

Islamofobia w mediach

29 października 2011

1 stycznia 2011 roku przed kościołem koptyjskim w Aleksandrii wybuchła bomba, w wyniku której zginęło 21 osób. Dziesięć dni później w jednym z egipskich pociągów policjant postrzelił sześciu pasażerów wyznania koptyjskiego, w tym jednego śmiertelnie. Na reakcję ze strony władz oraz opinii publicznej w Egipcie nie trzeba było długo czekać. Na ulicach z dnia na dzień pojawiły się ręcznie wykonane transparenty, potem profesjonalne billboardy, a na końcu modne koszulki z krzyżem i półksiężycem, popierające jedność narodową wszystkich egipskich wyznań. Tę kampanię na rzecz jedności wsparli nie tylko zwykli ludzie i władze państwowe, ale przede wszystkim egipskie media – radio (Sotak, IT, Horytyna), prasa (m. in. „Al Ahram”, „The Egyptian Gazette”, „Akhbar El Yom”) i oczywiście telewizja, na łamach których wszyscy przywódcy religijni – papież Koptów Szenuda III oraz naczelny imam uniwersytetu al-Azhar – shejk Ahmed Mohamed el-Tayeb jednogłośnie potępiali jakiegokolwiek wybuchy agresji na tle religijnym.

Diametralnie różna od egipskich była reakcja wielu mediów zachodnich, w tym także kilku polskich. Początkowo były to tylko krótkie relacje z wydarzeń na Bliskim Wschodzie, które dość szybko przekształciły się w długie agresywne komunikaty, atakujące nie tyle sprawców samych incydentów w Egipcie, co przede wszystkim całą kulturę muzułmańską, sugerując mimowolnie, że korzenie „bliskowschodniego zła” najprawdopodobniej kryją się w mentalności Arabów i samym islamie.

W wypowiedziach medialnych zarówno dziennikarzy, jak i tzw. pseudospecjalistów niczym słowa-wytrychy powtarzały się określenia Arab, islam, islamiści, fundamentaliści czy terroryści stosowane nieraz wręcz wymiennie. Retoryka takich wypowiedzi mogła, z całą pewnością słabo zaznajomionemu z

problemem odbiorcy, wydawać się całkowicie spójna. Sugerowała natomiast zupełnie niesłusznie, że pojawiające się kolejno w pejoratywnym kontekście określenia były jedynie synonimami wcześniejszych.

Nierzadko pojawiały się również wzmianki o Al-Kaidzie oraz zamachach na World Trade Center z 11 września 2001 r. czy europejskie metra, mające budować bardziej ogólny, a w ostatecznym rozrachunku mimowolnie antyislamski kontekst. Całości dopełniały krótkie reportaże w polskiej telewizji publicznej na temat współczesnych prześladowań chrześcijan na całym świecie, których głównymi sprawcami są muzułmanie oraz wystąpienia papieża Benedykta XVI, nawołujące do solidarności z prześladowanymi. W wyniku szumu komunikacyjnego, jaki powstał na kanwie najnowszych wydarzeń na Bliskim Wschodzie, wielu odbiorców mogło odnieść wrażenie, że w niektórych polskich mediach nie tyle dążono do przekazania rzetelnej informacji, co raczej nawoływano do walki z islamem w obronie wiary chrześcijańskiej.

Uzupełnieniem ambiwalentnych wypowiedziami w niektórych polskich mediach był nie mniej dwuznaczny materiał ilustracyjny. Zdjęcia rannych na ulicach, protestujących i żołnierzy przeplatały się z obrazami tłumnie modlących się muzułmanów i zakrytych burkami kobiet. Wszystkie zdjęcia milcząco wyrażały jedno – muzułmanie są nam obcy, jest ich dużo, tzn. więcej niż nas (w domyśle białych chrześcijan), są agresywni, nieobliczalni i mają broń oraz ropę, prześladują nas i jesteśmy wśród nich mniejszością, dlatego powinniśmy się przeciw nim zjednoczyć, bronić, bo nas zaleją (tak jak ma to miejsce w Wielkiej Brytanii, Francji i w Niemczech), ale przede wszystkim powinniśmy się ich bać i unikać. Dlatego też najlepiej dla cywilizacji zachodniej byłoby gdyby szeroko pojety Orient wrócił lub pozostał „tam, gdzie jego miejsce”, czyli zdaleka od „nas”.

