

---

**МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ НА 21. ВЕК**  
**21<sup>ST</sup> CENTURY MEDIA AND COMMUNICATIONS**  
**4/2020**

---

*Varia*

---

**Вальдемар ЖАК\***

Университет имени Марии Кюри-Склодовской, Люблин, Польша

**МИГРАЦИОННЫЙ КРИЗИС В ЕВРОПЕ В ПОЛЬСКОМ  
МЕИАДИСКУРСЕ: БЕСПОКОЙСТВО, СТРАХ И ГНЕВ**

---

**Waldemar ŻAK**

Maria Curie-Skłodowska University, Lublin, Poland

**THE EUROPEAN MIGRATION CRISIS IN POLISH MEDIA DISCOURSE:  
CONCERN, FEAR AND ANGER**

**Abstract:** 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 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.

**Keywords:** migration crisis, refugee image, Polish mass media, media discourse, anti-refugee narrative, language of persuasion and manipulation, moral panic.

---

\* **Вальдемар Жак** – докторант, Университет имени Марии Кюри-Склодовской, Люблин, Польша; waldemars2018@gmail.com

## 1. Постановка научной проблемы и ее значение

Рост интереса к дискурсу связан со многими существенными изменениями, среди которых наибольшее значение имеет революционное изменение в сфере гуманитарных и общественных наук. В настоящее время в разных отраслях наук публикуется сотни работ, в которых упоминается слово *дискурс*. С уверенностью можно сказать, что в последнее время это одно из самых популярных понятий в гуманитарных науках. Анализ дискурса является междисциплинарным исследованием: он содержит в себе достижения лингвистики, социологии, психологии, семиотики и других наук; объективно показывает, какое значение для разнообразных общественных процессов имеет письменный или устный текст. Поэтому язык в такой трактовке не является пассивным инструментом, а активным фактором, влияющим одновременно как на человека, который старается передать определенные значения (это своеобразное «*при-нуждение*» оратора через конвенции языка: повествовательные структуры, категории и понятия, стили высказывания и. т.д), так и на аудиторию, передавая ей определенные положения и провоцируя к действию. Важно также то, что дискурс, вызывая одновременно разнообразные эмоции – как позитивные, так и негативные, – имеет большое значение для формирования этнической самоидентификации или враждебных действий, направленных против какой-либо группы (Nijakowski).

Понятие *дискурс* означает «передаваемость идеи и воздействие на людей с помощью языка, основанное на социальном положении отправителей и получателей, обусловленное целями и потребностями, состоянием знаний, содержанием и иерархией ценностей, а также общественным контекстом коммуникации и своеобразием коммуникации при посредничестве масс-медиа» (Lisowska-Magdziejczak 2006: 9). Средства массовой информации (СМИ) выступают в качестве посредника, с помощью которого современное общество описывает себя и свой мир. В медиадискурсе можно наблюдать периодическое возбуждение атмосферы повышенного общественного беспокойства и концентрации медийного внимания на событиях, которые определяются как существенные общественные проблемы. Используя укоренившиеся в обществе страхи, группы по интересам зачастую управляют общественным мнением. Проблема становится полем для конфликтов на фоне миропонимания и случайного указания на общественного врага, ответственного за нарушение миропорядка.

Дискурс является не только формой использования языка, но также коммуникационным событием. Люди употребляют язык, чтобы передавать разные идеи и убеждения, но делают это в конкретных общественных ситуациях, участвуя в формировании общественной реальности (Analiza dyskursu politycznego. 2018: 15).

