



| |
|--|
| Złożenie pracy online: 2015-07-17 23:16:43 Kod pracy: 13013 |
|--|

Maria Popiela
(nr albumu: 20302*Z/SUM)

Praca magisterska

Stereotyp Roma w memach internetowych

Stereotype image of the Romany in Internet memes

Wydział: Nauk Społecznych i Informatyki
Kierunek: Zarządzanie
Specjalność: promocja i techniki sprzedaży
Promotor: dr hab. Jadwiga Lizak

Streszczenie

Tematyka pracy dyplomowej skupia się na analizie stereotypu Roma zawartego w memach internetowych. Memy internetowe, jako nowe i niezwykle popularne narzędzie komunikacji zapośredniczonej elektronicznie, umożliwiły, w zwięzłej formie, przekazywanie różnorodnych treści, w tym również stereotypów. Dlatego też za główny cel pracy przyjęto poznanie stereotypu Roma przekazywanego za pośrednictwem memów internetowych. Próbę badawczą, wyłonioną na podstawie doboru celowego, stanowiło 16 pojedynczych, reprezentatywnych memów, znajdujących się na stronach Demotywatory.pl, Kwejk.pl oraz Fabrykamemów.pl. Zastosowana niereaktywna metoda – analiza treści, umożliwiła przedstawienie stereotypowego wizerunku Roma funkcjonującego w nowym przekazie medialnym. Zrodzony w Średniowieczu negatywny stereotyp Roma – złodzieja, oszusta, lenia i brudasa znajduje swoje odzwierciedlenie na płaszczyźnie obrazkowych memów internetowych. Internauci za pośrednictwem memów powielają rozpowszechnione w naszym społeczeństwie stereotypy na temat Romów, a także kreują nowy wizerunek Romów. W charakterystyce romskiej mniejszości dominują epitety o zabarwieniu pejoratywnym oraz językowe mechanizmy żartu, ironii i sarkazmu. Przeprowadzona analiza materiału badawczego pozwoliła na wyciągnięcie ważnych, ale niepokojących wniosków – treści przekazywane za pomocą memów internetowych należy uznać za „mowę nienawiści” skierowaną wobec romskiej mniejszości etnicznej.

Słowa kluczowe

stereotyp, Rom, mniejszość etniczna, memy, Internet, analiza treści

Abstract

The diploma thesis is devoted to the analysis the Romany's stereotype in Internet memes. Internet memes, as a new and very popular tool for electronically mediated communication, enabled, in concise form, transmission a variety of content, including stereotypes. Therefore, the main objective of the work assumed to know the stereotype of the Romany transmitted via the Internet memes. The sample was chosen through a deliberate selection, accounted for 16 single, representative of memes, located on the sides of Demotywatory.pl, Kwejk.pl and Fabrykamemów.pl. The content analysis allowed for revealing the stereotype image of the Romany. The results put the Romani minority in the bad light. The negative stereotype of the Romany, which came into being in the Middle Ages, is reflected at the level of internet memes picture. In the Internet memes, the negative Romany's stereotype dominates, and the Romany is represented as thief, swindler, idler and scruff. Internet users, through memes, replicate prevalent in our society stereotypes about the Romany, as well as create new image of the Romany. In Romany's profile prevail pejorative epithets and linguistic mechanisms such as: joke, irony and sarcasm. The analysis of the research material allowed to draw important, but disturbing conclusions – the content transmitted via the Internet memes should be regarded as "hate speech" directed against the Romani ethnic minority.

Keywords

stereotype, Romany, ethnic minority, memes, Internet, content analysis

Spis treści

| | |
|---|-----|
| Wstęp | 2 |
| Rozdział 1 Stereotypy. Wybrane zagadnienia teoretyczne | 5 |
| 1.2 Teorie powstawania stereotypów | 11 |
| 1.3 Funkcje stereotypów..... | 17 |
| 1.4 Osłabianie stereotypów | 20 |
| 1.5 Stereotyp a uprzedzenie i dyskryminacja..... | 24 |
| 1.6 Stereotypy w badaniach naukowych | 28 |
| Rozdział 2 Internet jako narzędzie kreowania i rozpowszechniania stereotypów | 31 |
| 2.1 Rolety we współczesnej komunikacji..... | 31 |
| 2.2 Wolność słowa w Internecie i jej ograniczenia | 37 |
| 2.3 Kreowanie i rozpowszechnianie stereotypów w Internecie. | 40 |
| 2.3.1 Filozofia Web 2.0..... | 40 |
| 2.3.2 Memy internetowe..... | 45 |
| Rozdział 3 Romowie jako grupa etniczna | 49 |
| 3.1 Status mniejszości romskiej w Polsce | 49 |
| 3.2 Charakterystyka demograficzno-społeczna..... | 51 |
| 3.3 Stereotypy Romów | 54 |
| 3.3. Postrzeganie Romów w społeczeństwie..... | 56 |
| Rozdział 4 Wizerunek Romów w memach internetowych | 62 |
| 4.1 Cel, zakres i metoda badań..... | 62 |
| 4.2 Obraz Romów w memach internetowych | 69 |
| 4.2.1 Analiza memów według klasyfikacji W. Kołowieckiego | 69 |
| 4.2.2 Analiza memów według klasyfikacji J. Sroki | 78 |
| 4.3 Weryfikacja hipotez | 85 |
| Zakończenie | 88 |
| Spis literatury: | 91 |
| Spis tabel | 100 |
| Spis rysunków | 100 |

Wstęp

Romowie stanowią największą mniejszość etniczną w Polsce, jak i w Europie. Od XV wieku przybysze znanego z Gangesu są znani w kraju nad Wisłą i od tej pory stanowią nieodłączną część krajobrazu etnicznego Rzeczypospolitej. Jednak pomimo długoletniej obecności na ziemiach polskich „nie żyją z nami, ale obok nas”¹. Brak przeszkód w postaci dzielących granic geograficznych nie usuwa jednak poczucia obcości, jakie dominuje w relacji Polaków z Romami.

Na tle pozostałych grup etnicznych żyjących w Polsce (Tatarzy, Karaimi i Łemkowie) Romowie, stanowiący po dzień dzisiejszy społeczność „przednowoczesną”, wyróżniają się nie tylko egzotycznym wyglądem i kulturą opartą na tradycji i patriarchy, lecz także głęboko zakorzenionymi w naszej kulturze stereotypami, które stanowią główne źródło opinii na ich temat. Dawniej rodzice i nauczyciele stanowili autorytet, na którym dziecko budowało swoje przekonania o innych grupach. Obecnie to mass media odgrywają kluczową rolę w przekazywaniu stereotypów. Najpotężniejsze z mediów – Internet, a zwłaszcza rewolucyjna filozofia Web 2.0, która poprzez zniesienie podziału na nadawców i odbiorców komunikatu, dopuściła do głosu każdego obywatela i tym samym przekształciła cyberprzestrzeń w globalną agorę, spowodowała rozprzestrzenianie stereotypów na szeroką skalę i w różnej formie. Wraz z nastaniem paradygmatu Web 2.0 pojawiły się nowe narzędzia komunikacji. Memy internetowe są przykładem nowego gatunku komunikacyjnego, który poprzez zespolenie przekazu wizualnego z werbalnym umożliwił ekspresję wieloznacznych treści w postaci skondensowanej.

Niniejsza praca poświęcona jest poznaniu stereotypu Roma funkcjonującego w nowym przekazie medialnym, jakim są memy internetowe.

Praca składa się z czterech rozdziałów, wstępu oraz podsumowania. Pierwszy, drugi oraz trzeci rozdział stanowią podłoże teoretyczne pracy. Aby móc w części badawczej zaprezentować stereotypowy wizerunek Romów funkcjonujący w memach internetowych, w pierwszym rozdziale zostało zdefiniowane pojęcie stereotypu. Poznanie jego cech, rodzajów, komponentów oraz funkcji wydaje się niezbędne, aby móc zrozumieć, jak ogromny ma on wpływ na postrzeganie romskiej mniejszości etnicznej. Konieczne wydaje się również ukazanie mechanizmów powstawania stereotypów, możliwości ich osłabiania oraz niebezpiecznych konsekwencji ich stosowania, w postaci poważnych zjawisk społecznych, do

¹ A. Mirga, L. Mróz, *Cyganie, odmienność i nietolerancja*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 16.

których należą uprzedzenie i dyskryminacja. Podrozdział dotyczący metod badania stereotypów zamyka rozdział pierwszy.

W drugim rozdziale skupiono się na przedstawieniu roli Internetu jako narzędzia kreowania i rozpowszechniania stereotypów, a także zmian, jakie za jego przyczyną dokonały się we współczesnej komunikacji. Opisane zostały cechy oraz formy komunikacji zapośredniczonej przez globalną sieć. Ze względu na temat pracy za ważne uznano także ukazanie zagadnienia dotyczącego wolności słowa w Internecie i jego ograniczeń. W dalszej części pracy zaprezentowano główne założenia filozofii Web 2.0 oraz po krótko opisano serwisy wpisujące się w jej nurt. Charakterystyka memów, zawierająca definicję, cechy oraz ich klasyfikację według kryteriów Wiktora Kołowieckiego i Jakuba Sroki, kończy rozdział drugi.

Trzeci rozdział stanowi charakterystykę Romów jako grupy etnicznej. Na wstępie podano definicję mniejszości etnicznej oraz przybliżono główne wyznaczniki kultury romskiej takie jak: język, patriarchy oraz kodeksy harmonizujące życie Romów. Następnie dokonano charakterystyki społeczno-demograficznej Romów, w której odniesiono się do danych statystycznych dotyczących ich liczebności oraz rozmieszczenia z uwzględnieniem ich oficjalnego podziału. W tym podrozdziale zwrócono również uwagę na czynniki, które wpływają na to, iż są oni jedyną mniejszością zagrożoną wykluczeniem społecznym, a także zwięźle omówiono prowadzone przez państwo polskie działania mające na celu poprawę sytuacji społeczno-ekonomicznej Romów. Ponadto w rozdziale trzecim zaprezentowany został dychotomiczny stereotyp Roma funkcjonujący w naszej kulturze oraz wizerunek Roma w świetle, przeprowadzonych w latach wcześniejszych, ogólnopolskich badań społecznych.

W ostatnim rozdziale przedstawiono metodologię zastosowaną w pracy, a także dokonano analizy materiału badawczego. Na początku, opierając się na dostępnej literaturze metodologicznej, opisano po krótko poszczególne etapy składające się na proces badawczy. Następnie teorie odniesiono do badań własnych. Określono przedmiot i cel badań oraz sformułowano pytania badawcze i odpowiadające im hipotezy. W dalszej części przedstawiono zastosowaną metodę – analizę treści oraz sposób doboru próby, który był dobozem celowym. W tym rozdziale znalazła się również analiza zebranych danych. Na podstawie wybranych do badania 16 reprezentatywnych memów przedstawiono wizerunek Roma zawarty w nowym środku komunikacji. Obraz Roma przekazywany za pomocą memów internetowych porównano z wynikami badań Jana Błuszkowskiego oraz funkcjonującymi w naszym społeczeństwie, obiegowymi opiniami na ich temat. Dodatkowo wybrane memy, stanowiące jednostki obserwacji, przeanalizowano pod kątem użytych

środków językowych oraz dominujących elementów grafiki. W ostatniej części tego rozdziału założone hipotezy badawcze zostały poddane końcowej weryfikacji.

Do pracy dołączone zostały: bibliografia oraz spis tabel i rysunków.

Rozdział 1 Stereotypy. Wybrane zagadnienia teoretyczne

1.1 Definicja, rodzaje i cechy stereotypów

Nazwa stereotyp wywodzi się z języka greckiego, w którym „stereo” oznacza stanowiący bryłę, stężały, twardy, a „typos” to odcisk, ślad². Pierwszym, który wprowadził ten termin do psychologii społecznej, był wybitny dziennikarz, Walter Lippmann, który w 1922 roku w swojej książce „Public Opinion”, określił stereotyp, jako „obrazy umysłowe w głowach jednostek”, którymi posługują się ludzie, aby opisać podobieństwo osób czy przedmiotów na podstawie ich wspólnych cech³. Myśl tę rozwinął Gordon Allport, który twierdził, iż stereotypy nie stanowią jedynie obrazów, w głowach ludzi, ale zawierają również pozytywny lub negatywny afekt. Posługiwanie się stereotypami nazwał „prawem najmniejszego wysiłku”, tłumacząc iż, otaczający świat jest dla nas zbyt skomplikowany, dlatego, aby był przejrzystszy, korzystamy w jego poznawaniu z zastanych stereotypów⁴.

Według Elliota Aronsona słowo stereotyp oznacza „przypisywanie identycznych cech każdej osobie należącej do danej grupy, bez uwzględnienia istniejących w rzeczywistości różnic między członkami tej grupy”⁵. Interesujące wyjaśnienie terminu przedstawia Todd D. Nelson, który stereotyp charakteryzuje jako: „funkcjonujący w świadomości społecznej, skrótowy, uproszczony i zabarwiony wartościująco obraz rzeczywistości odnoszący się do rzeczy, osób, instytucji. Często jest on oparty na niepełnej lub fałszywej wiedzy o świecie, jednak utrwalony przez tradycję staje się odporny na zmiany i funkcjonuje jako szablon do odwzorowywania wiedzy społecznej”⁶.

Na gruncie polskim warto zwrócić uwagę na definicję zaproponowaną przez Bogdana Wojciszke, który stereotyp wyjaśnia jako: „schemat reprezentujący grupę lub rodzaj osób wyodrębnionych z uwagi na jakąś łatwo zauważalną, określającą ich społeczną tożsamość cechę, taką jak płeć, rasa, narodowość, wiek czy zawód. Schemat taki jest zwykle nadmiernie uproszczony, nadogólny (wszyscy członkowie grupy „są” tacy sami), niepodatny na zmiany w wyniku nowych informacji oraz społecznie podzielany, stanowiąc element kultury jakiejś społeczności”⁷.

² T. Nelson, Psychologia uprzedzeń, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003, s. 25.

³ E. Aronson, T. Wilson, R. Akert, Psychologia społeczna- serce i umysł, Zysk i S-ka, Poznań 1997, s. 543.

⁴ Tamże, s. 544.

⁵ E. Aronson, Człowiek istota społeczna, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 282.

⁶ T. Nelson...op. cit., s. 25-28.

⁷ B. Wojciszke, Psychologia społeczna, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR 2012, s. 475.

Piotr Sztompka zwraca uwagę, iż posługiwanie się stereotypami stanowi „patologiczny przejaw świadomości społecznej”⁸.

Problematyką dotyczącą stereotypów zajmuje się wiele dyscyplin naukowych m.in: socjologia, psychologia, antropologia, lingwistyka czy etnografia. Każda z nich bada stereotypy z różnej perspektywy, analizując ich odmienne aspekty⁹.

W psychologii stereotyp określa się jako konstrukt poznawczy, który przedstawia cechy danych zbiorowości ludzi. Posługiwanie się stereotypami umożliwia jednostce sprawne poruszanie się w otaczającej rzeczywistości, która przytłacza go natłokiem zdarzeń, informacji i opinii. Dzięki nim ludzie czują się bezpieczni w otoczeniu, gdyż stanowią one w ich życiu system orientacyjny¹⁰.

Antropologia kulturowa zajmuje się treściami kulturowymi stereotypów, które uważane są za barierę utrudniającą porozumienie między narodami. Różnice wynikające z odmiennej kultury, tradycji czy historii mogą skutkować postawą etnocentryczną.

Socjologia natomiast interesuje się społecznym charakterem stereotypów, które powstają w wyniku doświadczeń grupowych stanowiących przestrzeń społeczną. Za ich społecznych charakter odpowiada: zbiorowe pochodzenie, które stanowi rodzaj świadomości społecznej wytworzonej poprzez wspólną historię, tradycję oraz przekaz kulturowy oparty na kontaktach międzygrupowych. Znajomość panujących stereotypów pozwala jednostce na integrację z własną grupą narodową¹¹. W podejściu socjologicznym stereotyp definiowany jest poprzez dwa modele: kulturowy i psychospołeczny. W ujęciu kulturowym stereotyp, podobnie jak inne wzorce kulturowe, przyjmowany jest przez społeczeństwo. Podejście to skłania do badania zjawiska internalizacji stereotypu- wzoru poprzez analizę biograficzną, w której uwzględnia się społeczne warunki jego powstania i wykorzystywania. W modelu psychospołecznym wyróżnić można dwa założenia. Według pierwszego, jednostka jest niejako nosicielem stereotypu, który jest ukształtowany kulturowo. Drugie zakłada, że jednostka ma również swój udział w jego tworzeniu. K. Borowczyk jest zdania, iż w tym podejściu, w centrum zainteresowania znajduje się jednostka, która posługując się zasobami kulturowymi „projektuje” własny obraz rzeczywistości, a skutkiem tych projekcji są stereotypy¹².

⁸ P. Sztompka, Socjologia, Wydawnictwo Znak, Kraków 2007, s. 300.

⁹ E. Czapka, Stereotypy w badaniach socjologicznych, w: Stereotypy-walka z wiatrakami?, pr. zbior. pod red. A. Bujanowskiej, J. Szadura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2011, s. 53.

¹⁰ M. Budyta-Budzyńska, Socjologia narodu i konfliktów etnicznych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 113-114.

¹¹ Tamże, s. 112.

¹² Z. Bokszański, Stereotypy a kultura, Leopoldinum, Wrocław 1997, s. 27-33.

Istnieje wiele definicji i interpretacji pojęcia stereotypu. Jan Błuszkowski poprzez analizę różnych objaśnień tego terminu, wyodrębnił cząstkowe kryteria, powtarzające się w wielu podejściach, które tym samym stanowią ogólną definicję stereotypu. Zalicza do nich:

- ✓ składnik poznawczy – stereotyp rozumiany jest jako forma świadomości, która upraszcza rzeczywistość, może być częściowo lub całkowicie niezgodny z faktami;
- ✓ składnik empiryczny – stereotyp pojmowany jest jako forma świadomości, która istnieje niezależnie od doświadczenia;
- ✓ składnik walencyjny – stereotyp jest formą świadomości, która zawiera oceny emocjonalne i wartościujące, występują stereotypy pozytywne, negatywne, a także neutralne;
- ✓ składnik lingwistyczny – stereotyp jako forma świadomości związana ze słowem, który działa jak impuls do aktywowania przekonań;
- ✓ składnik inwariancyjny – stereotyp jako forma świadomości, która jest trwała i nieelastyczna, stanowi trwałe odbicie przedstawiciela danej klasy przedmiotów lub zjawisk¹³.

Aby móc w pełni zrozumieć proces stereotypizacji należy zauważyć, iż stereotypy są ujmowane w dwóch wzajemnie uzupełniających się perspektywach. Wyróżniamy dwa rodzaje stereotypów: stereotypy indywidualne oraz kulturowe. Podejście indywidualne (ujęcie społeczno- poznawcze) utrzymuje iż stereotypy funkcjonują jako obrazy umysłowe w głowach jednostek. Natomiast w podejściu zbiorowym(ujęcie kulturowe) zwraca się uwagę, że stereotypy stanowią nieodłączną część struktury społecznej, wspólną dla wszystkich ludzi należących do tej samej kultury. Gdyby istniało jedynie indywidualne spojrzenie na stereotyp, termin dyskryminacja byłby nam nieznany. Jednak w społeczeństwach funkcjonują stereotypy, które są uznawane przez rzesze ludzi, dlatego ich znaczenie jest bardzo niebezpieczne, gdyż dotyka całych grup społecznych¹⁴. W podejściu indywidualnym podstawowym założeniem jest to, że z biegiem czasu u ludzi wytwarzają się przekonania na temat cech ważnych grup społecznych w ich otoczeniu, a nabyta wiedza oddziałuje na ich reakcje na napotkanych przedstawicieli tych grup. Tym samym stereotypy powstają w miarę,

¹³ J. Błuszkowski, Stereotypy narodowe w świadomości Polaków. Studium socjologiczno-politologiczne, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2003, s. 9-10.

¹⁴ C. N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone, Stereotypy I uprzedzenia. Najnowsze ujęcie, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1999, s. 13-14.

jak dana osoba gromadzi spostrzeżenia dotyczące jej otoczenia. Zauważone informacje o grupach społecznych są interpretowane, kodowane w pamięci, a następnie wykorzystywane w kierowaniu reakcjami. W tym ujęciu można wyróżnić trzy podejścia do sposobu reprezentacji informacji na temat grup społecznych w pamięci: schematy grupowe, prototypy grupowe oraz egzemplarze. Schematy grupowe to „zbiory przekonań na temat cech charakteryzujących daną grupę”¹⁵. W sytuacjach niezrozumiałych jednostka interpretuje je ze schematami, co pozwala na podjęcie decyzji o zachowaniu, które jednak nie zawsze jest właściwe. Prototypy grupowe są reprezentacjami umysłowymi, powstałymi ze zbioru skojarzeń pomiędzy etykietami grup, a cechami, które rzekomo charakteryzują daną grupę. Egzemplarze natomiast stanowią wyobrażenie konkretnych jednostek uosabiających dane grupy¹⁶. W ujęciu indywidualnym podkreśla się, iż stereotypy nabywane są jedynie poprzez bezpośrednie kontakty z innymi.

W podejściu kulturowym stereotypy stanowią jeden z aspektów zbiorowej wiedzy rozpowszechnionej i podzielanej przez członków danej kultury. Perspektywa przejmowania stereotypów jest znacznie szersza, gdyż uwzględnia, iż w procesie socjalizacji jednostka uczy się stereotypów. Zwraca się uwagę na ogromną rolę: rodziców, nauczycieli, rówieśników oraz środków masowego przekazu, które pełnią funkcję przekaźników stereotypów. Silny nacisk kładzie się na język, który stanowi najważniejszy środek ich definiowania, komunikowania oraz oceny. Jedną z jego podstawowych funkcji jest właśnie przechowywanie i przekazywanie wspólnych kulturowo stereotypów z pokolenia na pokolenie. O jego ogromnym znaczeniu świadczy również fakt, iż to poprzez język odbywają się wszelkie ich modyfikacje, których celem jest ocieplenie wizerunku grup, które w danej kulturze do tej pory były ukazywane w negatywnym świetle¹⁷.

Typologii stereotypów dokonać można według różnych kryteriów. Wyróżnia się autostereotypy i heterostereotypy. Autostereotypy (pozytywne stereotypy) odnoszą się do grupy własnej i skupiają się na pozytywnych cechach w celu jej dowartościowania. Znajomość autostereotypu świadczy o przynależności i autoidentyfikacji z daną społecznością. Heterostereotypy (negatywne stereotypy) natomiast opisują grupy obce i są tworzone przez różne środowiska oraz w różnym celu¹⁸. G. Grochowski uzupełnia ten podział

¹⁵ Tamże, s. 17.

¹⁶ Tamże., s. 18-19.

¹⁷ C. N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op cit., s. 161-162.

¹⁸ M. Budyta-Budzyńska...op. cit., s. 115-116.

o stereotyp ambiwalentny- przykład „butny, ale pracowity Niemiec”¹⁹. Poziom emocjonalny oraz stopień oceny negatywnej bądź pozytywnej również wpływa na podział stereotypów. Wyróżnia się stereotypy o wysokim, średnim i niskim natężeniu. Występują również stereotypy neutralne, które są pozbawione ocen wartościujących. Ze względu na liczbę osób, do której odnosi się stereotyp, wyodrębnia się:

- ✓ stereotyp jednostkowy (na zasadzie relacji: oni do ty; oni do ja; ja do ty;
- ✓ stereotyp grupowy (środowiskowy, narodowy, etniczny, kulturowy itd.);
- ✓ makrostereotyp (odnosi się np. do stosunku wobec innej rasy)²⁰.

M. Kofta wzbogaca podział o stereotypy jawne i ukryte. Stereotypy jawne są świadomymi, dostępnymi poznawczo sądami na temat innych grup, których treść zawiera się w katalogu cech przypisywanej danej grupie . Stereotypy ukryte powstają w sposób nieświadomy i automatyczny w pierwszej chwili zetknięcia się z przedstawicielem grupy obcej. Często spotykanym zjawiskiem jest rozbieżność pomiędzy deklarowanym stereotypem (jawnym), a stereotypem ukrytym. Jednostka wypowiada się pozytywnie o danej zbiorowości, gdyż wymaga tego poprawność polityczna, jednak żywi wobec tej grupy ukrytą niechęć, bądź wrogość²¹.

