

ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ

Історико-політичні проблеми сучасного світу:
Збірник наукових статей. – Чернівці:
Чернівецький національний університет,
2020. – Т. 41. – С. 157-167
DOI: 10.31861/mhpi2020.41.157-167

Modern Historical and Political Issues:
Journal in Historical & Political Sciences. – Chernivtsi:
Chernivtsi National University,
2020. – Volume. 41. – pp. 157-167
DOI: 10.31861/mhpi2020.41.157-167

УДК 323.23:81'42

© Waldemar Żak¹

Mowa nienawiści w polskim dyskursie medialnym: na przykładzie kryzysu migracyjnego w Europie w latach 2015-2016

Celem niniejszego artykułu jest odtworzenie strategii argumentacyjnych pojawiających się w polskim dyskursie medialnym dotyczących problemu migracji na przykładzie przeglądu wybranych badań m.in. portalów społecznościowych oraz tygodników polskich opiniotwórczych „Polityka”, „wSieci”, „Do rzeczy” w okresie pomiędzy od września 2015 do lutego 2016 roku. Media traktujemy jako jedną z agend socjalizacyjnych, w odrębnie których wytwarzane są określone pozycje podmiotowe. Są one konstruowane między innymi za pośrednictwem języka (dyskurs). Kryzys migracyjny w latach 2015-2016 w Europie i towarzysząca mu panika moralna zmieniły drastycznie dominujący obraz uchodźców wśród Polaków ze stabilnie pozytywnego na wyraźnie negatywny. Analiza „kluczowych momentów” dyskursu medialnego (zamachy, agresja wobec Europejczyków, wypowiedzi polityków) za pomocą metody Krytycznej Analizy Dyskursu pozwoliła odtworzyć zjawisko kreowania przez media społecznego lęku wokół tematu kryzysu migracyjnego i wskazać na pewną formę jego nieracjonalności, charakterystyczną dla panik moralnych.

Słowa kluczowe: mowa nienawiści, kryzys migracyjny, obraz uchodźcy, polskie mass media, dyskurs medialny, narracja antyuchodźcza, panika moralna.

Мова ненависті у польському медіа-дискурсі: на прикладі міграційної кризи в Європі у 2015-2016 роках

Метою цієї статті є відтворення аргументованих стратегій, що з'являються в дискурсі польських ЗМІ щодо міграційної проблеми на прикладі огляду обраних досліджень, між іншим, сайтів соціальних мереж та польських тижневиків, що формують громадську думку, таких як «Polityka», «wSieci», «Do rzeczy» в період з вересня 2015 року по лютий 2016 року. Ми розглядаємо засоби масової інформації як одне із агентств соціалізації, в якому виробляються конкретні предметні позиції. Вони будуються, серед іншого, за посередництвом мови (дискурс). Міграційна криза у 2015-2016 роках у Європі та супутня моральна паніка різко змінили домінуючий імідж біженців серед поляків із стабільно позитивного на явно негативний. Аналіз «ключових моментів» медіа-дискурсу (напади, агресія проти європейців, заяви політиків), за допомогою методу Критичного аналізу дискурсу, надав можливість відтворити явище формування засобами масової інформації соціального страху довкола тематики міграційної кризи та вказати на певну форму його ірраціональності, характерну для моральної паніки.

Ключові слова: мова ненависті, міграційна криза, імідж біженців, польські ЗМІ, медійний дискурс, негативні розповіді про біженці, моральна паніка.

Hate Speech in Polish Media Discourse: on Example of the Migration Crisis in Europe in 2015-2016

Migration is an objective process that promotes the global development and integration. At the same time, migration contains a lot of contradictions, the chief being the problem of social inclusion of one group and exclusion of another. Thus, migration is a process that has a strong potential for conflict. Modern mass media play a key role in this migration process. Media construct images of social

¹ Doktorant Wydziału Politologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska. E-mail: waldemars2018@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-3388-4821>.

groups and thus influence the formation of tolerant or intolerant attitudes in the society. In the media discourse, we can observe the cyclic arousing of the atmosphere of increased social anxiety and the focus of media attention on events defined as significant social problems. There are two discourse models of the migration process in mass media: the model of migration crisis (subjects of discourse are locals, journalists and authorities) and the model of pragmatic tolerance (subjects of discourse are employers and authorities). The article presents an analysis of the media discourse regarding the refugee crisis in terms of the structure of arguments and narratives of the parties involved in the media discussion. The aim of this article is to reconstruct the debate strategies appearing in the Polish media discourse concerning the problem of migration. The migration crisis of 2015 in Europe, and the accompanying media panic, have drastically changed the prevailing image of refugees among Polish people from stable positive to clearly negative. The Polish weekly magazines covers were analysed. This procedure enabled to recognise the argumentative strategies which had been applied in researched weekly magazines and to describe the differences between them when it comes to developing the migration problem. Extreme opinions are clearly seen particularly in Polish weekly magazines a cyberspace. Analyses of the “key moments” in the media discourse (fear, cursory knowledge of the foreign culture, emotionality, unreliable press reports, aggression towards Europeans, statements of politicians) facilitated the recreation of the phenomenon of media’s creating social fear around the subject of the migration crisis, and pointed to the nature of its irrationality, characteristic of moral panic. In an attempt to answer the question whether the media reporting on the problem of immigration create an effect of “simulated reality,” the author refers to rhetorical aspects of constructing images with persuasive features. Within the framework of this direction, discourse is considered as a form of social interaction, where the power, exercising its domination in society, forms negative images of “others” as representatives of other races, ethnic groups and cultures. Hence, the study of immigration discourse as the object of critical research is based on the conceptual and methodological basis of critical discourse analysis. A thematic review of critical studies devoted to the analysis of the discursive manifestation of xenophobia towards immigrants in the media.

Keywords: hate speech, migration crisis, refugee image, Polish mass media, media discourse, anti-refugee narrative, moral panic.