## 2. Анализ исследования этой проблемы

Как мы видим, представления о сообществе иммигрантов как об «*угрозе*» и «*опасности*» часто являются сконструированными. Ведущая роль в этом процессе, очевидно, принадлежит средствам массовой информации, ведь «то, что мы знаем о нашем обществе и даже о мире, в котором живем, мы знаем благодаря СМИ. Среди тем, которые доминировали в медиадискурсе, важное место занимал миграционный кризис в Европе в 2015 году. Исследователи неоднократно рассматривали анализ дискурса, касающегося иммигрантов, описывая традиционные мотивы и риторические схемы в польских масс-медиа. Эти выводы касались одновременно как польских мигрантов, так и иностранцев, которые прибывали в Польшу (напр., исследования Александры Гжималы-Казловской, Ольги Рихтер, Агнешки Лады)» (Andrejuk). «Миграционный кризис в Польше – это кризис общего миропонимания, который во многом возникает из беспокойств и страхов, чем из рациональной калькуляции выгоды и средств, связанных с наплывом иммигрантов из Ближнего Востока и Африки» – утверждает доктор Варшавского университета Михал Билевич. Его источниками, по мнению исследователя, являются личный контакт с иностранцами (или его отсутствие) и информация средств массовой информации и лидеров общественного мнения. Следовательно то, каким способом СМИ передают информацию об иммигрантах, в значительной мере способствует влиянию на мнение поляков от-

носителю иммигрантов (*Kryzys uchodźczy w polskich...*). Вместе с тем, по мнению многих польских авторов, занимавшихся данной тематикой (Томаш Лышак, Менчислав Рыба, Павел Лисицки, Зигмунд Бауман, Лена Коларска-Бобиньска), страх перед иммигрантами в полной мере обоснован (Lendzion 2018). Миграционный кризис являлся драматическим событием, которое для всей Европы представляло собой гуманитарный, общественный и политический вызов (Kingsley 2017). В Польше тема иммигрантов была доминирующей в СМИ и порталах соцсетей, она рассматривалась в медиадискурсе непропорционально и односторонне (Dobija 2018; Kotras 2016; *Kryzys uchodźczy w polskich...*; Łodziński 2017; Strupiechowska 2018; Trojanowska 2017; Zaborowska 2016). Подчинение данной темы интересам отдельных политических партий способствовало тому, что дискурс приобрел специфические признаки. Умелое использование миграционного кризиса в Европе со всей определенностью не способствовало рациональному размышлению, а стало скорее очагом роста эмоций, которые часто основывались на фальшивых данных, полученных из недостоверной информации, размещенной в прессе (Sekiera 2017: 67–68).

### 3. Цель и задачи статьи

Цель исследования состояла в том, чтобы описать и проанализировать язык, используемый в польской прессе и онлайн-изданиях, касающихся проблемы миграции. Миграционный кризис 2015 года в Европе и сопровождающая его медийная паника резко изменили доминирующий образ иммигрантов среди поляков из стабильно позитивного на крайне негативный. В ходе анализа мы уделили внимание характерным примерам (казусам): стереотипным, ложным, нелепым способам представления миграционного кризиса в Европе, а также созданию «*нового образа*» иммигрантов в контексте польского медиадискурса. Анализ «ключевых моментов» медиадискурса позволил воссоздать конструирование через СМИ всеобщего страха вокруг темы миграционного кризиса и указать на определенную форму его нерациональности, характерной для моральной паники. В исследовании были поставлены следующие задачи: 1) Какое определение иммигранта функционирует в польском медиадискурсе? 2) Какой образ иммигранта возникает из высказываний польских политиков в СМИ и дискуссии на интернет-форумах; в чем сходства и различия в интерпретации образа иммигранта? В нескольких конкретных случаях мы проанализировали иллюстрации, особенно на обложках польских журналов (*“Polityka”*, *“wSieci”*, *“Do rzeczy”*, *“Super Ekspres”*), и вводную часть корпуса размещенных текстов.

### 4. Изложение основного материала и обоснование полученных результатов исследования

В Польше мусульмане составляют религиозное меньшинство. Согласно переписи населения, проведенной в 2011 г., ислам как религию задекларировали 5100 человек (0,013 % населения Польши). Однако кроме татар, которые проживают в Польше с давних веков, в страну приезжает все больше сторонников Аллаха не только из Ближнего Востока, но также из Африки. Из сравнительных данных, которыми пользуется исследовательский Институт Ipsos MORI (данные были собраны с помощью исследовательского центра Pew Research Center), следует, что процент мусульман в Польше составляет менее 0,1 % (то есть менее 38 тыс. человек) (Wojtalik).