Na części składowe stereotypu składają się trzy komponenty:²²

1. komponent poznawczy – informacje poznawcze, postrzeganie, wyobrażenia oraz oczekiwania
2. komponent afektywny – „moj” „koj” „o” „obi” „kt” „m; „prob” „t” lub „wersja
3. komponent behawioralny (wolicjonistyczny) – przeszłe zachowania wobec obiektu, a także przypuszczenia, co człowiek mógłby zrobić lub co by zrobił, w danej sytuacji

Według Chlewińskiego za podstawowe cechy stereotypu uznać należy:²³

¹⁹ G. Grochowski, Stereotypy-komunikacja-literatura, w: Stereotypy w literaturze (i tuż obok), pr. zbior. pod red. W. Boleckiego, G. Gazdy, Wydawnictwo Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa 2003, s. 47-65.

²⁰ A. Schaff, Stereotypy a działanie ludzkie, Książka i Wiedza, Warszawa 1981, s. 36.

²¹ M. Kofta, Stereotypy i uprzedzenia a stosunki międzygrupowe: stare i nowe problemy, w: Myślenie stereotypowe i uprzedzenia. Mechanizmy poznawcze i afektywne, pr. zbior. pod red. M. Kofty, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warszawa 2004, s.18.

²² N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 40-41.

²³ Z. Chlewiński, Stereotypy, struktura, funkcje, geneza. Analiza interdyscyplinarna, w: Stereotypy i uprzedzenia, pr. zbior. pod red. Z. Chlewińskiego, I. Kurcz, Instytut Psychologii PAN, Warszawa 1992, s. 11-12.

- ✓ poznawczy charakter stereotypu – przekonania, opinie i wyobrażenia o innych ludziach;
- ✓ silne zabarwienie emocjonalne – pomimo, iż stereotyp stanowi komponent poznawczy, poprzez skojarzenia nabiera emocjonalnego charakteru;
- ✓ generalizacja – uogólnienie, przekonanie o bezwyjątkowym podobieństwie wszystkich członków danej grupy;
- ✓ trwałość – łatwo się kodyfikują i są odporne na zmiany pod wpływem informacji z nimi niezgodnej;
- ✓ spójność – stereotypy mają tendencję do łączenia się ze sobą tworząc zwarty system sądów o charakterze poznawczym z sądami o charakterze oceniającym;
- ✓ społeczny charakter – stereotypy odnoszą się do grup, tworzą i utrzymują się w grupie;
- ✓ werbalny charakter – stereotypy przekazywane są za pośrednictwem języka;
- ✓ subiektywna pewność – stereotypy są wygłaszane z przekonaniem o ich słuszności

Stereotypy mogą się różnić od siebie charakterem bądź nasileniem pewnych cech. Według Tadeusza Mądrzyckiego różnice te dotyczą:

- ✓ przedmiotu – to m.in. grupy narodowe, rasowe, zawodowe, wyznawcy religijni, ludzie odbiegający od norm społecznych itp.;
- ✓ znaku – wyróżniamy stereotypy pozytywne albo negatywne, a także ambiwalentne (zawierające jednocześnie pozytywne i negatywne elementy);
- ✓ siły – dotyczy stopnia pewności stereotypu lub danych cech, które wchodzi w jego skład;
- ✓ złożoności – z jak wielu cech składa się określona kategoria;
- ✓ stopnia rozpowszechnienia – jaka liczba osób w danej grupie podziela panujący stereotyp;
- ✓ trwałości – może ulec zmianie, analizuje się go w czasie historycznym lub jednostkowym (biograficznym);

✓ stopnia racjonalności – w jakim stopniu i czy w ogóle jest zgodny z rzeczywistością²⁴.

1.2 Teorie powstawania stereotypów

Stereotypy, podobnie jak większość zjawisk społecznych, są zdeterminowane przez wiele różnych czynników. Analiza ich genezy wymaga przedstawienia zróżnicowanych mechanizmów, które przyczyniają się do ich powstawania. Są różne teorie na temat powstawania stereotypów, każda z nich odmiennie wyjaśnia przyczyny ich kształtowania. Pomiędzy nimi zachodzi jednak nierozzerwalny związek i najczęściej wspólnie oddziałują na proces powstawania stereotypów²⁵. Wpływ na nie mają określone procesy, a w ich obrębie określone czynniki, które tłumaczą poszczególne mechanizmy leżące u podstaw stereotypu.

Klasyfikacja procesów, a w ich obrębie mechanizmów wpływających na powstawanie stereotypów²⁶:

1. poznawcze:

- ✓ kategoryzacja,
- ✓ błąd korespondencji w powstawaniu reprezentacji grupowych,
- ✓ pozorna korelacja oraz różnicujące postrzeganie grup,

2. afektywne:

- ✓ warunkowanie klasyczne emocji stereotypowych,
- ✓ zjawisko samej ekspozycji,

3. społeczno-motywacyjne:

- ✓ teoria tożsamości społecznej,
- ✓ stereotyp jako uzasadnienie status quo,

4. kulturowe:

- ✓ społeczne uczenie się treści stereotypów,
- ✓ stereotyp jako forma konformizmu wobec norm społecznych,
- ✓ role społeczne a treść stereotypów,

Mechanizmy poznawcze proces powstawania stereotypów tłumaczą poprzez zjawisko kategoryzacji. Kategoryzacja społeczna polega na grupowaniu informacji o otaczającym nas świecie. Posiada ona wartość adaptacyjną, ponieważ umożliwia rozpoznanie podobieństw i różnic występujących pomiędzy różnymi zdarzeniami bodźcowymi, a następnie

²⁴ M. Chodkowska, Antyczne korzenie współczesnych stereotypów, w: Stereotypy-walka z wiatrakami...op. cit., s. 16.

²⁵ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone... op. cit., s. 64.

²⁶ Tamże, s. 42-63.

przyporządkowanie tych bodźców do odrębnych kategorii. Zabieg ten zezwala na oderwanie się od potrzeby pojmowania każdego bodźca jako indywidualnego i niezależnego od innych. Jeśli bodźcami tymi są ludzie, wtedy mamy do czynienia z grupowaniem ludzi w kategorie społeczne²⁷. Henryk Pietrzak zauważa iż, cechą wyróżniającą stereotypy jest zdolność do kategoryzacji, która „ma znamiona powszechności, głęboko zinternalizowanej oraz oderwanej od indywidualnej refleksji poznawczej człowieka”²⁸.

Zjawisko kategoryzacji ujmowane jest w dwóch perspektywach. Jedną z nich upatruje jej przyczyn w procesach poznawczych, druga natomiast koncentruje się na jej motywacyjnym charakterze, który służyć ma uzyskaniu i podtrzymaniu pozytywnej samooceny. W podejściu poznawczym kategoryzacja jest mechanizmem, który służy porządkowaniu obrazu rzeczywistości i klasyfikowaniu bodźców oraz nowo poznanych ludzi na kategorie, którym przypisuje się charakterystyczne dla nich atrybuty²⁹. Człowieka otacza skomplikowany świat bodźców, zewsząd bombardujących go różnorodnymi informacjami, które niejednokrotnie przewyższają możliwości ich przetwarzania. Skutkiem tego jest przeciążenie możliwości poznawczych. Praktyka homogenizowania, a tym samym upraszczania grup społecznych i niedostrzegania odrębności każdej jednostki, wiąże się z utratą pewnych informacji, jednocześnie jednak przynosi zysk informacyjny, gdyż umożliwia przypisanie charakterystycznych cech członkom danej grupy. W wielu sytuacjach strategia ta jest bardzo skuteczna, ponieważ ułatwia jednostce adaptację do otaczających go warunków życiowych³⁰. Ujęcie motywacyjne odnosi się do teorii tożsamości społecznej Tajfela, która podkreśla dążenie ludzi do uzyskania pozytywnej samooceny. Jednostka dokonuje kategoryzacji świata na dwie grupy: grupę własną i obcą. Gloryfikowanie własnej grupy przy jednoczesnym deprecjonowaniu grupy obcej przynosi ludziom korzyść w postaci podwyższenia statusu ich grupy, a to z kolei przekłada się na podwyższenie ich samooceny³¹.

Kategoryzacja ludzi w grupy społeczne stanowi fundament do powstawania stereotypów, a tym samym prowadzi do poważnych konsekwencji³²:

²⁷ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 42.

²⁸ H. Pietrzak, *Następstwa i efekty stereotypowego postrzegania człowieka i świata społecznego*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 2000, s. 81.

²⁹ P. J. Przybysz, Kilka uwag o stereotypach i tożsamości narodowej na marginesie powieści Henryka Sienkiewicza *Ogniem i mieczem*, „Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej” 2007, nr 4 (171), s. 100, http://www.amw.gdynia.pl/library/File/ZeszytyNaukowe/2007/Przybysz_P2.pdf (data odczytu : 21.02.2015)

³⁰ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 43.

³¹ E. Aronson...op. cit., s. 138.

³² N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 44.

- ✓ w wyniku podziału na grupę własną i obcą, osoby przyporządkowane do jednej kategorii odbierane są jako bardziej podobne niż wtedy, gdy stanowią przypadkowy zbiór osób;
- ✓ grupa obca spostrzegana jest jako jednorodna i częściej jej członkom przypisuje się cechy stereotypu grupowego;
- ✓ faworyzowanie własnej grupy nabiera silnego zabarwienia wartościującego, co wpływa na atrybucję przyczyn zachowania, zapamiętywanie negatywnych informacji, a w rezultacie prowadzi do dyskryminacji.

Procesy poznawcze upatrują przyczyny powstawania stereotypów, oprócz kategoryzacji, w zjawisku nazywanym błędem korespondencji. Wiąże się ono ze spontanicznym wyciąganiem wniosków o cechach dyspozycyjnych jednostki na podstawie jej zachowania, pomijając przy tym ograniczenia w postaci norm i ról społecznych. Przyczyny zachowania społecznego jednostki upatruje się w jej wrodzonej naturze, natomiast nie uwzględnia się czynników sytuacyjnych. Taki tok rozumowania doprowadza do przekonania, iż relacja współzależności między motywami a zachowaniem jest większa, niż ta która istnieje w rzeczywistości. Implikacje, wynikające z posługiwania się błędem korespondencji przy wysnuwaniu wniosków o cechach osobowościowych jednostki, mają bardzo szeroki zasięg i dotyczą nie tylko sfery społecznej, ale również politycznej³³.

Skłonność do dostrzegania związku tam, gdzie go nie ma nazywamy pozorną korelacją. Jednostka wyciąga wnioski na temat związku dwóch zmiennych bez potwierdzających je przesłanek. Zauważa związek-pozorną korelację, który w przedstawionych jej informacjach w ogóle nie istniał. U podłoża tego mechanizmu leży tendencja ludzi do zwracania uwagi na wybiórcze, wyróżniające się bodźce. Ocena grup społecznych oparta na pozornej korelacji nie ma podłoża w rzeczywistych właściwościach, a jedynie w cechach, które się wyróżniają a przez to zapadają w pamięć³⁴.

Kwestia afektu w postawianiu stereotypów wśród badaczy jest sporna. W ujęciu tradycyjnym psychologia społeczna traktuje stereotyp jako struktury czysto poznawcze. Afekt uważany jest za system odrębny, który odnosi się do uprzedzeń. W ujęciu alternatywnym natomiast, afekt uznaje się za centralny komponent stereotypu, który stanowi nieodłączną część procesu jego powstawania. Co więcej, często to właśnie komponent afektywny jest uruchamiany jako pierwszy przy postrzeganiu grup, a nie struktura poznawcza.

³³ E. Aronson...op. cit., s. 158.

³⁴ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s.48-49.

W procesach afektywnych zwraca się uwagę na dwa mechanizmy biorące udział w kształtowaniu się stereotypów tj. warunkowanie klasyczne oraz zjawisko samej ekspozycji.

Warunkowanie klasyczne ma miejsce wtedy, gdy osoba lub przedmiot jest wielokrotnie łączona z daną emocją, aż w końcu ten utrwalony schemat sprawia, iż same osoby zaczynają wywoływać tę emocję. U podłoża tego zjawiska leży nieznamość bądź znikomy kontakt z danym osobnikiem bądź obiektem. Kilkakrotne nieprzyjemne spotkania skutkują przypisaniem negatywnego afektu danej osobie czy też grupie. W konsekwencji warunkowania klasycznego nawet sama myśl o konkretnej grupie jest wroga i wzbudza lęk. Zjawisko warunkowania klasycznego stanowi podstawowy mechanizm uczenia się, dlatego wpływa na nabywanie stereotypów już od najmłodszych lat³⁵.

Liczne badania wskazują iż częste i niewymuszone ekspozycje na dany bodziec skutkują pozytywną reakcją na ten bodziec. Zjawisko samej ekspozycji sprzyja powstawaniu pozytywnych stereotypów. Według koncepcji biegłości percepcyjnej kodowanie bodźca jest tym łatwiejsze im częściej się on powtarza. Model falsyfikacji oczekiwań zaproponowany przez Bornsteina w inny sposób wyjaśnia związek stereotypu z efektem ekspozycji. Zgodnie z tą koncepcją w początkowej fazie każdy bodziec wzbudza antagonistyczne reakcje, zarówno pozytywne jak i negatywne. Efekt trwającej ekspozycji na bodziec powoduje, że negatywne oczekiwania zostają rozproszone, w zamian pojawiają się pozytywne. Oba modele sugerują, iż stereotypy dotyczące członków grupy własnej mogą być bardziej pozytywne niż przedstawicieli grup obcych³⁶.

Jedna z najwcześniejszych usystematyzowanych teorii dotyczących powstawania stereotypów opiera się na podbudowie motywacyjnej w wyjaśnianiu ich genezy. Zgodnie z nią, stereotypy negatywne dotyczące innych grup, są wynikiem potrzeby poradzenia sobie jednostki z wewnętrznym konfliktem, niezadowoleniem lub poczuciem zagrożenia. Niedociągnięcia empiryczne przyćmiły jej wartość wyjaśniającą, jednak główna teza mówiąca, iż opinie jednostki na temat innych grup uzależnione są od jej wewnętrznych dążeń i potrzeb ma zastosowanie we współczesnych poglądach na temat genezy stereotypów³⁷.

Współczesne podejście wyjaśniające kształtowanie się stereotypów w ramach procesów społeczno-motywacyjnych, odwołuje się do teorii tożsamości społecznej. Zakłada ona, że:

- ✓ ludzie wykazują skłonność do dzielenia napotkanych ludzi na kategorie;
- ✓ na skutek społecznej kategoryzacji jedna identyfikuje zawsze własną kategorię

³⁵ Tamże, s. 49-51.

³⁶ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 51-53.

³⁷ Tamże, s. 53.

(„my”), pozostałe identyfikują grupy obce („oni”);

- ✓ przynależność do wyżej postawionych w hierarchii grup społecznych jest dla jednostki źródłem pozytywnej samooceny.

Przekonanie o wyższości grupy własnej nad grupą obcą stanowi sposób obrony bądź też podwyższenia samooceny, a zachowania te przynależą do najsilniejszych pozabiologicznych motywów ludzkich³⁸. Jednostka w sposób zdeformowany postrzega grupę własną i obcą tj. faworyzuje członków własnej grupy, deprecjonując przy tym przedstawicieli grupy obcej. Oba te zjawiska – faworyzacja grupy własnej i deprecjacja grupy obcej w psychologii społecznej przybierają nazwę preferencji grupy własnej, czyli korzystniejsze postrzeganie grupy, której jest się członkiem. Motywacyjne dążenie do przedstawiania własnej grupy w lepszym świetle wpływa na proces przypisywania pozytywnych atrybutów członkom tej grupy. Zjawisko to, w psychologii społecznej, określa się mianem krańcowego błędu atrybucji. Krańcowy błąd atrybucji polega na tym, że negatywne zachowania grupy obcej są wyjaśniane w kategoriach ich wewnętrznych dyspozycji w większym stopniu niż w przypadku grupy własnej. Natomiast pozytywne działania grupy obcej rozpatrywane są w kontekście czynników sytuacyjnych tj. szczęście, szczególny przypadek, łatwość zadania. Ta asymetria w ocenie grupy własnej i obcej stanowi prosty mechanizm kształtowania wyraźnie pozytywnego obrazu grupy, do której się przynależy. W sytuacji gdy członkowie obu grup zachowują się w ten sam sposób, krańcowy błąd atrybucji osłabia znaczenie negatywnego zachowania grupy własnej oraz pozytywnego zachowania grupy obcej. Taka deformacja przyczynia się do powstawania stereotypów³⁹.

W ujęciu społeczno-motywacyjnym powstawanie stereotypów wyjaśniane jest również jako uzasadnienie status quo. Stereotypy kształtują się, aby usprawiedliwiać międzygrupowe relacje ról. W ten sposób uzasadniają różnice w statusie poszczególnych grup. Role pełnione przez przedstawicieli danej grupy stanowią punkt wyjścia do iluzorycznego pojmowania porządku rzeczy, który wydaje się porządkiem idealnym. Członków grup spostrzega się jako idealnie dopasowanych do swoich ról. Podłoże tego tendencyjnego wniosku leży w pojmowaniu świata jako sprawiedliwego, w którym każdy otrzymuje to, na co zasłużył. Stereotypy, stworzone na podstawie tych wniosków, usprawiedliwiają nierówności społeczne, które są ich pobudką⁴⁰.

³⁸ B. Wojciszke...op. cit., s. 498-499.

³⁹ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 55.

⁴⁰ Tamże, s. 56.

Mechanizmy kulturowe odgrywają bardzo istotną rolę w procesie powstawania stereotypów. Przekonania na temat grupy własnej i obcej są głęboko zakorzenione w kulturze i są przekazywane z pokolenia na pokolenie, jako część wiedzy o świecie. Znajomość rozpowszechnionych stereotypów świadczy o przynależności jednostki do danej kultury i utożsamianiu się z nią. Proces nabywania stereotypów odbywa się poprzez socjalizację. Rodzice stanowią dla dziecka pierwsze i główne źródło informacji o otaczającym go świecie. Opinie oraz nastawienie rodziców do innych grup jest automatycznie powielane przez bezkrytycznego potomka. Badania pokazują, że nie tylko werbalnie przekazywane stereotypy są przyjmowane przez dzieci. Dziecko obserwując i naśladując zachowania rodziców już w wieku 5 lat wykazuje postawy rasowe, a jego wyobrażenia na temat obcych są zbieżne z opiniami rodziców. W miarę upływu lat to nauczyciele, a następnie rówieśnicy stanowią autorytet, na którym buduje się przekonania o innych grupach⁴¹.

We współczesnym świecie niebagatelną rolę w przyswajaniu stereotypów odgrywa najpotężniejszy środek przekazu jakim są mass media. Treści zawarte w prasie, telewizji czy Internecie podlegają prawu, które zabrania propagowania stereotypowych treści. Mimo to często spotykane są nagłówki, które etykietują daną mniejszość społeczną odwołując się do krążących o niej stereotypowych wyobrażeniach. Internet daje jeszcze większe możliwości rozpowszechniania stereotypów. Jednostka czując się bezkarna i anonimowa, zamieszcza w sieci swoje opinie na temat innych, które niejednokrotnie są wulgarne, nacechowane negatywnie i stanowią zachętę do zachowania dyskryminacyjnego. Obecnie walka z tzw. „mową nienawiści” stanowi element dysputy na arenie międzynarodowej.

W procesach kulturowych zwraca się również uwagę na rolę konformizmu w powstawaniu stereotypów. Zgodnie z tą teorią stereotypy pojmowane są jako konformizm wobec obowiązujących norm społecznych. Ujęcie to ma zastosowanie zarówno na poziomie jednostki, jak i na poziomie międzygrupowym. Osoby, które wykazują postawę konformistyczną wobec norm społecznych posiadają większe uprzedzenia. W wymiarze międzygrupowym społeczeństwa, których cechą charakterystyczną jest wysoki stopień współzależności, wykazują większe nasilenie konformizmu w stosunku do własnej grupy, niż społeczeństwa kładące nacisk na indywidualizm⁴².

Przyczyn powstawania stereotypów upatruje się także w rolach społecznych. Obserwowane zachowanie jednostki, które podyktowane jest przez obowiązek wypełnienia określonej roli, interpretowane jest jako jej dyspozycyjna właściwość. Zjawisko to nazywamy

⁴¹ Tamże, s. 58-59.

⁴² N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 61.

błędem korespondencji. Oceniający nie bierze bowiem pod uwagę nakazów i ograniczeń społecznych, które warunkują zachowanie jednostki. Grupy, które przynależą do niskiej klasy społecznej, niezależnie od pochodzenia, uważane są za leniwe, niewykształcone i brudne. W rezultacie, członków owej grupy traktuje się jako całość i przypisuje im się cechy osobowościowe, które odpowiadają pełnionej przez nich roli. Błąd korespondencji uważa się za mechanizm, który ma spory udział w nabywaniu stereotypów⁴³.

Przedstawione mechanizmy nabywania stereotypów nie należy traktować jednostkowo. Pomiędzy nimi istnieje bowiem silny związek, który utrudnia naukowcom stwierdzenie, jaki proces odgrywał znaczącą rolę w powstaniu konkretnego stereotypu. Liczne badania dowodzą iż, najczęściej współdziałanie wspomnianych mechanizmów przyczynia się do powstawania stereotypów⁴⁴.

1.3 Funkcje stereotypów

Analizując problematykę stereotypu, warto zwrócić uwagę na zadania, jakie spełnia on w społeczeństwie. Stereotypy stanowią źródło wiedzy na temat otaczającego świata. Posługiwanie się nimi umożliwia zrozumienie oraz przewidywanie zachowania innych ludzi. Jednostka czuje się bezpieczna, gdy może skorzystać z gotowej mapy świata społecznego, w postaci utrwalonych stereotypów. Traktuje się je jako „naiwne teorie rzeczywistości”, czyli syntetyczne przekonania na temat innych osób i zjawisk społecznych. Teorie te porządkują napływające informacje, a przy tym oferują gotową interpretację otrzymanych danych.

W literaturze wymienia się trzy podstawowe funkcje stereotypów⁴⁵:

- ✓ poznawcze;
- ✓ egotystyczne;
- ✓ tożsamościowe.

Według funkcji poznawczej stereotypy wpływają na ekonomizację procesu poznawczego. Selekcjonują one napływające informacje, wyrównują lub uzupełniają ich deficyt. Heurystyki umysłowe, czyli uproszczone teorie oferujące gotowy wzorzec interpretowania zdarzeń, tworzą treść sądów stereotypowych. Dzięki tym strukturom

⁴³ Tamże, s. 62.

⁴⁴ Tamże, s. 65.

⁴⁵ E. Różycka, U. Śmietana (red.), Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku, pr. zbior. pod red. E. Różyckiej, U. Śmietany, Tom 5, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa 2006, s. 1005.

jednostka ma możliwość wyrażania szybkich opinii, nie przeciążając przy tym możliwości poznawczych. Powstaje tendencja do przetwarzania informacji, która polega na :

- ✓ poszukiwaniu informacji dopóty, dopóki nie potwierdzą one stereotypu („samospełniające się proroctwo”);
- ✓ automatyczne przypisywanie ocen obiektom odpowiadającym wartościom grupy;
- ✓ przekształcanie poznawcze hipotez przypuszczeń, aby zostały uznane za zasadne;
- ✓ deformowanie oczekiwań, aby stały się zgodne ze stereotypem.

Funkcje egotystyczne uważane są za jedne z najważniejszych, jakie przypisuje się stereotypom. Rola ich polega na usprawiedliwianiu działań ludzkich. Posługując się stereotypami, jednostka rozgrzesza zachowania dyskryminujące oraz racjonalizuje własne postępowanie. Proces ten pojmowany jest w trzech wymiarach:

- ✓ usprawiedliwianie „ja”, czyli własnych przekonań i stosunku wobec innych;
- ✓ usprawiedliwianie własnej grupy i systemu społecznego; w wielonarodowościowym społeczeństwie grupa zajmująca najwyższą pozycję w hierarchii społecznej deprecjonuje inne grupy usprawiedliwiając w ten sposób własny status i pogłębiając tym samym nierówności społeczne;
- ✓ usprawiedliwianie reżimu; wróg okazuje się pożyteczny dla utożsamiania się z obowiązującą dyktaturą.