Wprowadzenie. Wzrost zainteresowania dyskursem wiąże się z wieloma istotnymi zmianami, wśród których największe znaczenie ma rewolucyjna zmiana w obrębie nauk humanistycznych i społecznych, nazwana zwrotem lingwistycznym. Współcześnie publikuje się w różnych dziedzinach setki prac, w których widnieje słowo dyskurs. Śmiało można powiedzieć, że jest to ostatnio jedno z najpopularniejszych pojęć w naukach humanistycznych. Jako że dyskurs jest formą zachowania społecznego, „która uczestniczy w kształtowaniu świata socjalnego”², analiza dyskursu – to nie tylko metoda badawcza, ale według socjologów P. L. Bergera i T. Luckmanna, mechanizm konstruowania rzeczywistości socjalnej³. Według medioznawcy Macieja Mrozowskiego, „dyskurs jest sposobem posługiwania się językiem na poziomie powyżej zdania lub jego obrazowego równoważnika i obejmuje zarówno środki werbalne jak i niewerbalne. (...) powstaje i rozwija się w toku praktyki komunikacyjnej określonej części społeczeństwa (...), która za pomocą swoistych konstrukcji językowych oraz reprezentacji rzeczywistości wyraża i przekazuje spójny zestaw znaczeń dotyczących ważnego dla niej obszaru spraw (...)”⁴. Dyskurs jest pouczający dla przyszłych dziennikarzy, pokazuje bowiem możliwości podejścia do tematu, formy i język przekazu oraz wpływu na odbiorcę. Co ważne, dyskurs wywołuje także różnorodne emocje, zarówno pozytywne, jak i negatywne, co ma duże znaczenie dla kształtowania tożsamości etnicznej lub wrogich działań wymierzonych w jakąś grupę⁵. Temat relacji etniczności i mediów jest istotny i aktualny.

Media potrzebują wydarzeń spełniających kryteria newsa i w sytuacji ich braku, kreują tzw. pseudowyszybiańca nadając im taką samą rangę, jak wydarzeniom rzeczywiście istotnym. Co ważne,

² Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дж. *Дискурс-анализ. Теория и метод*. Харьков 2008. s.24

³ Бергер П., Лукман Т. *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. Москва 1995.

⁴ M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 22.

⁵ L.M. Nijakowski, *Analiza dyskursu na temat mniejszości narodowych i etnicznych w polskich mediach*, [w:]: Ośrodek Racjonalistyczno-Sceptyczny im. de Voltaire’a «Racjonalista». URL: <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4820> [data dostępu: 02.03.2020].

opinia publiczna często nie jest w stanie odróżnić, które z prezentowanych wydarzeń są pseudowydarzeniami, a które nie. W tym kontekście warto wspomnieć o pokrewnym mechanizmie paniki moralnej⁶.

Kryzys migracyjny jest dramatycznym wydarzeniem, które dla całej Europy stanowi wyzwanie humanitarne, społeczne i polityczne⁷. W Polsce, pomimo niewielkiej skali napływu cudzoziemców, temat uchodźców był silnie obecny w mediach i portalach społecznościowych⁸. Korzystanie z mediów może wiązać się z postawami wobec mniejszości. „Kryzys migracyjny w Polsce to głównie kryzys postaw, które w dużo większym stopniu wynikają z troski i lęków, aniżeli z racjonalnej kalkulacji korzyści i kosztów związanych z napływem uchodźców z Bliskiego Wschodu i Afryki” – mówi dr hab. Michał Bilewicz z Centrum Badań nad Uprzedzeniami Uniwersytetu Warszawskiego. Jego źródłem, zdaniem badacza, jest osobisty kontakt z cudzoziemcami (bądź jego brak) oraz przekaz mediów i liderów opinii publicznej. Zatem to, w jaki sposób media przekazują informację o uchodźcach, w sposób znaczący wpływa na postawy Polaków względem nich⁹.

Podporządkowane interesom poszczególnych partii politycznych czy kandydatów dysputy wytworzyły specyficzne cechy polskiego dyskursu o tym problemie. Instrumentalne wykorzystanie kryzysu z całą pewnością nie sprzyjało racjonalnemu namysłowi, lecz stało się raczej zarzewiem rozbudzania emocji, często opartych o suflowanie fałszywych danych i kolportowanie nieprawdziwych informacji¹⁰.

Celem niniejszego artykułu jest odtworzenie strategii argumentacyjnych (toposów) pojawiających się w polskim dyskursie medialnym dotyczących problemu migracji. Badania niemieckie pokazują, że korzystanie z różnych mediów przekłada się na różnice w postawach wobec muzułmanów¹¹. Analiza „kluczowych momentów” dyskursu medialnego pozwoliła odtworzyć zjawisko kreowania przez media społecznego lęku wokół tematu kryzysu migracyjnego i wskazać na pewną formę jego nieracjonalności, charakterystyczną dla panik moralnych. Jaka jest definicja uchodźcy funkcjonująca w dyskursie medialnym? Jaki obraz uchodźcy wyłania się z wypowiedzi polityków, z mediów i z dyskusji na forach internetowych? W celu osiągnięcia postawionego celu proponuje się określić negatywne stereotypy i cliché, produkowane i podtrzymywane przez elektroniczne media w relacjach migracji; typologizować fakty użycia różnych odmian języka nienawiści; przestudiować konteksty użycia takiego języka. Przedmiotem analizy były teksty ukazujące się na portalach społecznościowych

⁶ Ł. Łotocki *Kryzys imigracyjny w Europie w polskim dyskursie publicznym w latach 2015-2018*, Warszawa 2019, s. 65-68.

⁷ P. Kingsley, *Nowa odyseja. Opowieść o kryzysie uchodźczym w Europie*, tłum. A. Paszkowska, Warszawa 2017.