Эффектом появления последующих волн медийной паники вокруг иммигрантов являлась поляризация общественного мнения европейских обществ, которая углубилась в вопросе принятия и/или непринятия иммигрантов. Эта поляризация опиралась на два антагонистичных образа иммигранта: сочувствующий и стереотипно-негативный. Весьма большое количество мигрантов, прибывших в Европу, не только показало организационную и политическую несогласованность европейских государств в помощи друг другу в кризисной ситуации, но и создало явные предпосылки к общественному нежеланию в принятии мигрантов. В публичном дискурсе начала доминировать перспектива «*мигранты как проблема*», а не «*мигранты как шанс*», что связывалось также с изменением отношения европейских обществ к приез-

жим из Ближнего Востока и Африки. Указанная проблематика многократно исполняла роль пугала, используемого в предвыборный период, где таким образом изображались угрозы, связанные с функционированием европейских обществ (Kotras 2016).

Первый нарратив использовал милитарную риторику, сравнивая миграционный кризис с катастрофой и болезнями, с покушением на суверенитет Польши, применяя неполиткорректные эпитеты («варвары», «дикая орда» и т.п.), и в то же время ссылаясь на недальновидную миграционную политику и «неуравновешенность» самой Европы. Иммигрантов описывали почти исключительно через призму якобы огромного отличия, которое проявляется особенно в склонности к применению насилия, прежде всего – сексуального. Исламу необоснованно приписывали грубость, желание воцарения над европейской цивилизацией. Иммигрантов представляли как ленивых людей, избегающих работы, использующих социальную защиту (Sydow). Мусульмане фигурировали как «агрессоры», «захватчики», «молодые мужчины со смуглой кожей», «мусульмане», «сторонники ислама», «люди, угрожающие нашей культуре», «фальшивые мученики», которые угрожают настоящим «штормом» европейской цивилизации, но также используют и иную форму борьбы – преимущество в деторождаемости. В представленном масс-медиа взгляде Польша исполняла особенную роль – миссию защиты христианской Европы.

Кроме милитарной риторики, выступали сравнения миграционного кризиса с природными катастрофами, со стихиями, с неминуемой угрозой, которые общество не в состоянии сдержать. Дефиниция «*волна/потоп иммигрантов*», широко распространенная в СМИ, применялась на протяжении нескольких месяцев в медиапространстве, стала интерпретироваться как способ описания иммигрантов, прибывающих из Африки в Европу. Следующим характерным признаком ксенофобского нарратива стало именование политических элит Запада «*психически неуравновешенными*», пораженными вирусом «*multi-kulti*». В СМИ отмечалось, как «охваченная безумием» Европа «решила совершить самоубийство», к которому неминуемо должно привести принятие сотен тысяч эмигрантов из Ближнего Востока и Африки. Существенным нарративом в правой прессе и на интернет-порталах было также указание на внешнее давление на Польшу с тем, чтобы она активно участвовала в разрешении миграционного кризиса в Европе (Patzner).

Как пишет профессор антропологии Стэнфордского университета Лиза Малкки, которая подробно исследовала мигрантские лагеря, иммигранты представляются там как масса, как «*море человеческой бедности*» – мы видим море голов и рук, в этом нарративе отсутствует история индивида, личности. Мы забываем, что отдельные личности имеют свою историю, свое собственное имя, откуда-то происходят. Они становятся объектом изучения, помощи и управления со стороны учреждений и экспертов. Идеальный иммигрант, как описывает его автор, является жертвой: по нему сразу видно, какой дорогой он шел, он истощен, не одет, искалечен. В тот момент, когда иммигрант получает определенную независимость и начинает активно действовать, чтобы подправить свое положение, – например, найдя работу или осуществляя общественную деятельность, – он сразу становится «плохим иммигрантом» (Patzner).

Другой проблемой, многократно описанной исследователями, занимающимися вопросами миграции, является отождествление иммигрантов с тем, что о них говорят. Именно язык оказывается ключевым инструментом, так как он создает общественную реальность, являясь объективным инструментом описания: употребление определенных слов и выражений в тексте никогда не остается без внимания.

Термин *моральная паника* в научных работах появился впервые в статье британского социолога Джека Янга в 1971 г., в книге “*Images of Deviance*” под редакцией его коллеги Стэнли Коэна. Предметом исследования Янга было девиантное поведение и влияние СМИ, пытающихся «захватить общественное воображение». По мнению Янга, СМИ могут очень быстро и эффективно разжечь повсеместное возмущение и вызвать то, что можно назвать моральной паникой, касающейся определенного вида девиации (Wargacki 2009).