Funkcje tożsamościowe stereotypów odwołują się do podziału na grupę własną i obcą. Poczucie wspólnoty z członkami własnej grupy i odczuwanie różnic międzygrupowych wpływa na poczucie przynależności. Podzielanie tych samych stereotypów z innymi ludźmi oddziałuje na poczucie bezpieczeństwa jednostki i zmniejsza jej poziom lęku. Istniejące negatywne stereotypy grupy obcej pozwalają uzyskać pozytywną ocenę grupy własnej. Chęć jej utrzymania sprawia, że poszukuje się w innych grupach tzw. kozła ofiarnego. Przenosząc winę za własne porażki i niepowodzenia na innych, widzimy siebie w lepszym świetle. Bogata historia dostarcza nam przykładów na tego typu zabiegi. W czasie II wojny światowej Hitler celowo manipulował stereotypami na temat Żydów i Romów, aby to ich uczynić kozłami ofiarnymi odpowiedzialnymi za ich porażki wojenne. Postępowanie to doprowadziło do Holocaustu- największego ludobójstwa w dziejach ludzkości⁴⁶.

⁴⁶ M. Woźniak, Między antropologią a historią: mechanizm kozła ofiarnego w narracji historycznej, „Kultura i Historia”, 2001, nr 1, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/47> (data odczytu: 23.02.2015)

C.N. Macrae, Ch. Stangor oraz M. Hewstone zaproponowali szczegółowy podział funkcji, jakie spełniają stereotypy. Zaliczają do nich m.in.:⁴⁷

- ✓ Funkcje przystosowawcze:
 - stereotypy tworzą uproszczony i zniekształcony obraz świata, ale jednocześnie ułatwiają poruszanie w skomplikowanym świecie;
 - dzięki posługiwaniu się stereotypami nie trzeba każdej osoby „uczyć się” od nowa i oddzielnie, gdyż można wykorzystać informacje w nich zawarte;
- ✓ Zapewnienie bezpieczeństwa:
 - kategoryzacja świata za pomocą stereotypów daje poczucie bezpieczeństwa, gdyż umożliwia przewidywanie ludzkiego zachowania ;
- ✓ Zapewnienie przewidywalności zachowania:
 - wizerunek innej grupy tworzony jest na podstawie kryteriów przynależności do danej grupy;
 - jednostka dzięki stereotypom wydaje sądy o innych osobach, które często wykraczają poza posiadane informacje;
- ✓ Funkcje komunikacyjne:
 - stereotypy pozwalają na osiągnięcie porozumienia między osobami dzielącymi podobne przeświadczenia względem innych grup;
 - etykiety innych, którymi posługują się członkowie danej grupy do opisanie obcych, umożliwiają oszczędność słów;
- ✓ Funkcje manipulacyjne:
 - stereotypy stanowią źródło informacji, dlatego wykorzystywane są w działaniach reklamowych i propagandowych;
 - wykorzystuje się je do wzbudzania niechęci wobec innych grup, które mogą stanowić zagrożenie na tle ideologicznym;
 - w marketingu stereotypy stosuje się do tworzenia tzw. sztucznych potrzeb, które służyć mają realizacji określonych celów .
- ✓ Kanalizacja agresji
 - stereotypy kierują agresję w stronę innych, celem ich kanalizacji, czyli rozładowania;

⁴⁷Encyklopedia pedagogiczna..., op. cit., s. 1003-1004

Adam Schaff wyróżnia cztery pragmatyczne, odnoszące się do ludzkiego działania, funkcje stereotypów: integracyjną, obronną, tworzenia ideologii i polityczną⁴⁸. Funkcja integracyjna oparta jest na podziale na „swoich” i „obcych”. Wyodrębnienie grup obcych scala i pogłębia zwartość grupy swoich. Obronna rola stereotypu ma miejsce w sytuacjach konfliktowych, gdy poglądy ludzi pozostają w sprzeczności z rzeczywistością. Wtedy bowiem umysł broni się blokując informację z zewnątrz, które są niezgodne z jego poglądami i posługuje się treściami stereotypowymi. Funkcja tworzenia ideologii objawia się w ochronie własnej ideologii poprzez posługiwanie się stereotypami, które deprecjonują racje innej doktryny. Niezbędne jest zastosowanie stereotypów w formie propagandy w walce o poparcie danej partii, stąd funkcja polityczna stereotypu. Autor zaznacza, że funkcje te warunkują się wzajemnie, a ich konsekwencją jest „zaciemnianie rzeczywistości społecznej”⁴⁹.

1.4 Osłabianie stereotypów

Proces modyfikacji stereotypów jest żmudny i długotrwały, gdyż stereotypy z natury są trwałe i odporne na zmiany. Zabieg ten utrudnia fakt, iż zazwyczaj są one mocno zakorzenione w danej kulturze, dlatego stanowią budulec tożsamości społecznej danego narodu. Jednostka posługując się nimi czerpie korzyści w postaci odbioru gotowego, uproszczonego obrazu rzeczywistości, który wpływa na jej poczucie bezpieczeństwa. Stereotypy jednak, pomimo funkcji jakie spełniają, są niesprawiedliwymi i częstokroć krzywdzącymi opiniami, które prowadzą do bardzo niebezpiecznych konsekwencji. Dlatego też psychologowie społeczni, zdając sobie sprawę z powagi tego zjawiska, poświęcili wiele uwagi problematyce dotyczącej możliwości ich osłabiania⁵⁰.

Hipoteza kontaktu jest jedną z pierwszych, a zarazem najważniejszych i najpopularniejszych koncepcji modyfikacji stereotypów i uprzedzeń. Zakłada ona, że najlepszym sposobem osłabienia istniejących stereotypów i uprzedzeń, jest bezpośredni i osobisty kontakt z przedstawicielami zwaśnionych grup⁵¹. Teorię tę opublikował w 1954 roku Gordon Allport w swojej słynnej pracy „The nature of prejudice”, w której powołał się na eksperyment przeprowadzony przez Muzafer’a Sherif’a na obozie skautów w Robbers

⁴⁸ A. Schaff...op. cit., s. 124-130.

⁴⁹ Tamże, s. 102.

⁵⁰ A. Stefaniak, M. Bilewicz, Zmiana postaw w wyniku wymian studenckich. Rola kontaktu międzygrupowego i redukcji zagrożeń, „Psychologia Społeczna”, 2014, tom 9, nr 3(30), s. 311, http://www.academia.edu/9201128/Zmiana_postaw_w_wyniku_wymian_studenckich._Rola_kontaktu_międzygrupowego_i_redukcji_zagrozenia (data odczytu: 24.02.2015)

⁵¹ B. Wojciszke...op. cit., s. 496.

Cave⁵². Zarówno Sherif jak i Allport zwrócili jednak uwagę, że muszą zostać spełnione określone warunki, aby kontakt przyniósł określone rezultaty:

- ✓ uczestnicy kontaktu powinni mieć równy status;
- ✓ kontakt powinien opierać się na codziennej współpracy;
- ✓ członków powinny łączyć wspólne cele;
- ✓ kontakt powinien być wspierany przez władze, prawo bądź obyczaj⁵³.

Jak zauważa Allport zaistnienie pozytywnego kontaktu międzygrupowego uzależnione jest od „charakteru kontaktu”, na który wpływają uczestnicy i kontekst sytuacyjny. Sam kontakt nie wystarczy, o czym świadczy przykład amerykańskich szkół desegregacyjnych, które powstały w latach sześćdziesiątych XX wieku. Klasy integracyjne złożone z dzieci białych i kolorowych nie przyniosły spodziewanych rezultatów, mimo iż kontakt pomiędzy uczniami był regularny, a projekt był wspierany przez instytucje rządowe. Co więcej napięcia pomiędzy dziećmi się nasiliły. Porażkę programu upatrywano w niesprzyjającej, stresogennej atmosferze szkolnej, która uniemożliwiła nawiązanie pozytywnego kontaktu pomiędzy dziećmi. Przykład ten pokazuje, jak ważny jest kontekst społeczny. Otoczenie, nastroj, a także dobre samopoczucie jednostek odgrywają niebagatelną rolę we wzajemnych relacjach⁵⁴.

Elliot Aronson zwraca uwagę na czynnik, który jego zdaniem ma decydujące znaczenie, a mianowicie – wzajemna współzależność. Postawienie ludzi w sytuacji, w której jednostki należące do różnych grup potrzebują siebie nawzajem, aby osiągnąć wyznaczony cel, przynosi bardzo pozytywne rezultaty. „Metoda układankowa” wymyślona przez E. Aronsona i jego współpracowników stanowi tego potwierdzenie. Polega ona na podziale uczniów danej klasy na zespoły składające się z dzieci o różnym pochodzeniu etnicznym. Zespół dostaje wspólne zadanie (np. nauczyć się biografii słynnej postaci), którego wykonanie wymaga współpracy z każdym członkiem grupy (każde dziecko posiada inny fragment życiorysu, dlatego konieczna jest wymiana informacji z każdą osobą). W ten sposób ta kooperacyjna strategia stawia uczniów w sytuacji wyświadczenia przysługi drugiemu. Wzajemna pomoc, polegająca na dzieleniu się wiedzą, obniża bariery międzygrupowe. Metoda ta okazała się bardzo skuteczna w procesie redukcji stereotypów i uprzedzeń, nie tylko u dzieci, ale także u dorosłych⁵⁵.

⁵² M. Bilewicz, Kiedy kontakt osłabia uprzedzenia? Kategorizacje społeczne i temporalne, jako warunki skuteczności kontaktu międzygrupowego, „Psychologia Społeczna”, 2006, nr 2(02), s. 63, http://www.spoeczna.psychologia.pl/pliki/2006_2/Bilewicz_2006_2.pdf (data odczytu: 24.02.2015)

⁵³ E. Aronson, T. Wilson, R. Akert, Psychologia społeczna...op. cit., s. 578-585.

⁵⁴ M. Budyta-Budzyńska...op. cit., s. 128.

⁵⁵ E. Aronson...op. cit., s. 324-331.

Skuteczność koncepcji „hipotezy kontaktu” została empirycznie potwierdzona przez setki badań. Ich konkluzję stanowi opublikowana przez Pettigrew i Tropp w 2006 roku metaanaliza 515 badań, w których wzięło udział ćwierć miliona uczestników z 38 krajów. Otrzymane wyniki potwierdziły teorię Allporta o negatywnej zależności zachodzącej pomiędzy uprzedzeniami, a kontaktem międzygrupowym. W ponad 90% badanych prób kontakt wyraźnie wpływał na osłabienie stereotypów i uprzedzeń⁵⁶.

Różne, naukowe teorie uzasadniają efektywność kontaktu na redukcję uprzedzeń, wskazują na rolę trzech czynników: wiedzy, emocji oraz empatii. Allport skupił się przede wszystkim na roli wiedzy. Osobisty kontakt umożliwia lepsze poznanie osoby należącej do grupy obcej, a także pozwala zauważyć podobieństwa, które łączą jednostkę z osobnikiem stereotypizowanym. Wpływa on także na emocje. W miarę wzrostu liczby kontaktów z członkami grupy obcej, spada odczuwany poziom lęku wobec nich. Nasilenie spotkań pomaga rozwijać u jednostki uczucie empatii. Badania wykazały, iż to jednak oddziaływanie na emocje ma większy wpływ na redukcję stereotypów i uprzedzeń niż wpływanie na wiedzę⁵⁷.

Zmiany kategoryzacji osób należących do grup obcych stanowią odmienne podejście do modyfikacji stereotypów. Strategia ta odwołuje się do mechanizmów poznawczych uczestniczących w ich powstawaniu. Wskazuje na dwa sposoby osłabiania stereotypów: rekategoryzację oraz dekategoriację.

Rekategoryzacja, czyli zmiana kategorii, polega na skłonieniu ludzi, aby spojrzeli na innych w szerszej perspektywie, tzn. aby nie klasyfikowali ludzi jako członków konkretnej grupy obcej, ale jako przedstawicieli nadrzędnej kategorii np. Europejczyk zamiast Żyd.

Dekategoryzacja (model personalizacji), czyli zaniechanie kategorii, zakłada, że w sytuacji kontaktu z osobą należącą do grupy obcej, jednostka nie skupia się w jej ocenie na tożsamości grupowej, ale zwraca uwagę jedynie na informację dotyczące jej, jako indywiduum. Przynależność grupowa przestaje być parametrem determinującym jej sposób postrzegania⁵⁸.

Odmienne metoda przeciwdziałania stereotypom polega na ich świadomej kontroli. Jednostka stara się powstrzymać od wydawania sądów, które oparte są na stereotypach. Psychologowie społeczni są sceptycznie nastawieni wobec tej teorii, gdyż proces uruchamiania stereotypów następuje automatycznie i dlatego trudno nim sterować.

⁵⁶ A. Stefaniak, M. Bilewicz...op. cit., s. 311.

⁵⁷ B. Wojciszke...op. cit., s. 497.

⁵⁸ Tamże, s. 497.

Nadmierne skupienie się na ich kontroli może przynieść zgoła odmienny skutek, który w psychologii nazywany jest efektem sprężyny. Stereotyp zaczyna jeszcze bardziej oddziaływać na spostrzeganie i zachowanie jednostki względem obcego, gdy ta przestaje się kontrolować. Przeprowadzone badania wykazały jednak, że zjawisko to nie jest nieuchronne. Częsty trening samokontroli, stanowi skuteczną metodę w walce ze stereotypami⁵⁹.

Macrae, Stangor i Hewstone zauważają, iż w literaturze, jak i w eksperymentach prawie w ogóle nie poświęcono uwagi koncepcji osoby stereotypizowanej, jako czynnika sprawczego, który sam może wpłynąć na sposób jej postrzegania. Autorzy przywołują stwierdzenie Amira z 1969 roku, które jak twierdzą nie straciło na aktualności: „Amerykańskie badania kładą nacisk na postawy i zachowania białej większości; w rezultacie członkowie grupy mniejszościowej traktowani są niemal wyłącznie jako „przedmioty”, a przedstawiciele białej większości jako „podmioty”⁶⁰. Osoba stereotypizowana nie będąc traktowana jako podmiot, zostaje pozbawiona możliwości samodzielnego wpływania na jej odbiór w środowisku społecznym.

Autorzy podkreślając rolę osoby stereotypizowanej, podają kilka taktyk, w jaki sposób może ona wpływać na osłabienie stereotypów na swój temat. Zaliczają do nich⁶¹:

- ✓ wywoływanie rekatetyzacji – osoba stereotypizowana powinna akcentować inną kategorię, niż tą przez którą jest postrzegana;
- ✓ zachęcanie do utożsamiania się – osoba stereotypizowana poprzez podzielenie celów grupy może starać się, aby uznali ją jako jej członka;
- ✓ wykorzystywanie współzależności – osoba stereotypizowana powinna podkreślać te cechy swojego charakteru, które wydają się niezbędne do wykonania konkretnego zadania;
- ✓ akcentowanie konieczności uzasadnienia decyzji – osoba stereotypizowana może prosić o uzasadnienie decyzji, która jest dla niej krzywdząca;
- ✓ aktywizacja uznanych wartości – osoba stereotypizowana może przypominać o powszechnie podzielanych wartościach (wolność, sprawiedliwość, równość), w celu uaktywnienia u innych potrzeby postępowania wedle tych zasad;
- ✓ odwoływanie się do pozytywnego autowizerunku – osoba stereotypizowana poprzez wychwalanie bezstronnego zachowania jednostki może wpłynąć na odrzucenie przez nią stereotypów;

⁵⁹ Tamże, s. 498-500.

⁶⁰ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 321,

⁶¹ Tamże, s. 324-328.

- ✓ wskazywanie na rozbieżność między zachowaniem idealnym a rzeczywistym – osoba stereotypizowana może uświadomić innym niezgodność występującą pomiędzy zachowaniem idealnym a rzeczywistym; metoda ta jednak nie sprawdza się u osób mocno uprzedzonych;
- ✓ powoływanie się na własny interes osoby stereotypizującej – osoba stereotypizowana może zwrócić uwagę na nieefektywność stereotypizacji, która ogranicza spostrzeganie i nie wykorzystuje pełnych możliwości poznawczych jednostki.

Należy zauważyć, że nie wszystkie zasugerowane rozwiązania zostały sprawdzone bezpośrednio. Dlatego też kwestia skuteczności niektórych z nich nie została jeszcze udowodniona.

Nie ulega natomiast wątpliwości, że w osłabianiu stereotypów, najważniejsza jest praca uświadamiająca. Nakłanianie ludzi, aby nie przyjmowali bezkrytycznie funkcjonujących stereotypów, które pokazują obcych jako jednorodną, homogeniczną grupę, odgrywa bardzo znaczącą rolę. Podobnie jak ukazywanie, że krzywdząca, zbiorowa ocena zatracą poczucie indywidualności i wyjątkowości jednostki i skazuje na etykietę „, bo oni wszyscy tacy są”. Kwestionowanie podzielenia rozpowszechnionych stereotypowych przekonań stanowi pierwszy krok do zmiany stereotypu⁶².

Zmiany instytucjonalne oraz edukacyjne wpływają zarówno na zmianę stereotypów w podejściu zbiorowym, jak i indywidualnym. Działania edukacyjne mają charakter indywidualny, gdyż wpływają na modyfikacje poznawcze konkretnych jednostek. Jednak dzięki zmianom przekonań poszczególnych osób możliwe jest wywołanie zmian także w zbiorowości, a co za tym idzie również w instytucjach kulturowych, które przyczyniają się do podtrzymywania i rozpowszechniania stereotypów⁶³.

1.5 Stereotyp a uprzedzenie i dyskryminacja

Omawiając tematykę stereotypów należy zdefiniować również pojęcia takie jak: uprzedzenie i dyskryminacja. Zjawiska te, jak twierdzą badacze, są pozytywnie skorelowane ze stereotypami.

⁶² M. Drogoz, O sposobach ograniczania wpływu stereotypów na myślenie, w: *Myślenie stereotypowe i uprzedzenia...* op. cit., s. 271-275.

⁶³ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone... op. cit., s. 28.

Upředzenie jest określane jako: „wroga bądź negatywna postawa wobec pewnej dającej się wyróżnić grupy, oparta jest na uogólnieniach wyprowadzonych z fałszywych lub niekompletnych informacji”⁶⁴.

Upředzenie tak samo jak stereotyp składa się z trzech komponentów:

- ✓ afektywnego lub emocjonalnego (typ emocji związane z postawą oraz nasycenie postawy);
- ✓ poznawczego (przyjmuje często formę stereotypu);
- ✓ behawioralnego (formy zachowania).

Jednak w odróżnieniu od stereotypu, w którym za najważniejszy uważa się komponent poznawczy, w upředzeniu za dominujący przyjmuje się aspekt afektywny ⁶⁵. Postawa ta stanowi niejako przykre następstwo posługiwania się w swoich opiniach stereotypami. Liczne badania pokazują, iż często, lecz nie jest to regułą, stereotypy stanowią poznawczą podstawę upředzeń⁶⁶.

Upředzenia wobec obcych przejawiają się poprzez mniejsze odczuwanie empatii i współczucia w stosunku do ich członków. Ze zjawiskiem tym związane jest pojęcie dehumanizacji (odczłowieczenia), które polega na wykluczeniu przedstawicieli grupy obcej poza wspólnotę ludzką. Dehumanizacja może przybierać dwie formy: animalizację i mechanizację. Członkowie grupy obcej są spostrzegani jako podobni do zwierząt (to insekty!), bądź utożsamia się ich z maszynami (to roboty!). Animalizacja obcych jest połączona z takimi emocjami jak pogarda i wstręt. Natomiast mechanizacja pozbawia obcych cech, które stanowią element natury ludzkiej⁶⁷.

Przykładem omawianego zjawiska jest podjęte w tej pracy zagadnienie badawcze. Dobrze egzemplifikuje ono pojęcie upředzenia. Upředzenie w stosunku do Romów przyjmuje miano antycyganizmu. Europejska Komisja przeciw Rasizmowi i Nietolerancji (ECRI) wprowadza taką definicję tej postawy: ”antycyganizm jest szczególną formą rasizmu, ideologią opartą na rasowej wyższości, formą dehumanizacji i zinstytucjonalizowanego rasizmu, wzmacnianego historyczną dyskryminacją, mającą wyraz m.in. w przemocy, mowie

⁶⁴E. Aronson...op. cit., s. 280.

⁶⁵Tamże, s. 542.

⁶⁶N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 241.

⁶⁷B. Wojciszke...op. cit., s. 494-495.

nienawiści, wykorzystywaniu, stygmatyzacji i najbardziej rażącymi formami dyskryminacji⁶⁸”.

Dr Wolfgang Wippermann z Europejskiego Centrum Badań nad Antycyganizmem (EZAF) wyróżnia, na podstawie dominującego stereotypu, trzy rodzaje antycyganizmu:

- ✓ motywowany religijnie;
- ✓ motywowany społecznie;
- ✓ motywowany rasowo;

Antycyganizm motywowany religijnie odwołuje się do rzekomego pochodzenia Romów od biblijnego bratobójcy Kaina oraz podejrzaniach o ich konszachtach z diabłem. Antycyganizm motywowany społecznie zakłada, że ich zła sytuacja społeczno-ekonomiczna jest ich dobrowolnym wyborem i wynika z ich niechęci do pracy i edukacji. Antycyganizm motywowany rasowo stwierdza, że „cygańska rasa” i odpowiadające jej cechy mają charakter dziedziczny⁶⁹.

Najbardziej niebezpieczną konsekwencją, wynikającą z połączenia zniekształconych przez stereotypizację opinii z negatywnymi reakcjami emocjonalnymi- uprzedzeniami, stanowi dyskryminacja, czyli „nieusprawiedliwione krzywdzące działanie skierowane przeciwko członkowi danej grupy, wyłącznie dlatego, że do niej należy⁷⁰”. Dyskryminacja stanowi problem wieloaspektowy, gdyż przybiera różnorodne formy. Najczęściej zjawisko to dotyczy osoby wyróżnione ze względu na: cechy biologiczne (płeć, wiek, kolor skóry, wygląd), pochodzenie etniczne bądź narodowe, orientację seksualną, niepełnosprawność, wyznanie, poglądy polityczne czy pozycję społeczną⁷¹.

Stereotyp, uprzedzenie oraz dyskryminacja stanowią triadę, która oparta jest na złożonych powiązaniach. Zarówno klasyczne jak i współczesne podejście stwierdza, iż zjawiska te ze sobą współwystępują oraz wzajemnie się warunkują. Jednak zależność je łącząca uzależniona jest od wielu czynników, do których zalicza się:

- ✓ kontekst społeczny (poczucie anonimowości wpływa na wzrost uprzedzeń);
- ✓ siła stereotypu;

⁶⁸ Zalecenie nr 13 dotyczące ogólnej polityki ECRI: Zwalczanie antycyganizmu i dyskryminacji wobec Romów, http://www.coe.int/t/dghl/monitoring/ecri/activities/gpr/en/recommendation_n13/REC13-2011-37-POL.pdf (data odczytu : 26.02.2015)

⁶⁹ K. Fronk, Nasze problemy ze stereotypami, czyli Antycyganizm jako rodzaj uprzedzenia, „Romologica” 2013, nr 2, <http://www.romologica.net/romologica-net/magazyn/2013-09/201309-art-Antycyganizm.html> (data odczytu :26.02.2015)

⁷⁰ E. Aronson, T. Wilson, R. Akert...op. cit., s. 546.