⁸ *Kryzys uchodźczy w polskich mediach: niechęć, lęk i wiktylizacja* URL: <https://pl.ejo-online.eu/etyka-dziennikarska/kryzys-uchodzczy-w-polskich-mediach-niechec-lek-wiktylizacja> [data dostępu: 05.05.2019]; M. Kotas, *Problem migracji na okładkach polskich tygodników: opinii Interdyscyplinarne*, *Studia Społeczne* 2016 nr 2. URL: https://www.uns.lodz.pl/sites/default/files/czasopismo/nr2/005_marcin_kotras_problemy_migracji_na_okladkach_polskich.pdf [data dostępu: 05.05.2019]; P. Dobija, *Wizerunek uchodźców w mediach: analiza zabiegów manipulacyjnych na przykładzie tygodników wSieci oraz Polityka i serwisów internetowych wPolityce.pl oraz krytykapolityczna.pl*, [w:] *Oblicza komunikacji: polityka, instytucje publiczne, biznes*. - Bielsko-Biała 2018; M. Strupiechowska, *Media jako katalizator społecznych lęków. Przypadek paniki moralnej* *Media i społeczeństwo* 2018 nr 8. URL: <http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/08/10-Strupiechowska.pdf> [data dostępu: 05.05.2019]; M. Trojanowska, *Zderzenie cywilizacji — skuteczna propaganda czy strach? Stosunek polskich internautów do islamskich uchodźców* *Roczniki Kulturoznawcze* 2017 Vol 8, nr 3. URL: <http://czasopisma.tnkul.pl/index.php/rkult/article/view/7051/7148> [data dostępu: 05.05.2019]; S. Łodziński, *Migracyjna „panika moralna”? Polska opinia publiczna wobec udzielenia pomocy uchodźcom w okresie maj-grudzień 2015*, [w:] *Kryzys migracyjny w Europie. Wyzwania etyczne, społeczno-kulturowe i etniczne*, Warszawa 2017; J. Zaborowska, *Problem migracji uchodźców do Europy przedstawiany w mediach. Pytania, analiza, prognozy*, [w:] *Transformacja środowiska międzynarodowego i jego wielowymiarowość*, t. 1, Lwów-Olsztyn 2016.

⁹ *Kryzys uchodźczy w polskich mediach: niechęć, lęk i wiktylizacja*.

¹⁰ R. Cekiera, *Polskie reperkusje kryzysu migracyjnego*, [w:] *Swój i obcy w kontekście współczesnego kryzysu migracyjnego. Doświadczenia i zadania Kościołów i społeczeństwa*. Redakcja naukowa Z. Glaeser, G. Giemza Warszawa 2017, s. 67-68.

¹¹ Eysel, J., Geschke, D., Frindte, W. *Is Seeing Believing? The Relationship Between TV Consumption and Islamophobia in German Majority Society*. *Journal of Media Psychology*.nr 27 2015 URL: <https://econtent.hogrefe.com/doi/pdf/10.1027/1864-1105/a000143> [data dostępu: 01.03.2020 r.].

oraz w tygodniach polskich opiniotwórczych „Polityka”, „wSieci”, „Do rzeczy” od września 2015 do lutego 2016 roku. Metodą badawczą występuje Krytyczna Analiza Dyskursu (KAD). KAD pozwoliła nam o konstruowaniu dwóch typów podmiotów: 1) podmiotu uchodźcy, 2) odbiorcy przekazu medialnego.

Podstawowe definicje: mowa nienawiści, uchodźca, panika moralna. Mowę nienawiści (ang. *hate speech*) definiują jako: jeden z przejawów bardziej złożonych zjawisk takich jak nietolerancja, dyskryminacja, rasizm czy ksenofobia; jedno z przestępstw z nienawiści lub wstęp do nich, ich zapowiedź; nawoływanie do nienawiści, groźby czy obelgi o motywacji rasistowskiej czy ksenofobicznej, język nienawiści, dyskurs dyskryminacyjny; czasem mowę nienawiści sytuuje się bliżej stereotypów i uprzedzeń, a czasem bliżej działań, w których wyraźny jest akt nawoływania do nienawiści, istotne są intencje sprawcy¹².

Według socjologa Lecha M. Nijakowskiego „mowa nienawiści polega na przypisywaniu szczególnie negatywnych cech lub wzywaniu do dyskryminujących działań wymierzonych w pewną kategorię społeczną, przede wszystkim taką, do której przynależność jest postrzegana jako «naturalna» (przypisana), a nie z wyboru”¹³.

Profesor Wyższej Szkoły Gospodarki I.M.Działoszyński twierdzi, że w celu ujawnienia i analizy mowy nienawiści należy „rozpatrywać nie tylko teksty, ale i środki wizualizacji – nagłówki, fotografie i inne elementy szaty graficznej”¹⁴.

Zdaniem profesora Chrześcijańskiej Akademii Teologicznej w Warszawie Elżbiety Czykwin, mowa nienawiści jest „nadmiernie zgeneralizowane, stereotypowe, stanowisko czy pogląd o innych wiążące się z „uogólnionym wyartykułowaniem własnej nienawiści bądź niechęci pod pozorem rzekomego obiektywizmu. Mowę nienawiści można też określić jako dyskurs arbitralny, rzekomo demaskatorskie, pozamerytoryczne i formułowane w intencji poinformowania widzów o domniemych niegodziwościach Obcych”¹⁵.

Specyficzną grupą migrantów są uchodźcy – migranci przymusowi. Nacalym świecie korzysta się z definicji „uchodźcy” opisanej w Konwencji Genewskiej. Definicja ta pochodzi z 1951 roku i powstała w odpowiedzi na wielkie ruchy migracyjne związane z ludźmi, którzy musieli uciekać ze swoich domów w czasie II wojny światowej. Zgodnie z art. 1 pkt 3 powyższej Konwencji uchodźcą jest każda „osoba, która na skutek uzasadnionej obawy przed prześladowaniem z powodu swojej rasy, religii, narodowości, przynależności do określonej grupy społecznej lub z powodu przekonań politycznych przebywa poza granicami państwa, którego jest obywatelem, i nie może lub nie chce z powodu tych obaw korzystać z ochrony tego państwa, albo która nie ma żadnego obywatelstwa i znajdując się na skutek podobnych zdarzeń, poza państwem swojego dawnego stałego zamieszkania nie może lub nie chce z powodu tych obaw powrócić do tego państwa”¹⁶.

Uchodźca to osoba, która żywi uzasadnione obawy, że w ojczyźnie może być prześladowana z powodu rasy, religii, narodowości, przekonań politycznych lub przynależności do konkretnej grupy społecznej i jej status został uznany przez państwo udzielające jej schronienia. W UE wytyczne dotyczące przyznawania ochrony międzynarodowej osobom, które jej potrzebują, określone zostały w dyrektywie w sprawie kwalifikowania¹⁷.

¹² Portal mowanienawisci.info, URL: <http://www.mowanienawisci.info/post/570/> [data dostępu: 12.02.2020].

¹³ Nijakowski, L. M. *Mowa nienawiści w świetle teorii dyskursu*. [w:] A. Horolets, *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*, Toruń 2008.

¹⁴ Дзялошинский И. М. *Язык вражды в российских СМИ: социальные, культурные, профессиональные факторы*. Москва 2006. URL: <http://www.dzyalosh.ru/04-master/metod/ya-zyk-vrajdy-v-smi.doc> [data dostępu: 06.04.2018].

