dziecko z gruzów oraz wyciągnięte ręce osób, które chcą je przytrzymać. Nagłówek postuluje: „Ocalmy chrześcijan”, ograniczając pomoc płynącą z Polski jedynie do chrześcijańskich uchodźców. Takie opinie głosiły niektóre organizacje katolickie i prawnicy politycy, podkreślając, że zaproszenie chrześcijańskich uchodźców z Syrii może być alternatywą dla planów Unii Europejskiej przyjęcia wszystkich uchodźców. Działacze na rzecz praw człowieka nazwali takie podejście dyskryminującym ze względu na wyznanie i niespotykane w przypadku interwencji humanitarnych podczas wojen i konfliktów³⁷. Ponadto takie rozumowanie jest kolejnym sposobem wykorzystywania dychotomii my/oni – zaakceptujemy bliskich nam religijnie uchodźców chrześcijańskich, a odrzucimy kulturowo obcych migrantów muzułmańskich.

Wnioski

Analiza okładek prawniczych tygodników opinii wykazała, że społeczeństwo i media w Polsce podtrzymują dominujący dyskurs, który definiuje uchodźcę jako „Innego”, wroga, terrorystę czy najeźdźcę. Przekazy medialne budzące współczucie czy chęć pomocy należą do rzadkości. Jednostronnie negatywne nastawienie wzmacnia stereotypowe i generalizujące postrzeganie kultur muzułmańskich oraz kreuje obraz uchodźcy jako drastycznie odmiennego od nas, wzbudzającego nieufność i podejrzliwość. Zamiast dostarczać zróżnicowanych

³⁷M. Gąsior „Przyjmijmy chrześcijan z Syrii!”. A dlaczego nie muzułmanów? Oskarżenia o dyskryminację w tle szczytnej akcji, NaTemat, 22.05.2015, <https://natemat.pl/143433.przyjmijmy-chrzescijan-z-syrii-a-dlaczego-nie-muzulmanow>, dostęp 15.05.2020.

i wyważonych opinii na temat kryzysu uchodźczego, prasa prawicowa bazuje na uprzedzeniach wobec migrantów z Afryki Północnej i przedstawia ich jako zagrożenie dla polskiego społeczeństwa i tożsamości narodowej.

Wielu Polaków manifestuje swoje antymuzułmańskie nastawienie. Przykładowo w maju 2020 r. strona na Facebooku „Nie dla islamizacji Europy” ma ponad 300 tys. fanów. Uprzedzenia wynikają z pewnością ze strachu przed ludźmi o odmiennej religii, etniczności, narodowości czy rasie, który jest rezultatem braku wielokulturowego doświadczenia Polaków, co przekłada się na ukształtowanie etnocentrycznych czy nawet ksenofobicznych postaw. Społeczność muzułmańska w Polsce jest niewielka³⁸, więc ludzie boją się nieznanego uchodźcy, który – jak utwierdzają ich w tym tygodniki opinii – przynoszą ze sobą choroby oraz chcą zdominować i zislamizować kraj. W tym kontekście interesujące jest to, że

uchodźcy, pomimo nieobecności w Polsce, stali się ważnym aktorem, znaczącym Innym, czyli wyobrażoną postacią kogoś, kto różni się od nas, ucieleśnia niechciane cechy, może być wytworem podwójnej negacji. Jest zaprzeczeniem np. naszego narodu, a z drugiej strony nasz naród jest zaprzeczeniem Innego. W ten sposób ten Inny przedstawia nasze lustrzane odbicie, ale negatywne, reprezentując wszystkie cechy, których nie chcielibyśmy mieć. Rolę Innego przypisuje się obecnie coraz częściej muzułmanom, choć polski antyislamizm ma charakter fantomowy – radzi sobie bez ich rzeczywistej obecności³⁹.

Jak pokazuje analiza okładek tygodników, uchodźcy nie są traktowani podmiotowo – są pozbawieni własnego głosu, okazji do opowiedzenia swojej historii, nawet jeśli przedstawiani są we współczujący sposób. Wielu krytyków uważa to za największą porażkę mediów w przekazywaniu informacji o uchodźcach: „Uchodźcy i migranci mieli ograniczone możliwości mówienia wprost o swoich doświadczeniach i cierpieniu. Częściej zabierano głos w ich imieniu, a uchodźców przedstawiano jako milczących aktorów i ofiary”⁴⁰.

Kolejnym ważnym wnioskiem płynącym z tych badań jest fakt, że kryzys uchodźczy potraktowany został przez wybrane prawicowe tygodniki powierzchownie, często w sposób sensacyjny, bez uwzględnienia szerszego społeczno-politycznego kontekstu migracji. W przypadku wojny w Syrii sytuacja uchodźców w żaden sposób nie odnosiła się do przyczyn i przebiegu tego konfliktu. Tytuły prasowe na okładkach nie zastanawiały się nad tym, dlaczego uchodźcy chcą przybyć do Europy, nie pokazywały indywidualnych historii, czytelnik

³⁸ Więcej na temat mniejszości muzułmańskiej w Polsce zob. E. Górska, *Europejska islamofobia a muzułmanie w Polsce*, „POLIARCHIA” 1/2013, s. 187–215.

³⁹ K. Sydow, *op. cit.*

⁴⁰ M. Georgiou, R. Zaborowski, *op. cit.*, s. 3.

nie dowiedział się, czego uchodźcy oczekują, o czym marzą, czego się obawiają⁴¹. Zaprzepaszczono okazję do spojrzenia na uchodźców jak na ludzi, pokazania polskiemu społeczeństwu ich zróżnicowanych kultur, przekonań religijnych, zaznajomienia ze zwyczajami czy tradycjami. Żadna z analizowanych okładek nie zadała pytania o powody migracji uchodźców, ich cele czy oczekiwania, poza czyhaniem na europejski „socjal”. Kierowano się założeniem, że uchodźcy przybywają w najlepszym przypadku po pomoc, a w najgorszym – po to, aby dokonać inwazji, niszczyć i zagrozić Polsce i Europie.

⁴¹ *Ibidem.*