⁷¹ A. Winiarska, W. Klaus, Dyskryminacja i nierówne traktowanie jako zjawisko społeczno-kulturowe, STUDIA BAS, 2011, nr 2(26), s. 10, http://www.bezuprzedzen.org/doc/BAS_26.pdf (data odczytu: 26.11.2012)

- ✓ aspekt stereotypu (poznawczy lub afektywny);

Liczne wyniki badań stanowią potwierdzenie korelacji występującej pomiędzy uprzedzeniem, a stereotypami, które uważane są za poznawczą podstawę postaw. Jednakże niektórzy badacze utrzymują iż, stereotypy stanowią skutek uprzedzeń i dyskryminacji⁷². Stereotypy są użyteczne dla osób uprzedzonych, gdyż pozwalają im usprawiedliwić własną wrogość skierowaną wobec obcych. Deprecjonowanie innych oraz utrzymywanie przekonania, że ludzie należący do innej grupy są niemoralni, głupi i niegodni miana człowieka, wyzwala ich od poczucia winy⁷³. Stereotypy i uprzedzenia są powiązane także pośrednio, gdyż oba zjawiska odwołują się do osobowościowych przesłanek, odpowiedzialnych za ich powstawanie. Według Theodora Adorno istnieją ludzie, którzy są predysponowani do ulegania stereotypizacji i uprzedzeniom, gdyż posiadają „osobowość autorytarną”, która odznacza się takimi cechami jak: sztywne poglądy, nietolerancja słabości, skłonność do karania, podejrzliwość⁷⁴.

Szczególnie silny związek pomiędzy stereotypem a uprzedzeniem występuje, gdy stereotyp kulturowy jest negatywny. Wówczas bowiem zauważalna jest prosta zależność łącząca oba problemy.

Argumenty teoretyczne opowiadają się za ścisłą zależnością łączącą stereotypy z dyskryminacją. Stereotypizacja może bezpośrednio wpływać na zachowanie. Podejście poznawcze przedstawia stereotypy jako struktury poznawcze, które oddziałują na sposób spostrzegania, przetwarzania, przechowywania i przypominania informacji. Dlatego też, mają wpływ na zachowanie, którego podłożem są zniekształcone przez stereotypizację, procesy psychiczne. Zjawisko „samospełniającego się proroctwa” również stanowi potwierdzenie powiązań łączących oba zjawiska. Jednostka uznając rozpowszechniony negatywny stereotyp grupy obcej za słuszny, traktuje jej członków w taki sposób, że wydobywa z nich te cechy i reakcje, które stanowią potwierdzenie tego błędnego przekonania. Mechanizm ten przyczynia się do powstania i utrwalenia „panowania błędu”⁷⁵.

Zależność występująca pomiędzy tymi procesami jest dwukierunkowa. Stereotypy wpływają na dyskryminację, jak i odwrotnie. Na poziomie indywidualnym stereotypy służą do usprawiedliwiania działań dyskryminacyjnych. Jednostka posługując się nimi uzasadnia w ten sposób własne, nieprzychylnie zachowanie w stosunku do innych. Wykorzystuje tym

⁷² N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 232-233.

⁷³ E. Aronson...op. cit., s. 305.

⁷⁴ Tamże, s. 312-313.

⁷⁵ Tamże, s. 295.

samym stereotypy do „samorozgrzeszania się”. Uproszczone konstrukcje myślowe stanowią mogą również mechanizm „usprawiedliwiania systemu”. Osoby przynależące do jednej grupy przypisują członkom grupy obcej cechy dyspozycyjne (np. lenistwo), które w ich mniemaniu odpowiedzialne są za ich gorszy status ekonomiczny. Atrybucje te odzwierciedlają panujący stereotyp, który podtrzymuje występujące nierówności społeczne. Korelację występującą między stereotypami a dyskryminacją tłumaczy się również poprzez ich wspólne podłoże, które upatruje się w „osobowości autorytarnej” oraz zdecydowanych normach antymniejszościowych panujących w grupie własnej jednostki⁷⁶.

Podsumowując powyższe rozważania należy stwierdzić, iż związek występujący pomiędzy stereotypami, uprzedzeniami i dyskryminacją nie jest oparty na prostej zależności, której schemat wygląda następująco: od stereotypu do dyskryminacji. Liczne teorie i potwierdzające je badania wskazują, że istniejąca korelacja łącząca te zjawiska jest wielowymiarowa i niejednoznaczna. Często to, co powszechnie uważa się za przyczynę danego zjawiska, stanowi jego skutek, i odwrotnie.

1.6 Stereotypy w badaniach naukowych

Problematyka stereotypów od wielu lat stanowi przedmiot zainteresowania naukowców. Dlatego też w literaturze spotkamy się z licznymi metodami ich pomiarów. Klasyczne pole badań stereotypów obejmuje ich trzy wymiary, na które składa się⁷⁷:

- ✓ analiza treści deskryptywnych,
- ✓ analiza treści ewaluatywnych,
- ✓ analiza treści emocjonalnych.

Analiza treści deskryptywnych ma na celu stworzenie charakterystyki określonej grupy społecznej na podstawie przypisywanych im przez respondentów cech. Technika pomiaru stereotypu w kategoriach cech, stworzona przez D. Katza i K. Braly’ego w 1933 roku, należy do najstarszych, a zarazem najczęściej wykorzystywanych do dzisiaj metod⁷⁸. W badaniu tym wykorzystuje się skale nominalne (przymiotnikowe), które mają na celu poznanie rozpowszechnionych opinii na temat grupy obcej. Respondenci otrzymują obszerną listę

⁷⁶ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone, op. cit., s. 250-251.

⁷⁷ J. Błuszkowski, Stereotypy narodowe w świadomości Polaków. Studium socjologiczno-politologiczne, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 2003, s. 76-81.

⁷⁸ W. Stephan, C. Stephan, Wywieranie wpływu przez grupy. Psychologia relacji, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007, s.16.

przymiotników, spośród których mają wybrać te, które według ich opinii charakteryzują typowego przedstawiciela innej społeczności. Określenia, które dominowały w wyborach badanych, tworzą profil deskryptywny danego narodu. Inną techniką, wykorzystywaną do badania stereotypu w kategoriach cech, jest metoda procentowa. Zadaniem badanych jest wskazać, jaki ich zdaniem procent członków grupy obcej odznacza się cechami przedstawionymi na liście. Stereotyp stanowi zbiór właściwości, które zdaniem respondentów są specyficzne dla najwyższego odsetka członków danej grupy. Metoda stopy diagnostycznej jest trzecią techniką, która umożliwi poznanie wyróżniających cech przedstawicieli danej grupy spośród całej populacji. Pierwszy etap badania jest tożsamy z metodą procentową. Respondenci określają jaki odsetek przedstawicieli grupy obcej posiada cechy figuruje na liście. Następnie badani proszeni są o wskazanie, jaki odsetek ludzi w ogóle posiada owe właściwości. Dalsza część badania polega na obliczeniu stopy diagnostyczności dla poszczególnej cechy. Stopa diagnostyczności to iloraz z podzielenia odsetków członków grupy obcej charakteryzujących się daną cechą przez procent całej populacji obdarzonej ową właściwością. Stereotyp tworzą cechy, które posiadają najwyższą stopę diagnostyczności⁷⁹.

Do analizy ewaluatywnych treści stereotypu, które przypisują określonym grupom społecznym oceny wartościujące, wykorzystuje się skale interwałowe. Oceny wartościujące mogą przybierać postać dodatnich lub ujemnych znaków walencyjnych. Skala interwałowa umożliwia uporządkowanie stereotypowych opinii w postaci kontinuum: począwszy od stereotypów skrajnie negatywnych, przez neutralne, aż po stereotypy skrajnie pozytywne. Często stosowanym narzędziem jest skala Likerta, w której pięciopunktowe wartości liczbowe odpowiadają określonym ocenom wartościującym⁸⁰. Inną metodą wykorzystywaną do badania treści ewaluatywnych jest wielowymiarowa skala dyferencjału semantycznego. Respondenci otrzymują obszerną listę antonimicznych określeń ujętych w pary. Dla każdej z par przeciwstawnych określeń opatrzonych daną wartością liczbową, badany ma za zadanie wskazać tę właściwość, która według niego najlepiej charakteryzuje członka danej grupy⁸¹. Na podstawie otrzymanych wartości, które zostają uśrednione dla wszystkich badanych, tworzy się graficzny profil ewaluatywnych cech wyróżniających określoną populację⁸².

Badanie emocjonalnych treści stereotypów, które wyrażają się w poczuciu dystansu społecznego, odbywa się poprzez zastosowanie siedmiopunktowej skali Bogardusa, a także jej zmodyfikowanych wersji. Skala ta umożliwia określenie sposobu odnoszenia się ludzi do

⁷⁹ Tamże, s. 18-19.

⁸⁰ J. Błuszkowski, *Stereotypy narodowe...*, op. cit., s. 80.

⁸¹ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 193.

⁸² J. Błuszkowski, *Stereotypy narodowe...*, op. cit., s. 174-175.

różnych zbiorowości społecznych należących do ich przestrzeni percepcyjnej. E. S. Bogardus dystans społeczny definiował jako stopień antypatii i unikania kontaktów, bądź sympatii i wyrażenia chęci do nawiązania bliższych stosunków z przedstawicielem danej grupy społecznej. Wysoki stopień dystansu objawia się niechęcią wobec nawiązywania jakichkolwiek kontaktów z członkami grupy obcej, niski natomiast wyraża się poprzez aprobatę zażyłych stosunków (np. wejście w pokrewieństwo poprzez zawarcie małżeństwa) z jej przedstawicielami⁸³.

⁸³ Tamże, s. 190-192.

Rozdział 2 Internet jako narzędzie kreowania i rozpowszechniania stereotypów

2.1 Rola Internetu we współczesnej komunikacji

Nie ulega wątpliwości, iż od czasów wynalezienia druku przez Gutenberga, powstanie Internetu stanowiło zwrotny punkt w procesie komunikacji. Rewolucja, jaka dokonała się za jego przyczyną, zmieniła oblicze współczesnego świata. Metamedium, jak nazywany jest Internet, uważa się za najważniejszy czynnik zmian we wszystkich dziedzinach życia⁸⁴. Globalna sieć komputerowa, usuwając stojące na przeszkodzie w swobodnej komunikacji bariery w postaci: ograniczeń kapitałowych, politycznych i cenzuralnych, umożliwiła rozwinięcie się nowych interakcji międzyludzkich, których nie ogranicza czas i przestrzeń⁸⁵. Internet urzeczywistnił wizję świata, jako „globalnej wioski”, dzięki mediom elektronicznym możliwa jest komunikacja ludzi na całym świecie, niezależnie od dzielących ich odległości. M. Szpunar zauważa, iż „sieć sieci”, jak definiowany jest skrótowo Internet, stała się nową przestrzenią społeczną, która zaspokaja większość potrzeb jednostki. Potrzeby wyższego rzędu tj. chęć uznania czy samorealizacji realizowane są poprzez prowadzenie własnych stron WWW czy blogów. Natomiast udogodnienie w postaci możliwości robienia zakupów przez Internet, zaspokaja potrzeby fizjologiczne⁸⁶.

Nowa przestrzeń, w jakiej zaczął funkcjonować człowiek, nazywana jest „cyberprzestrzenią”. Zdefiniowanie jej nastęrcza wiele trudności, gdyż nie można jej powiązać z żadnym realnym miejscem, ponieważ funkcjonuje ona w umysłach użytkowników Internetu, którzy w ten sposób się komunikują⁸⁷. Życie w cyberprzestrzeni często pojmowane jest jako drugie życie, które istnieje niezależnie od życia w „realu”. Badacze Internetu radykalnie negują pogląd, który dzieli świat na: świat online (cyberprzestrzeń) oraz świat offline (rzeczywistość). Ta fałszywa dychotomia uniemożliwia właściwe zrozumienie istoty tego medium. Cyberprzestrzeń nie stanowi zaprzeczenia rzeczywistości, ale jest jego

⁸⁴ A. Szarecki, Last.fm: statystyka tożsamości, w: *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, pr. zbior. pod red. M. Filiciak, G. Ptaszka, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009, s. 343.

⁸⁵ A. Bard, J. Söderqvist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 16.

⁸⁶ M. Szpunar, *Alienacja i samotność w Sieci vs grupowość i kapitał społeczny w Internecie. Internet i jego wpływ na kontakty społeczne*, w: *Oblicza Internetu. Architektura komunikacyjna Sieci*, pr. zbior. pod red. M. Sokołowskiego, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Elblągu, Elbląg 2007, s. 95.

⁸⁷ A. Limanowska, *Cyberprzestrzeń a rzeczywistość wirtualna*, w: *Oblicza Internetu...op. cit.*, s. 231.

nieodłączną częścią, która jednak rządzi się swoimi regułami i oferuje inne narzędzia komunikacji⁸⁸.

Badacze społeczni obserwując radykalne przemiany na poziomie społecznym, jakie nastąpiły wraz z powstaniem Internetu, ogłosili nową fazę społecznego rozwoju, którą nazwali „społeczeństwem sieci”⁸⁹. D. Barney stwierdza, iż „duch naszych czasów jest duchem sieci: podstawowe zasady sieci stały się siłą napędową indywidualnego, społecznego, gospodarczego i politycznego życia, co wyróżnia nasz okres w historii”⁹⁰.

T. Goban-Klas określa natomiast współczesne społeczeństwo – „globalnym społeczeństwem medialnym”, w którym⁹¹:

- ✓ międzyludzkie kontakty w głównej mierze oparte są na kontakcie zapośredniczonym przez media,
- ✓ media kształtują rzeczywistość i kulturę wirtualną,
- ✓ infrastruktura medialna odgrywa kluczową rolę w kontaktach jednostkowych i organizacyjnych dotyczących wszystkich sfer życia,
- ✓ większość działań ludzi jest oparta na medialno – informacyjnych technikach,
- ✓ działania zawodowe większości pracowników związane są z zajęciami informacyjnymi,
- ✓ sektor informacyjny, medialny i telekomunikacyjny ma znaczący wpływ na produkt narodowy brutto,
- ✓ informacje i wiedzę traktuje się jak towary, których obieg uważa się za działalność gospodarczą.

Komunikację zapośredniczoną przez globalną sieć charakteryzują następujące cechy⁹²:

- ✓ czasowo-przestrzenna kompresja,
- ✓ deterytorializacja,
- ✓ decentralizacja i kontrola,
- ✓ interaktywność i dostosowywanie się do wymagań.

⁸⁸ T. Ferenc, K. Olechnicki, Dlaczego warto badać obrazy, w: *Obrazy w sieci. Socjologia i antropologia ikonosfery Internetu*, pr. zbior. pod red. T. Ferenc, K. Olechnickiego, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2008, s. 9.

⁸⁹ T. Goban-Klas, Społeczeństwo masowe, informacyjne, sieciowe czy medialne?, „Ethos” 2005, nr 1-2, s. 4, <http://www.google.pl/url?url=http://users.uj.edu.pl/~usgoban/files/spoleczenstwomiedialne.doc&rct=j&q=&esrc=s&sa=U&ei=cLn5VPChFeXqyQPylIBI&ved=0CBkQFjAB&usg=AFQjCNEow0047xtG51LJFH2Im0dqW30wWQ> (data odczytu: 06.03.2015)

⁹⁰ D. Barney, *Społeczeństwo sieci*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2008, s. 9.

⁹¹ T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza. Ewolucja. Eksplozja*, WSiP, Warszawa 2005, s. 43-44.

⁹² D. Barney, *Społeczeństwo...* op. cit., s. 76-83.

Medium, jakim jest Internet redefiniował pojęcia czasu i przestrzeni. Doświadczenie czasu w sieci, jak wskazują badacze, jest „ponadczasowe”, a miejsce nie posiada „umiejscowienia”. Społeczeństwo sieci jest zawsze „tu i teraz”⁹³. Internet, umożliwiając w bardzo krótkim czasie, rozprzestrzenianie przez ludzi na całym świecie potężnych zasobów informacji, niezależnie od dzielących ich odległości, pozbawił znaczenia ludzkie doświadczenie czasu i przestrzeni. Globalna sieć, która charakteryzuje się: nadzwyczajną szybkością, automatyzacją oraz międzynarodowym zasięgiem, zdominowała obecnie każdą sferę ludzkiej działalności.

Z właściwością kompresji czasowo-przestrzennej, związana jest bezpośrednio inna cecha charakteryzująca metamedium – deterytorializacja. Internet, w odróżnieniu do tradycyjnych środków przekazu tj. radia czy telefonu, pozwolił na szybką i względnie taną komunikację masową na skalę globalną, której nie ogranicza przestrzeń terytorialna. Hiszpański socjolog Manuel Castells zauważa jednak, iż teza ta nie jest do końca zgodna z prawdą, gdyż Internet posiada własną geografie opartą na sieciach i węzłach, która ogranicza przepływ informacji⁹⁴. Większość zamożnych państw posiada dostęp do globalnej sieci, jednak skrajnie ubogie rejony są tego dostępu i tej formy komunikacji pozbawione. Tym samym Internet deterytorializuje komunikację tym, którzy są podłączeni do sieci. Wyklucza natomiast tych, którzy tego dostępu nie posiadają⁹⁵.

Kolejną cechą, która wyróżnia Internet spośród innych środków przekazu, jest decentralizacja i kontrola. Komunikacja scentralizowana i kontrolowana przez jedno, centralne źródło, jak to ma miejsce w przypadku telewizji czy radia, została zastąpiona technologią sieci, która umożliwiła wysoce zdecentralizowaną, ale jednak masową komunikację. Użytkownicy Internetu przestali być jedynie odbiorcami komunikatu, ale uzyskali możliwość tworzenia jego zawartości. Powszechnie uważa się, że decentralizacja wiąże się z mniejszym poczuciem kontroli. Jednak we współczesnym, zglobalizowanym świecie „sieć sieci” wydaje się niezastąpioną formą sprawowania kontroli nad złożonymi międzynarodowymi operacjami, które charakteryzują dzisiejszą gospodarkę⁹⁶.

Interaktywność, jaką umożliwił Internet, a dokładniej paradygmat Web 2.0. (filozofia ta została opisana szerzej w dalszej części pracy) poprzez dokonanie wymiany ról nadawczo-odbiorczych, zmienił oblicze współczesnej komunikacji. Dotychczas bierny odbiorca, stał się

⁹³ Tamże, s. 41.

⁹⁴ M. Castells, Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem, Rebis, Poznań 2003, s. 233.

⁹⁵ D. Barney, Społeczeństwo...op. cit., s. 78.

⁹⁶ Tamże, s. 79-81.

współtwórcy, który w nieskrępowany sposób może zamieszczać i modyfikować treści zawarte w sieci. Interaktywna właściwość Internetu umożliwiła wymianę informacji dostosowaną do indywidualnych potrzeb jednostki. Dane zamieszczone w sieci, docierają do użytkownika w postaci odpowiadającej jego oczekiwaniom. Personalizacja treści jest główną cechą charakteryzującą interaktywną komunikację⁹⁷.

Proces komunikacji przebiegać może na co najmniej kilku poziomach. Do podstawowego podziału zalicza się: komunikację intrapersonalną (rozmowa z samym sobą), komunikację interpersonalną (rozmowa prowadzona między jednostkami), komunikację grupową oraz komunikację masową (możliwa dzięki użyciu środków masowego przekazu)⁹⁸. Za pierwotną uznaje się komunikację interpersonalną „face to face”. Obecnie ta forma komunikacji została zastąpiona formułą „interface-to-interface”, która przyjmuje postać komputera podłączonego do sieci⁹⁹. Komunikacja zapośredniczona przez komputery nazywana komunikacją CMC¹⁰⁰ umożliwiła w odróżnieniu do mediów tradycyjnych, jednoczesną komunikację porozumiewawczą (one-to-one), rozsiewczą (one-to-many) oraz powszechną (many-to-many). Internet umożliwił konwergencję komunikacji interpersonalnej, grupowej i masowej, dzięki czemu powstał nowy, syntetyczny model komunikowania się łączący cechy komunikacji publicznej i prywatnej¹⁰¹.

P. Levy do nowych możliwości komunikacyjnych, jakie spowodowała powszechna łączność zaliczył¹⁰²:

- ✓ zanik wyłączności przekazu publicznego – jednostka ponosząc niewielkie koszty ma możliwość dotarcia do międzynarodowej publiczności;
- ✓ różnorodną formę przekazu: hipertekst, cyfrowe filmy wideo;
- ✓ samodzielną selekcję treści zawartych w sieci.

Komunikacja internetowa, którą cechuje anonimowość oraz acielesność, wpływa na charakter relacji międzyludzkich. Poczucie bezosobowości umożliwia nawiązanie bardzo szybko zażyłych i intymnych kontaktów, które w komunikacji bezpośredniej byłyby

⁹⁷ Tamże, s. 82-83.

⁹⁸ M. McLuhan, Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004, s. 152-153.

⁹⁹ A. Ilciów, Internet. Przemiany społeczne i ich konsekwencje, w: Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne, pr. zbior. pod red. M. Sokołowskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008, s. 276.

¹⁰⁰ M. Szpunar, Komunikacja CMC i jej wpływ na procesy komunikacyjne, w: Teorie komunikacji i mediów, pr. zbior. pod red. M. Graszewicz, J. Jastrzębskiego, ATUT, Wrocław 2009, s. 294.

¹⁰¹ G. Cardoso, The Media in the Network Society. Browsing, News, Filters and Citizenship, Centre for Research and Studies in Sociology, Lisbon 2006 s. 142-145, cyt. za: S. Juszczyk, Internet. Współczesne medium komunikacji społecznej, „Edukacja I Dialog”, 2011, nr 5-6, s. 43.

¹⁰² P. Levy, Drugi potop, w: Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku, pr. zbior. pod red. M. Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002, s. 386-387.

niemożliwe lub których osiągnięcie wymagałoby dłuższego czasu. Potwierdzenie tej tezy stanowią cieszące się niesłabnącą popularnością serwisy randkowe¹⁰³. Acielesność komunikacji zapośredniczonej wiąże się natomiast z konstruowaniem tożsamości internetowej, która oparta jest w głównej mierze na przekazie werbalnym¹⁰⁴. Obecnie zauważalna jest jednak tendencja wzrostowa w używaniu środków wizualnych, w postaci web-kamer oraz fotografii cyfrowych. Wiąże się to jednak z rezygnacją z anonimowości oraz możliwości tworzenia innych, często fałszywych obrazów własnej osoby¹⁰⁵.

Komunikacja za pośrednictwem Internetu przybiera różnorodne formy. M. Miotk-Mrozowska wyodrębniła jej dwa rodzaje¹⁰⁶ :

- ✓ komunikacja jednostronna (typ hipertekstowy) – polega na biernej roli odbiorcy, który jedynie przegląda informacje zamieszczone przez nadawcę; tenże nadawca nie oczekuje sprzężenia zwrotnego w postaci odpowiedzi na jego komunikat;
- ✓ komunikacja interaktywna – zmianie ulega rola odbiorcy komunikatu, który zostaje zaangażowany do wejścia w interakcję z nadawcą; w obrębie tej komunikacji wyróżnia się :
 - komunikację synchroniczną (typ konwersacyjny) – wymiana informacji za pośrednictwem Internetu, zachodząca pomiędzy dwoma osobami, która charakteryzuje się natychmiastowym sprzężeniem zwrotnym; w środowisku internetowym umożliwiającą tę formę komunikacji kanały IRC, meta światy oraz środowiska gier MUD;
 - komunikacja asynchroniczna (typ korespondencyjny) – wymiana informacji pomiędzy jednostkami nie wymaga obecności w tym samym czasie w cyberprzestrzeni; sprzężenie zwrotne może nastąpić, jednak jest ono odroczone w czasie; przykład takiej komunikacji stanowi poczta elektroniczna (e-mail).

Charakterystyczne dla Internetu jest to, że nie eliminuje on wcześniejszych form komunikacji, ale harmonijnie z nimi współistnieje. Zapewnia on tym samym integrację prasy, radia i telewizji w procesie komunikacji. Wszelkie najnowocześniejsze nowinki technologiczne, służące transmisji informacji, znajdują zastosowanie w Internecie¹⁰⁷.

¹⁰³ D. Chmielewska-Luczak, Opowieści o miłości w sieci – wizerunek portalu randkowego a zawarta w nim narracja o miłości, „Transformacje”, 2007-2008, nr 51-57, s. 254-265.

¹⁰⁴ M. Szpunar, Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności, „Studia socjologiczne” 2004, nr 2(173), s. 95-135.

¹⁰⁵ K. Chmielecki, Internet jako medium zapośredniczonej komunikacji wizualnej, w: Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych...op. cit., s. 302.