Польский социолог Януш Марианьски отмечает, что масс-медиа не только описывают этот мир, но и в некоторой степени создают его, не только поставляют информацию и развлечения, но также формируют взгляды, стремления, мнения, ценности и тому подобное. Польский педагог и социолог Эльжбета Чиквин называет моральную панику не иначе как *медийной паникой*, которая всегда имеет моральный характер и вызывает публичное осуждение, а провокация медийной паники является единственным из наиболее эффективных способов привлечения и удерживания внимания зрителей (Wargacki 2009).

Появление вокруг миграционного кризиса моральной паники, а впоследствии и атмосферы повышенного беспокойства было бы невозможным без участия двух факторов – существования фактической угрозы и укоренившихся в обществе беспокойства и страха, которые паника безусловно стимулирует. Можно отметить, что наибольшее влияние на общественные настроения и уровень общественного страха имеют медийные интерпретации, применяемые СМИ, близким взглядам получателя. Медийные новости, касающиеся иммигрантов, являются примером убеждающего дискурса, к которому индивиды могут обратиться с целью поиска своих ценностей по отношению к другим группам (Strupiechowska 2018). Примерами такой моральной паники в медиадискурсе ранее в Польше были дискуссии, касающиеся евросиротства (Kozak 2010) и гомофобского дискурса (Raport o homofobicznej mowie... 2009). Важным элементом данного явления является участие СМИ, потому что в них проходит большая часть дискуссий – без медиа-площадки моральная паника не имела бы шансов для развития. В Европе страх перед иммигрантами распространялся прежде всего с помощью новых масс-медиа, но традиционные СМИ также принимали непосредственное участие в этом процессе.

Исследования моральной паники указывают на значительную роль СМИ в процессе возникновения данного явления. В общественном мнении по отношению к СМИ формулируется постулат правдивости и действия в интересе получателя сообщений. Им свойственны следующие функции: интервенционная, информационная, дидактическая и контрольная. Вместе с распространением восприятия СМИ как *«четвертой власти»* их манипуляционный потенциал укрепляется. Они могут эффективно управлять информацией, в т.ч. через ее фильтрование, согласно принятому миропониманию или просто при поддержке групп влияния в области политики и бизнеса.

Одним из наиболее явных признаков моральной паники является то, что почти всегда она появляется во время социальных кризисов, системных трансформаций или разного вида драматических изменений, затрагивающих разные сферы общественной жизни.

В публикациях чаще всего цитируется определение британского социолога Стэнлея Козна: «Время от времени общества становятся объектом моральной паники. Состояние, эпизод, человек или группа людей определяются как угроза социальным ценностям и интересам; сущность этой угрозы представляется в СМИ стилизованным и стереотипным способом, редакторы, епископы и политики воздвигают моральные баррикады, пользующиеся авторитетом в обществе эксперты диагностируют ситуацию и предлагают способы действия, [...] после чего исходное состояние исчезает или ослабевает и становится менее заметным» (Zielińska 2004).

Для понимания сути проблемы стоит проследить за первыми этапами медийной паники вокруг иммигрантов, чтобы определить главные составные элементы нового – негативного – образа иммигрантов в Польше. Всего выделяется пять этапов паники:

- 1) выявление новой ситуации и определение врагов общества;
- 2) обозначение (преувеличение, деформированность, символизация);
- 3) резкий рост беспокойства;
- 4) активизация авторитетов, моральный крестовый поход;
- 5) редукция общественного напряжения.

