

Małgorzata Haraszkiewicz-Niewczas

Wizerunek Żyda we współczesnych mediach

Media, Kultura, Społeczeństwo nr 1 (2), 85-94

2007

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.

MAŁGORZATA HARASZKIEWICZ-NIEWCZAS

Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

mharaszkievicz@wshe.lodz.pl

WIZERUNEK ŻYDA WE WSPÓŁCZESNYCH MEDIACH

W świadomości zbiorowej Polaków utrwalony pozostaje stereotypowy, stary wizerunek Żyda, jaki utrwalony został w literaturze – *Wesele*, *Nieboska komedia* itp. Jest to jednostronny obraz Żyda lichwiarza, kupca, karczmarza. Przed II wojną światową Żydzi stanowili część pejzażu polskich miasteczek, wsi. Żydzi żyli w Polsce od wczesnego średniowiecza, a mimo tego stanowili zawsze odrębną grupę, która jako obca budziła ambiwalentne uczucia, podobne do tych, jakie odczuwano podczas kontaktu ze sferą „sacrum” – grozę i zarazem fascynację. Byli przeklęci i wykluczeni ze społeczeństwa, ale jednocześnie święci.

W kulturze chrześcijańskiej to tzw. „sakralny obcy” (Cała 1992: 178), nietykalny w obawie przed wywołaniem apokalipsy. Przypisywano mu wszelkie cechy kojarzone z obcością m.in.: spisek przeciwko narodowi polskiemu, kontakty z diabłem, ludożerstwo. Ustalone przez wieki wartości społeczne, korzystne pojęcie o własnej grupie i ujemne o sąsiadach są zakorzenione w kulturze. Według J. Bystronia powodem ich powielania była niewiedza i niezrozumienie lokalnych zwyczajów przez pierwszych podróżników. Opowieści o deformacjach fizycznych ludzi obcych i dalekich siłą rzeczy muszą ulec zmianie podczas bliższego kontaktu. Wtedy jednak tworzą się pojęcia o ukrytych cechach ludzi obcych, jak np.: czarność, ślepotą, ludożerstwo, czary itp. Wyobrażenia te przechodzą z pokolenia na pokolenie, utwierdzają pogardę i niechęć dla innych grup społecznych (Bystron 1980: 320) Postawa Polaków wobec Żydów, jak każda postawa etniczna, kształtowała się „na zasadzie przeciwstawienia kulturowego, czyli uświadomienia sobie przez daną społeczność własnej odrębności wobec innych” obcych (Kępiński 1990: 18). Wyrażało się to w określeniu różnic obyczajowych, religijnych, społecznych oraz języka. Te stwierdzenia oparte na dualistycznym modelu „swój – obcy” są uogólnionymi formułami, które składają się na stereotyp. Tradycyjny stereotyp Żyda zawiera trzy typy przekonań: pierwszy wiąże się ze sferą religijnych wierzeń, drugi to przeświadczenia natury społeczno-ekonomicznej, ostatni dotyczy

polityki. W XVII w. sam wyraz „żyd” zaczął oznaczać zawód w ogóle. *Słownik języka polskiego* S.B. Lindego jako synonim Żyda podaje lichwiarza, skąpca i zdziercę (Tazbir 1991: 73). Dostyc szybko ukształtował się obraz Żyda – nieuczciwego konkurenta, zdobywającego bogactwo kosztem Polaków – chrześcijan.

Obraz Żyda wiąże się z kwestią społeczną i ekonomiczną. Podczas wszelkich kryzysów gospodarczych Żyd stawał się „kozłem ofiarnym”, którego oskarżano o spowodowanie swoją działalnością ekonomicznego upadku. Wszystkich obcych, a Żydów szczególnie obarczano odpowiedzialnością za wszelkie nieszczęścia, kataklizmy i klęski żywiołowe. Wtedy do głosu dochodziły negatywne wyobrażenia i stawały się przyczyną agresji wobec nich. Na co dzień odczuwano ich obcość nie tylko gospodarczą, także wyznaniową i obyczajową. W Polsce

[...] gwarancją tożsamości narodowej [...] nie są groby przodków, ale przede wszystkim najprostsza i najłatwiejsza [...] ignorancja. Z tej ignorancji rodzą się demony stereotypów, uproszczeń, głupawych, komiksowych obrazków (Stomma 2000: 90).