¹⁵ E. Czykwin *Stygmat społeczny*, Warszawa 2007, s. 375.

¹⁶ *Konwencja dotycząca statusu uchodźców sporządzona w Genewie dnia 28 lipca 1951 r.* (Dz. U. z dnia 20 grudnia 1991 r.).

¹⁷ *Kryzys migracyjny w UE: fakty i liczby*, URL: <http://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20170629STO78630/kryzys-migracyjny-w-ue-fakty-i-liczby> [data dostępu: 01.05.2019].

Natomiast w ujęciu psychologicznym i socjologicznym uchodźca stanowi jednostkę przyjmowaną jako obcą, jednostkę zagrażającą i równocześnie czującą się obco. Uchodźca jest też jednostką, do której społeczeństwo i elity polityczne muszą w jakiś sposób ustosunkować się¹⁸.

Czym jest zatem „panika moralna”? Z „paniką moralną” mamy do czynienia wówczas, gdy wydarzenie, osoba lub grupa zostaje w sposób nieuzasadniony określona – w szczególności przez media – jako zagrożenie dla obowiązujących wartości społecznych¹⁹.

Panika moralna uwidacznia się poprzez „skrajną reakcję społeczną, moralne oburzenie na zachowania grupy lub jednostki postrzeganej jako zagrożenie dla wyznawanych wartości i moralnej kondycji społeczeństwa”. Przedstawiciele władzy, bądź grupy ludzi, chcąc wywołać zmianę w zachowaniu pewnych jednostek lub grup, a nawet wprowadzić modyfikacje w prawie, inicjują – najczęściej za pośrednictwem mediów – pojawienie się paniki moralnej²⁰.

Ian Marsh i Gaynor Melville twierdzą, że centralna idea „paniki moralnej” jest oparta na istnieniu nieproporcjonalnej reakcji na konkretne zachowanie lub wydarzenie²¹.

Język, którym mówi się o uchodźcach. W Polsce muzułmanie to wciąż mniejszość narodowa. Muzułmanie stanowią bardzo niewielki procent polskiego społeczeństwa. Według spisu powszechnego przeprowadzonego przez GUS w 2011 r. wynika, że islam jako religię deklarowało 5 tys. 100 osób. (0,013 proc. populacji Polski)²².

Przeprowadzone badanie dr Anny Stefaniak z Centrum Badań nad Uprzedzeniami przy Uniwersytecie Warszawskim wykazało oczekujące wyniki, że badani Polacy są negatywnie nastawieni wobec muzułmanów. Badanie pokazuje, że Polacy nie znają osób wyznających islam (blisko 80% uczestników badania zadeklarowało, że nie zna żadnego muzułmanina ani muzułmanki) oraz, że obraz islamu jaki posiadają jest bardzo uproszczony (skojarzenia ze słowem islam można w dużym uproszczeniu sprowadzić do trzech – „religia”, „przemoc”, „Arabowie”). Jak sugeruje autorka badań, że to są wyniki istotne zwłaszcza w kontekście zwiększającej się imigracji oraz kryzysu uchodźczego i konieczności udzielenia pomocy osobom wyznającym islam, które przybywają do Europy²³.

W dyskursie publicznym zaczęła dominować perspektywa „migranci jako problem”, a nie „migranci jako szansa”, co wiązało się również ze zmianą stosunku europejskich społeczeństw do przybyszów z Bliskiego Wschodu i Afryki. Problematyka ta pełni wielokrotnie rolę straszaka wykorzystywanego przy okazji demokratycznych plebiscytów, gdzie w ten sposób obrazuje się zagrożenia związane z funkcjonowaniem europejskich społeczeństw²⁴.

Pierwsza narracja posługuje się retoryką militarną, porównaniami kryzysu uchodźczego do katastrofy naturalnej i choroby, ataku na suwerenność Polski, epitetami „barbarzyńcy”, „dzika horda” czy „azjatycka dzicz” oraz nawiązanymi do niezrównoważenia psychicznego Europy. Uchodźców opisuje się niemal wyłącznie przez pryzmat rzekomo ogromnej inności, przejawiającej się szczególnie w skłonności do stosowania przemocy – również, a może przede wszystkim – seksualnej. Islamowi jako symbolowi niemal wszelkiego zła przypisuje się brutalność, chęć zapanowania nad cywilizacją

¹⁸ P. Dobija, *Wizerunek uchodźców w mediach: analiza zabiegów manipulacyjnych na przykładzie tygodników WSieci oraz Polityka i serwisów internetowych wPolityce.pl oraz krytykapolityczna.pl*, [w:] *Oblicza komunikacji: polityka, instytucje publiczne, biznes*. Bielsko-Biała 2018, s. 68.

¹⁹ M. Soin, *Fakty, wartości i „panika moralna”* *Studia Socjologiczne* 2011 nr 2, s. 155.

²⁰ S.A. Wargacki, *Zjawisko paniki moralnej jako wyznacznik granic moralności*. „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Pedagogika” 2009 nr 18, s.7.

²¹ Marsh, I., Melville, G. *Moral Panics and the British Media – A Look at Some Contemporary ‘Folk Devils’* „*Journal of Criminology*” 2011.

²² M. Wojtalik, *Ilu muzułmanów mieszka w Polsce? Polacy bardzo się mylą*. URL: <https://www.newsweek.pl/polska/ilu-muzulmanow-mieszka-w-polsce-dane-i-wyniki-badan/qd75tr4> [datadostępu: 11.05.2019].

²³ A. Stefaniak, *Postrzeganie muzułmanów w Polsce: Raport z badania sondażowego Warszawa, wrzesień 2015*, URL: <http://www.mowanienawisci.info/wp-content/uploads/2016/12/Postrzeganie-muzu%C5%82man%C3%B3w-w-Polsce.pdf> [data dostępu: 20.02.2020].

²⁴ M. Kotras, *Problem migracji na okładkach polskich tygodników: opinii Interdyscyplinarne* „*Studia Społeczne*” 2016 nr 2. URL: https://www.uns.lodz.pl/sites/default/files/czasopismo/nr2/005_marcin_kotras_problem_migracji_na_okladkach_polskich.pdf [datadostępu: 11.05.2019].

europijską i światem przez wprowadzenie szariatu. Imigrantów przedstawia się jako ludzi leniwych, unikających pracy, wykorzystujących opiekę społeczną²⁵.

