

Iza Desperak

W krzywym zwierciadle - media wobec homoseksualności

Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 3-4, 93-101

2007-2008

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Iza Desperak

W krzywym zwierciadle – media wobec homoseksualności

Słowa kluczowe: homoseksualizm, feminizm, postrzeganie odmienności: obcy – inny, homofonia

Key words: homosexuality, feminism, perception of dissimilarity: alien – other, homophobia

Polskie media są jednym z najbardziej widocznych przykładów dokonującej się w naszym kraju transformacji. Z kilku koncesjonowanych przez państwo i podlegających cenzurze nadawców oraz wydawniczego podziemia wyewoluowały w przebogaty, zróżnicowany patchwork, przeżywając kolejne rewolucje – od formy własności do technologii. Tradycyjne media papierowe, gazety i czasopisma, mimo pojawienia się anonsowanego jako przełomowa technologia informacyjna Internetu, i mimo oszałamiającego rozwoju telewizji, mają się dobrze. Jednocześnie, mimo tych licznych przemian wyznaczonych przez wszechstronną pluralizację, współczesne mass media pozostają – podobnie jak mass media peerelowskie – obojętne wobec zjawiska homoseksualności. Gdy zaś rzadko pojawia się ten temat – to w kontekście sensacji i patologii.

Obojętność peerelowskich mediów wobec homoseksualności była związana, jak pisze Arkadiusz Stanisław Więch¹, z postrzeganiem samego zjawiska i środowiska jako kryminogennego. Autor ten przedstawia też krótką historię przełamywania medialnego tabu na temat homoseksualizmu – od artykułów T. Gorgola w „Życiu Literackim” w 1974 roku i B. Pietkiewicz w „Polityce”, po reportaż M. Szczygła i E. Żychlińskiej w „Na przelaj” w 1986 roku. Tabu zostało przerwane z powodu epidemii AIDS², jednak z tego samego powodu środowiska homoseksualne zaczęły być z nią utożsamiane, co wpłynęło na stereotyp geja. Także telewizja zaczęła się interesować homoseksualistami, lecz, jak stwierdza Jolanta Klimczak-Ziółek, dominowały w niej stereotypowe wyobrażenia o „odmieńcach”, a sami zainteresowani, czyli geje i lesbijki, zapraszani byli przez autorów programów sporadycznie³. Klimczak-Ziółek przedstawia własną, niezwykle obszerną analizę obecności problematyki homoseksualizmu w mediach,

¹ A. S. Więch, *Różowy odcień PRL-u. Zarys badań nad mniejszościami seksualnymi w Polsce Ludowej*, [w:] *Homoseksualizm. Perspektywa interdyscyplinarna*, red. K. Slany, B. Kowalska, M. Śmietana, Kraków, 2005, s. 259.

² Tamże, s. 261.

³ J. Klimczak-Ziółek, *Queer w zwierciadle polskich mediów*, [w:] *Parametry pożądania: kultura odmieńców wobec homofobii*, red. T. Basiuk, D. Ferens, T. Sikora, Kraków 2006, s. 101.

głównie w prasie opiniotwórczej. Analiza ta dowodzi, że homoseksualizm nie jest tak rzadko poruszonym tematem, jak się wydaje. Prezentacje (ilościowo) dotyczą częściej gejów (93%) niż lesbijek (7%), a większość homoseksualnych bohaterów przekazów medialnych mieszka w Europie Zachodniej (78%) i USA (11%)⁴. W analizowanym materiale autorka odnajduje przykłady polaryzacji stanowisk, od akceptacji do negacji. Akceptacja homoseksualizmu przejawia się poprzez:

- akceptację jawnej, publicznej manifestacji lesbijskiej/gejowskiej tożsamości;
- traktowanie homoseksualizmu jako dodatkowego waloru (atutu);
- podważanie stereotypów płci, imputujących wyobrażenia o gejach jako niemęskich i lesbijkach jako niekobiecych;
- przeciwstawianie się negatywnym uprzedzeniom, które homoseksualizm łączą z pedofilią i molestowaniem seksualnym;
- akceptowanie w Kościele księży gejów;
- krytykowanie dyskryminacji dualnej koncepcji homoseksualnych skłonności i czynów;
- akcentowanie konieczności równouprawnienia lesbijek i gejów oraz przeciwdziałania wszelkim formom dyskryminacji osób homoseksualnych.