Majstersztykiem manipulacji była m. in. okładka jednego z bardziej poczytnych tygodników w Polsce, który ukazał się

07.02.2011 r., na której to na czerwonym tle przedstawiono karykaturę prezydenta Egiptu Hosniego Mubaraka w tandemie z diabłem. Obie postaci o dziwo miały semickie rysy i były uderzająco do siebie podobne.

ISLAMOFOBIA A SAIDYZM

W 1981 roku w USA ukazała się po raz pierwszy książka Edwarda W. Saída, znanego amerykańskiego literaturoznawcy i pisarza pochodzenia palestyńskiego, światowej sławy znawcy twórczości Josepha Conrada, będącego jednocześnie działaczem na rzecz pojednania palestyńsko-izraelskiego, pt. „Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World”. Publikacja ta w niezwykle prosty, ale i wyczerpujący sposób zaprezentowała mechanizmy, jakimi rządzą się współczesne komunikaty medialne oraz jak ich treść determinuje postrzeganie rzeczywistości, w tym przede wszystkim świata islamu. Said zwrócił uwagę na szczególną rolę mediów i wypowiedzi specjalistów w kreowaniu opinii publicznej, na temat szeroko pojętego Bliskiego i Dalekiego Wschodu, Żydów oraz muzułmanów. W pojęciu tejże opinii funkcjonują one, jako elementy składowe tajemniczego i niedającego się okiełznać Orientu. Przestrzeni dalekiej i obcej, której do końca nie można ani poznać, ani tym bardziej zrozumieć.

Said próbował uchwycić powody takiego sposobu prezentowania przez media islamu i Orientu. Według niego wpływają na to cztery podstawowe czynniki: kontekst kulturowy, w którym porusza się autor wypowiedzi, kontekst kulturowy osób, do których dana wypowiedź jest skierowana, polityka państwa w stosunku do poruszanego tematu, na terenie którego powstała dana wypowiedź oraz polityka samego medium, na zamówienie którego dany komunikat został stworzony.

Posługując się kilkoma przykładami relacjonowanych przez zachodnie media wydarzeń na Bliskim Wschodzie, jak np. rewolucja islamska w Iranie w 1979 r., czy inwazja amerykańska na Irak w 2003 r., Edward Said pokazał sposoby, za pomocą

których język mediów (słowa-klucze, emocjonalne nacechowanie poszczególnych stwierdzeń) nie tylko opisuje wydarzenia na świecie, ale jak nadaje im kontekst oraz jak je upolitycznia. Analizy Saida dowodzą, jak media sprawiają, że ich odbiorcy mimowolnie zaczynają się bać świata islamu, postrzegając go jako inny, obcy i nieracjonalny, ze strony którego grozi cywilizacji zachodniej niebezpieczeństwo, a o którym nieustannie mówią politycy i uznani w świecie eksperci, jak Samuel Huntington, Daniel Pipes, czy Bernard Lewis. Stąd od faktu medialnego do epidemii strachu, antysemityzmu, bądź islamofobii jest już bardzo blisko.

JĄDRO CIEMNOŚCI SPISKOWEJ TEORII DZIEJÓW

Nie ma chyba większej ironii losu niż międzynarodowy dyskurs sytuujący islam i muzułmanów w centrum spiskowej teorii dziejów. Nie sposób jednak nie zauważyć pewnego przesunięcia, które nastąpiło w ostatniej dekadzie, w tendencji do stygmatyzacji „inności” przez kulturę Zachodu – z judaizmu, Talmudu i Żydów na islam, Koran i samych muzułmanów.