Muzułmanie figurują jako "agresorzy", "najeźdźcy", "Talibowie", "zamachowcy", "gwałciciele", "młodzi mężczyźni o śniadej skórze", "muzułmanie", "wyznawcy islamu", "ludzie zagrażający naszej kulturze", "fałszywi męczennicy", którzy zagrażają w bezpośrednim „szturmie”, ale też w innej formie walki - poprzez zdobywanie przewagi w dziedzinie. W prezentowanej wizji Polska pełni szczególną rolę - w zasadzie misję obrony chrześcijańskiej Europy.

Obok odniesień militarnych występują porównania kryzysu do katastrof naturalnych, żywiołu, który jest nie do powstrzymania i stanowi nieuniknione zagrożenie. Określenia „fala/potop uchodźców” było tak nagminnie stosowane, że po paru miesiącach stało się nieodłącznym sposobem opisywania uchodźców zmierzających z Afryki do Europy. Kolejną cechą charakterystyczną dla ksenofobicznej narracji jest nazywanie politycznych elit Zachodu „niezrównoważonymi psychicznie”, „skażonymi wirusem multi-kulti”. Sugeruje się, że „ogarnięta szaleństwem” Europa „postanowiła popełnić samobójstwo”, do którego ma nieuchronnie prowadzić przyjmowanie setek tysięcy migrantów z Bliskiego Wschodu i z Afryki. Istotnym motywem w prawicowej prasie i portalach było również podkreślanie zewnętrznych nacisków na Polskę, by zaangażowała się w rozwiązanie kryzysu migracyjnego²⁶.

Media a panika moralna. Wywołanie paniki moralnej wokół kryzysu migracyjnego, a co za tym idzie atmosfery podwyższonego niepokoju, nie powiodłoby się bez udziału dwóch czynników – istnienia faktycznego zagrożenia oraz zakorzenionych w społeczeństwie troski i lęków, które panika jedynie katalizuje. Zauważyć można, że największy wpływ na nastroje społeczne i poziom społecznego lęku mają interpretacje medialne, stosowane przez media bliskie poglądom odbiorcy. Doniesienia medialne dotyczące uchodźców są przykładem dyskursu perswazyjnego, do których jednostki mogą się zwrócić, w celu dochodzenia swoich wartości wobec innych grup²⁷. Cechy szczególne komunikacji w sieci Internet pogłębiają ten problem ponieważ anonimowość i oddalenie autorów i komentatorów wydarzeń od obiektów oceny prowokują takie zachowania słowne. Wszystko to nie sprzyja obniżeniu poziomu agresji w przestrzeni publicznej. W celu poszukiwań wskazówek, mogących osłabić konfliktowość i przenieść komunikację na konstruktywny tor, niezbędne jest wykrycie przyczyn częstego wykorzystywanie języka nienawiści w dyskursie publicznym i warunków sprzyjających jego percepcji jako normy porozumiewania się.

Jedną z najbardziej podkreślanych cech paniki moralnej jest to, że niemal zawsze pojawia się ona podczas kryzysów społecznych, transformacji systemowych czy różnego rodzaju dramatycznych zmian obejmujących różne dziedziny życia społecznego.

W publikacjach najczęściej cytuje się pionierską definicję brytyjskiego socjologa Stanleya Cohena: „Co pewien czas społeczeństwa stają się przedmiotem paniki moralnej. Warunek, epizod, osoba lub grupa osób zostaje zdefiniowana jako zagrożenie dla społecznych wartości i interesów; natura tego zagrożenia jest prezentowana w wystylizowany i stereotypowy sposób przez media, redaktorzy, biskupi i politycy wznoszą barykady moralne, społecznie uznani eksperci stawiają diagnozę sytuacji i proponują sposoby działania, [...] wówczas warunek początkowy zanika lub ulega osłabieniu i staje się mniej widoczny”²⁸.

Warto prześledzić pierwsze etapy paniki medialnej wokół uchodźców, aby wyłowić główne elementy składowe nowego – „pogorszonego” wizerunku uchodźców w Polsce. Ogółem, wyróżnia się pięć etapów paniki: 1) zauważenie nowej sytuacji i zdefiniowanie wrogów społecznych; 2)

²⁵ K. Sydow, *Troska, strach, wrogość. Dyskurs o uchodźcach i migrantach w Polsce i Niemczech*, URL: <https://pl.boell.org/pl/2016/07/25/troska-strach-wrogość-dyskurs-o-uchodźcach-i-migrantach-w-polsce-i-niemczech> [data dostępu: 12.05.2019].

²⁶ H. Patzer, *Wzrost ksenofobii w Polsce w obliczu napływu uchodźców do Europy. Próba analizy*, URL: <http://www.ekspert.info-migrator.pl/warto-poczytac-ekspert/3026-wzrost-ksenofobii-w-polsce-w-obliczu-naplywu-uchodzcow-do-europy-proba-analzy> [data dostępu: 12.05.2019].

²⁷ M. Strupiechowska, *Media jako katalizator społecznych lęków. Przypadek paniki moralnej „Media i społeczeństwo”* 2018 nr 2. URL: <http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/08/10-Strupiechowska.pdf> [data dostępu: 12.05.2019].

²⁸ I. Zielińska, *Media, interes i panika moralna. Nowa kategoria socjologiczna i jej implikacje „Kultura i społeczeństwo”* 2004 nr 4. URL: https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/6060/Zielinsk_KIS%5B1%5D.pdf?sequence=1&isAllowed=y [data dostępu: 11.05.2019].

naznaczenie (wyolbrzymienie, zniekształcenie, symbolizacja); 3) gwałtowny wzrost niepokoju; 4) aktywizacja autorytetów, kruczata moralna; 5) redukcja napięcia społecznego.