Negatywny stosunek do homoseksualizmu polega z kolei na traktowaniu go jako:

- czegoś nienormalnego;
- czegoś niemoralnego;
- choroby;
- inwektywy;
- zjawiska generującego pedofilię;
- zachowania wykluczającego ze stanu kapłańskiego;
- mody i towaru na sprzedaż, w nieuprawniony sposób zwiększających szanse lesbijek i gejów w różnych dziedzinach życia;
- narzędzia politycznego, które w ramach praktyk parytetowych przynieść może (zagrożając heteroseksualnej większości) dyskryminację odwrotną (pozytywną);
- zjawiska godzącego w instytucję rodziny;
- nieuzasadnionego powodu do dumy;
- zagrożenia dla heteroseksualnej perspektywy oglądu świata i jego instytucji społecznych⁵.

Wymienione powyżej pozytywne i negatywne konotacje zjawiska homoseksualizmu nie równoważą się; nawet jeśli medialnie staje się ono widoczne, to jego głos nie jest słyszalny, a mniejszość homoseksualna, jak puentuje autorka badania, nie jest widownią spektaklu, ale outsiderem. Nieobecność w mediach lesbijek nazywa Klimczak-Ziółek anihilacją⁶.

⁴ Tamże, s. 197.

⁵ Tamże, s. 105–106.

⁶ Tamże, s. 110–111.

Media współczesne nadal przedstawiają świat przez obiektyw heteronormatywu, postrzegając to, co heteroseksualne, jako uniwersalne i nadrzędne jednocześnie. Geje i lesbijki są niemal nieobecni w mainstreamowym dyskursie, ich sprawy nie są sprawami przeciętnego odbiorcy. Problematyka homoseksualności, o ile pojawia się w mediach, to wyjątkowo i ma posmak sensacji – pojawia się najczęściej w kontekście homofobii. Wprawdzie Marcin Śmietana, analizując obraz homoseksualizmu w Polsce, wymienia kilka tytułów publikacji o innym charakterze, to jednocześnie przywołuje głośną wypowiedź scenarzystki Ilony Łepkowskiej o braku miejsca w przestrzeni telenoweli dla bohatera homoseksualnego⁷. Zjawisko to nazywa ambiwalencją. Ambiwalencję tę widać, gdy porówna się konteksty, w jakich homoseksualizm pojawia się w mediach (autor poddał analizie „Gazetę Wyborczą”). Są to:

- obawy Kościoła wobec „ustawodawstwa moralnego” UE;
- molestowanie seksualne;
- akcje organizacji gejów i lesbijek przeciwko dyskryminacji;
- feminizm, zakwestionowanie tradycyjnych ról płciowych, a nawet zniechęcałość;
- skrajne ugrupowania polityczne w Holandii;
- wyrzuceni poza nawias – bezdomni, bezrobotni, imigranci, Romowie, niepełnosprawni;
- HIV i AIDS;
- nowoczesność, samotność, zagubienie, samobójstwo;
- prostytutka⁸.

Tematy te kojarzone są w Polsce negatywnie. Z jednej strony mamy więc do czynienia z wyraźnie negatywnym wizerunkiem, a z drugiej – z marginalizacją. Analiza Śmietany wykazuje też, że „przychyłość” czy „obiektywizm” wobec homoseksualizmu, przypisywane niekiedy mainstreamowym mediom o nastawieniu liberalnym, naznaczone są ambiwalencją. Nawiasem mówiąc, tę samą ambiwalencję autor odkrył w postawach odbiorców kampanii „Niech nas zobaczą”, której celem było „zburzyć mit, że homoseksualista to przebieraniec na paradzie dumy gejowskiej albo pedofil z Dworca Centralnego”⁹.