Для анализа был выбран период избирательной кампании в Сейм Польши в августе-сентябре 2015 г., когда на обложках правых журналов читателей постоянно пугали следующими заголовками: «*«Это захватчики, а не беженцы»*» (“*Do rzeczy*”); «*Исламское насилие в Европе*» (“*wSieci*”) (Рисунок 1.); «*Приходят!*» (“*wSieci*”); «*Ева Конач устроит нам: ад по приказу Берлина*» (“*wSieci*”); «*Новые поляки?*» (“*Polityka*”); «*Нас волнуют беженцы?*» (“*Polityka*”) (Рисунок

2.); «90 тысяч арабов зальют Польшу» (“*Super Ekspres*”). Таким образом, априори создавался негативный образ иммигрантов, которые получали конкретные этнические, культурные и религиозные черты. Из лингвистических исследований интернет-форумов и комментариев под статьями в сервисах *Gazeta.pl*, *Fronda.pl*, *Krytykapolityczna.pl*, *wSieci.pl*, проведенных специалистом волонтерского центра Варшавского университета Катажиной Кухарской, следует, что доминирующий язык, который описывает иммигрантов, независимо от профиля журнала, дегуманизирует и обезличивает данных людей. Чаще всего мы видим их как членов неопределенной группы лиц: «волной», «этой толпой», «такими группами», «наплывающей массой людей», «требующими и кричащими», «диким племенем» (*Uchodźca, imigrant czy...*).



Рисунок 1. Обложки еженедельников “wSieci” от 13.02.2016 г. и “Do rzeczy” от 14.–20.09.2015 г., касающиеся проблематики иммигрантов



Рисунок 2. Обложки еженедельника “Polityka” от 16.09.2015 г. и от 23.09.2015 г. касающиеся проблематики иммигрантов

Следующей причиной негативного отношения к иммигрантам являются существующие в обществе стереотипы, касающиеся разных групп. Предубеждения по отношению к иностранцам возникают непосредственно из дихотомического видения мира, разделенного на «Своих» и «Чужих». Негативные стереотипы возникают чаще всего из-за нехватки знаний и опыта контакта с данной группой, например, с иммигрантами-мусульманами. Это, в свою очередь, рождает необоснованный страх, который может привести к непониманию, злости и гневу по отношению к иммигрантам.

За конструирование «нового образа» иммигранта в Польше в 2015 году в значительной степени отвечала глобально-местная динамика моральной паники и ее политико-медийная инфраструктура, особенно в период предвыборной кампании и противоборства между ведущими политическими партиями Польши: «Право и Справедливость» (Prawo i Sprawiedliwość, PiS) и «Гражданская платформа» (Platforma Obywatelska, PO). Во время избирательной кампании партия «Право и Справедливость» умело использовала ситуацию и начала пугать поляков иммигрантами. Шла даже речь о мусульманском вторжении, о терроризме. Председатель партии Ярослав Качиньский предостерегал поляков от эпидемий, потому что иммигранты могут быть переносчиками паразитов и болезней. Правительство победившей партии «Право и Справедливость» окончательно решило, что не будет следовать обязательствам своих предшественников и не примет никого в свою страну. За основу были приняты антииммигрантская риторика в масс-медиа и внушение избирателям, что Польша – это христианская крепость в окружении мусульман, что она остается неприступной для них до настоящего момента (Wielński). Создающая моральную панику процедура «рисования страшного дьявола» в СМИ оказалась исключительно простой в польских реалиях – в ситуации этнически однородного общества и нехватки личных контактов с иностранцами легко было возбудить страх и гнев по отношению к чужакам. В последующем освещение в СМИ данного образа, возбуждающего эмоцию страха, влияло на интерпретацию данного явления и тем самым эффективно создало рост антииммигрантских настроений в польском обществе.

Известный социолог и философ Зигмунд Бауман в своей книге «Чужой у наших дверей» (*“Obcy u naszych drzwi”*) рассматривает проблематику анализа современной ситуации иммигрантов и миграции, обращая особое внимание на медийный и политический контекст этих явлений. Согласно автору, проблемы, которые создает нынешний миграционный кризис, основаны главным образом на миграционной панике, которая является наиболее сложной и противоречивой категорией. В этом случае категорический императив находится в непосредственном конфликте с опасением перед большой неизвестностью, которую олицетворяют массы чужаков, стоящие у ворот. Импульсивный страх, который вызывается чужими, несущими с собой неизвестные угрозы, входит в противоречие с этическим импульсом, который появляется тогда, когда мы видим человеческое несчастье. Редко когда нравственность становится перед более трудным вызовом, как тогда, когда старается подчинить волю своим требованиям. Редко когда воля должна примириться с более тяжелым заданием, как тогда, когда хочет остаться глухой к вызовам нравственности (Bauman 2016: 108).