W analizowanych tekstach medialnych dominują jednak przekazy, które wiążą uchodźców ze zjawiskiem wojującego islamu i zagrożeniem terroryzmem. Szczególnie dużą aktywnością w straszeniu Polaków uchodźcami z Afryki i Bliskiego Wschodu, w pierwszych miesiącach kryzysu migracyjnego, wykazywały na okładkach prawicowych czasopism: „*Nadchodzą!*” („W Sieci”), „*Ewa Kopacz urządzi nam: piekło na rozkaz Berlina*” („W Sieci”) (rysunek 1), „*Nowi Polacy?*” („Polityka”), „*Co nas obchodzą uchodźcy?*” („Polityka”) (rysunek 2), „*Islamski gwałt na Europie*” („wSieci”) „*To najeżdźcy nie uchodźcy*” („Do rzeczy”) (rysunek 3). W ten sposób utrwalił się negatywny obraz uchodźców, którzy uzyskali konkretne rysy etniczne, kulturowe i religijne. Z badania językoznawczego forów internetowych i komentarzy pod artykułami w serwisach Gazeta.pl, Fronda.pl, Krytykapolityczna.pl, wSieci.pl przeprowadzanego przez Katarzynę Kucharską wynika, że dominujący język opisujący uchodźców, bez względu na profil pisma, dehumanizuje i uprzedmiotawia ludzi. Najczęściej mamy do czynienia z członkami nieokreślonej zbiorowości: „*falą*”, „*tym tłumem*”, „*takimi grupami*”, „*napływającą masą ludzi*”, „*żądającymi, krzyżącymi chłopami*”, „*obcymi dzikusami*”, „*dzikim plemieniem*”. Najbardziej popularne synonimy uchodźców to jednoznacznie negatywne określenia typu „*byczki*”, „*byki*”²⁹, „*samce*”, „*wypasieni*”, „*roszczeniowi*”, „*dziecioroby*”²⁹.

Kolejną przyczyną negatywnych postaw wobec uchodźców oraz imigrantów są istniejące w społeczeństwie stereotypy na temat różnych grup. Uprzedzenia wobec obcokrajowców wynikają bezpośrednio z dychotomicznej wizji świata, podzielonego na „*Swoich*” i „*Obcych*”. Negatywne stereotypy wynikają najczęściej z braku wiedzy i doświadczenia kontaktu z daną grupą, na przykład imigrantami muzułmanami. To z kolei rodzi lęk, który może prowadzić do niezrozumienia, złości, gniewu.

Wedle opinii przeciwników polityki proimigracyjnej Europy czy Polski, fala uchodźców prowadzi do śmierci Europy, a za uchodźcami stoi tzw. Państwo Islamskie, które zamierza podbić europejski kontynent. Za nowy wizerunek uchodźcy w Polsce odpowiada w dużej mierze globalno-lokalna dynamika paniki moralnej z 2015 roku i jej polityczno-medialna instrumentalizacja, szczególnie w okresie kampanii przedwyborczej pomiędzy czołowymi partiami politycznymi Polski: Prawo i Sprawiedliwość (PiS) i Platforma Obywatelska (PO). Podczas trwającej wówczas kampanii wyborczej Prawo i Sprawiedliwość natychmiast wykorzystało sytuację i zaczęło straszyć Polaków uchodźcami. Była mowa o muzułmańskiej inwazji, o terroryzmie. Prezes PiS Jarosław Kaczyński, czerpiąc ze wzorców najgorszego sortu, przestrzegał przed epidemiami, bo uchodźcy mogą przenosić pasożyty i choroby. Kaczyński, w jednym ze swoich wystąpień publicznych, przestrzegał bowiem: „*To są kwestie związane z różnego rodzaju niebezpieczeństwami w tej sferze. Są już przecież objawy pojawienia się chorób bardzo niebezpiecznych i dawno niewidzianych w Europie: cholera na wyspach greckich, dyzenteria w Wiedniu, różnego rodzaju pasożyty, pierwotniaki, które nie są groźne w organizmach tych ludzi, mogą tutaj być groźne. To nie oznacza, żeby kogoś dyskryminować... Ale sprawdzić trzeba*”³⁰. Ostatecznie rząd PiS zdecydował, że nie będzie respektować zobowiązań poprzedników i nie przyjmie nikogo. Antyimigrancka retoryka i wmawianie wyborcom, że Polska to oblegana przez muzułmanów chrześcijańska twierdza, pozostają do dziś³¹. Tylko nieliczne media uniknęły pułapki straszenia uchodźcami i konsekwentnie oswajały czytelników z zagadnieniem kryzysu migracyjnego w Unii Europejskiej. Do tych mediów należy zaliczyć „*Newsweek*”, „*Przegląd*” i „*Gazetę Wyborczą*”.

²⁹ *Uchodźca, imigrant czy emigrant? Wyjaśniamy pojęcia i obalamy mity* URL: <https://pl.aleteia.org/2017/01/15/uchodzca-imigrant-czy-emigrant-wyjasniamy-pojecia-i-obalamy-mity/> [data dostępu: 05.05.2019].

³⁰ *Kaczyński zastanawia się, czy uchodźcy sprowadzą do Polski choroby*, tvn24.pl, 13.10.2015, URL: https://tvn24.pl/wideo/z-anteny/kaczynski-zastanawia-sie-czy-uchodzcy-sprowadza-do-polski-choroby,1470643.html?playlist_id=31421 [data dostępu: 10.03.2020 r.].

³¹ B. Wieliński, *Zadziwiająca polityka migracyjna PiS* URL: <http://wyborcza.pl/7,75399,24032575,zadziwiająca-polityka-migracyjna-pis.html> [data dostępu: 05.05.2019].



Rysunek 1. Okładki tygodnika „wSieci” z 14.09.2015 oraz 21.09.2015 dotyczące problematyki uchodźców



Rysunek 2. Okładki tygodnika „Polityka” z 16.09.2015 oraz 23.09.2015 roku dotyczące problematyki uchodźców



Rysunek 3. Okładki tygodników „wSieci” z 13.02.2016 oraz „Do rzeczy” 14-20.09.2015 roku dotyczące problematyki uchodźców

Podsumowanie. W ostatnich latach Europa zmagala się z największym kryzysem migracyjnym od końca drugiej wojny światowej. Europejski kryzys migracyjny w 2015 roku wynika w dużej mierze z nieprzemyślanej polityki migracyjnej Unii Europejskiej ostatnich kilkunastu lat oraz rosnącej fali niechęci i ksenofobii w społeczeństwach europejskich. Troska o obywateli, dyskurs narodowy i ksenofobia stają się niestety elementami tworzenia wspólnoty. Zadaniem państwa jest w takim przypadku zdefiniowanie przeciwnika i jednocześnie trzymanie go na dystans – terytorialny i ideologiczny, czyli pogłębianie narracji o Innych zagrażających naszej tożsamości, którą takowa negacja podtrzymuje. „Kryzys migracyjny” obnażył słabość narodowej wspólnoty, jako że dyskursywna potrzeba obrony odrębności i suwerenności nie świadczy o jej sile. Dziennikarze, choć reprezentują różne stanowiska, stosują słowa-klucze, nośne metafory działające na wyobraźnię i emocje czytelników, wprowadzając do ich świadomości liczne klisze i uproszczenia³². Radykalny antyislamizm przyjmuje często formę mowy lęku, nienawiści i gniewu. Można stwierdzić, że za pośrednictwem mediów możemy uczyć się określonych postaw, stereotypów dotyczących różnych grup społecznych i kultur. Media przyczyniają się również do wytwarzania tożsamości jednostkowej i grupowej. W kontekście zawirowań politycznych i kryzysów mogą być narzędziem do wytwarzania i intensyfikowania zjawiska paniki moralnej.