O ile w Europie Zachodniej jest to już w zasadzie standard, to w polskich mediach ta skłonność nadal pozostaje jedynie zachodnią kalką, która najprawdopodobniej wynika jedynie z braku świadomości istnienia w Polsce aktywnego środowiska muzułmanów i islamu.

Biorąc pod uwagę wszystkie fakty, jakie przytaczają w swoich pracach, m. in. Vincent Geisser w Nowej islamofobii czy Paul Scheffer, autor książki Druga ojczyzna. Imigranci w społeczeństwie otwartym nie da się łatwo wyzbyć wrażenia, że w świetle codziennej prasy polskiej i zagranicznej współcześni Żydzi i muzułmanie stali się alternatywnymi bohaterami jednej i tej samej bajki o spiskowej teorii dziejów. W myśl tej teorii jedni lub drudzy chcą zawładnąć światem za pomocą narzędzi, jakimi stały się w ich rękach religia, surowce, pieniądze czy broń masowego rażenia. Co ciekawe coraz częściej pojawiają się także głosy, że Żydzi bądź muzułmanie opanowali

nie tylko tradycyjne media, ale też najnowsze technologie internetowe, w tym portale społecznościowe pokroju facebooka lub twittera.

Czytelnik może oczywiście zadać sobie w tym miejscu pytanie, skąd biorą się takie teorie. Edward Said odpowiedziałby, że z dwóch źródeł: pierwszym jest chęć przejęcia władzy i kontroli nad obszarem zasobnym w ropę naftową, z drugiej natomiast strach, przed tym co inne i nieznane. Podkreśliłby jednak, że lęki tego rodzaju można z czasem niwelować, jeśli tylko jest na to gotowość z obu skonfliktowanych stron. Gorzej, jeśli w społeczeństwie strach jest permanentnie podsycany na użytek władzy, poprzez budowanie i wzmacnianie sztucznych opozycji – My i Oni, Okcydent i Orient, a które z czasem nabierają charakteru otwartej rywalizacji, prowadzonej w imię niesienia pomocy uciskanym oraz idei krzewienia jedynie słusznych modeli kultury zachodniej. W tym właśnie Said upatrywał jądra ciemności całego Huntingtonowskiego zderzenia cywilizacji.

SZARA POLSKA MEDIALNA RZECZYWISTOŚĆ

Tymczasem kiedy państwa zachodnie borykają się z problemem wojującego na ich przedmieściach islamu i kobiet zakrytych chustami, ale chodzących w mini spódniczkach, uwaga polskiej opinii publicznej raczej koncentruje się na innym elemencie Orientu, tzw. Oriencie rodzimym lub wewnętrznym, jaki stanowi nierozliczona polsko-żydowska przeszłość. Stąd też na pierwsze strony polskich gazet trafiają częściej rozliczenia z żydowską historią w Polsce, niż opinie dotyczące współczesnej polityki kolonialnej w kontekście Afryki czy Bliskiego Wschodu.

Aby odpowiedzieć na pytanie, czy polskie media sprawiają, że ich odbiorcy boją się islamu warto przeprowadzić wnikliwą analizę przekazywanych przez nie treści – zawartości wybranych tygodników opiniotwórczych pod kątem: tytułu, daty wydania, rodzaju gatunku dziennikarskiego, autorstwa publikacji, tematyki oraz nacechowania emocjonalnego samej publikacji składających się na tzw. klucz kategoryzacyjny. Dzięki takiemu

usystematyzowaniu przeprowadzanych badań, można wyciągnąć nie tylko interesujące wnioski dotyczące wizerunku muzułmanów oraz islamu w polskich mediach, ale też odpowiedzieć na pytanie, czy na przestrzeni czasu zaszła w nim jakaś znacząca zmiana.