Stereotyp nie jest dokładnym odbiciem rzeczywistości, lecz subiektywnego świata przekonań danego społeczeństwa, w którym funkcjonuje. Pochodzi z jego etosu wewnętrznego, a sam jest zbiorem sądów zredukowanych do najprostszycy pojęć. Sądy te, zwykle uogólnione, sprowadzone są do podstawowego wartościowania: dobry – zły, swój – obcy. Na stereotyp składają się cechy pozytywne, negatywne oraz obojętne emocjonalnie (Cała 1996: 200). W stereotypie nielubianego narodu przeważają określenia negatywne. Tak jest w przypadku stereotypu Żyda. Nawet zalety zostają tutaj obarczone niechęcią i np.: „mądrość żydowska” (przemądrzałość). Stereotypowe określenia w ogóle można sprowadzić do cech wartościowanych ambiwalentnie. Najczęstsze kontakty Żydów z nie-Żydami dotyczyły handlu. Oceniano go bardzo negatywnie jako zajęcie próżniacze i nieuczciwe, ale szanowano ogromną wiedzę Żydów w tym zakresie i często zwracano się do nich po poradę. Ceniono żydowską rodzinę za jej wewnętrzną spójność. Jako wady wymieniano: tchórzostwo, uchylanie się od służby wojskowej, spryt. Wyśmiewano się z religii, ale akceptowano pobożność, brak skłonności do awantur, mądrość, inteligencję i czystość obyczajów. Model ten pozwalał na odmienne odczytywanie tej samej cechy (raz na plus, innym razem na minus) w zależności od sytuacji.

Wierzenia dotyczące Żydów wskazywały ich miejsce w społeczeństwie, ich rolę oraz określały stosunek do nich reszty ludności. Wymagano od Żydów pewnego typu usług np.: leczenia i określonych zachowań. Wymagania te wynikały właśnie z wyobrażeń społecznych, ukształtowanych przy pomocy czynnika emocjonalnego, opartych na strukturach mitycznego porządku świata (Kępiński 1990: 82). Żydz zawsze byli pewnym symbolem, znakiem, żywym elementem mitu. Jako uosobienie groźnych sił obcości stali się „kozłem ofiarnym” obwinianym o całe zło, zwłaszcza takie, które nie ma widocznych i zrozumiałych przyczyn. Nieliczne pozytywne cechy, jak religijność, wierność, mądrość, inteligencja przywoływane były w celu usprawiedliwienia kontaktów z Żydami. Co prawda podchodzono do nich nie zawsze wrogo, ale koniecznie z dystansem, gdyż w postrzeganiu Żyda jako obcego mieszały się *misterium tremen-*

dum i *misterium fascinosum* – lęk i zachwyty. Lęku było jednak zawsze znacznie więcej.

Czasy II wojny światowej i Holocaust dzisiaj chyba najbardziej determinują stosunki polsko-żydowskie w Polsce. Michael Steinlauf w swojej książce *Pamięć nieprzyswojona. Polska pamięć zagłady* (Steinlauf 2001: 35) przywołuje teorię Roberta Jaya Liftona, która wyjaśnia, w jaki sposób społeczność doświadczająca traumatycznych przeżyć, radzi sobie z tym. Lifton twierdzi, że sytuacja bycia biernym świadkiem czyjejs śmierci z obawy o własne życie blokuje zdolność współodczuwania, a co za tym idzie, taki człowiek nie może później pełnić roli świadka. W psychicznym odrętwieniu, obok buntu przeciwko śmierci, pojawia się gniew, agresja, a tłumienie tych reakcji rodzi kolejne frustracje, nie pozwalając na otrząśnięcie się z koszmaru. Efektem tego procesu w Polsce były, według Steinlaufa, powojenne pogromy i wystąpienia antysyjonistyczne, a jego echa wciąż pobrzmiwają we współczesnym stosunku Polaków do Żydów. Wydaje się, że taki mechanizm rzeczywiście zadziałał w przypadku Polski, jednak należy zdawać sobie sprawę z pewnych komplikacji, na które wskazuje Feliks Tych. Zwraca on uwagę, że tak naprawdę znacząca część polskiego społeczeństwa nie jest do końca świadoma, co wydarzyło się podczas wojny, a samego Holocaustu nie uważa za największą zbrodnię świata (Tych 2000: 17). Świadomi są tego przede wszystkim ludzie wykształceni, także młodzież, dowiadująca się o tym w szkołach. Natomiast pozostali padają ofiarą sposobu traktowania tematyki Holocaustu i w ogóle żydowskiej podczas lat powojennych właśnie przez media, czyli nośniki mające – obok przekazu pokoleniowego i szkoły – największy wpływ na świadomość społeczną. Nałożenie się na siebie stereotypu tradycyjnego, przez który rozumie się przede wszystkim niechęć religijną oraz stereotypu nowoczesnego, czyli wizerunku Żydów bez Żydów, bazujący na przekonaniu o zbyt wielkim wpływie Żydów na różne sfery życia, tworzy dzisiaj występujący także w mediach wizerunek Żyda.