## 5. Выводы и перспективы дальнейшего исследования

В последние годы Европа столкнулась с самым масштабным миграционным кризисом с конца Второй мировой войны. В 2015 году европейский миграционный кризис возник в значительной степени из-за необдуманной миграционной политики Европейского союза за последние несколько лет и из-за растущей волны ксенофобии в европейских обществах. Опасение за своих граждан, национальный дискурс и ксенофобия становились, к сожалению, элементами создания сообществ. Целью государства являлось определение противника и в то же время удерживание его на расстоянии – территориальном и идеологическом, то есть расширенный нарратив о «других», угрожающих нашей идентичности, которую, собственно, такое отрицание и поддерживает. Миграционный кризис обнажил слабость польского национального сообщества, поскольку потребность дискурса защиты обособленности и суверенитета в данном случае не свидетельствовала о необходимости его применения в медиапространстве. Журналисты, хотя и представляли разные польские издания (*“Polityka”*, *“wSieci”*, *“Do rzeczy”*, *“Super Ekspres”*), применяли схожие ключевые слова и метафоры, несущие в себе многочисленные клише и упрощения, действующие на воображение и эмоции читателей. Стоит признать, что наиболее радикальная модель нарратива об иммигрантах была свойственна еженедельникам *“wSieci”*, *“Do rzeczy”*. Антиисламизм применялся в форме языка страха, ненависти и гнева. Моральная паника возникла в результате повышенной заинтересованности медийной

темой, которая была непропорциональна фактической угрозе, повлияла в значительной мере на общественные настроения, создала волну общественного страха и в то же время указала на их нерациональность. В этом случае при возникновении моральной паники, касающейся миграционного кризиса в Европе, в польском публичном и медийном дискурсе подчеркивалась потребность охраны национальной безопасности граждан, а также важных для поляков общественных ценностей: веры и семьи.

Перспективным является дальнейшее исследование методом анализа медиадискурса на примере рассмотрения миграционного кризиса в Европе, который представлен в польской политической прессе (*“Newsweek Polska”*, *“Wprost”*) и на ведущих польских телеканалах (TVP, TVN, Polsat), подробно освещавших проблематику миграционного кризиса в Европе в 2015–2016 гг.

#### ЛИТЕРАТУРА//BIBLIOGRAPHY

**Analiza dyskursu politycznego 2018:** Analiza dyskursu politycznego: teoria, zastosowanie, granice naukowości. M. Brzezińska, P. Burgoński, M. Gierycz Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego.

**Andrejuk:** Andrejuk, K. Mobilni Europejczycy czy powracający patrioci? Dyskurs o migrantach powrotnych w internetowych serwisach informacyjnych. [W:] Młoda polska emigracja w UE jako przedmiot badań psychologicznych, socjologicznych i kulturowych EuroEmigranci.PL, Kraków 23–24.IX.2013. r <http://euroemigranci.pl/dokumenty/pokonferencyjna/Andrejuk.pdf> (data dostępu : 08.05.2019)

**Bauman 2016:** Bauman, Z. *Obcy u naszych drzwi*, Warszawa: PWN.

**Cekiera 2017:** 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: Wydawnictwo Warto.

**Dobija 2018:** Dobija, P. Wizerunek uchodźców w mediach: analiza zabiegów manipulacyjnych na przykładzie tygodników wSieci oraz Polityka i serwisów internetowych w Polityce.pl oraz krytykapolityczna.pl [W:] *Oblicza komunikacji : polityka, instytucje publiczne, biznes.* – Bielsko-Biała: Wydawnictwo Naukowe Akademii Techniczno-Humanistycznej.

**Kingsley 2017:** Kingsley, P. *Nowa odyseja. Opowieść o kryzysie uchodźczym w Europie*, tłum. A. Paszkowska, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.