Homoseksualność w mediach jest przedstawiana – o ile się to zdarza – w sposób stereotypowy. Zbigniew Lew-Starowicz wyróżnił następujące przekonania składające się na ten stereotyp:

1. Homoseksualizm to przestępstwo.
2. Homoseksualizm jest przeciwny prawom natury.
3. Homoseksualiści poszukują jedynie doznań zmysłowych.
4. Homoseksualiści są źródłem AIDS.
5. Homoseksualiści uwodzą dzieci.

⁷ M. Śmietana, *Wizerunek publiczny homoseksualistów w Polsce*, [w:] *Homoseksualizm. Perspektywa interdyscyplinarna*, s. 266.

⁸ Tamże, s. 268.

⁹ Tamże, s. 273.

6. Homoseksualistów wyróżnia ich wygląd.

7. Homoseksualiści domagają się specjalnych przywilejów¹⁰.

Postawy mediów wobec homoseksualności są bardzo zróżnicowane – od niezgody na dyskryminację, do homofobii w najczystszej postaci. Jednak pomiędzy tymi granicami rozciąga się przestrzeń dyskursu mainstreamowego – i nim chcę się zająć. To tu dominuje właśnie stereotyp, to tu miesza się uprzedzenia z pozornym obiektywizmem. Stereotyp ten po pierwsze kojarzy homoseksualizm z gejami i usuwa w cień lesbijki. Geje przedstawiani są jako odmienicy i zбочeńcy, powszechne jest zestawianie homoseksualizmu z pedofilią. Te szeroko podzielane stereotypowe wyobrażenia są – podobnie jak większość stereotypów – fałszywe¹¹. Mimo to media wciąż do nich najczęściej się odwołują.

Marginalizacja i homofobia lepiej charakteryzują, moim zdaniem, medialny wizerunek homoseksualności w Polsce niż termin „ambiwalencja”. Do tego wniosku prowadzi jakościowa analiza treści mediów nieuznawanych zazwyczaj za posługujące się mową nienawiści¹². Jak zauważył Adam Ostolski, współczesna mowa nienawiści przenosi obiekt nienawiści z tradycyjnego wroga (chodzi o antysemityzm) na mniejszości seksualne. W swym tekście autor ten odnosi się do mediów skrajnie radykalnych, takich jak „Nasz Dziennik”¹³. Natomiast równie ważna jest analiza mediów adresowanych do mniej radykalnego czytelnika. Poświęcają one uwagę homofobii i związanej z nią dyskryminacji gejów i lesbijek. Dzieje się tak najczęściej w kontekście sensacji, bowiem o homofobii i dyskryminacji pisze się z okazji dramatycznych wydarzeń, takich jak parady równości czy marsze tolerancji, lub skandali politycznych, jak nagonka polityków LPR-u na „lobby homoseksualne”. Media starają się zająć obiektywne stanowisko lub nawet otwarcie sprzeciwiają się homofobii i dyskryminacji, powołując się na prawa człowieka i wolności demokratyczne. Pokazując homoseksualistów (gejów i lesbijki) atakowanych przez bojówki Młodzieży Wszechpolskiej czy NOP-u, osłanianych przez kordon policji lub przez policję zatrzymywanych na przykład na Marszu Równości w Poznaniu w 2005 roku, przyczyniają się jednak do umocnienia negatywnego stereotypu mniejszości seksualnych jako środowiska narażonego na patologie. Zwłaszcza materiały wizualne – zdjęcia w gazetach i materiały filmowe – koncentrują się na sensacyjnych obrazach przemocy lub na egzotyce: fantazyjnych fryzurach, barwnych strojach i krzykliwych hasłach. Nawiasem mówiąc, same marsze sprowadzane są, często niezgodnie z intencją organizatorów, do wyda-

¹⁰ Z. Lew-Starowicz, M. Lew-Starowicz, *Homoseksualizm*, Warszawa 1999, [cyt. za:] A. Engel-Bernatowicz, A. Kamińska, *Coming out*, Warszawa [b.d.].