Zwiększająca się ilość publikacji i audycji telewizyjnych oraz radiowych może być po części odpowiedzią na budzenie się z letargu polskiej społeczności, na zwiększające się zainteresowanie judaizmem. Jednocześnie trzeba zauważyć, że to zainteresowanie dotyczy raczej kultury i religii niż historii, co czasami prowadzi do wybiórczego przedstawiania tematu, ponieważ nie da się oddzielić judaizmu od historii Żydów.

Faktem jest, że polskie środki masowego przekazu zamieszczają publikacje na temat Żydów, i to coraz częściej. Jakiego jednak rodzaju są to publikacje? Jaki wizerunek Żyda się z nich wyłania?

Powszechnie istnieje przekonanie o tym, że niektóre media, jak np. „Gazeta Wyborcza”, TVN są prożydowskie, a inne – jak Radio Maryja – antyżydowskie czy wręcz antysemityczne¹. Da się zauważyć również rozróżnienie na Żydów z Izraela oraz Żydów „stąd”, z Polski, czyli tych „naszych”. Ci pierwsi postrzegani są przede wszystkim jako antagoniści Arabów w kontekście konfliktu izraelsko-palestyńskiego. Wizerunek tych drugich ma w sobie wiele cech stereotypowego Żyda, jak chciwość, zakłamanie

¹ Na podstawie ankiety własnej autorki z dn. 28.12.2006 r.

i szczególnie popularne dziś stwierdzenie – działanie na szkodę Polski, używane w kampaniach wyborczych jako równoznacznik zdrady.

Podział na Żydów stąd i tych z Izraela wydaje się być spowodowany różnym stopniem kulturowej obcości tych dwóch społeczeństw, których łączy religia. Jednak to Żydzi z Polski są mimo wszystko bardziej oswojonymi obcymi.

Analizując wizerunek Żyda w mediach, można wyróżnić pięć głównych nurtów tematycznych:

1. Szeroko pojęta kultura żydowska, czyli przedwojenne filmy jidysz nadawane przez TVP Kultura oraz Kino Polska, transmisje Festiwalu Kultury Żydowskiej z Krakowa czy Festiwalu Dialogu Czterech Kultur. Włączyć w to należy także pokazywanie projektów artystycznych mniej lub bardziej inspirowanych kulturą żydowską, jak np. przedstawienie Justyny Steczkowskiej towarzyszące jej płycie „Alkimja” oraz filmy takie jak *Lista Schindlera* czy *Pianista*. Takie programy kształtują wręcz pewną modę na żydowskość, która przejawia się zwiększonym zainteresowaniem kursami języka hebrajskiego i jidysz, pojawianiem się kierunków studiów związanych z judaizmem, jak również bardzo powierzchowną fascynacją tatuażami imion w hebrajskim alfabecie, źle pojętą kabałą, sprowadzoną do noszenia czerwonej nitki jako bransoletki (jak w przypadku ikony muzyki – Madonny) czy wreszcie powszechnym deklarowaniem własnego filosemityzmu.
2. Żydzi jako wyznawcy judaizmu – jednak w komunikatach medialnych nie mówi się tutaj o judaizmie jako religii. Chodzi natomiast o wszelkie notatki, programy wspominające o relacjach Kościoła katolicki – judaizm, o dialogu chrześcijańsko-żydowskim, relacje z wizyty papieża w Polsce, wypowiedzi Kościoła katolickiego o judaizmie, informacje o podróżach do Izraela władz państwa i prezydentów miast, np. prezydenta Łodzi Jerzego Kropiwnickiego. W relacji z wizyty Benedykta XVI w kolońskiej synagodze w sierpniu 2006 roku, autor główny nacisk kładzie na potępienie przez papieża dawnego i współczesnego antysemityzmu, na zapewnienia o kontynuowaniu dialogu z Żydami (*Papież: Żydzi i chrześcijanie powinni...* 2005).
W tych komunikatach najważniejszym przekazem jest aktualny stan stosunków chrześcijańsko-żydowskich oraz podkreślanie, że Żydzi to „starsi bracia w wierze” katolików oraz trzymanie się swoistej poprawności politycznej, czego wyrazem są zapewnienia, że nie ma w Polsce dyskryminacji Żydów, a wszelkie pojawiające się jej przejawy będą zwalczane i są potępiane zarówno przez Kościół katolicki, jak i polskie władze.
3. Kwestie polityczne – Żydzi występują tu w dwojakiej roli – przywoływani jako inwektywa – nazwanie kogoś Żydem lub posądzenie o żydowskie pochodzenie jest równoznaczne z nazwaniem go zdrajcą i wyzyskiwaczem. Drugi nurt to posądzanie samych Żydów o rządzenie krajem, spiski, próby obalenia rządu oraz wszelkiego rodzaju działania na szkodę Polski, stereotyp „żydokomuny”. Przedstawiciele ugrupowań narodowych zauważają, że

Żyd przedwojenny z pejsami, w chałacie, roztaczający woń czosnku, cebuli i śledzi, dobrowolnie zamknięty w żydowskiej dzielnicy, wiecznie filozoficznie rozmodlony i płodzący zrewoltowanych bolszewików, ustąpił miejsca Izraelczykowi żyjącemu w nowym, silnym, świeckim państwie, którego wizerunek to skrzyżowanie Rambo i Chucka Norrisa. Żydzi z narodu prześladowanego i biernego stali się zdobywcami, trzymają za pysk cały region roponośny i jak twierdzą niektórzy – rząd Stanów Zjednoczonych (Kowalski 2006).

Takie informacje pojawiają się w wywiadach z politykami, programach publicystycznych. Osobną kategorią są media prawicowo-katolickie, które do takich opinii dodają jeszcze elementy tradycyjnego stereotypu Żyda bogobójcy. Często podkreślają one rzekome współdziałanie Żydów, gejów i komunistów, jak np. w artykule M. Pabisa dotyczącym amerykańskiej sytuacji politycznej (Pabis 2004). W tej kategorii mieszczą się także informacje o konflikcie izraelsko-palestyńskim, przedstawiające Żydów jako stronę sporu, w okresie bombardowania przez Izrael terenów libańskich, natomiast prawie jednomyślnie jako agresora.

4. Kwestie antyżydowskie „pro”² – pojawiają się w programach, reportażach, artykułach wprost opisujących Holokaust, jak również w relacjach z akcji przeciwko antysemityzmowi, jak „Kolorowa Tolerancja” w Łodzi (zamalowywanie antysemitycznych napisów na murach), w aferach takich jak sprawa ataku na naczelnego rabina Polski – Michaela Schudricha, afery oświęcimskiej z krzyżem czy sprawa zdjęć z imprezy z faszystowskim pozdrowieniem, w których brali udział członkowie Młodzieży Wszechpolskiej. W ten nurt wpisują się też wypowiedzi strony katolickiej na temat dialogu chrześcijańsko-żydowskiego, jak np. wypowiedzi Polskiej Rady Chrześcijań i Żydów.
5. Kwestie antyżydowskie „contra” – to najczęściej informacje mediów narodowościowych, prawicowo-katolickich. Ich treść jest podobna do tych informacji z zakresu „pro”, jednak zdecydowanie różnią się od nich językiem – zaangażowanym, używającym wyrażeń charakterystycznych dla antysemityzmu politycznego z okresu dwudziestolecia międzywojennego. Językowi wypowiedzi na tematy żydowskie przyjrzymy się jeszcze dalej. Do tej kategorii można zaliczyć także broszury i pisma propagandowe organizacji nacjonalistycznych o faszyzujących poglądach.