**Kotas 2016:** Kotras, M. Problem migracji na okładkach polskich tygodników: opinii interdyscyplinarne “Studia Społeczne” nr 2. [https://www.uns.lodz.pl/sites/default/files/czasopismo/nr2/005\\_marcin\\_kotras\\_problemy\\_migracji\\_na\\_okladkach\\_polskich.pdf](https://www.uns.lodz.pl/sites/default/files/czasopismo/nr2/005_marcin_kotras_problemy_migracji_na_okladkach_polskich.pdf) (data dostępu :11.05.2019)

**Kozak 2010:** Kozak, S. *Patologia eurosieroctwa w Polsce : skutki migracji zarobkowej dla dzieci i ich rodzin*. Warszawa : Difin.

**Kryzys uchodźczy w polskich...:** Kryzys uchodźczy w polskich mediach: niechęć, lęk i wiktymizacja. <https://pl.ejo-online.eu/etyka-dziennikarska/kryzys-uchodzczy-w-polskich-mediach-niechec-lek-wiktymizacja> (data dostępu : 05.05.2019)

**Lendzion 2018:** Lendzion, J. Wychować czytelnika! (Nie)bezpieczeństwo kulturowe Polski w narracji wybranych periodyków “Multicultural Studies” nr 1. 81–99.

**Lisowska-Magdziarz 2006:** Lisowska-Magdziarz M. *Analiza tekstu w dyskursie medialnym* – Kraków : Wydawnictwo UJ.

**Łodziński 2015:** 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: Wydawnictwo Naukowe UKSW.

**Nijkowski:** Nijkowski L. M. Analiza dyskursu na temat mniejszości narodowych i etnicznych w polskich mediach. *Ośrodek Racjonalistyczno-Sceptyczny im. de Voltaire’a “Racjonalista”*. <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4820> (data dostępu: 12.12.2019)

**Patzer:** Patzer, H. Wzrost ksenofobii w Polsce w obliczu napływu uchodźców do Europy. Próba analizy <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)

**Raport o homofobicznej mowie...2009:** Raport o homofobicznej mowie nienawiści w Polsce. Redakcja Greg Czarnecki Warszawa: Kampania Przeciw Homofobii [https://www.kph.org.pl/publikacje/homofobiczna\\_mowa\\_nienawisci.pdf](https://www.kph.org.pl/publikacje/homofobiczna_mowa_nienawisci.pdf) (data dostępu :12.12.2019)



**Strupiechowska 2018:** Strupiechowska, M. Media jako katalizator społecznych lęków. Przypadek paniki moralnej "Media i społeczeństwo" nr 8. <http://www.mediaispoleczenstwo.ath.bielsko.pl/art/08/10-Strupiechowska.pdf> (data dostępu :12.05.2019)

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

**Trojanowska 2017:** Trojanowska, M. Zderzenie cywilizacji — skuteczna propaganda czy strach? Stosunek polskich internautów do islamskich uchodźców „Roczniki Kulturoznawcze” 2017 Vol 8, nr 3. <http://czasopisma.tnkul.pl/index.php/rkult/article/view/7051/7148>

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

**Wargacki 2009:** Wargacki, S. Zjawisko paniki moralnej jako wyznacznik granic moralności "Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie" Seria: Pedagogika, z. XVIII <http://dlibra.bg.ajd.czyst.pl:8080/Content/2753/7.pdf> (data dostępu :12.05.2019)

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

**Wojtalik:** Wojtalik, M. Ilu muzułmanów mieszka w Polsce? Polacy bardzo się mylą <https://www.new-sweek.pl/polska/ilu-muzulmanow-mieszka-w-polsce-dane-i-wyniki-badan/qd75tr4> (data dostępu :11.05.2019)

**Zaborowska 2016:** Zaborowska, J. Problem migracji uchodźców do Europy przedstawiany w mediach. Pytania, analiza, prognozy, [W:] Transformacja środowiska międzynarodowego i jego wielowymiarowość, t. 1, Lwów-Olsztyn : Lwowski Uniwersytet Narodowy im. Iwana Franki

**Zielińska 2004:** Zielińska, I. Media, interes i panika moralna. Nowa kategoria socjologiczna i jej implikacje "Kultura i społeczeństwo" nr 4. [https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/6060/Zielinsk\\_KI-S%5B1%5D.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/6060/Zielinsk_KI-S%5B1%5D.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (data dostępu :11.05.2019)