¹¹ A. Engel-Bernatowicz, A. Kamińska, dz. cyt. s. 23–25.

¹² Systematycznej analizie poddałam „Gazetę Wyborczą” i tygodnik „Polityka” od połowy 2003 roku do 2004 roku, uwzględniłam także ważniejsze publikacje z lat późniejszych, które oczekiwały się szerszych komentarzy, np. w Internecie.

¹³ A. Ostolski, *Zydzi, geje i wojna cywilizacji*, „op. cit”, nr 23 (2/2005), [online] <<http://www.opcit.art.pl/cms/index.php?p=text23-01>>, dostęp: 13.10.2006.

rzeń skupiających jedynie osoby homoseksualne. Uczestnicy przedstawiani są jako geje i lesbijki (z wyjątkiem znanych polityków) – i idea marszu sprowadzana jest do pochodu gejów i lesbijek. Pomija się istnienie i rolę środowisk przeciwstawiających się dyskryminacji, co sprawia wrażenie, jakby walka z dyskryminacją była jedynie sprawą gejów i lesbijek – a więc sprawą obcą czytelnikowi czy widzowi, traktowanemu – zgodnie z heteronormatywem – jako domyślnie heteroseksualny. Przypomina to medialny wizerunek manif, demonstracji na rzecz równości kobiet i mężczyzn, które przedstawiane są jako inicjatywa wyłącznie feministek. Dziennikarze nie widzą w tych demonstracjach uczestniczek, które definiują się jako kobiety, nie feministki, i towarzyszących im mężczyzn. Przykładem tak stereotypowego i jednocześnie wykluczającego potraktowania 8-marcowych manifestantów i manifestantek jest Łódź, gdzie obecność mężczyzn jest wyraźna i gdzie stanowią oni zazwyczaj połowę osób demonstrujących w tym dniu. Dziennikarze jednak uparcie skłonni są dostrzegać tam jedynie feministki – na pierwszej łódzkiej manife doszło do swojego rodzaju ocenzurowania udziału mężczyzn: kamerzyści i fotoreporterzy, portretując prowadzącą, „wycinali” młodego mężczyznę trzymającego tubę, przez którą kobieta przemawiała. Orientacja seksualna nie jest tak ewidentnie rozpoznawalna na pierwszy rzut oka jak płeć, toteż relacja z marszu tolerancji lub równości, przypisująca wszystkim uczestnikom orientację homoseksualną, jeszcze mniej razi odbiorców. Organizatorzy manif z reguły nie decydują się na podkreślanie współdziałania mężczyzn, traktując ideę wyzwolenia kobiet jako priorytetową, a 8 marca jako kobiece święto, jedyny dzień, w którym można mówić głośno o prawach kobiet. Przekaz koncentrujący się także na mężczyznach mógłby zostać odebrany jako zawłaszczanie kobiecego święta przez mężczyzn, czyli jego repatriarchalizację¹⁴.

W przypadku środowisk zwalczających homofobię i walczących o tolerancję dla odmienności występują podobne obawy. Strategia przedstawiania się jako osoby nie-homoseksualne jawi się jako niebezpiecznie pokrewna budowaniu wizji heteroseksualnej rodziny jako normy. W dodatku takie strategie nie przynoszą wcale medialnego sukcesu – choć organizująca Marsz Równości w Poznaniu w 2004 roku Iza Kowalczyk była przedstawiana jako odległa od stereotypu „odmieńca” żona i matka¹⁵, marsz był odbierany jako „parada odmienności”. Inną strategią jest nieprecyzowanie orientacji seksualnej, jako prywatnej i nieodnoszącej się do celu demonstracji – jak w przypadku imprez w obronie demokracji, organizowanych w następnym roku pod hasłem „Marsz Równości idzie dalej”. Strategia dyskrecji wynika też ze specyfiki statusu homoseksualności w Polsce. Otóż jako homoseksualne postrzegane są i przedstawiają się w ten sposób osoby, które zdecydowały się na publiczny *coming out* (Izabela Filipiak, Jacek Po-

¹⁴ Obawy te potwierdziły się, gdy manife w 2006 roku oficjalnie współorganizowali feministki, grupa wyraźnie męska.