Publikacje takie zwykle opatrzone są potępiającym lub pochwalającym komentarzem (zależne od medium), zawierającym uzasadnienie swojej postawy. Media donosząc o wydarzeniach z tego zakresu tematycznego zazwyczaj bardziej lub mniej, świadomie lub nie, ale nawiązują do wyimaginowanego konfliktu między Polakami a Żydami. To kolejna pozostałość po tradycyjnym stereotypie Żyda i kulturowym dyferencjalizmie, czyli założeniu istnienia niepokonywalnych różnic kulturowych, religijnych itp. Chociaż dyferencjalizmu kulturowego w takim wydaniu nie można utożsamiać z rasizmem

² Podział na informacje „pro” i „contra” jest podziałem roboczym i nie świadczy o jednoznacznym zaszeregowaniu notatek z zakresu „pro” do popierających Żydów, a tych z zakresu „contra” do wyłącznie antysemitycznych. Podział ma służyć unaocznieniu pewnych istniejących tendencji w sposobie przedstawiania tematów antyżydowskich.

w nordyckim wydaniu, to trzeba zdawać sobie sprawę z niebezpieczeństwa dokonywania uogólnień takiego wizerunku Żydów w mediach.

Trzeba jednocześnie zaznaczyć, że słuszne jest rozróżnienie używane m.in. przez J. Tazbira (1992: 19–20), oddzielające antysemityzm od antyjudaizmu, gdzie antyjudaizm to niechęć do Żydów z powodu obcości ich zwyczajów, religii i konkurencji gospodarczej, powszechny sposób widzenia mniejszości żydowskiej w Polsce. Antysemityzm natomiast pojawił się pod koniec XIX w., kiedy to nastąpiła jakościowa przemiana negatywnej postawy wobec Żydów. Wynikiem erozji religijnego światopoglądu i legitymizacji wrogości wobec Żydów było nowe uzasadnienie, wprowadzono więc pojęcie rasy (Fontette 1992: 8).

Rozróżnienie na antysemityzm i antyjudaizm znajduje także swój wyraz w przedstawianiu wizerunku Żyda przez polskie media. Elementy antysemityzmu pojawiają się w wypowiedziach skrajnych partii narodowościowych i w prawicowej prasie, np. w „Dzienniku Narodowym”. Większość spośród pozostałych informacji mówiących negatywnie o Żydach wpisuje się w nurt antyjudaizmu.

Czy można zatem porównać kreowany przez media wizerunek Żyda ze sposobem postrzegania Żydów przez społeczeństwo? W ankiecie przeprowadzonej przeze mnie w 2003 r. zostało zawarte pytanie o źródła wiedzy o Żydach³. Wybór zestawu źródeł (telewizja, radio, film; rozmowy z rodziną; książki, gazety, czasopisma; rozmowy ze znajomymi; osobisty kontakt z Żydami; szkoła; lekcje religii, to co się słyszy na ten temat w kościele; nie zetknąłem się z informacjami o Żydach; inne źródła) miał na celu odtworzenie podstawowych rodzajów przekazu kulturowego, który wpływa na socjalizację postaw. Wymienione źródła różnią się sposobem komunikacji, medium i miejscem przekazywania informacji (Żbikowski 1996: 65). Respondenci zostali podzieleni na 3 grupy wiekowe: licealiści, ludzi dorośli oraz ludzie po 65 roku życia. Licealiści jako źródło wiedzy o Żydach zakreślali przede wszystkim „telewizję, radio i film” – 29 razy, a także „książki, gazety, czasopisma” – 25 razy. Dodatkowo bardzo często zaznaczając odpowiedź „A”, podkreślali telewizję, która najwyraźniej jest jednym z najważniejszych przekazywaczy kultury wśród licealistów. Książki i prasa znalazły się na drugim miejscu.