¹⁰⁶ M. Miotk-Mrozowska, Komunikacja interpersonalna w Internecie, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2009, s. 13.

¹⁰⁷ A. Iłciów, Internet...op. cit., s. 276.

Specyfiką każdego medium jest określony język, którym się posługuje. Język wizualno-werbalny stanowi podstawowy system komunikowania się w Internecie. Klasyczna forma reprezentacji uznaje przewagę słowa nad obrazem, który traktuje się jedynie jako dodatek objaśniający lub zdobiący słowo pisane. Natomiast język Internetu uznaje źródła werbalne i wizualne za równoważne w przekazie informacji. Przekaz werbalny wzbogacony o obrazy, grafiki, filmy, dźwięki zwiększa repertuar i atrakcyjność tradycyjnych form komunikowania. Badacze wskazują na takie zalety obrazu, jako środka komunikacji: naturalność odbioru, szybkość postrzegania komunikatu, wysoka pojemność informacyjna. Jednak oddzielenie elementów wizualnych od werbalnych często nie jest w stanie oddać sensu wypowiedzi, gdyż staje się ona wieloznaczna¹⁰⁸. Emotikony (polskie „buźki”), czyli specyficzne znaki służące wyrażaniu emocji i nastroju użytkownika stanowią jednak przykład przekazu, który mimo iż pozbawiony treści, zrozumiały jest dla ludzi na całym świecie¹⁰⁹. Niektórzy badacze są zdania, iż komunikacja przyszłości opierać się będzie na przekazie wizualnym, a jej uzupełnienie stanowić będzie przekaz werbalny¹¹⁰.

Podsumowując powyższe rozważania, należy stwierdzić, iż Internet stanowi najważniejsze medium uczestniczące we współczesnej komunikacji. Aby podkreślić jego oczywistą i niekwestionowaną rolę warto przywołać wyniki badań dotyczące użytkowania Internetu. Singapurska agencja interaktywna We are social media prowadzi statystyki dotyczące: dostępu do Internetu, czasu w nim spędzanego oraz wielu innych zagadnień odnoszących się do zachowania ludności online. Według ostatniego raportu opublikowanego 21 stycznia 2015 roku, 3,01 miliardy ludzi korzysta na świecie z Internetu, co stanowi 42% ogółu mieszkańców globu. Jeżeli chodzi o statystyki dotyczące Polski wynika z nich, iż blisko 2/3 populacji (67% – 25,7 mln użytkowników) posiada dostęp do Internetu. Porównując dane z rokiem ubiegłym, liczba użytkowników wzrosła o 730 tys.¹¹¹. Czas, jaki spędza przeciętny Polak na surfowaniu w sieci wynosi 4,9 godziny na dobę. Liczba godzin spędzana w Internecie wyprzedza codzienne oglądanie telewizji, na którą poświęcamy 4 godz. i 7 min. (według danych Nielsen Audience Measurement 2013 r. dla portalu Newsweek.pl)¹¹². Powyższe dane mówią same za siebie. Bez wątplenia należy uznać, iż metamedium, jakim

¹⁰⁸ N. Pater-Ejgierd, Dlaczego sieć przemawia obrazem?, w: *Obrazy w sieci...*, op. cit., s. 40-41.

¹⁰⁹ V. Krawczyk-Wasilewska, Internet jako narzędzie komunikacji globalnej, w: *Komunikowanie się w społeczeństwie wiedzy XXI wieku*, pr. zbior. pod red. N. Majchrzak, A. Zduniaka, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, Poznań 2011, s. 25.

¹¹⁰ K. Chmielecki, *Internet...* op. cit., s. 311.

¹¹¹ Raport We are social media, <http://smmeasure.eu/liczby-polskiego-internetu-2015/> (data odczytu: 04.03.2015)

¹¹² Polski Internet w liczbach. W sieci spędzamy coraz więcej czasu, <http://antyweb.pl/polski-internet-w-liczbach-w-sieci-spedzamy-coraz-wiecej-czasu-g-dogania-nk/> (data odczytu: 04.03.2015)

jest Internet, zmieniło oblicze współczesnej komunikacji, dzieląc ją na dwie epoki: przed i po powstaniu globalnej sieci.

2.2 Wolność słowa w Internecie i jej ograniczenia

Wolność słowa – pochodna wolności wypowiedzi, należy do podstawowych i najważniejszych swobód obywatelskich, które stanowią fundamenty społeczeństwa demokratycznego. Wolność słowa obejmuje prawo do nieskrępowanego wyrażania własnych poglądów w postaci mówionej, a także do ich zapisu oraz publikacji w formie druku, dźwięku i obrazu¹¹³. W Polsce prawo do wolności słowa normowane jest przez najważniejszy akt prawny, czyli Konstytucję RP oraz przez międzynarodowe regulacje wynikające z zawartych porozumień. Art. 54 Konstytucji RP z 2 kwietnia 1997 roku stanowi iż: „Każdemu zapewnia się wolność wyrażania swoich poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji¹¹⁴”. Natomiast w art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka znajdziemy zapis mówiący, iż: „Każdy ma prawo do wolności wyrażania opinii. Prawo to obejmuje wolność posiadania poglądów oraz otrzymywania i przekazywania informacji i idei bez ingerencji władz publicznych i bez względu na granice państwowe¹¹⁵”. Prawo do wolności słowa nie ma jednak charakteru absolutnego i bezwarunkowego. Podlega ono ze względów bezpieczeństwa ograniczeniom.

Internet jest najbardziej demokratycznym medium, w którym wolność słowa stanowi konstytutywną i nierozzerwalną zasadę, na której opiera się jego funkcjonowanie. Założenia, które legły u podstaw zdecentralizowanego środka przekazu mówiły o powstaniu za jego przyczyną społeczeństwa, które miało opierać się na idei libertariańskiej gwarantującej wszystkim użytkownikom pełną swobodę wypowiedzi. Internet stał się nową przestrzenią komunikacji opartej na całkowitej wolności słowa, nie ograniczonej przez cenzurę. Jako egalitarny środek przekazu dopuścił do głosu wszystkich tych, którzy do tej pory byli tylko biernymi odbiorcami serwowanej im treści przez tradycyjne media. Prawo głosu uzyskał zarówno intelektualista, jak i człowiek bez wykształcenia¹¹⁶. Wraz z upowszechnieniem się Sieci, Internet okazał się jednak nie tylko agorą „zbiorowej mądrości”, ale również wirtualną

¹¹³ J. Sobczak, Wolność słowa a zjawisko inwigilacji przekazu internetowego, w: M. Sokołowski, *Oblicza...op. cit.*, s. 72.

¹¹⁴ Konstytucja RP z 2 kwietnia 1997 r., <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/2.htm> (data odczytu: 14.03.2015)

¹¹⁵ Mowa Nienawiści – definicja problemu, , <http://www.dlaziemi.org/gloskobiet/zdj/materialy/a3.pdf> (data odczytu: 14.03.2015)

¹¹⁶ M. Szpunar, *Granice wolności słowa*, w: *Nowe media i komunikacja wizualna*, pr. zbior. pod red. P. Francuz, S. Jędrzejewski, KUL, Lublin 2010, s. 109.

rzeczywistością będącą siedliskiem różnorodnych zagrożeń, których skutki bynajmniej nie są wirtualne, ale realne i często bardzo dotkliwe¹¹⁷. Poczucie anonimowości i związanej z nią bezkarności wyzwoliło w użytkownikach pokłady agresji, które tłumione dotychczas przez normy społeczne, znalazły ujście w Sieci. Wzrastająca liczba niebezpieczeństw doprowadziła do dyskusji na temat potrzeby ograniczenia wolności słowa w Internecie. Cyberprzestrzeń, jak zauważają badacze, nie stanowi zaprzeczenia realnej rzeczywistości, ale jest jego nieodłączną częścią. Dlatego też normy współżycia społecznego, jakie obowiązują w społeczeństwie, mają zastosowanie również w Sieci. W Internecie, podobnie jak w realnej przestrzeni publicznej, obowiązują takie same przepisy prawa dotyczące wolności słowa i jego ograniczeń. Granicę wolności słowa jednostki wyznacza godność drugiej osoby¹¹⁸.

Wolność słowa w Internecie regulują przepisy prawa kodeksu cywilnego oraz kodeksu karnego, a także pozaprawne normy społeczne zawarte w „Netykiecie”. Odpowiedzialność za publikowane w Sieci obraźliwe treści ponoszą¹¹⁹: dostawcy treści (autorzy zamieszczanych informacji), dostawcy usług internetowych (najczęściej firmy telekomunikacyjne) oraz użytkownicy Internetu. Art. 23 kodeksu cywilnego zapewnia ochronę dóbr osobistych, takich jak cześć i godność. Osoba, której dobre imię zostało naruszone może domagać się przeprosin, sprostowania, a także zadośćuczynienia finansowego. Natomiast kodeks karny wyróżnia dwa rodzaje przestępstw: pomówienie oraz znieważenie. Według art. 212 osobie, która dokonuje pomówień grozi: kara grzywny, kara ograniczenia wolności lub pozbawienie wolności do roku. Nawoływanie do nienawiści na tle różnic narodowościowych, etnicznych, rasowych zgodnie z art. 256 kodeksu karnego podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności, a nawet karze pozbawienia wolności do lat 2. W myśl art. 257 znieważenie osoby lub grupy osób z powodu przynależności rasowej, etnicznej wiąże się z karą pozbawienia wolności do lat 3. „Netykieta”, czyli stworzony przez samych internautów nieskodyfikowany zbiór norm postępowania w Sieci, stanowi ważny czynnik w procesie samoregulacji przestrzeni wirtualnej. Użytkownicy, a zwłaszcza administratorzy grup dyskusyjnych sami ustalają sankcje za przekroczenie przyjętych zasad właściwego zachowania. Przybierają one

¹¹⁷ Z. Bauer, Polskie fora internetowe. Przykład „mowy nienawiści”, czy „mowy agresji”?, w: Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych...op. cit., s. 49-51.

¹¹⁸ I. Gleisner, Problem wolności w Internecie, „iNFOTEZY” 2013, nr 1, <http://www.ujk.edu.pl/infotezy/ojs/index.php/infotezy/article/view/63/183> (data odczytu: 16.03.2015)

¹¹⁹ J. Kulesza, Międzynarodowe prawo internetu, Przedsiębiorstwo Wydawnicze Ars boni et aequi, Poznań 2010, s. 160.

formę ostrzeżenia, blokady możliwości umieszczania wpisów, a nawet rozłączenia poprzez pozbawienie internauty dostępu do Sieci¹²⁰.

Przekraczanie granicy wolności słowa szczególnie widoczne jest na anonimowych forach dyskusyjnych wiodących portali internetowych, gdzie wpisy internautów przybierają postać „mowy nienawiści”. Według Rady Europy „mową nienawiści” jest: „Każda forma wypowiedzi, która rozpowszechnia, podżega, propaguje lub usprawiedliwia nienawiść rasową, ksenofobię, antysemityzm lub inne formy nienawiści oparte na nietolerancji, włączając w to nietolerancję wyrażaną w formie agresywnego nacjonalizmu lub etnocentryzmu, dyskryminacji lub wrogości wobec mniejszości, migrantów lub osób wywodzących się ze społeczności imigrantów¹²¹”. Wśród wielu zagrożeń, szerząca się „mowa nienawiści” szczególnie dotyka mniejszości narodowe, w tym romską mniejszość etniczną. Jak wynika z badania sondażowego przeprowadzonego przez Centrum Badań nad Uprzedzeniami UW i Fundację Batorego co czwarty młody Polak i co piąty dorosły często spotyka się w Internecie z mową nienawiści skierowaną do Romów¹²². Należy zauważyć, że publikowanie w Internecie treści, które mają charakter „mowy nienawiści”, stanowi poważne naruszenie przepisów prawa, które wiąże się z odpowiedzialnością karną.

Kontrola wolności słowa w Internecie napotyka na spore trudności, które wynikają z charakteru tego medium, które cechuje ogromna pojemność oraz brak zorganizowanej struktury zarządzania¹²³. Jego międzynarodowy zasięg uniemożliwia egzekwowanie uregulowań prawa krajowego w innych krajach. Problem ograniczenia wolności słowa w Sieci wzbudza wciąż wiele kontrowersji. Opinie są bowiem bardzo podzielone. Jedni są zdania, iż niedopuszczalna jest jakakolwiek ingerencja w treści zamieszczane w Internecie, gdyż zaprzecza to wolnościowym ideałom tego medium. Drudzy natomiast opowiadają się za jego inwigilacją. Niezależnie, jaką optykę się przyjmie, aktualna jest maksyma Alexisa de Tocqueville: „Wolność słowa kończy się tam, gdzie zaczyna się wolność drugiego człowieka¹²⁴”.

¹²⁰ M. Gruchola, Odpowiedzialność dostawców i użytkowników Internetu za zawartość stron internetowych w świetle prawnych i społecznych regulacji, „Rozprawy Społeczne” 2012, nr 1, s. 87-88.

¹²¹ Mowa Nienawiści – definicja problemu, <http://www.dlaziemi.org/gloskobiet/zdj/materialy/a3.pdf> (data odczytu: 16.03.2015)

¹²² Mowa nienawiści. Raport z badań sondażowych, http://www.academia.edu/9328413/Mowa_nienawiści._Raport_z_badań_sondażowych, (data odczytu: 16.03.2015)

¹²³ D. McQuail, Teoria komunikowania masowego, PWN, Warszawa 2007, s. 62.

¹²⁴ Wolność słowa nie ma charakteru absolutnego, <http://razemztoba.pl/beta/wai/index.php?NS=srodek&nrartyk=10227> (data odczytu: 17.03.2015)

2.3 Kreowanie i rozpowszechnianie stereotypów w Internecie.

2.3.1 Filozofia Web 2.0

We współczesnym świecie, odpowiedzialne za przekazywanie stereotypów są w głównej mierze mass media. Tworzą one tzw. „informacyjną autostradę”, po której z łatwością rozpowszechniają się stereotypy¹²⁵. Najpotężniejsze z mediów – Internet, obalając bariery czasu i przestrzeni dzielące interlokutorów, umożliwił w błyskawicznym czasie dotarcie z przekazem do miliardów ludzi na całym świecie.

Pierwszą rewolucję w procesie komunikacji stanowiło powstanie Internetu. Kolejna natomiast nastąpiła w 2004 roku. W tym czasie bowiem, pierwotna struktura Internetu Web 1.0, która umożliwiała użytkownikowi jedynie odbiór informacji, ewaluowała w stronę Internetu drugiej generacji – Web 2.0. Jednokierunkowy model przekazu, charakterystyczny dla Web 1.0, przypominał media tradycyjne, w których nie miało miejsca jakiegokolwiek sprzężenie zwrotne, gdyż rola odbiorcy ograniczała się do biernego przyjęcia komunikatów, bez żadnej możliwości ingerencji w ich treść. Asymetryczny charakter relacji pomiędzy nadawcą a odbiorcą, gdzie władzę sprawował nadawca, który jako jedyny posiadał prawo umieszczać i edytować informacje, został zastąpiony przez kulturę współuczestnictwa, czyli nową filozofię Web 2.0¹²⁶.

Nowe media, jak nazywa paradygmat Web 2.0 P. Levinson¹²⁷, stanowią nową epokę, w której władza, dzięki nowym technologiom, została przekazana zwykłym ludziom. Każdy użytkownik posiadający dostęp do sieci ma możliwość aktywnego partycypowania w tworzeniu treści zawartych w Internecie. Filozofia Web 2.0 stworzyła z cyberprzestrzeni globalną agorę, na której nie istnieje podział na nadawców i odbiorców, gdyż każda z ról jest równoważna w procesie komunikacji¹²⁸. Internauci z biernej publiczności, stali się społecznością, która dzięki interaktywnej filozofii Web 2.0 umożliwiającej konwersacyjną komunikację, może szybko dzielić się swoją wiedzą oraz współtworzyć i ingerować w zawartość dostępną w sieci.

¹²⁵ N. Macrae, Ch. Stangor, M. Hewstone...op. cit., s. 22.

¹²⁶ S. Kotuła, Web 2.0 – współczesny paradygmat Internetu, w: M. Sokołowski...op. cit., s. 181.

¹²⁷ P. Levinson, Nowe nowe media, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010, s. 9.

¹²⁸ T. Goban-Klas, Społeczeństwo masowe...op. cit., s. 10.

Tabela 1. Rola nadawcy i odbiorcy w poszczególnych środkach masowego przekazu

| | Prasa, radio, telewizja | Internet | |
|---|---|---|---|
| | | Web 1.0 | Web 2.0 |
| Rola nadawcy | dominująca | dominująca | równa z rolą odbiorcy |
| Rola odbiorcy | pasywna | pasywna | aktywna |
| Relacja : nadawca – odbiorca | asymetryczna: nadawca uprzywilejowany | asymetryczna: nadawca uprzywilejowany | równoważna: nadawca i odbiorca są w tak samo istotni |
| Charakter nadawcy | zinstytucjonalizowany | zinstytucjonalizowany | prywatny |

Źródło: M. Szpunar, Nowe media a paradygmat kultury uczestnictwa, w: Teorie komunikacji mediów 2, pr. zbior. pod red. M. Graszewicza, J. Jastrzębskiego, ATUT, Wrocław 2010, s. 252.

„Web 2.0 to filozofia projektowania i budowania rozwiązań technologicznych nastawionych na korzystanie z kolektywnej inteligencji”¹²⁹. Ideą Web 2.0 jest postrzeganie Internetu, jako platformy, która łączy ludzi, a nie aplikacje czy strony WWW. Dlatego też projektuje się łatwe w obsłudze (zgodne z koncepcją „user-friendly” – przyjazny użytkownikowi) rozwiązania technologiczne, które mają na celu zjednoczenie jak największej społeczności, aby wyzwolić ową kolektywną inteligencję¹³⁰. Powszechnie stosowana technologia RSS (Really Simple Syndication), która służy do przesyłania nagłówków wiadomości, spowodowała, że użytkownik już nie musi szukać informacji, gdyż ona sama, automatycznie trafia do niego¹³¹. Aplikacja „co-surfing”(„cobrowsing”) pozwala milionom użytkowników na całym świecie przeglądać te same treści, w tym samym czasie¹³². Dodatkowo, poprzez uwolnienie oprogramowania od sprzętu (Software Above the Level of a

¹²⁹ Definicja Web 2.0, definicja social media, <http://networkeddigital.com/2010/04/09/definicja-web-2-0-definicja-social-media/> (data odczytu: 08.03.2015)

¹³⁰ M. Szpunar, Nowe media...op. cit., s. 256.

¹³¹ Web 2.0 według Krzysztofa Urbanowicza, <http://www.internetstandard.pl/news/98029/Web.20.wedlug.Krzysztofa.Urbanowicza.html> (data odczytu: 09.03.2015)

¹³² S. Kotuła...op. cit., s. 185.

Single Device¹³³), umożliwiono dostęp do aplikacji Web 2.0 z poziomu większej liczby urządzeń takich jak: smartfony, tablety czy multimedialne telewizory. Działania zmierzające do wzrostu liczby osób, które w każdej chwili i w każdym miejscu mogą podzielić się swoją wiedzą, doświadczeniem i pomysłami, ma zdaniem badaczy wpływać na lepszą jakość „kolektywnej inteligencji”. Odbywa się to w myśl zasady H. Jenkinsa; „nikt nie wie wszystkiego. Każdy wie coś. Całą wiedzę ma ludzkość”¹³⁴. Przykładem takich działań jest główna ikona Web 2.0 – Wikipedia, w której realizuje się „mądrość zbiorowa”. Wirtualna encyklopedia umożliwia każdemu użytkownikowi Internetu w nieskrępowany sposób redagowanie jej treści i wykorzystanie ich na własny użytek, również komercyjny. Wiele zarzutów, dotyczących wiarygodności zamieszczonych w niej treści, wysuwa się pod jej adresem, jednak nie ulega wątpliwości, że dla wielu miliardów ludzi na całym świecie stanowi pierwsze źródło informacji.

Według W. Gogołka fundamentalne dla filozofii Web 2.0 są dwa zjawiska¹³⁵:

- ✓ „Social networking”, czyli serwisy internetowe, które funkcjonują w oparciu o zrzeszoną wokół siebie społeczność. Stanowią one przejaw odejścia od jednostronnej formy przekazu na rzecz interaktywnej, konwersacyjnej komunikacji.
- ✓ Spolegliwe technologie, których obsługa nie wymaga posiadania jakiegokolwiek wiedzy technicznej. Paradygmat Web 2.0 oparty jest na UGC („user generated content), czyli treściach stworzonych przez użytkowników. Monopol mediów tradycyjnych na publikowanie informacji został wyparty przez społeczność internetową, w której każda jednostka posiadająca dostęp do sieci może wcielić się w rolę redaktora.

W nurt filozofii Web 2.0 wpisuje się wiele serwisów. Do najpopularniejszych zaliczyć można: fora internetowe, serwisy społecznościowe oraz blogosferę.

Za początek funkcjonowania paradygmatu Web 2.0 uznaje się powstanie forów internetowych, na których zgromadzeni wokół interesującej ich tematyki użytkownicy uzyskali możliwość wymiany informacji i opinii, poprzez umieszczanie własnych wpisów (postów). Jednak początkowo wolność wypowiedzi była znacznie ograniczona przez moderatorów i administratorów, którzy czuwali nad przestrzeganiem zasad netykiety zawartej w regulaminie. Kształt dzisiejszych forów w głównej mierze uzależniony jest od odbiorców.

¹³³ What is Web 2.0, <http://www.oreilly.com/pub/a//web2/archive/what-is-web-20.html> (data odczytu: 08.03.2015)

¹³⁴ H. Jenkins, Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 31.

¹³⁵ W. Gogołek, Komunikacja sieciowa. Uwarunkowania, kategorie i paradoksy, Oficyna Wydawnicza Aspra, Warszawa 2010, s. 159-170.

Funkcja administratora została ograniczona do minimum, gdyż strona utworzona przez autora i według jego kryteriów oraz upodobań kontrolowana, jest skazana na porażkę. Jedynie skupienie wokół forum licznej społeczności może przynieść sukces. Administratorzy portali internetowych, na których działają owe fora, wyraźnie zachęcają użytkowników do aktywnej partycypacji w wyrażaniu własnych poglądów i opinii. Poziom dyskursu jednak często jest bardzo niski¹³⁶. Wpisy zamieszczane przez anonimowych użytkowników zawierają treści, które niejednokrotnie przekraczają wszelkie normy społeczne i stanowią przykład „mowy nienawiści”.

Serwisy społecznościowe idealnie wpisują się w filozofię Web 2.0 i uważane są za nieodłączny symbol dzisiejszych czasów. Miliony ludzi na całym świecie już nie wyobraża sobie bez nich codziennego życia. Do najstynniejszych serwisów zalicza się: Facebook (liczący ponad miliard użytkowników), MySpace, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, GoldenLine, Grono, oraz Nasza Klasa. Fenomen serwisów społecznościowych wynika z tego, iż odpowiadają one na potrzeby użytkowników i pozwalają na nieograniczone możliwości aktywnego uczestnictwa w cyberprzestrzeni. Portale społecznościowe stanowią współcześnie preferowaną platformę komunikacji, która odbywa się na wiele sposobów m.in. poprzez: wyszukiwanie i zapraszanie znajomych, wysyłanie wiadomości na czacie, udział w dyskusjach na forach i grupach tematycznych, zamieszczanie zdjęć, plików muzycznych oraz filmów wideo. Każdy z użytkowników ma możliwość wyrażenia własnych spostrzeżeń, doświadczeń, opinii oraz stworzenia lub dołączenia do grupy, której opinii na konkretny temat, podziela¹³⁷. Wirtualne społeczności cieszą się niesłabnącą popularnością, o czym świadczą wyniki badania CBOS z 2014 roku, według którego już dwie piąte ogółu Polaków (39%) posiada konto w jakimś portalu społecznościowym¹³⁸. Natomiast blisko 90 % internautów regularnie z nich korzysta. Przewiduje się, że liczba ich użytkowników będzie w dalszym ciągu wzrastać. Zapewne twórca Facebooka Mark Zuckerberg zakładając serwis nie spodziewał się, że stanie się on fenomenem na skalę światową, którego wpływ rozciąga się na wszystkie sfery życia.