¹⁵ A. Przybylska, *Iść czy pikietować*, „Gazeta Wyborcza”, wydanie z 20 listopada 2004, s. 3.

niedziałek) oraz działacze organizacji, jak Yga Kostrzewa czy Robert Biedroń. Innych tematów niż *coming out* lub jego wspomnienia czy reperkusje się nie porusza, i próby przełamania tego tabu są nieporadne.

Próbie zarysowania innej perspektywy podjął Jacek Kochanowski¹⁶. Niestety, „Gazeta Wyborcza” spuentowała jego tekst, w którym starał się przybliżyć przeciętnemu czytelnikowi codzienne problemy osób homoseksualnych, jawnie homofobicznym artykułem Zofii Milskiej-Wrzośnińskiej¹⁷, w efekcie pograżając na dobre szanse na jakąkolwiek dyskusję. Paradoksalnie, łagodny w tonie tekst Kochanowskiego, wyjaśniającego powody, dla których rejestracja związków jednopłciowych jest potrzebna, zainicjował nowe zjawisko na łamach uchodzącej za liberalną także w kwestiach obyczajowych i kreującą się na obrońcę wolności obywatelskich „Gazetę Wyborczą”. Redakcja dopuściła do publikacji tekstów ewidentnie homofobicznych obok tekstów prezentujących stanowisko antyhomofobiczne, wyznaczając być może nowy standard dziennikarskiej poprawności, wprowadzającej „na salony” homofobię opakowaną w intelektualne pretensje i podpartą autorytetem specjalisty¹⁸. W ten sposób „Gazeta Wyborcza” dokonała legitymizacji homofobii „oświeconej”¹⁹, dołączając do tygodnika „Wprost”, który już wcześniej taką postawę prezentował na swoich łamach, choć odcieła się wyraźnie od tonu pism określanych jako „brukowe”. Te z kolei, paradoksalnie, potrafią w kontekście sensacyjnym pokazać zjawiska mniej drastyczne niż dyskryminacja – na przykład postać Jacka Pniedziałka, aktora ze znanego serialu, jako wzorcowego geja, bynajmniej nie ofiary dyskryminacji.

Brakuje perspektywy uniwersalnej czy też uniwersalistycznej, której przyjęcie postuluje Kinga Dunin²⁰ – zarówno w odniesieniu do płci, jak i orientacji seksualnej. Perspektywa ta, zamiast dzielić świat społeczny na kobiety i mężczyzn, homo- i heteroseksualistów, ma pozwolić na wspólnotę choćby poglądów jednych i drugich. W ten sposób o prawa kobiet zabiegająby nie tylko kobiety, a prawa gejów i lesbijek byłyby sprawą wszystkich niezależnie od orientacji.

Nie tylko media są odpowiedzialne za istniejący obraz homoseksualizmu. Powszechna stygmatyzacja wszelkiej odmienności, także odmienności orientacji seksualnej, sprawia, że ci, którzy ze stygmatyzacją i wykluczeniem

¹⁶ J. Kochanowski, *Geje nie będą udawać małżeństw*, „Gazeta Wyborcza”, wydanie z 1 sierpnia 2003, s. 10–11.

¹⁷ Z. Milska-Wrzośnińska, *Co wolno gejom*, „Gazeta Wyborcza”, wydanie z 2 sierpnia 2003, s. 15.

¹⁸ Tej pseudodebacie poświęcona jest analiza: I. Desperak, *Homofobia, czyli dwugłos o prawach gejów i lesbijek na łamach „Gazety Wyborczej”*, [w:] *Parametry pożądania: kultura odmieńców...*, s. 113–126.

¹⁹ Termin zaproponowany przez J. Kochanowskiego.