W drugiej grupie również najpopularniejszym źródłem informacji były: „telewizja, radio, film” – 31 (74% tej grupy). Co ciekawe, można zatem zastanowić się, jakiej jakości są informacje przekazywane przez media lub w jakim stopniu ta wiedza jest przyswajana. Wydaje się, że w niewielkim, bo przecież istnieją programy mówiące o judaizmie i historii Żydów, jednak w ankiecie nie pytano o rodzaj oglądanych/słuchanych audycji, poza tym poziom i rodzaj informacji też jest bardzo różny, skoro dla przykładu w popularnym kilka lat temu teleturnieju „Va banque” na pytanie o obóz śmierci będący ostatnią stacją Żydów warszawskich żaden z uczestników nie znał

³ Ankieta pt. „Żydzi w Sieradzu” została przeprowadzona wśród 100 losowo wybranych mieszkańców Sieradza w okresie od września 2002 do kwietnia 2003 r.

odpowiedzi. O 1 głos wyprzedzona została odpowiedź „C” – „książki, gazety, czasopisma”, wskazało ją 30 osób (71%).

Grupa trzecia wiedzę o Żydach przede wszystkim czerpała z obserwacji i własnych doświadczeń, dlatego najczęściej padło odpowiedzi „E” („osobisty kontakt z Żydami”). Po 12 i 13 otrzymały „rozmowy z rodziną” oraz „książki, gazety, czasopisma”. Należy dodać, że rozmowy z rodziną były raczej słuchaniem rozmów rodziców w dzieciństwie, a gazety i książki w większości dotyczy wiedzy o Żydach po wojnie, już w dorosłym życiu. Tylko 2 osoby powiedziały, że czytają książki i gazety o Żydach. Najmniej głosów padło na telewizję, radio, film – 6 i chodzi tutaj przeważnie o programy informacyjne, a czerpana z nich wiedza służy do budowania sądów o roli Żydów w polityce.

Tabela 1. Respondenci według płci

Grupa	Liczba kobiet	Liczba mężczyzn
licealiści	26	10
dorośli	27	15
po 65 r.ż.	6	16

Źródło: opracowanie własne

Tabela 2. Źródła wiedzy o Żydach

Źródło	Licealiści			Dorośli			Po 65 r.ż.		
	K	M	Razem	K	M	Razem	K	M	Razem
A. Telewizja, radio, film	22	7	29	21	10	31	–	6	6
B. Rozmowy z rodziną	7	5	12	13	6	19	4	9	13
C. Książki, gazety, czasopisma	20	5	25	21	9	30	4	8	12
D. Rozmowy ze znajomymi	1	2	3	4	3	7	5	5	10
E. Osobisty kontakt z Żydami	–	2	2	–	–	–	5	10	15
F. Szkoła	4	1	5	4	1	5	–	–	–
G. Kościół	9	3	12	6	2	8	–	–	–
H. Nie zetknąłem się z informacjami o Żydach	2	–	2	–	1	1	–	–	–
I. Inne źródła	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Źródło: opracowanie własne

Powstaje pytanie, czy polskie media wywołują swoim sposobem przedstawiania Żydów jakieś uczucia wobec ludności żydowskiej, czy w audycjach i artykułach odnoszą się do istniejącego stereotypu Żyda? Wydaje się, że media prezentują obraz Żyda jako obcego, oddziałujący w pewnym stopniu na faktyczną sytuację mniejszości żydowskiej w Polsce.

Przykładem jest choćby sytuacja z tzw. „afetą oświęcimską”, gdzie zaniechanie przez Telewizję Polską informowania o pełnej historii obozu w Oświęcimiu i przewaga niekomentowanych transmisji ze zbiegowisk organizowanych przez Świtonia w połączeniu z wciąż nikłą wiedzą polskiego społeczeństwa na temat Holokaustu, zaowocowało generowaniem nastrojów antyżydowskich i nakręcaniem spirali antysemityzmu, a nie było rzetelną informacją. Dodatkowo, na zasadzie zwrotnego sprzężenia, takie sytuacje nie budzą sympatii dla Polski, a krytyczne reakcje strony żydowskiej z kolei dalej prowokują.