Blogosfera, czyli ogół blogów tworzących sieć społeczną¹³⁹, uważana jest za ważną część składową nowego etapu rozwoju Internetu¹⁴⁰. Termin blog stanowi skrót od

¹³⁶ M. Szpunar, *Nowe media...*op. cit., s. 258.

¹³⁷ K. Stachura, *Serwisy społecznościowe w perspektywie światów społecznych*, w: M. Sokołowski, *Media...*op. cit., s. 346.

¹³⁸ Komunikat z badań CBOS – Internauci 2014, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_082_14.PDF (data odczytu: 10.03.2015)

¹³⁹ Definicja blogosfery na podstawie Wikipedii, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Blogosfera> (data odczytu: 10.03.2015)

angielskiego wyrażenia „weblog”, który oznacza „udostępniony w przestrzeni WWW dziennik¹⁴¹”. Osoba prowadząca bloga, czyli blogger, publikuje na swojej witrynie osobiste treści o różnorodnej tematyce m.in. prezentuje własną: twórczość, zainteresowania oraz poglądy. Każda osoba posiadająca dostęp do Internetu w kilka minut może zarejestrować się na wybranym serwerze i dołączyć do grona blogerów. Obecnie liczba blogów wzrasta w zdumiewająco szybkim tempie. Według raportu Technorati (internetowa wyszukiwarka blogów) blogosfera, co sekundę wzbogaca się o dwa nowe blogi¹⁴².

Filozofia Web 2.0 oraz powstałe serwisy wpisujące się w jej nurt zmieniły oblicze współczesnej komunikacji. Władza spoczywająca dotychczas w rękach nadawcy komunikatu trafiła do zwykłych ludzi. Użytkownik Internetu, uzyskując możliwość współuczestniczenia w procesie kształtowania internetowych treści, przejął stery globalnych mediów. Ogromne znaczenie tego zjawiska podkreślił magazyn „Time”, który Człowiekiem Roku 2006 mianował „Ciebie”, czyli internautę. Okładkę tygodnika zdobi komputer, który w zastępstwie ekranu posiada lustro z napisem: „Tak, Ty. To Ty kontrolujesz epokę informacji. Witamy w Twoim świecie”. W tym samym roku magazyn „Business 2.0” opublikował listę najbardziej wpływowych osób w biznesie. Pierwsze miejsce w tym zestawieniu zajął również umowny użytkownik Internetu, który współtworzy jego oblicze¹⁴³. Współcześnie treści publikowane w serwisach społecznościowych oraz na blogach stanowią konkurencję dla mainstreamowych mediów. Blogosfera oraz portale społecznościowe uważana są dzisiaj za główne źródło informacji, które kształtują poglądy nie tylko młodych ludzi, ale także wpływają na opinie profesjonalnych dziennikarzy pracujących w szanujących się gazetach i programach telewizyjnych. Filozofia Web 2.0, wyrównując statusy partnerów procesu komunikacji, dała każdej jednostce nieskrępowaną wolność w tworzeniu zawartości Internetu. Oprócz pozytywnych stron kultury współuczestnictwa, naukowcy wskazują również na jej negatywne konsekwencje. Według A. Keena prezentowane treści przez użytkowników Internetu stanowią „cyfrowy zbiór miernoty¹⁴⁴”. Słowa te są generalizujące i krzywdzące dla wielu wartościowych inicjatyw. Jednak krytyka filozofii Web 2.0 nie jest bezpodstawna. Nowe

¹⁴⁰ W. Gogolek, *Komunikacja sieciowa ...op. cit.*, s.125.

¹⁴¹ J. C. Meloni, *Blogging in a Snap*, Sams, 2005,

<http://my.safaribooksonline.com/0672328437/part01?portal=oreilly#X2ludGVybmFsX0h0bWxWaWV3P3htbGlkPTA2NzIzMjg0MzclMkZjaDAxbGV2MXNlYzEmcXVlcnk9> (data odczytu: 10.03.2015)

¹⁴² Web 2.0 według Krzysztofa Urbanowicz,

<http://www.internetstandard.pl/news/98029/Web.20.wedlug.Krzysztofa.Urbanowicza.html>
(data odczytu: 10.03.2015)

¹⁴³ Time: Człowiekiem roku jesteś Ty,

<http://www.internetstandard.pl/news/104038/Time.Czlowiekiem.roku.jestes.Ty.html>, (data odczytu: 11.03.2015)

¹⁴⁴ A. Keen, *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 26.

nowe media umożliwiły bowiem prezentację dowolnych treści, w tym treści o zabarwieniu rasistowskim, które rozpowszechniają negatywne stereotypy i propagują nienawiść¹⁴⁵.

2.3.2 Memy internetowe

Memy internetowe stanowią swoiste ucieleśnienie filozofii Web 2.0 dzięki, której każda jednostka posiadająca dostęp do Sieci ma możliwość aktywnego uczestnictwa w procesie komunikacyjnym. Komunikacja za pośrednictwem memów, które łączą grafikę z tekstem, umożliwia przekazywanie wieloznacznych treści w formie skondensowanej, a zarazem bardzo kreatywnej¹⁴⁶. Pojęcie memu ma dłuższą historię od globalnej Sieci. Termin ten został wprowadzony w 1976 roku przez biologa Richarda Dawkinsa, który mem definiował w analogii do genu, jako podstawową jednostkę transmisji kultury, która rozpowszechnia się poprzez naśladownictwo¹⁴⁷. Pierwotny sens memu używanego na gruncie antropologii kulturowej, nie został całkowicie wypaczony. Koncepcja memu internetowego nawiązuje do Dawkinsowskiej teorii, jednak ujmuje mem w znacznie węższym znaczeniu, gdyż ich replikacja dokonuje się wyłącznie drogą elektroniczną¹⁴⁸.

Wiktor Kołowiecki definiuje mem internetowy jako: „zdigitalizowaną jednostkę informacji (tekst, obraz, film, dźwięk) rozpowszechnioną drogą internetową, która zostaje skopiowana, przetworzona i w tej przetworzonej formie opublikowana w Internecie¹⁴⁹”.

Jakub Sroka proponuje rozbudowaną definicję memu, która zaczerpnięta z Webopedii została przez autora nieco zmodyfikowana. Według niej mem internetowy to: „przybierająca formę począwszy od obrazka, skończywszy na wiadomości e-mail lub pliku wideo, reprezentacja pojęcia lub idei, która w sposób wirusowy rozprzestrzenia się pomiędzy osobami za pośrednictwem Internetu. Najpopularniejszą formą memu jest obraz osoby lub zwierzęcia opatrzonego zabawnym lub uszczypliwym podpisem. Większość posługuje się humorem i apeluje głównie do nastolatków i młodych dorosłych, którzy to wykazują największe prawdopodobieństwo ich odkrycia, zrozumienia humoru, a także przekazania dalej swoim znajomym¹⁵⁰”.

¹⁴⁵ B. Ciżkowicz, Ciemne strony sieci, w: M. Sokołowski, *Media...op. cit.*, s. 306.

¹⁴⁶ M. Sieńko, *Demotywatory. Graficzne makra w komunikacji i kulturze w: Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych ...op. cit.*, s. 127.

¹⁴⁷ R. Dawkins, *Growing Up in Ethology*, <http://old.richarddawkins.net/articles/4757> (data odczytu: 21.03.2015)

¹⁴⁸ A. Walkiewicz, Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej, „*Teksty z Ulicy*” 2012, nr 14, s. 50.

¹⁴⁹ W. Kołowiecki, Memy internetowe, jako nowy język internetu, „*Kultura i Historia*” 2012, nr 21, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637> (data odczytu: 21.03.2015)

¹⁵⁰ J. Sroka, *Obrazkowe memy internetowe*, CeDeWu, Warszawa 2014, s. 33-34.

Za konstytutywne cechy memów internetowych uznaje się ich wirusowy charakter rozprzestrzeniania oraz zaraźliwość, dzięki którym stały się one najbardziej popularyzowanymi treściami w Internecie¹⁵¹. Rozpowszechnianie memów dokonuje się poprzez portale społecznościowe, blogi, fora dyskusyjne oraz komunikatory. Jednak najbardziej odpowiedzialne za ich propagowanie są „vanity sites”, czyli portale stworzone do gromadzenia i dystrybuowania memów¹⁵². Do najpopularniejszych należą: 4chan, Reddit, Quickmeme oraz rodzime Demotywatory, Kwejk, Besty oraz Aleniefart¹⁵³.

Memy internetowe, które rozpowszechniają się w Internecie w postaci niezmienionej, nazywają się wiralami¹⁵⁴. Najpopularniejsze jednak ewoluują i ulegają różnym modyfikacjom, doczekując się setek różnorodnych wydań. Pozostałe po krótkim czasie zanikają¹⁵⁵.

W. Kołowiecki dokonał kategoryzacji memów internetowych na trzy główne typy: szablonowe, komentujące oraz eksploatujące. Memy szablonowe tworzone są poprzez użycie gotowego, stałego szablonu, który wypełnić można dowolnymi treściami. Ten typ memów przyjmuje formę identycznego obrazka opatrzonego autorskim podpisem, bądź identycznego tekstu, ale wzbogaconego odmiennym obrazkiem. Zmodyfikowana zawartość memu wyznacza żart konstytuujący, który jest rodzajem pastiszu pewnych zjawisk czy kategorii osób¹⁵⁶. Przykładami memów szablonowych są: demotywatory, Advice Animals czy rage comics. Demotywatory uznawane są za pierwsze memy szablonowe, które zostały stworzone jako parodystyczna odpowiedź na popularne w latach dziewięćdziesiątych plakaty motywacyjne. Kontrplakaty stworzone przez firmę Despair Inc, które posługiwały się sarkazmem i rodzajem humorystycznego pesymizmu do krytyki otaczającego świata, szybko stały się popularne w Internecie, zapoczątkowując tym samym memosferę¹⁵⁷. Prosta konstrukcja demotywatorów przedstawiająca na czarnym tle obrazek opatrzone komentarzem posiada niezliczone zastosowania w cyberkulturze. Advice Animals, czyli Zwierzęta Doradcze to obok Demotywatorów jedne z pierwszych memów szablonowych. Przedstawiają one rysunek zwierzęcia na promienistym tle, które zawiera sarkastyczny podpis krytykujący

¹⁵¹ M. Kamińska, *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu*, Galeria Miejska Arsenal, Poznań 2011, s. 62.

¹⁵² Tamże, s. 65.

¹⁵³ J. Sroka, *Obrazkowe memy ...op. cit.*, s. 59.

¹⁵⁴ W. Kołowiecki, *Memy internetowe...op. cit.*, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637> (data odczytu: 21.03.2015)

¹⁵⁵ J. Sroka, *Obrazkowe memy ...op. cit.*, s. 36.

¹⁵⁶ *Memy internetowe bliskie kulturze pastiszu*, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/memy-internetowe-bliskie-kulturze-pastiszu> (data odczytu: 22.03.2015)

¹⁵⁷ M. Sieńko, *Demotywatory ...op. cit.*, s.130-131.

pewne zachowania. Obecnie, w miejsce zwierzęcych podobizn, internauci umieszczają ludzkie twarze, które stanowią egzemplifikację stereotypizowanych postaci. Rage comics (komiksy wściekłości) zostały zaczerpnięte z komiksu opublikowanego na 4chan. Wściekłe twarze, pomimo nazwy, wyrażają różne, zazwyczaj wyolbrzymione emocje. Rage comics wykorzystuje się przede wszystkim do przedstawienia anegdot z własnego życia, zakończonych puentą w postaci jednej z min rage faces¹⁵⁸.

Memy komentujące to drugi typ memów wyodrębnionych przez Kołowieckiego. Zdjęcie opatrzone komentarzem pozwala autorowi ukazać swój stosunek do przedstawianego materiału. Tego typu memy umożliwiają internautom polemikę, stając się tym samym publiczną przestrzenią wymiany opinii.

Ostatnią grupę stanowią memy eksploatujące, których zdefiniowanie jest bardzo trudne, gdyż w ich skład wchodzi wszystkie memy niesklasyfikowane do wcześniejszych kategorii. Charakterystyczną cechą tego rodzaju memów jest to, że eksploatują one zastany materiał, nie przekazując żadnej innej, dodatkowej treści. Cieszą się one dużą popularnością, jednak tylko przez bardzo krótki czas. Tematyka, wokół której się skupiają, odnosi się do życia społecznego, politycznego, oraz kulturalno-rozrywkowego. Podobizny celebrytów, przedstawionych na zasadzie fotomontażu, często stanowią obiekt memów eksploatujących¹⁵⁹.

Jakub Sroka proponuje inną kategoryzację memów internetowych. Wyróżnia trzy kategorie, które porządkują memy ze względu na:¹⁶⁰:

- ✓ kryterium zasięgu oddziaływania,
- ✓ kryterium celu żartu konstytuującego,
- ✓ kryterium formy językowej.

Pierwszym kryterium, wskazanym przez autora, jest zasięg kulturowego oddziaływania memów. J. Sroka zauważa, iż w Sieci funkcjonują memy o zasięgu globalnym oraz lokalnym. Liczba odbiorców stanowi wyznacznik owego podziału. Jeżeli przekaz zawarty w memach potrafi poprawnie zdekodować i zrozumieć szerokie grono odbiorców, wtedy mówimy o memach globalnych. Natomiast memy o węższym zasięgu określane są jako lokalne, gdyż zrozumienie konstytuującego ich żartu jest niemożliwe bez znajomości kontekstu kulturowego.

Druga kategoria memów, której kryterium stanowi cel żartu konstytuującego, jest najłatwiej zauważalna dla przeciętnego internauty. Poszczególne kreacje uzyskują efekt

¹⁵⁸ W. Kołowiecki, Memy internetowe ...op. cit., <http://www.kulturalihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637>, (data odczytu: 22.03.2015)

¹⁵⁹ A. Walkiewicz, , Czym są memy ...op. cit., s. 59.

¹⁶⁰ J. Sroka, Obrazkowe memy ...op. cit., s. 78.

humorystyczny poprzez karykaturalne przedstawienie określonych, stereotypowych kategorii osób oraz humorystyczne napiętnowanie niepożądanych i irytujących sytuacji. Quasi-kategorię stanowią memy skłaniające do refleksji „mam tak samo”, których celem jest wywołanie u użytkownika poczucia wspólnoty odczuć i doświadczeń.

Ostatni rodzaj memów wyodrębniony został na podstawie formy językowej. W ramach tej grupy autor wymienia dwie kategorie: memy opisowe oraz memy operujące swoistym paracytatem. Do pierwszej z nich zaliczają się memy, które poprzez zarys pewnej, rutynowej sytuacji i kończącej je ciętej riposty, tworzą konstytuujący je żart. Drugi typ memów posługuje się paracytatem, czyli tekstem, który ma sprawiać wrażenie, że jest wypowiedziany przez samego bohatera. Wyróżnione memy, aby podkreślić absurd przedstawianych treści i wywołać humorystyczny efekt, posługują się często językiem potocznym, gwarowym, a nawet wulgarnym¹⁶¹.

Zarówno Sroka, jak i Kołowiecki podkreślają, iż przedstawiona przez nich typologia nie jest kompletna i wyczerpująca. Memy, jako nowy gatunek komunikacyjny, są zjawiskiem bardzo złożonym i zmiennym. Ekspresja poglądów za pomocą zabawnej grafiki i ironicznego słownego komentarza tworzy współcześnie płaszczyznę międzynarodowej komunikacji¹⁶².

¹⁶¹ J. Sroka, *Obrazkowe memy ...op. cit.*, s. 61-77.

¹⁶² W. Kołowiecki, *Memy internetowe ...op. cit.*, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637>, (data odczytu: 22.03.2015)

Rozdział 3 Romowie jako grupa etniczna

3.1 Status mniejszości romskiej w Polsce

Polska przed II wojną światową była państwem wielonarodowościowym, w którym mniejszości narodowe stanowiły jedną trzecią ogółu obywateli. Jednak po 1945 roku obraz ten uległ zmianie. Przesunięcie granic, hitlerowska eksterminacja, oraz ruchy migracyjne spowodowały, że współczesny krajobraz Polski ma charakter jednorodny¹⁶³. Według Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań przeprowadzonego w 2011r. ludność deklarująca narodowość inną niż polska, stanowi 3,81% ogółu obywateli¹⁶⁴. Mniejszości narodowe do 1989 roku traktowano jak "tolerowane zło konieczne"¹⁶⁵. Zmiany nastąpiły wraz z uchwaleniem przez Zgromadzenie Narodowe 2 kwietnia 1997r. najwyższego aktu prawnego – Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej. Artykuł 35 poświęcony ochronie mniejszości stanowi¹⁶⁶:

1. „Rzeczpospolita Polska zapewnia obywatelom polskim należącym do mniejszości narodowych i etnicznych wolność zachowania i rozwoju własnego języka, zachowania obyczajów i tradycji oraz rozwoju własnej kultury”.
2. „Mniejszości narodowe i etniczne mają prawo do tworzenia własnych instytucji edukacyjnych, kulturalnych i instytucji służących ochronie tożsamości religijnej oraz do uczestnictwa w rozstrzyganiu spraw dotyczących ich tożsamości kulturowej”.

„Ustawa z dnia 6 stycznia 2005r. o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku regionalnym” podaje następującą definicję mniejszości etnicznej: „mniejszością etniczną jest grupa obywateli polskich, która spełnia łącznie następujące warunki: jest mniej liczebna od pozostałej części ludności Rzeczypospolitej Polskiej; w sposób istotny odróżnia się od pozostałych obywateli językiem, kulturą lub tradycją; dąży do zachowania swojego języka, kultury lub tradycji; ma świadomość własnej historycznej wspólnoty etnicznej i jest ukierunkowana na jej wyrażanie i ochronę; jej przodkowie zamieszkiwali obecne terytorium

¹⁶³ S. Łodziński, Przekroczyć własny cień. Prawne, instytucjonalne oraz społeczne aspekty polityki państwa polskiego wobec mniejszości narodowych w latach 1989-1998, w: Mniejszości narodowe w Polsce. Praktyka po 1989 roku, pr. zbior. pod red. B. Berdychowskiej, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 1998, s. 16

¹⁶⁴ Raport z wyników. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011, http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbr/gus/LUD_raport_z_wynikow_NSP2011.pdf, (data odczytu: 23.03.2015)

¹⁶⁵ Tamże

¹⁶⁶ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz. U. z 1997r. Nr 78, poz. 483 z późn. zmianami), <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm>, (data odczytu: 23.03.2015)

Rzeczypospolitej Polskiej od co najmniej 100 lat; nie utożsamia się z narodem zorganizowanym we własnym państwie”¹⁶⁷.

Romowie obok Tatarów, Karaimów i Łemków zaliczani są do jednej z czterech prawnie uznawanych mniejszości etnicznych¹⁶⁸. Spełniają oni bowiem wszystkie warunki zawarte w ustawie. Praojczyzną romskiej mniejszości są Indie, z których od czasów Średniowiecza falami przybywali do Europy. W Polsce są znani już od 600 lat, co poświadcza dokument z 1401 roku wskazujący na ich obecność w okolicach Krakowa¹⁶⁹. Kultura romska szczególnie wyróżnia się na tle innych narodów. Mimo, iż Romowie nie posiadają spisanej historii, tradycja przekazywana z ust do ust zachowała się do dnia dzisiejszego. Nomadyczny styl życia stanowił najbardziej charakterystyczny wyznacznik ich kultury. Jednak polityka państw europejskich, w tym Polski wprowadzając przymusowy nakaz osiedlania się, pozbawiła Romów ich pierwiastka tożsamości kulturowej. Pomimo iż nie udało im się uchronić koczowniczego trybu życia, zachowali wiele atrybutów identyfikujących ich jako odmienną mniejszość etniczną. Jednym z nich jest ich ojczysty język „romani”¹⁷⁰. Romowie posługują się tym językiem tylko między sobą, gdyż obowiązuje ich bezwzględny zakaz uczenia „gadziów”, czyli nie-Cyganów, ich języka. Zasada utrzymania w tajemnicy języka „romani” pozwoliła Romom zachować do dnia dzisiejszego własną odrębność kulturową¹⁷¹. Nieskodyfikowany, romski kodeks „romanipen” stanowi najważniejszy zbiór praw normalizujących życie romskiej społeczności. Romanipen obliguje wspólnotę romską do : manifestowania romskości jako wartości najwyższej, posługiwania się językiem romani w kontaktach z innymi Romami, solidarności z członkami innych plemion oraz przestrzegania uznanych obrzędów¹⁷². Fundamentalną instytucję społeczną stanowi dla Romów rodzina, która ma charakter patriarchalny. Rola, jaką jej się przypisuje, jest znacznie większa niż w innych kulturach, gdyż Romowie rodzinę uważają za substytut państwa, którego nie posiadają¹⁷³.

Polityka etniczna, na czele z ustawą o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku regionalnym reguluje kwestię działalności państwowych instytucji na rzecz romskiej

¹⁶⁷ Art.2 ust. 4 Ustawy z dnia 6 stycznia 2005 roku o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku regionalnym.(Dz. U. z dnia 31 stycznia 2005r.), http://www.msw.gov.pl/porta1/pl/178/2958/Ustawa_o_mniejszosciach_narodowych_i_etnicznych_oraz_o_jezyku_regionalnym.html, (data odczytu: 23.03.2015)

¹⁶⁸ Tamże

¹⁶⁹ L. Mróz, *Dzieje Cyganów- Romów w Rzeczypospolitej XV-XVIII w.*, Wydawnictwo DiG i IEiAK UW, Warszawa 2000, s. 19

¹⁷⁰ A. Bartosz, *Nie bój się Cygana – Na dara Romestar*, Pogranicze, Sejny 2004, s. 111-116.

¹⁷¹ Kultura romska, <http://jednizwielu.pl/romowie-w-polsce/kultura-romska>, (data odczytu: 23.03.2015)

¹⁷² J. Ficowski, *Cyganie na polskich drogach*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1985, s.174-178.

¹⁷³ A. Mirga, L. Mróz, *Cyganie, odmiennosc...op. cit.*, s. 131.

mniejszości gwarantując jej zachowanie własnej tożsamości kulturowej¹⁷⁴. Na podstawie art. 23 tejże ustawy powołana została Komisja Wspólna Rządu i Mniejszości Narodowych i Etnicznych, w której zasiada dwóch przedstawicieli romskiej mniejszości. Od 2008 roku działa Zespół do spraw romskich, który skupia się na tematyce przeciwdziałania dyskryminacji Romów oraz wspierania programów rządowych i europejskich służących poprawie warunków życia społeczności romskiej¹⁷⁵. Według danych Krajowego Rejestru Sądowego w Polsce zarejestrowanych jest przeszło 100 romskich organizacji pozarządowych działających na rzecz ochrony Romów i krzewienia ich kultury¹⁷⁶.

3.2 Charakterystyka demograficzno-społeczna

Podanie dokładnej liczby Romów zamieszkujących teren Rzeczypospolitej jest utrudnione z kilku powodów. Główną przyczynę takiego stanu rzeczy upatruje się w poczuciu nieufności społeczności romskiej wobec polskich urzędników. Romowie, jako obywatele polscy, nie są zobligowani do ujawniania, w kontaktach z jednostkami publicznymi, własnego pochodzenia etnicznego. Duża mobilność członków mniejszości romskiej również wpływa na zmiany w ich liczebności. Według wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań przeprowadzonego w 2011 roku przynależność do romskiej mniejszości zadeklarowało 16 723 obywateli¹⁷⁷. Najliczniejsze grupy Romów znajdują się w województwach: dolnośląskim (2028), małopolskim (1735), śląskim (1733) oraz mazowieckim (1531). Najmniej Romów zamieszkuje województwo pomorskie (125). Raport sporządzony przez Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji oszacował liczbę Romów na 20 750¹⁷⁸. Dane te wydają się być bardziej wiarygodne, gdyż zostały sporządzone na podstawie informacji uzyskanych od placówek pomocy społecznej.

¹⁷⁴ A. Kupczyk, Status prawny Romów w Polsce a regulacje prawne w państwach członkowskich Unii Europejskiej, Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa, Wrocław 2012, s. 150.