Panika moralna powstała w wyniku wzmożonego zainteresowania medialnego tematem, nieproporcjonalnego do faktycznego zagrożenia, wpłynęła w znaczący sposób na nastroje społeczne, dając upust społecznym lękom oraz ukazując ich nieracjonalność. W przypadku paniki moralnej dotyczącej kryzysu migracyjnego w dyskursie publicznym i medialnym podkreślana jest potrzeba ochrony bezpieczeństwa obywateli oraz ważnych dla Polaków wartości: wiary i rodziny.

Kryzys migracyjny, jak i narracja stosowana do jego opisywania przez wiele mediów w Polsce, doprowadziły do wykreowania wizerunku „obcego barbarzyńcy”, który szturmuje granice państw unijnych, tak jak w okresie schyłku Imperium Rzymskiego. Atmosfera strachu i zagrożenia inwazją nie pomaga w budowaniu postaw otwartych wobec osób pochodzących z innych kontynentów. Uchodźcy i przekazy medialne informujące o tym, że „zalewają” oni Europę posłużyły za pretekst do uruchomienia fali nienawiści, szczególnie obserwowanej w komentarzach internautów i informacji publikowanych w mediach społecznościowych. Warto zwrócić uwagę, że odbiorca publikowanych treści musi rozumieć – co podkreśla profesor Katedry Teorii Kultury i Międzykulturowości UKSW Anna Czajka-Cunico³³ – że media często manipulują informacjami, a on nie zawsze umie je weryfikować i interpretować. Jego „instrumentarium humanistyczne” może bowiem być niewystarczające. Wymaga ono umiejętności oceniania, co – zdaniem socjologa Margaret Archer³⁴ – jest naturalną postawą istoty ludzkiej żyjącej w świecie.

References

1. Archer, M.S. *Człowieczeństwo. Problem sprawstwa*. Kraków 2013.
2. Bielecka-Prus J., *Retoryka lęku przed obcym w polskim dyskursie prasowym* [w:] Colloquium Wydziału Nauk Humanistycznych i Społecznych AMW. – Akademia Marynarki Wojennej 2018 nr 1, S. 5-33.
3. Cekiera R., *Polskie reperkusje kryzysu migracyjnego*, [w:] *Swój i obcy w kontekście współczesnego kryzysu migracyjnego. Doświadczenia i zadania Kościołów i społeczeństwa*. Redakcja naukowa Z. Glaeser, G. Giemza, Warszawa 2017, s. 67-68.
4. Czajka-Cunico A., *Dlaczego warto być otwartym na ludzi z innych kultur*. (W rozmowie z Agnieszką Krzemińską), „Polityka” 2017 nr 23 URL: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/nauka/1707242,1,dlaczego-warto-byc-otwartym-na-ludzi-z-innych-kultur.read> [data dostępu: 10.03.2020 r.].
5. Czykwin E., *Stygmat społeczny*, Warszawa 2007.
6. Dobija P., *Wizerunek uchodźców w mediach: analiza zabiegów manipulacyjnych na przykładzie tygodników wSieci oraz Polityka i serwisów internetowych wPolityce.pl oraz*

³² Więcej o tym: J. Bielecka-Prus, *Retoryka lęku przed obcym w polskim dyskursie prasowym* [w:] Colloquium Wydziału Nauk Humanistycznych i Społecznych AMW. – Akademia Marynarki Wojennej 2018 nr 1, S. 5-33.

³³ Czajka-Cunico, A. *Dlaczego warto być otwartym na ludzi z innych kultur*. (W rozmowie z Agnieszką Krzemińską) „Polityka” 2017 nr 23 URL: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/nauka/1707242,1,dlaczego-warto-byc-otwartym-na-ludzi-z-innych-kultur.read> [data dostępu: 10.03.2020 r.].

³⁴ Archer, M.S. *Człowieczeństwo. Problem sprawstwa*. Kraków 2013.

krytykapolityczna.pl, [w:] *Oblicza komunikacji: polityka, instytucje publiczne, biznes.* - Bielsko-Biała: Wydawnictwo Naukowe Akademii Techniczno-Humanistycznej 2018.

7. Eyssel J., Geschke D., Frindte W. *Is Seeing Believing? The Relationship Between TV Consumption and Islamophobia in German Majority Society.* *Journal of Media Psychology*.nr 27 2015 URL: <https://econtent.hogrefe.com/doi/pdf/10.1027/1864-1105/a000143> [data dostępu: 01.03.2020 r.].

8. *Kaczyński zastanawia się, czy uchodźcy sprowadzą do Polski choroby*, tvn24.pl, 13.10.2015, URL: https://tvn24.pl/wideo/z-anteny/kaczynski-zastanawia-sie-czy-uchodzczy-sprowadza-do-polski-choroby,1470643.html?playlist_id=31421 [data dostępu: 10.03.2020 r.].

9. Kingsley P., *Nowa odyseja. Opowieść o kryzysie uchodźczym w Europie*, tłum. A. Paszkowska, Warszawa 2017.

10. *Konwencja dotycząca statusu uchodźców sporządzona w Genewie dnia 28 lipca 1951 r.* (Dz. U. z dnia 20 grudnia 1991 r.).

11. Kotras M., *Problem migracji na okładkach polskich tygodników: opinii Interdyscyplinarne*, „*Studia Społeczne*” 2016 nr 2. URL: https://www.uns.lodz.pl/sites/default/files/czasopismo/nr2/005_marcin_kotras_problem_migracji_na_okladkach_polskich.pdf [data dostępu: 11.05.2019].