Media są podstawowym źródłem wiedzy o Żydach, w ogóle spełniają funkcję katalizatora i inicjatora (Butterwegge 1997: 195); z jednej strony tworzą tematy, prezentują argumentację, różne wizerunki Żyda, które potem stają się podstawą społecznego działania. Z drugiej strony, propagują myśli kręgów niezwiązanych bezpośrednio z mediami, spełniając też funkcję katalizatora, mniej inicjatora powstawania wizerunku Żyda – obcego w społeczeństwie. Obie funkcje mają wpływ na osłabienie lub nasilenie konfliktów etnicznych. Wizerunek obcego w mediach kształtują różne cechy ogólne i charakterystyczne – w przypadku Żydów i judaizmu decydujący jest sam fakt odmienności judaizmu od religii chrześcijańskich.

Ważną rolę w kształtowaniu wizerunku Żyda w mediach odgrywa język używany w informacjach dotyczących Żydów i judaizmu. W ramach tego zagadnienia można wyróżnić kilka głównych tendencji:

1. Zatarcie różnicy w zakresach pojęć „Żydzi” i „polityka”, „oszustwo” itp. Słowo „Żyd” oznacza nie tyle wyznawcę judaizmu, co jest określeniem od razu identyfikującym postać oszusta, spiskowca itp. Samo słowo „Żyd” często staje się oderwane od kontekstu narodowego i używane jest do opisu o ujemnym charakterze.
2. Użycie słów-kluczy typu: „koszer”, „interes”, „żydowski” i in. z zakresu tzw. tematyki żydowskiej, które to słowa od razu uruchamiają całą masę stereotypowych (dobrych i złych) skojarzeń.
3. Tendencja do wyrwania z kontekstu zdań, wypowiedzi dotyczących Żydów i judaizmu, także wypaczanie wypowiedzi samych Żydów. Takie zjawisko ma miejsce przede wszystkim w zaangażowanych mediach antysemitycznych.
4. Wyjaśnianie wszelkich procesów polityczno-społecznych za pomocą argumentów natury normatywno-religijnej. Używanie pojęcia „stereotypu spiskowego”, który M. Kofta (za: Ostolski 2005) scharakteryzował jako mechanizm podejrzewania o stosowanie konkretnych metod całej grupy, a nie jednego typowego osobnika. Rzekoma „żydowska” konspiracja przedstawiana jest na dwa sposoby: a) bezpośrednio: Żyd = spisek; b) dla wyjaśnienia jakiegokolwiek problemu na świecie. W tym kontekście żywe jest także pojęcie „etyki talmudycznej”, używane w prasie katolickiej dwudziestolecia międzywojennego. „Etyka” zawiera w sobie zmywy, spiski, lobby żydowskie, relatywizm moralny, materializm, niszczenie polskiej rodziny, moralne i cywilizacyjne zagrożenie, dążenie do celu, posługując się masonerią i komunizmem. Współczesne media prawicowo-katolickie o poglądach antyjudaistycznych

- kontynuują ten rodzaj argumentacji, zastępując nazwę „etyka talmudyczna” – „cywilizacją śmierci”; tego pojęcia używa np.: „Nasz Dziennik” (Ostolski 2005). Przedwojenny antysemitowski język powraca też w kontekście homoseksualistów, którzy może nie przejęli roli głównych winowajców, ale obok Żydów są „wrogiem” moralności. To efekt kulturowego mechanizmu przekazywania gotowych wyobrażeń.
5. Powtarzanie gotowych typów argumentacji odwołujących się do stereotypowych skojarzeń, ma to miejsce zarówno w przekazach o pozytywnym, jak i negatywnym wydźwięku.
 6. Podkreślanie tolerancji, szacunku dla Żyda jako osoby ludzkiej, staranne wypowiedzi mające na celu zachowanie poprawności politycznej. Bywa, że są to deklaracje na poziomie założeń programowych, mające mało wspólnego z rzeczywistością.