¹⁷⁵ Program integracji społeczności romskiej w Polsce na lata 2014-2020, <http://mniejszosci.narodowe.mac.gov.pl/download/86/16585/UchwalaRM-Programromski.pdf> (data odczytu: 25.03.2015)

¹⁷⁶ Tamże.

¹⁷⁷ Raport z wyników. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011, http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/LUD_raport_z_wynikow_NSP2011.pdf, (data odczytu: 26.03.2015)

¹⁷⁸ L. Filipiak, Kwestia romska w polskiej polityce okresu transformacji, w: Kwestia romska w polityce państw Europy Środkowej i Wschodniej, pr. zbior. pod red. M. Szyszlak, Fundacja Integracji Społecznej Prom, Wrocław 2011, s. 31.

Żyjący w Polsce Romowie nie stanowią jednorodnej, zwartej zbiorowości. Podzieleni są na grupy, zwane szczepami różniące się dialektem, religią, obyczajami, stylem życia a także statusem społeczno-ekonomicznym¹⁷⁹. Wśród nich wyróżnia się cztery zasadnicze szczepy:

- ✓ Romowie Karpaccy, zwani Romami Wyżynnymi lub Bergitka Roma,
- ✓ Polska Roma, czyli Polscy Romowie Nizinni,
- ✓ Kełderasze,
- ✓ Lowarzy.

Przybycie Romów Wyżynnych do Polski datuje się na XIV wiek. W odróżnieniu do koczującej grupy Polska Roma, ci od stuleci są grupą osiadłą. Status ekonomiczny wyraźnie wyróżnia ich na tle pozostałych szczepów, albowiem stanowią najuboższą społeczność. Nieznajomość zwyczajów oraz niestosowanie się do restrykcyjnych zasad „romanipen” powoduje, że członkowie innych grup odnoszą się do nich z pogardą. Największe ich skupiska znajdują się w Czarnej Górze, Ostrowsku, Czarnym Dunajcu, Nowym Targu, Maszkowicach koło Łącka, Ochotnicy Górnej, Limanowej oraz w Nowym Sączu¹⁸⁰. Polscy Romowie Nizinni, uciekając przed prześladowaniami, przybyli do Polski w XVI wieku. Liczne germanizmy zawarte w ich dialekcie świadczą o ich wędrówkach. Językowo i kulturowo podobni są do Xaladyka Roma – Romów Rosyjskich, zamieszkujących wschodnie tereny Polski, oraz Sasytka Roma – Romów Niemieckich, którzy obecni są na Pomorzu i Maurach. Przedstawiciele szczepu Polska Roma zamieszkują obszar całej Polski. Spotkać ich można także w Holandii, Niemczech, Szwecji i na Litwie¹⁸¹. Kełderasze i Lowarzy stanowią mniej liczebne grupy. Członkowie szczepów Polska Roma oraz Bergitka Roma nazywają ich Ostryjakami (Austriakami), gdyż przybyli jednocześnie na tereny polskie w latach sześćdziesiątych XIX wieku z ziem Rumunii i Węgier. Członków tych szczepów uważa się za romską elitę w Polsce, a także na świecie. Handel stanowi ich główne źródło dochodu. Spotkać ich można w aglomeracjach miejskich, gdzie prowadzą bardzo wystawny styl życia¹⁸². Należy zaznaczyć, że stosunki panujące między poszczególnymi szczepami nie są pozbawione animozji. Każda z grup chce bowiem wieść prym w hierarchii społeczności romskiej, co powoduje, że ich współżycie nieustannie oparte jest na antagonistycznych relacjach¹⁸³.

¹⁷⁹ J. Ficowski, *Cyganie na polskich drogach...* op. cit., s.130

¹⁸⁰ A. Bartosz, *Nie bój się Cygana...* op. cit., s. 95

¹⁸¹ Tamże, s. 96.

¹⁸² Tamże, s. 100.

¹⁸³ A. Bartosz, *Nie bój się Cygana...* op. cit., s. 100.

Diagnoza sytuacji społeczno-ekonomicznej Romów wykazała, iż są oni jedyną mniejszością etniczną w Polsce, której zagraża wykluczenie społeczne¹⁸⁴. U podłoża złej sytuacji, w jakiej znajduje się romska społeczność, leży wiele czynników. Po pierwsze, jak zauważają sami zainteresowani, negatywna stygmatyzacja sprawia, że są dyskryminowani we wszystkich sferach życia społecznego¹⁸⁵. Jednak główny problem stanowi brak nawyku edukacji, która determinuje kolejne trudności. Utrzymująca się od wielu lat niechęć wobec zinstytucjonalizowanej edukacji, powoduje, że dzieci dziedzicząc wzorzec braku jej kultu, już na wczesnym etapie nauczania porzucają szkoły i sami skazują się na życie na marginesie społeczeństwa. Według danych Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań z 2002 r. 50,8 % osób deklarujących przynależność do mniejszości romskiej nie posiadało żadnego wykształcenia, w tym ukończonej szkoły podstawowej¹⁸⁶. Niski poziom wykształcenia lub jego całkowity brak, a także nieposiadanie kwalifikacji zawodowych wpływa na wysoki stopień bezrobocia, które dotyka członków romskiej społeczności. Wyniki Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań z 2011 roku pokazują, że jedynie 13,3 % Romów powyżej 15 roku życia zadeklarowało, że pracuje, natomiast pozostałe 86,7 % badanych zostało zakwalifikowanych, jako osoby bierne zawodowo¹⁸⁷. Główne źródło utrzymania stanowią różnego rodzaju świadczenia z pomocy społecznej. Brak wykształcenia oraz pracy bezpośrednio wpływa na złą sytuację mieszkaniową, która w następstwie odbija się na zdrowiu Romów¹⁸⁸.

Społeczność romska nie jest jednak pozostawiona, ze swoimi problemami, sama sobie. Państwo polskie zauważając skalę potrzeb egzystencjalnych Romów, stara się poprzez rozwiązania instytucjonalne chronić tę mniejszość etniczną. Nieprzerwanie od 2001 roku rząd polski podejmuje działania zmierzające do zniwelowania barier oddzielających romską mniejszość od reszty społeczeństwa. „Program pilotażowy” ustanowiony 13 lutego 2001

¹⁸⁴ Uchwała nr 202/2014 Rady Ministrów w sprawie ustanowienia programu wieloletniego „Program integracji społeczności romskiej w Polsce na lata 2014-2020”,
<http://mniejszosci.narodowe.mac.gov.pl/download/86/16585/UchwalaRM-Programromski.pdf> (data odczytu: 29.03.2015), s. 4.

¹⁸⁵ M. Budyta-Budzyńska, Socjologia narodu...op. cit., s. 184,.

¹⁸⁶ P. Pawełczak, Romowie w województwie wielkopolskim, w: Mniejszości narodowe i etniczne w Polsce i Europie. Aspekty polityczne i społeczne, pr. zbior. pod red. A. Saksona, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2014, s. 140.

¹⁸⁷ Raport z wyników. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011,
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xber/gus/LUD_raport_z_wynikow_NSP2011.pdf, (data odczytu: 26.03.2015)

¹⁸⁸ Uchwała nr 202/2014 Rady Ministrów w sprawie ustanowienia programu wieloletniego „Program integracji społeczności romskiej w Polsce na lata 2014-2020”,
<http://mniejszosci.narodowe.mac.gov.pl/download/86/16585/UchwalaRM-Programromski.pdf> (data odczytu: 29.03.2015), s. 13.

roku na rzecz Romów Karpackich, którego celem było doprowadzenie do aktywnego uczestnictwa Romów w życiu społecznym, stanowi przykład takowych działań. W ciągu 3 lat obowiązywania „Programu pilotażowego” zrealizowanych zostało 215 zadań, na które wydano z budżetu państwa kwotę 5 355 000 zł. Od 2004 do 2013 roku w 16 województwach realizowany był wieloletni „Program na rzecz społeczności romskiej”, którego działania dotyczyły: edukacji, przeciwdziałaniu bezrobociu, poprawy sytuacji bytowej, bezpieczeństwa, kultury oraz rozpowszechniania wiedzy o mniejszości romskiej. Za priorytetowe zadanie uznano edukację¹⁸⁹. Dzięki programowi, w roku szkolnym 2010/2011, zatrudnionych zostało ponad stu asystentów edukacji romskiej oraz prawie dwustu nauczycieli wspomagających romską edukację¹⁹⁰. Do roku 2012 na realizację zadań zawartych w „Programie romskim” wydano 75 milionów złotych, z czego największą kwotę (3 829 978) spożytkowało województwo małopolskie¹⁹¹. Od 2007 roku działania objęte „Programem romskim” zostały wsparte przez dofinansowanie z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach „komponentu romskiego” zawartego w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki. Zdecydowana większość zrealizowanych projektów skupiła się na działaniach prozatrudnieniowych¹⁹². W ramach kontynuacji podjętych przez państwo polskie przedsięwzięć na rzecz Romów, ustanowiony został w 2014 roku wieloletni „Program integracji społeczności romskiej w Polsce na lata 2014 – 2020”. Zakłada on przede wszystkim realizację działań socjalnych, edukacyjnych i doradczych, które pozwolą zmniejszyć skalę, dotykającej romską mniejszość marginalizacji, na rzecz zwiększenia uczestnictwa jej członków w życiu społecznym. Zauważa się jednak, że integracja wymaga współdziałania ze strony Romów, albowiem odpowiedzialność za skuteczność programu, który przyczynić się ma do budowy społeczeństwa obywatelskiego, spoczywa zarówno po stronie narodu polskiego, jak i samych zainteresowanych¹⁹³.

3.3 Stereotypy Romów

Współcześnie funkcjonujące stereotypy na temat Romów opierają się na swoistej dychotomii. Z jednej strony przedstawia się Cygana w bardzo niekorzystnym świetle nadając

¹⁸⁹ Tamże, s. 27.

¹⁹⁰ P. Pawełczak, Romowie w województwie wielkopolskim, w: Mniejszości narodowe i etniczne...op. cit., s. 140.

¹⁹¹ Tamże, s. 144.

¹⁹² Tamże, s. 31 – 32.

¹⁹³ Tamże, s. 5.

mu etykiety: złodzieja, lenia, brudasa, oszusta czy nawet porywacza dzieci¹⁹⁴. Jednocześnie w polskiej kulturze obecny jest pozytywny obraz Roma, który ukazywany jest jako malownicza, nostalgiczna postać, którą podziwia się za wolny, nieskrępowany surowymi zasadami konwenansów styl życia¹⁹⁵. Ta podwójna natura stereotypu Cygana znajduje swoje odbicie na płaszczyźnie języka, gdzie występują obok siebie wyrazy o tej samej etymologii, jednak poprzez odwołania do różnych wizerunków Cygana, są całkowicie odmienne znaczeniowo¹⁹⁶. Znane powszechnie wyrażenie o pejoratywnym znaczeniu „cyganić” stanowi synonim oszukiwania, stąd odwołanie do stereotypowego wyobrażenia Cygana- oszusta. Natomiast termin „cyganeria” używany wobec świata artystycznego, który podkreśla nonkonformizm twórców odwołuje się do drugiego stereotypu Cygana- niebieskiego ptaka, któremu muzyka i taniec wystarcza by czuć się szczęśliwym¹⁹⁷.

„Jak Cygan biedny to wiadomo, że nie pracuje, bo jest leniwy. A jak Cygan jest bogaty to wiadomo, że złodziej, bo inaczej nikt majątku nie zdobędzie”¹⁹⁸. Ta opinia trafnie ilustruje rozpowszechniony w polskim społeczeństwie krzywdzący obraz Cyganów. Pejoratywny wizerunek zrodził się już w czasach Średniowiecza, niedługo po ich przybyciu do Europy. Przedstawiający się jako potomkowie bratobójcy Kaina, zostali przez miejscową ludność przypisani do występnego ludu, w którego naturze leży popełnianie przestępstw. Najdawniejsze opisy Cyganów zawarte w XV wiecznych kronikach prezentują tajemniczych wędrowców jako zdziczałych, brudnych nędzarzy¹⁹⁹. Ten niepocholebny portret szczególnie mocno utrwalił się w świadomości społeczeństwa oraz w kulturze ludowej.

We wszystkich słownikach języka polskiego, zaczynając od słownika polszczyzny wydanego w XVI wieku, znajdziemy opisy określające Cygana jako złodzieja, krętacza, oszusta. Termin ten występuje również jako nazwa gry karcianej, która polega na okłamywaniu przeciwników²⁰⁰. Negatywny stereotyp Cygana kształtowany od zamierchłych

¹⁹⁴ L. Stomma, Wstęp, w: A. Bartosz...op. cit., s. 7.

¹⁹⁵ A. Mirga, L. Mróz, Cyganie, odmiennosc i nietolerancja, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 19.

¹⁹⁶ T. Ostrowski, „Podwójna natura stereotypu Cygana i jej przejawy we współczesnej kulturze i życiu społecznym”, Barbarzyńca, 1999, nr 4-5, http://yon.menel.com/files/artykuly/Ostrowski_Tomasz_PODWoJNA_NATURA_STEREOTYPU_CYGANA_I_JEJ_PRZEJAWY.pdf (data odczytu: 07.03.2015)

¹⁹⁷ A. Bartosz, op. cit., s. 138.

¹⁹⁸ M. G. Gerlich, Stereotyp Cygana w Polsce, w: Sytuacja społeczno-prawna Romów w Środkowo-Wschodniej Europie, pr. zbior. pod red. A. Makowskiej-Cieleń, Stowarzyszenie Twórców i Przyjaciół Kultury Cygańskiej im. Stefana Batorego, Gorzów Wielkopolski 1996, s. 13.

¹⁹⁹ L. Mróz, Geneza Cyganów i ich kultury, Wydawnictwo Fundacji „Historia pro Futuro”, Warszawa 1992, s. 130.

²⁰⁰ R. Dźwigoł, Stereotyp Cygana w języku polskim, w: Romowie w Polsce i Europie, pr. zbior. pod red. P. Borka. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków 2007, s. 11

czasów znalazł również swe odbicie w polskich przysłowiach. Powszechnie znane są powiedzenia: „odarty jak Cygan” czy „śmierdzi jak Cygan dziegiem”²⁰¹.

W naszej kulturze, obok utrwalonego negatywnego stereotypu funkcjonuje jednocześnie drugi pozytywny obraz Romów, którzy uważani są za grupę rozspiewanych wędrowców, dla których najwyższą wartością stanowi wolność. Ten romantyczny portret Cyganów zrodził się w epoce romantyzmu w XIX wieku. W tym czasie bowiem władze krajów europejskich robiły wszystko, by zmusić romskich przybyszy do porzucenia koczowniczego trybu życia. Jednak dla artystów to właśnie ich wizja swobodnego, nieskrępowanego konwenansami życia, stała się inspiracją. Poemat Puszkina „Cyganie” wychwalający cygański sposób pojmowania świata, stał się znanym w całej Europie²⁰². Na przełomie XIX i XX wieku nostalgiczny wizerunek Cyganów stał się symbolem dla ówczesnych środowisk twórczych. Francuskie określenie Cyganów – „Bohemiens” zapożyczone zostało przez pisarzy, którzy tworzyli przez siebie nurt nazwali bohemą artystyczną²⁰³. Artyści zafascynowani wyidealizowanym obrazem Cyganów, w swojej twórczości manifestowali przeciwko rygorom społecznym, skostniałym zasadom, które pozbawiały jednostkę indywidualności, stawiając tym samym na piedestale wolność, jako najistotniejszą wartość²⁰⁴.

Romantyczny stereotyp Cygana ukazujący go jako szczęśliwego, kolorowego muzykanta znalazł swe odbicie również w utworach muzycznych. Znane są szerokiej publiczności takie piosenki jak: „Jadą wozy kolorowe”, „Graj piękny Cyganie” czy „Z Cyganami w świat”, których słowa wyrażają uznanie wobec cygańskiego życia.

3.3. Postrzeganie Romów w społeczeństwie

Zrodzony w XV wieku negatywny stereotyp Romów, przedstawiający ich jako złodziei i krętaczy pokutuje do dnia dzisiejszego. Rozpowszechniony pejoratywny wizerunek Roma znajduje swe odzwierciedlenie w badaniach prowadzonych przez Centrum Badań Opinii Społecznej w Warszawie, dzięki którym mamy możliwość już od ponad dwudziestu lat śledzić zmiany w rozkładach sympatii i antypatii wobec innych nacji. Romowie od 1994 roku niezmiennie zajmują czołowe miejsca wśród narodów i grup etnicznych cieszących się najmniejszą sympatią wśród Polaków. Mimo iż odsetek osób darzących ich sympatią wzrósł o

²⁰¹ L. Stomma, Wstęp, op. cit., s. 8.

²⁰² A. Bartosz...op. cit., s. 140

²⁰³ A. Mirga, L. Mróz...op. cit., s. 282.

²⁰⁴ M. Zambrzycka, Stereotypowe wizerunki Cyganów-Romów w kulturze i języku polskim, „Kultura i Historia”, 2011, nr 22, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/4211>, (data odczytu: 07.03.2015)

14%,(w 1994 roku jedynie 6% respondentów deklaroowało sympatię wobec Romów, natomiast w 2014 roku odsetek przychylnych im osób wynosił 20 %), w dalszym ciągu w opinii respondentów zajmują ostatnie miejsce wśród narodów darzonych najmniejszym stopniem życzliwości. W ciągu lat zmianie ulegała również postawa niechęci żywiona wobec romskiej mniejszości. Największy odsetek respondentów żywiących antypatię wobec Romów miał miejsce w 1994 roku i wynosił 75%. Od roku 1995 zauważalna jest tendencja spadkowa- coraz mniej osób deklaruje niechęć wobec Romów. Jednak różnica pomiędzy 2012 rokiem, a 2014 wypada na ich niekorzyść, gdyż odsetek wrogich im Polaków wzrósł o 5% . Mimo iż niechęć wobec nich zmalała aż o 20% , nie zmieniło to jednak nic w ich pozycji. Spośród 38 narodów i grup etnicznych biorących udział w badaniu, to właśnie Romom przypadło nieszczęsne miejsce zwycięzcy- narodu darzonego największą niechęcią²⁰⁵.

Tabela 2. Zmiany sympatii i niechęci wobec Romów w latach 1994-2014 (wartości podane w procentach)

| | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2001 | 2002 | 2003 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| sympatia | 6 | 10 | 12 | 10 | 10 | 13 | 17 | 15 | 16 |
| niechęć | 75 | 73 | 70 | 71 | 69 | 64 | 56 | 60 | 61 |

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| sympatia | 15 | 13 | 14 | 14 | 21 | 23 | 22 | 24 | 20 | 20 |
| niechęć | 56 | 65 | 58 | 59 | 51 | 47 | 49 | 50 | 52 | 55 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Stosunek Polaków do innych narodów. Komunikat z badań CBOS²⁰⁶.

O tym, jak ogromny wpływ na nasz stosunek wobec Romów ma utrwalony w kulturze ich negatywny stereotyp świadczą wyniki sondażu CBOS z 2008 roku. Respondenci zostali bowiem zapytani: Czy zgadzają się czy też nie ze stwierdzeniami, iż:

- problemy Romów zniknęłyby, gdyby w końcu zaczęli oni pracować,
- skłonność do popełniania przestępstw leży w naturze Romów.

²⁰⁵ Stosunek Polaków do innych narodów. Komunikat z badań CBOS, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_020_14.PDF (data odczytu: 02.03.2015)

²⁰⁶ Tamże.

Odpowiedzi ankietowanych są zdumiewające: aż trzy czwarte z nich (75%) uważało, iż problemy Romów zniknęłyby, gdyby zaczęli oni pracować. Jedynie 13% było odmiennego zdania. Z tezą, iż skłonność do popełniania przestępstw leży w naturze Romów, zgadzało się dwie piąte badanych (42%), natomiast jedna trzecia (34%) zanegowała odpowiedź, iż Romowie są z natury źli. Wyniki potwierdzają obiegową opinię twierdzącą, że Romowie nie pracują. Średniowieczny wizerunek Roma złoczyńcy i złodzieja przetrwał setki lat i funkcjonuje do dnia dzisiejszego, o czym świadczy spory odsetek absurdalnych odpowiedzi zgadzających się z opinią, iż Romowie mają genetyczne predyspozycje do popełniania przestępstw²⁰⁷.

Analizując stosunek Polaków wobec Romów należy wskazać na sondaże, prowadzone przez różne instytucje badawcze w naszym kraju, mierzące poziom dystansu społecznego. W 1998 roku Ośrodek Badania Opinii Publicznej posługując się kwestionariuszem skonstruowanym przez prof. Ewę Nowicką, przeprowadził sondaż, który miał na celu zbadanie poczucia dystansu Polaków wobec różnych zbiorowości etnicznych i rasowych. W ankiecie uwzględniono kilka płaszczyzn dystansu m.in.: dystans międzygrupowy- akceptacja małżeństw etnicznie mieszanych oraz dystans biologiczny – gotowość przyjęcia zdrowej, przebadanej krwi od cudzoziemca. Otrzymane wyniki wykazały, iż Polacy spośród wszystkich narodów objętych badaniem, największy dystans społeczny żywili wobec Romów. Prawie połowa, bo aż 48% respondentów odradzałoby zawarcie związku małżeńskiego z Cyganem. Nie odradzałoby 45% badanych. W pytaniu mierzącym dystans biologiczny, największy odsetek 19% osób, nie zgodziłoby się przyjąć zdrowej, przebadanej krwi od Cygana²⁰⁸.

²⁰⁷ Postawy wobec Romów w Polsce, Czechach, na Węgrzech i Słowacji. Komunikat z badań CBOS, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2008/K_104_08.PDF, (data odczytu: 07.03. 2015)

²⁰⁸ Polacy wobec ludzi innych narodów- dynamika bliskości i dystansu, 1988-1998. Komunikat z badań CBOS <http://obop-arch.tnsglobal.pl/abin/r/220/001-99.pdf>, (data odczytu: 07.03. 2015)

Tabela 3. Akceptacja małżeństw mieszanych, 1998r. (wartości podane w procentach)

| Gdyby ktoś zaprzyjaźniony z Panem(nią) chciał zawrzeć związek małżeński z: | odradzałby | nie odradzałby |
|--|------------|----------------|
| Arabem | 44 | 48 |
| Chińczykiem | 36 | 55 |
| Cyganem | 48 | 45 |
| Litwinem | 25 | 68 |
| Murzynem | 36 | 57 |
| Rosjaninem | 30 | 62 |
| Żydem | 33 | 59 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Polacy wobec ludzi innych narodów- dynamika bliskości i dystansu, 1988-1998. Komunikat z badań CBOS²⁰⁹.

Tabela 4. Gotowość do przyjęcia krwi od innego etnicznie, 1998r. (wartości podane w procentach)

| Gdyby musiał(a) Pan(i) przyjąć transfuzję krwi, to czy przyjął(jęła) by Pan(i) zdrową, przebadaną krew od: | tak | nie |
|--|-----------|-----------|
| Araba | 80 | 16 |
| Anglika | 88 | 9 |
| Chińczyka | 80 | 15 |
| Cygana | 76 | 19 |
| Litwina | 84 | 12 |
| Murzyna | 79 | 17 |
| Niemca | 87 | 10 |
| Rosjanina | 84 | 13 |
| Słowaka | 88 | 10 |
| Włocha | 87 | 9 |
| Żyda | 79 | 16 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Polacy wobec ludzi innych narodów- dynamika bliskości i dystansu, 1988-1998. Komunikat z badań CBOS²¹⁰.

Romowie na tle innych mniejszości wyraźnie odznaczają się odmiennością kulturową. Odmiennosc ta odgrywa znaczącą rolę w ich postrzeganiu. Jak twierdzi Ewa Nowicka:

²⁰⁹ Tamże.