12. *Kryzys migracyjny w UE: fakty i liczby*, URL: <http://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20170629STO78630/kryzys-migracyjny-w-ue-fakty-i-liczby> [data dostępu: 01.05.2019].

13. *Kryzys uchodźczy w polskich mediach: niechęć, lęk i wiktylizacja* URL: <https://pl.ejo-online.eu/etyka-dziennikarska/kryzys-uchodzczy-w-polskich-mediach-niechec-lek-wiktylizacja> [data dostępu: 05.05.2019].

14. Łodziński S., *Migracyjna „panika moralna”? Polska opinia publiczna wobec udzielenia pomocy uchodźcom w okresie maj-grudzień 2015*, [w:] *Kryzys migracyjny w Europie. Wyzwania etyczne, społeczno-kulturowe i etniczne*, Warszawa 2017.

15. Łotocki Ł., *Kryzys imigracyjny w Europie w polskim dyskursie publicznym w latach 2015-2018*, Warszawa 2019.

16. Marsh I., Melville, G. *Moral Panics and the British Media – A Look at Some Contemporary ‘Folk Devils’*, “*Journal of Criminology*” 2011.

17. Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001.

18. Nijakowski, L. M. *Mowa nienawiści w świetle teorii dyskursu*. [w:] A. Horolets, *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii* Toruń 2008.

19. Nijakowski L.M., *Analiza dyskursu na temat mniejszości narodowych i etnicznych w polskich mediach*, [w:]. Ośrodek Racjonalistyczno-Sceptyczny im. de Voltaire’a «Racjonalista». URL: <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4820> [data dostępu: 02.03.2020].

20. Patzer H., *Wzrost ksenofobii w Polsce w obliczu napływu uchodźców do Europy. Próba analizy*, URL: <http://www.ekspert.info-migrator.pl/warto-poczytac-ekspert/3026-wzrost-ksenofobii-w-polsce-w-obliczu-naplywu-uchodzcow-do-europy-proba-analizy> [data dostępu: 12.05.2019].

21. Portal mowanienawisci.info URL: <http://www.mowanienawisci.info/post/570/> [data dostępu: 12.02.2020].

22. Sikorski J., *Fonetyczny wykładnik gniewu. Uwagi z pogranicza kilku dyscyplin* [w:] *Anatomia gniewu: emocje negatywne w językach i kulturach świata / pod red. nauk. Anny Duszak i Niny Pawlak*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2003.

23. Soin M., *Fakty, wartości i „panika moralna”* *Studia Socjologiczne* 2011 nr 2.

24. Stefaniak, A. *Postrzeganie muzułmanów w Polsce: Raport z badania sondażowego* Warszawa, wrzesień 2015 URL: <http://www.mowanienawisci.info/wp-content/uploads/2016/12/Postrzeganie-muzu%C5%82man%C3%B3w-w-Polsce.pdf> [data dostępu: 20.02.2020].

25. Strupiechowska M., *Media jako katalizator społecznych lęków. Przypadek paniki moralnej „Media i społeczeństwo”* 2018 nr 2. URL: <http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/08/10-Strupiechowska.pdf> [data dostępu: 12.05.2019].

26. Sydow K., *Troska, strach, wrogość. Dyskurs o uchodźcach i migrantach w Polsce i Niemczech*, URL: <https://pl.boell.org/pl/2016/07/25/troska-strach-wrogosc-dyskurs-o-uchodzcach-i-migrantach-w-polsce-i-niemczech> [data dostępu: 12.05.2019].

27. Trojanowska M., *Zderzenie cywilizacji — skuteczna propaganda czy strach? Stosunek polskich internautów do islamskich uchodźców* Roczniki Kulturoznawcze 2017 Vol 8, nr 3. URL: <http://czasopisma.tnkul.pl/index.php/rkult/article/view/7051/7148> [data dostępu: 05.05.2019].
28. *Uchodźca, imigrant czy emigrant? Wyjaśniamy pojęcia i obalamy mity*, URL: <https://pl.aleteia.org/2017/01/15/uchodzca-imigrant-czy-emigrant-wyjasniamy-pojecia-i-obalamy-mity/> [data dostępu: 05.05.2019].
29. Wargacki S. A., *Zjawisko paniki moralnej jako wyznacznik granic moralności*. „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Pedagogika” 2009 nr 18.
30. Wieliński B., *Zadziwiająca polityka migracyjna PiS* URL: <http://wyborcza.pl/7,75399,24032575,zadziwiająca-polityka-migracyjna-pis.html> [data dostępu: 05.05.2019].
31. Wojtalik M., *Ilu muzułmanów mieszka w Polsce? Polacy bardzo się mylą*. URL: <https://www.newsweek.pl/polska/ilu-muzulmanow-mieszka-w-polsce-dane-i-wyniki-badan/qd75tr4> [data dostępu: 11.05.2019].
32. Zaborowska J., *Problem migracji uchodźców do Europy przedstawiany w mediach. Pytania, analiza, prognozy*, [w:] Transformacja środowiska międzynarodowego i jego wielowymiarowość, t. 1, Lwów-Olsztyn 2016.
33. Zielińska I., *Media, interes i panika moralna. Nowa kategoria socjologiczna i jej implikacje* „Kultura i społeczeństwo” 2004 nr 4. URL: https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/6060/Zielinsk_KIS%5B1%5D.pdf?sequence=1&isAllowed=y [data dostępu: 11.05.2019].
34. Бергер П., Лукман Т. *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. Москва 1995. [Bierher P., Lukman T. *Sotsialnoie konstruirovaniie riealnosti. Traktat po sotsiologii znaniia*. Moskva 1995].
35. Дзялошинский И. М. *Язык вражды в российских СМИ: социальные, культурные, профессиональные факторы*. Москва 2006. [Dzialoshinskyi Y. M. *Yazyk vrazhdy v rossiiskikh SMI: sotsialnyie, kulturnyie, profiessionalnyie faktory*. Moskva 2006] URL: <http://www.dzyalosh.ru/04-master/metod/ya-zyk-vrajdy-v-smi.doc> [data dostępu: 06.04.2018].
36. Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дж. *Дискурс-анализ. Теория и метод*. Харьков 2008. [Iorhensen M. V., Fyllips L. Dzh. *Diskurs-analiz. Tieoriia i metod*. Kharkov 2008.].