Polskie media z jednej strony pokazują Żydów jako spiskowców, a z drugiej widzimy mądrych, inteligentnych żydowskich naukowców, rabinów, noblistów. Każda z tych informacji może prowokować inny rodzaj reakcji – pozytywne lub negatywne. Część społeczeństwa odnajdzie w nich potwierdzenie swoich poglądów. Mimo założenia obiektywności, nie można zaprzeczyć, że media wywołują w społeczeństwie ambiwalentne uczucia wobec Żydów. Z jednej strony pokazują żydowską kulturę, religię, wyjaśniają, edukują, z drugiej jednak strony ciągle zdarza się, że nieprzemysłaną informacją czy skrótem myślowym i operowaniem prostymi skojarzeniami w imię przystępności i przejrzystości informacji stymulują projekcję obcości i zdarza się, że powielają stereotyp Żyda. Mówimy tutaj rzecz jasna o rzetelnych i niezależnych mediach, ponieważ te będące wyrazicielem ideologii partii, stowarzyszenia czy jakiegokolwiek grupy z założenia są stronicze. Najważniejsze jednak, żeby wszelka obcość nie była prezentowana w mediach wyłącznie pejoratywnie i bez refleksji.

Bibliografia

- Butterwegge C. (1997), *Ethnisierungsprozesse, Mediendiskurse und politische Rechtstendenzen*, [w:] Butterwegge C. (red.), *NS-Vergangenheit, Antisemitismus und Nationalismus in Deutschland. Beitrage zur politischen Kultur der Bundesrepublik und zur politischen Bildung*, Nomos, Baden-Baden, s. 172–216.
- Bystron J.S. (1980), *Tematy, które mi odradzano, Pisma etnograficzne rozproszone*, PIW, Warszawa.
- Cała A. (1992), *Wizerunek Żyda w polskiej kulturze ludowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Cała A. (1996), *Autostereotyp i stereotypy narodowe*, [w:] Krzemiński I. (red.), *Czy Polacy są antysemitami?*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Fontette F. de (1992), *Historia antysemityzmu*, Siedmioróg, Wrocław.
- Kępiński A. (1990), *Lech i Moskal. Z dziejów stereotypu*, PWN, Warszawa–Kraków.
- Kowalski M. (2006), *Okiem narodowca. Wreszcie o Żydach!*, źródło: <http://www.podprad.knp.lublin.pl/archiwum-2.php?idg=166&tyt=OKIEM%20NARODOWCA> (dostęp: 20.01.2007).

- Ostolski A. (2005), *Żydzi, geje i wojna cywilizacji*, „(op.cit.)”, nr 23 (2), źródło: http://www.opcit.art.pl/cms/index.php?p=text23_01 (dostęp: 21.01.2007).
- Pabis M. (2004), *Uznać zagrożenie*, „Nasz Dziennik”, 11 lutego.
- Steinlauf M.C. (2001), *Pamięć nieprzyswojona. Polska pamięć zagłady*, Cyklady, Warszawa.
- Stomma L. (2000), *Z plebiscytów nauka*, „Polityka”, nr 4, s. 90.
- Tazbir J. (1991), *Obraz Żyda w opinii polskiej XVI–XVIII w.*, [w:] Tazbir J. (red.), *Mity i stereotypy w dziejach Polski*, PWN, Warszawa.
- Tazbir J. (1992), *Protokoły Mędrców Syjonu. Autentyk czy falsyfikat*, Iskry, Warszawa.
- Tych F. (2000), *Obraz zagłady Żydów w potocznej świadomości historycznej w Polsce*, „Znak”, nr 541.
- Żbikowski A. (1996), *Źródła wiedzy Polaków o Żydach. Socjalizacja postaw*, [w:] Krzemiński I. (red.), *Czy Polacy są antysemitami?*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Materiał redakcyjny, (2005), *Papież: Żydzi i chrześcijanie powinni wspólnie walczyć o lepszy świat*, „Gazeta Wyborcza” (19 sierpnia), źródło: <http://serwisy.gazeta.pl/swiat/1,34239,2875119.html> (dostęp: 21.01.2007).