²⁰ *Nie bądźcie tylko lesbijkami. Wywiad z Kingą Dunin*, [w:] *Lesbijki w życiu społeczno-politycznym*, red. M. Chińcz, Płock 2006; K. Dunin, *Dlaczego (nie) jestem feministką*, „Gazeta Wyborcza”, wydanie z 21 maja 2006, [online] <<http://serwisy.gazeta.pl/wyborcza/1,34591,3357975.html>>, dostęp: 22.05.2006.

z powodu odmienności nie zgadzają się, nie autoprezentują się w kategoriach normy, by heteronormatywu choćby poprzez odwoływanie się do niego nie uprawomocnić. Podobnie walczące z patriachatem kobiety unikają autoprezentacji w roli żony i matki – Kinga Dunin na przykład ostro zaprotestowała przeciwko narzuceniu jej takiej medialnej roli przez tygodnik „Polityka”. Z podobnych pobudek ci, którzy nie akceptują antysemityzmu, nie deklarują się jako „prawdziwi Polacy”, by nie firmować własną osobą dyskursu antysemitckiego i mowy nienawiści – dlatego Tadeusz Mazowiecki nie podjął rzuconej przez Lecha Wałęsę rękawicy, nie podjął rywalizacji w dowodzeniu polskości.

Obok marginalizujących i wiktymizujących przekazów, głównie z marszów, pojawiają się z rzadka inne, nie tak sensacyjne obrazy homoseksualności. Ich inspiracją była między innymi wystawa „Niech nas zobaczą”, która, zanim wpisała się w dyskurs walki z homofonią, posłużyła jako pretekst to pokazania gejów i lesbijek jako zwykłych, nieróżniących się od przeciętnego czytelnika obywateli. Ta akcja, z jednej strony, zapoczątkowała budowę takiego właśnie wizerunku. Z drugiej strony, strategia „tacy sami = równi” ma pewne ograniczenia. Przypomina strategię feminizmu równości, która opierała się na minimalizacji różnic w celu uzasadnienia postulatu równości bez względu na płeć. Później ta strategia została zastąpiona przez feminizm różnicy, który głosi postulat równości przy jednoczesnym podkreśleniu różnic²¹. Przekaz typu „tacy sami” świetnie się sprawdził dwa lata temu, gdy gejów i lesbijki trzeba było pokazać przeciętnym zjadaczom chleba, i zrobić to inaczej niż w dominującym, opisanym wyżej wizerunku. Przekaz „tacy sami, tylko inaczej kochają” staje się paradoksalnie legitymacją dyskursu pod hasłem „rób to w domu, po kryjomu” – skoro różnica sprowadza się do alkowy, to pozostawmy to w sferze prywatnej i nie wprowadzajmy orientacji seksualnej do dyskursu publicznego i politycznego. To do tego dyskursu odwoływał się były prezydent Warszawy Lech Kaczyński, zakazując Parady Równości, to do tego argumentu odwołują się „oświeceni homofobowie”, których ośmieliła pseudodebata w „Gazecie Wyborczej”. Jednak pozwalając na oświeconą homofobię, robimy miejsce w przestrzeni publicznej na homofobię jako taką, i dajemy moralne przyzwolenie na wszelką nietolerancję. W efekcie opinie skrajnie homofobiczne, które kiedyś pojawić się mogły co najwyżej wydrapane gwoździem na płocie, dziś nie tylko są normą w ustach liderów politycznych, prawników, profesorów i ludzi władzy, ale stają się normą usankcjonowaną przez władzę polityczną (Lech Kaczyński, który został prezydentem nie stolicy, a kraju) i sądowniczą (poznański sąd uznał, że zrównywanie homoseksualizmu i nekrofilii jest zgodne z normą). Dziś zaczyna się powoli mówić o potrzebie wzbogacenia omawianego tu wizerunku o motyw

²¹ K. Ślęczka, *Feminizm. Ideologie i koncepcje społeczne współczesnego feminizmu*, Katowice 1999, s. 155–210; E. Malinowska, *Feminizm europejski, demokracja parytetowa a polski ruch kobiet: socjologiczna analiza walki o równouprawnienie płci*, Łódź 2000.