Według badań przeprowadzonych przez Agnieszkę Król i innych studentów Instytutu Bliskiego i Dalekiego Wschodu Uniwersytetu Jagiellońskiego, dotyczących zawartości tygodników opinii, m. in. „Newsweeka”, „Polityki” oraz „Tygodnika Powszechnego”, jakie ukazały się w 2006 roku w kontekście kreowanego przez nie wizerunku islamu wynika, że polska prasa o świecie muzułmańskim zazwyczaj wypowiada się w sposób neutralny lub negatywny.

Ponadto na podstawie wspomnianych badań przeprowadzonych na próbie całkowitej, tj. na 157 wydaniach wszystkich trzech czasopism (jakie łącznie ukazały się w 2006 r.) można stwierdzić, że zarówno „Newsweek”, jak i „Polityka” oraz „Tygodnik Powszechny” w swoich publikacjach dotyczących islamu najczęściej korzystały z gatunków informacyjnych, rzadziej natomiast z reportażu, raportu, czy sylwetki znanej postaci z kręgu cywilizacji muzułmańskiej. Na ogół dominowały w nich artykuły publicystyczne, w których wyraźnie zaznaczano stanowisko samego autora. Autorami ukazujących się tekstów byli na ogół dziennikarze niż specjaliści. Ich publikacje przeważały w „Newsweeku”, natomiast w „Tygodniku Powszechnym” przewaga dziennikarzy nad ekspertami była stosunkowo niewielka.

Wśród najczęściej podejmowanych tematów dominowały artykuły o tematyce społecznej. Najwięcej na ten temat wypowiedziano się w „Newsweeku” i „Polityce”. Oba pisma skupiały się na warunkach życia współczesnych muzułmanów, pozycji kobiety w islamie oraz na problemach migracyjnych w państwach zachodnich. Z kolei „Tygodnik Powszechny” dużo uwagi poświęcił dialogowi chrześcijańsko-islamskiemu oraz wyjaśnieniu swoim czytelnikom istoty islamu. Podejmował także kontrowersyjny temat prasowych karykatur Mahometa, co zresztą uczyniły także „Polityka” i

„Newsweek”.

Tematyka islamska prezentowana była najczęściej w sposób neutralny bądź negatywny. W „Polityce” i „Newsweeku” różnice pomiędzy oboma ujęciami były na ogół minimalne. Pozytywne opinie pojawiały się stosunkowo rzadko, a negatywne wypowiedzi dotyczyły na ogół islamskich terrorystów i fundamentalistów gotowych umrzeć za wiarę. W takim tonie na temat muzułmanów wypowiadał się głównie „Newsweek”. Podobnie zresztą przedstawiał sytuację kobiet muzułmańskich, piętnując ich zależność od mężczyzn oraz obowiązek noszenia chusty jako symbol ucisku. W podobny sposób wypowiadała się „Polityka”, na której łamach opublikowano artykuły opisujące świat muzułmański jako zacofany, skoncentrowany na obowiązkach religijnych i niedoceniający postępu. O islamie najbardziej pozytywnie wypowiadał się „Tygodnik Powszechny”, mimo iż jest to czasopismo o charakterze katolickim.

Z powyższej analizy wynika, że w polskich mediach o islamie, muzułmanach i współczesnym Oriencie mówi się stosunkowo dużo – pozytywnie bądź negatywnie, populistycznie bądź dążąc do jak najwyższej obiektywizacji. Z założenia powinny więc one dawać polskiemu odbiorcy pewien ogólny obraz, czym tak naprawdę jest Orient, i jakimi ludźmi są jego mieszkańcy.

Z drugiej strony na takim właśnie ogólnym, naukowym podejściu do „Innego” powstała Foucaultowska teoria dominacji, która stała się potem podstawą Saidowskiego orientalizmu. Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie postawione na początku. Czy nowa islamofobia z jaką coraz częściej mamy styczność w mediach jest jedynie strachem medialnym, czy też wiąże się z realnym społecznym zagrożeniem, za którym stoi polityczna prawda, pozostająca jednak z dala od fleszy i kamer dziennikarzy, gdyż po prostu jest niemedialna.

Autor: Aleksandra Wilczura

Źródło: [Le Monde diplomatique](#)