różnorodności, pojawia się potrzeba wizji kampanii „różni, ale równi”, co zresztą było hasłem Dni Równości w Poznaniu i które to hasło pojawia się przy różnych okazjach. Skupienie się na strategii „niech nas zobaczą” buduje bowiem wizerunek geja czy lesbijki jako osoby wielkomiejskiej, dobrze ubranej, wykształconej. Ten wizerunek zaczyna być już eksploatowany w marketingu, gdzie geje i lesbijki są takim samym, a może nawet lepszym niż heteroseksualny, targetem, docelowym odbiorcą i konsumentem. Zresztą stereotypowy homoseksualista częściej bywa wyobrażany jako przedstawiciel elit, wolnych zawodów, środowiska artystycznego. Ten hedonistyczny konsument, na którego obecność tolerancja się zwiększa, usuwa w cień osoby, które w tym medialnym konstrukcie się nie mieszczą – starsze, brzydsze, gorzej wykształcone czy biedniejsze. Powieść Michała Witkowskiego *Lubiewo* jest doceniana między innymi za przywrócenie społecznej świadomości postaci „cioty”²². Skupienie działań antidyskryminacyjnych na poprawnych parach, które części społeczeństwa nie kojarzą się z homoseksualizmem, jest wycięciem z medialnej definicji treści „różnościowych”, co zubaża poważnie wizerunek i nie odwołuje się do istoty kultury queer. Kultura ta podważa z jednej strony patriarchalny i heteronormatywny porządek, z drugiej strony jest dla tego porządku rewolucyjną alternatywą. Społeczności homoseksualne tworzą swoje własne przestrzenie – realne i wirtualne. To kluby i portale, niezwykle dynamicznie rozwijające się „następne pokolenie” pierwszych gejowskich pisemek z początku transformacji. Ta bogata przestrzeń różnorodnych zjawisk nie jest dostępna przeciętnemu odbiorcy i nie staje się elementem definicji homoseksualności. Stronniczy przekaz i wykrzywiony wizerunek homoseksualności nie jest więc jedynie skutkiem określonego stosunku dziennikarza, czy strategii redakcji, ale także efektem pewnych planowanych i spontanicznych strategii (lub ich braku) budowy wizerunku przez samych zainteresowanych.

Tak więc obok zjawisk medialnych ewidentnie naganych, jak obecność mowy nienawiści w prawomocnym dyskursie publicznym (za sprawą skrajnych mediów i ugrupowań), co jest przedmiotem wielu analiz, mamy do czynienia z mniej drastycznymi, a równie niekorzystnymi zjawiskami w obrębie mediów uznawanych za liberalne obyczajowo lub nawet przychylnie wobec homoseksualnej mniejszości – nawet z oskarżeniami ich o „promocję lobby homoseksualnego”. Nawet w tym przypadku okazuje się, że osoby homoseksualne są przedmiotem marginalizacji i że wizerunek ich przypomina, przefiltrowane przez heteronormatyw i homofobię, odbicie w krzywym zwierciadle.

²² M. Płaczek, *Poszukiwanie języka i tożsamości kulturowej środowiska LGBT w świetle dyskursu organizacji LGTB, a także utworów literackich z nurtu queer („Lubiewo” oraz „Trzech panów w łóżku nie licząc kota”)*, maszynopis referatu wygłoszonego na konferencji „Homofobia, mizoginia, ciemnogród – burzliwe dzieje kontrowersyjnych ustaw”, która odbyła się na Uniwersytecie Łódzkim 14 i 15 października 2005 (w druku).

Summary

In the false mirror – media about homosexuality

Traditional Polish media like daily newspapers and magazines in spite of the act of appearing a breakthrough information technology – Internet and staggering growth of television – are prosperous.

Simultaneously, despite of all those numerous transformations assigned by versatile plurality, modern mass media are – just like in times of the People's Republic of Poland (PRL) – indifferent in perception of homosexuality phenomenon. If this subject appears in media, it is shown in the context of sensation and pathology.