²¹⁰ Polacy wobec ludzi innych narodów- dynamika bliskości i dystansu, 1988-1998. Komunikat z badań CBOS [7http://obop-arch.tnsglobal.pl/abin/r/220/001-99.pdf](http://obop-arch.tnsglobal.pl/abin/r/220/001-99.pdf), (data odczytu: 07.03. 2015)

„Romowie należą do mniejszości widzialnych, dostrzegalnych. Stąd ich mała liczba nie zmniejsza wagi obcości odczuwanej wobec nich. Dystans wobec Romów jest ogromny²¹¹”. Potwierdzenie tych słów stanowi raport z ogólnopolskich badań przeprowadzonych w 2011 roku w ramach projektu „Równe Traktowanie Standardem Dobrego Rządzenia”, realizowanego przez Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych Instytutu Socjologii UJ, na zlecenie Pełnomocnika Rządu ds. Równego Traktowania. Jednym z celów badania sondażowego było zbadanie dystansu społecznego Polaków względem osób narażonych na nierówne traktowanie. Otrzymane odpowiedzi okazały się bardzo niekorzystne dla Romów. Dyskomfort w związku z faktem zamieszkania Roma w ich mieście zadeklarowało 29% badanych. 36 % respondentów nie czułoby się komfortowo, gdyby członek mniejszości romskiej chciał się z nimi zaprzyjaźnić. Natomiast prawie połowa 48% nie życzyłaby sobie, aby Rom zawarł związek małżeński z kimś z członków najbliższej rodziny. Tym samym Romowie z wynikiem 39, 5% (średni dystans społeczny obliczony na podstawie 5 pytań) uplasowali się na 6 miejscu wśród grup, do których Polacy mają największy dystans społeczny. Wyprzedzeni zostali jedynie przez osoby LGBT: gejów (50,5%), transseksualistów oraz osoby chore psychicznie.

Interesujące wyniki przedstawia zawarta w raporcie analiza wpływu osobistego kontaktu na wielkość dystansu społecznego względem mniejszości romskiej. Okazuje się bowiem, iż osobisty kontakt jest nieistotny dla dystansu społecznego względem tej grupy. Dystans ten, niezależnie od kontaktu lub jego braku, pozostaje wobec Romów bardzo duży.²¹² Taki stan rzeczy dowodzić może, iż stosunek do Romów w dużej mierze uwarunkowany jest od utrwalonych w naszej kulturze stereotypów, które automatycznie są uruchamiane przy kontakcie z przedstawicielem romskiej mniejszości. Nie ocenia się Roma jako jednostki, lecz przez pryzmat funkcjonującego obrazu zbiorowości: brudnych, leniwych nierobów, którzy z natury są źli.

Z przeprowadzonych badań wynika, iż Polacy spośród mniejszości narodowych i etnicznych zamieszkujących terytorium Rzeczypospolitej szczególną niechęcią darzą właśnie Romów. Jakie są zatem przyczyny tej niechęci? Według sondażu przeprowadzonego przez Demoskop jedna czwarta respondentów swoją wrogość wobec mniejszości i grup etnicznych motywuje poczuciem krzywd, jakich Polacy doznali od innych narodów, a 16% uważa, iż

²¹¹ E. Nowicka, Wprowadzenie. Problem Romów, czy Romowie jako problem, w: U nas dole i niedole, pr. zbior. pod red. E. Nowickiej, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 1999, s. 9.

²¹² Równe Traktowanie Standardem Dobrego Rządzenia. Raport z badań sondażowych, http://rownetraktowanie.gov.pl/sites/default/files/rowne_traktowanie_standardem_dobrego_rzadzenia_-_raport_z_badan_ilosiovych_ost_0.pdf, (data odczytu: 07.03.2015)

powód stanowi posiadanie przez mniejszości zbyt dużych wpływów i majątku. Natomiast 13% badanych jest zdania, że odmienność religijna i obyczajowa wpływa na ich niechęć²¹³. Motywy te jednak nie wyjaśniają wrogości wobec Romów, którzy nigdy nie prześladowali Polaków. Większość Romów żyje w skrajnym ubóstwie, dlatego nie można mówić o wpływach, czy okazałym majątku. Jedynie niewielką część z nich stać na efektowne pałace, czy ekskluzywne samochody. Funkcjonujący stereotyp Roma – złodzieja, zdaniem A. Bartosza, każe sądzić, iż posiadany przez garstkę z nich majątek został zdobyty w sposób nieuczciwy, co u części rodaków wywołuje agresję. Jednak główny powód awersji Polaków wobec Romów jest zgoła inny, mniej racjonalny, wręcz nedorzeczny. Okazuje się, że społeczeństwo nie potrafi zaakceptować ich odmienności. Nie lubi się Romów tylko dlatego, że są inni, a nie tacy jak my²¹⁴.

²¹³ P. Kuczyński, Postawy wobec mniejszości etnicznych, Rzeczpospolita, 18 lipca 1991, w: A. Bartosz...op. cit., s. 70

²¹⁴ A. Bartosz, Nie bój się...op. cit., s. 68

Rozdział 4 Wizerunek Romów w memach internetowych

4.1 Cel, zakres i metoda badań

Naukowcy podejmując wysiłek przeprowadzenia badań, stosują się do wyraźnie określonych zasad i procedur metodologicznych, które składają się na proces badawczy. Stanisław Juszczyk proces badawczy definiuje jako: „całościowy schemat działania, który badacze podejmują w celu skonstruowania (zbudowania, wytworzenia) wiedzy²¹⁵”. W postępowaniu badawczym wyróżnić można następujące etapy²¹⁶:

- ✓ ustalenie problemu badawczego,
- ✓ sformułowanie pytań i hipotez badawczych,
- ✓ określenie metod, technik i narzędzi badawczych,
- ✓ dobór próby badawczej,
- ✓ realizacja badań – zebranie danych,
- ✓ analiza materiału empirycznego,
- ✓ sporządzenie raportu zawierającego sformułowane wnioski.

Za punkt wyjścia w badaniach przyjmuje się sformułowanie problemu badawczego oraz określenie celu badań. Według J. Sztumskiego problemem badawczym nazywamy „to, co jest przedmiotem wysiłków badawczych, czyli to, co orientuje nasze przedsięwzięcia poznawcze²¹⁷”. Zdaniem M. Łobockiego cel badań to: „rodzaj efektu, który zamierzamy uzyskać w wyniku badań, a także jest to rodzaj czynności, z którymi te efekty będą się wiązać²¹⁸”.

Kolejny krok w procesie badawczym stanowi sformułowanie pytań badawczych, które stanowią uszczegółowienie problematyki badawczej. Ukazując niedobór wiedzy omawianego zagadnienia, odpowiednio ukierunkowują dalsze poczynania badawcze celem ich rozwiązania²¹⁹. W odniesieniu do przedstawionych problemów badawczych formułuje się hipotezy badawcze, które stanowią przypuszczalne odpowiedzi na postawione pytania. E. Babbie ujmuje hipotezę jako: „określone, weryfikowalne oczekiwanie co do rzeczywistości,

²¹⁵ S. Juszczyk, *Badania ilościowe w naukach społecznych. Szkice metodologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005, s. 9.

²¹⁶ J. Broda, A. Polewcyk, J. Rąb, *Podstawy metodologii nauk*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2001, s. 123.

²¹⁷ J. Sztumski, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Śląsk, Katowice 1995, s. 38.

²¹⁸ M. Łobocki, *Metody badań pedagogicznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1984, s. 58.

²¹⁹ M. Łobocki, *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Impuls, Kraków 2000, s. 21.

sformułowane na bazie ogólniejszego twierdzenia; szerzej – przewidywanie dotyczące natury rzeczy wyprowadzone z teorii²²⁰”.

Po dokonaniu wstępnej konceptualizacji problematyki badawczej należy dokonać wyboru metody, techniki i narzędzia badawczego, które umożliwią zweryfikowanie przyjętych hipotez. S. Nowak podaje następującą definicję metody: „zalecane lub faktycznie stosowane w danej nauce schematy czynności służące do udzielenia odpowiedzi na formułowane w niej pytania²²¹”. Wśród stosowanych metod badawczych wyróżnić można:

- ✓ metodę obserwacyjną – należy ona do elementarnych i najstarszych metod badawczych, która poprzez celowe i systematyczne postrzeganie badanego zjawiska dąży do rozwiązania postawionych przez badacza pytań²²²;
- ✓ metodę badań terenowych – polega ona na zbieraniu danych w ściśle określonym, interesującym badacza środowisku; zespół badawczy jest starannie dobierany i odpowiednio przygotowany do przeprowadzenia badań²²³;
- ✓ metodę reprezentacyjną (nazywaną także badaniami sondażowymi bądź surveyowymi) – należy do najczęściej stosowanych metod badawczych; pozwala ona na podstawie fragmentu zbiorowości, czyli próbki reprezentacyjnej opisać zjawiska i wyciągnąć na ich podstawie ogólne wnioski dotyczące całej populacji²²⁴;
- ✓ metodę wywiadu – osoba przeprowadzająca wywiad poprzez stawiane pytania stara się skłonić respondenta do udzielenia odpowiedzi na postawiony problem badawczy; wyróżnić można wywiady: ustne i pisemne, jawne i ukryte, indywidualne i zbiorowe, skategoryzowane i nieskategoryzowane²²⁵;
- ✓ metodę eksperymentalną – polega ona na ustaleniu zależności przyczynowo-skutkowej, jaka zachodzi pomiędzy dwoma zmiennymi, gdy jedna z nich ulegnie modyfikacji; uważana jest za jedną z najskuteczniejszych metod, gdyż umożliwia wykrycie przyczyn danego zjawiska²²⁶;
- ✓ metodę badania dokumentów – polega ona na gromadzeniu, interesującej badacza, wiedzy na podstawie dokumentów; należy zaznaczyć, iż przez dokument rozumie

²²⁰ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, str. 626.

²²¹ S. Nowak, *Metodologia badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 21.

²²² J. Sztumski, *Wstęp do metod...* op. cit., s. 112.

²²³ R. A. Podgórski, *Metodologia badań socjologicznych. Kompendium wiedzy metodologicznej dla studentów*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2007, s. 179.

²²⁴ J. Sztumski, *Wstęp do metod...* op. cit., s. 108.

²²⁵ Tamże, s. 120.

²²⁶ J. Broda, A. Polewczyk, J. Rąb, *Podstawy metodologii...* op. cit., s. 146.

się wszelkie dowody istnienia przeszłych lub istniejących faktów społecznych; zalicza się do nich: książki, obrazy, rzeźby, filmy itp.²²⁷;

- ✓ metodę socjometryczną – pozwala ona ustalić nieformalne stosunki panujące w danej grupie oraz umożliwia określenie niektórych jej cech, tj. spistość, integracja, sympatia i antypatia łącząca członków oraz popularność liderów danej grupy²²⁸.

Często pojęcia techniki i metody badawczej używa się zamiennie. Jednak należy zaznaczyć, że pojęcia te nie są tożsame. Technika badawcza, w odróżnieniu od metody, stanowi zespół konkretnych i szczegółowych czynności, które mają na celu zgromadzenie potrzebnego materiału. Wśród stosowanych technik badawczych wyróżnić można: techniki obserwacyjne, wywiad kwestionariuszowy, ankieta, badanie dokumentów oraz techniki socjometryczne. Technika badawcza jest pojęciem podrzędnym w stosunku do metody badawczej, ale nadrzędnym wobec narzędzia badawczego, któremu przypisuje się największy zakres znaczeniowy²²⁹. Za narzędzie badawcze uznaje się: „ przedmiot, za pomocą którego realizuje się daną technikę zbierania materiału badawczego”. Do najczęściej stosowanych zalicza się : kwestionariusze (ankiety, wywiadu, obserwacji) oraz klucze kategoryzacyjne (w analizie treści)²³⁰.

Kolejny etap w procesie badawczym stanowi dobór próby. Przebadanie całej populacji możliwe jest tylko wtedy, gdy nie jest ona zbyt liczna. Natomiast, gdy chcemy zbadać większą zbiorowość, należy spośród nich wyselekcjonować pewną liczbę osób, która będzie reprezentatywna dla danej społeczności²³¹. Wśród metod doboru próby wyróżnia się : dobór losowy i nielosowy. Dobór losowy opiera się na zasadach ustalonych przez samego badającego ze względu na cel badań. Natomiast nielosowy dobór próby dokonuje się na podstawie rachunku prawdopodobieństwa²³².

Po przeprowadzeniu badań należy zebrany materiał starannie uporządkować, a następnie, w zależności od obranego celu badań, poddać analizie ilościowej bądź jakościowej, której zakończenie powinny stanowić wyciągnięte na podstawie uzyskanych danych wnioski.

²²⁷ J. Sztumski, Wstęp do metod...op. cit., s. 140.

²²⁸ R. A Podgórski, Metodologia badań...op. cit., s. 183.

²²⁹ Tamże, s. 190– 201.

²³⁰ Tamże, s. 202.

²³¹ M. Łobocki, Wprowadzenie do metodologii badań pedagogicznych, Oficyna IMPULS, Kraków 2004, s.169

²³² J. Sztumski, Wstęp do metod...op. cit., s. 105.

Proces globalizacji i związany z nim coraz powszechniejszy wielokulturowy obraz społeczeństw spowodował, iż problematyka stereotypizacji narodów stała się tematem niezwykle interesującym i aktualnym, który coraz częściej poruszany jest w debacie publicznej. Narodem, który koegzystuje wśród nas, są Romowie, którzy pomimo wielowiekowego zamieszkiwania terenów Rzeczypospolitej, nie ulegli procesom akulturacji, ale pozostali wierni własnej tradycji. Rozpowszechnione w społeczeństwie stereotypy stanowią główne źródło opinii na ich temat. We współczesnym świecie mass media, a w szczególności metamedium, jak nazywany jest Internet, stały się wiodącym środkiem przekazu stereotypów. Jak zauważa Jerzy Bartmiński, stereotypy narodowe od dawna funkcjonowały w komunikacji potocznej, a obecnie stały się również elementem gier i zabaw internautów²³³. Wraz z powstaniem Internetu pojawiły się nowe narzędzia komunikacyjne. Memy internetowe są przykładem nowego gatunku komunikacyjnego, który poprzez połączenie przekazu wizualnego z werbalnym umożliwił ekspresję wieloznacznych treści w postaci skondensowanej²³⁴. Wirusowy charakter ich rozprzestrzeniania sprawił, że stały się one najbardziej popularyzowanymi treściami w Internecie²³⁵. Dlatego też przedmiotem mojej pracy uczyniłam analizę stereotypu Roma zawartego w memach internetowych. Celem natomiast podjętych badań jest poznanie, jaki stereotyp Roma funkcjonuje w nowym przekazie medialnym, jakim są memy internetowe.

Problemem głównym niniejszej pracy uczyniłam pytanie: **Jaki stereotyp Roma (pozytywny czy negatywny) przekazywany jest w memach internetowych?**

W nawiązaniu do sformułowanego w ten sposób głównego problemu badawczego, postawiłam następujące szczegółowe problemy badawcze:

1. Czy memy internetowe odzwierciedlają istniejące stereotypy na temat Romów?
2. Czy memy są nośnikiem innych nowych stereotypów?
3. Jakie cechy dominują w opisie Romów w memach internetowych?
4. Jakie środki językowe wykorzystywane są do charakterystyki Romów w memach internetowych?
5. Jakie elementy grafiki dominują w obrazie Romów zawartym w memach internetowych?

²³³ J. Bartmiński, Stereotypy w języku i dyskursie, w: Stereotypy – walka z wiatrakami..., Wydawnictwo UMCS, Lublin 2011, s. 53

²³⁴ M. Sieńko, Demotywatory. Graficzne makra w komunikacji i kulturze w: Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych ...op. cit., s. 127.

²³⁵ M. Kamińska, Niecne memy... op. cit., s. 62.

W odniesieniu do określonych problemów badawczych, sformułowałam hipotezy, które po dokonaniu weryfikacji otrzymanych wyników, będą mogły potwierdzić bądź obalić.

Jako hipotezę główną, stanowiącą odpowiedź na główny problem badawczy, przyjął następujące twierdzenie : **Memy internetowe przekazują negatywny stereotyp Roma.**

W odpowiedzi na postawione szczegółowe problemy badawcze, ustaliłam następujące hipotezy:

1. Memy przekazują istniejące, rozpowszechnione stereotypy na temat Romów.
2. Memy kreują nowy stereotypowy wizerunek Roma.
3. W internetowych memach na temat Romów dominują określenia nacechowane negatywnie.
4. Do opisu Romów wykorzystuje się takie środki językowe, jak: epitety o zabarwieniu pejoratywnym oraz językowe mechanizmy żartu, ironii i sarkazmu.
5. W obrazie Romów dominują symbole odnoszące się do ich kultury.

Wybór odpowiedniej metody badań odgrywa kluczowe znaczenie w procesie badawczym, gdyż to od niej zależy czy powzięty cel, jakim jest uzyskanie odpowiedzi na sformułowane pytania badawcze, zostanie osiągnięty. Do przeanalizowania stereotypu przekazywanego za pośrednictwem memów internetowych zastosowaną niereaktywną metodę badań – analizę treści, która często bywa wykorzystywana do badania wizerunku grup mniejszościowych w środkach masowego przekazu²³⁶. Bernard Berelson, jako pierwszy zaproponował definicję analizy treści (zawartości), którą ujmował, jako: „technikę badawczą służącą do obiektywnego, systematycznego i ilościowego opisu jawnej zawartości komunikatów²³⁷”. Obecnie badacze sceptycznie odnoszą się do tej definicji, zauważając, że obiektywizm możliwy jest jedynie na poziomie rzetelności (klasyfikacja wyników), natomiast interpretacja wyników jest mocno subiektywna, gdyż zależy od erudycji oraz nastawienia badającego. Dodają również, iż zarówno procedury ilościowe, jaki i jakościowe mają swoje zastosowanie w analizie treści²³⁸. E. Babbie analizę treści określa „badaniem zarejestrowanych ludzkich przekazów”, do których form zalicza: książki, gazety, piosenki, obrazy, listy, strony WWW i przepisy prawa²³⁹. Jak każda metoda i ta ma swoje mocne i słabe strony. Główną jej zaletą jest to, że badacz nie ma wpływu na przedmiot badań, tak jak

²³⁶ R. Wimmer, J. Dominick, *Mass media. Metody badań*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008, s. 214

²³⁷ M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów: wersja 1.1*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004, s. 13.

²³⁸ R. Wimmer, J. Dominick, *Mass media...op. cit.*, s. 211 – 212.

²³⁹ E. Babbie, *Badania społeczne...op. cit.*, s. 342.

to ma miejsce w przypadku badań reaktywnych. Wadą analizy treści jest to, że ogranicza się tylko do zapisanych przekazów (ustnych, pisanych i graficznych), które umożliwiają ich analizę²⁴⁰.

Wiele analiz treści opiera się na porównaniu cech, grup czy zjawisk ze standardami występującymi w rzeczywistości²⁴¹. Aby sprawdzić, czy obraz Roma zawarty w memach internetowych odpowiada istniejącym stereotypom na ich temat, posłużę się w mojej pracy opracowanymi przez Jana Błuszkowskiego wynikami badań, które przedstawiają cechy i skojarzenia przypisywane romskiej mniejszości etnicznej, a także funkcjonującymi, obiegowymi opiniami, które etykietują Romów jako: oszustów, złodziei, leni i brudasów, jak również wolnych, nieskrępowanych konwenansami niebieskich ptaków.

Tabela 5. Cechy i skojarzenia przypisywane Romom na podstawie pilotażowego badania jakościowego.

| Swobodne skojarzenia i cechy przypisywane Cyganom | |
|--|--|
| (wyniki pilotażowego badania jakościowego – FGI) | |
| Swobodne skojarzenia: | Cechy jednomyślnie im przypisywane: |
| <p>Żyją tylko chwilą.</p> <p>Kojarzą się z muzyką, śpiewem i tańcem.</p> <p>Prowadzą cygańskie życie – dziś tu, jutro tam.</p> | <p>bogaty,</p> <p>brudny,</p> <p>leniwy,</p> <p>lubiący się bawić, wesoły, przesądny</p> |

Źródło: J. Błuszkowski, Stereotypy narodowe w świadomości Polaków...op. cit., s. 109 – 111.

W celu ustalenia, jakie cechy najczęściej przypisywane są Romom w memach internetowych, posłużyłam się typologią właściwości ludzkich zaproponowaną przez Jana Błuszkowskiego, którą lekko zmodyfikowałam na potrzeby pracy. Cechy zostały przyporządkowane do 6 kategorii²⁴²:

✓ cechy charakteru i uzdolnienia:

inteligentny – nieinteligentny; wesoły – smutny; mądry – głupi; aktywny – bierny;
lubiący porządek – bałaganiarski; rozważny – lekkomyślny; muzyczny – niemuzykalny; sprytny – pozbawiony sprytu,

²⁴⁰ Tamże, s. 352.

²⁴¹ R. Wimmer, J. Dominick, Mass media...op. cit., s. 214.

²⁴² J. Błuszkowski, Stereotypy narodowe w świadomości Polaków...op. cit., s. 114

- ✓ cechy mentalnościowe:
nowatorski – tradycyjny; zacofany – nowoczesny; racjonalny – przesądny,
- ✓ postawy wobec ludzi:
otwarty – zamknięty; uczciwy – niuczciwy; życzliwy – nieżyczliwy; szczerzy – fałszywy; spokojny – agresywny; przestępczy – przestrzegający prawa;
- ✓ cechy kulturalno-obyczajowe:
lubiący się – bawić, stroniący od zabawy; kulturalny – niekulturalny; wolny – skrupowany konwenansami; towarzyski – nietowarzyski; ceniący życie rodzinne – nieceniący życia rodzinnego,
- ✓ cechy socjoekonomiczne:
bogaty – biedny; przedsiębiorczy – niezaradny; pracowity – leniwy; utrzymujący się z żebrania – utrzymujący się z pracy na etacie; oszczędny – rozrzutny;
- ✓ cechy opisujące wygląd zewnętrzny:
czysty – brudny; ładny – brzydki; gruby – chudy; zadbany – niechlujny; gustowny – tandetny.

Wybrane do analizy memy zostały zaklasyfikowane do kategorii zaproponowanych przez Wiktora Kołowieckiego (szablonowe, komentujące, eksploatujące) oraz Jakuba Srokę (kryterium zasięgu oddziaływania, kryterium celu żartu konstytuującego, kryterium formy językowej).

„Sieć sieci” stanowi obecnie dla naukowców niewyczerpane źródło możliwości prowadzenia badań. Bogactwo treści zawartych w Internecie uniemożliwia przeanalizowanie wszystkich memów. Dlatego też próbę badawczą, dobraną na zasadzie doboru celowego, stanowią memy zaczerpnięte z „vanity sites”, czyli stron poświęconych tworzeniu, gromadzeniu i dystrybuowaniu memów. Przy wyborze portali kierowałam się zestawieniem najpopularniejszych serwisów tematycznych w Polsce z 2014 roku, według którego, uwzględniając problem mojej pracy, w kategorii kultura i rozrywka najpopularniejsze okazały się: Grupa Demotywatory.pl oraz Grupa Kwejk.pl²⁴³. Z tych dwóch portali oraz ze strony Fabrykamemów.pl wybrałam 16 pojedynczych, reprezentatywnych memów, które stanowią jednostki obserwacji i analizy niniejszej pracy. Warte zauważenia jest to, iż wyszukując memy odnoszące się do Romów, w wyszukiwarkach stron „vanity sites” wpisując hasło „Rom/ Romowie”, pojawiało się zaledwie kilka memów i to nie ściśle odnoszących się do

²⁴³ Najpopularniejsze serwisy tematyczne w grudniu 2014 roku,
<http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/najpopularniejsze-serwisy-tematyczne-w-grudniu-2014-roku>, (data odczytu: 25.04.2015)

mniejszości. Wpisując natomiast hasło „Cygan/ Cyganie”, wyświetlało się kilka, a nawet kilkanaście stron z memami na ich temat. Dowodzi to, że w powszechnej świadomości funkcjonują wciąż jako Cyganie, mimo iż nazwa ta jest niepoprawna politycznie.

4.2 Obraz Romów w memach internetowych

4.2.1 Analiza memów według klasyfikacji W. Kołowieckiego

W. Kołowiecki dokonał podziału memów na 3 kategorie: szablonowe, komentujące i eksploatujące. Memy szablonowe, jak sama nazwa wskazuje, opierają się na gotowym schemacie, który internauta może uzupełniać własnymi treściami. Do tej grupy memów zalicza się Advice Animals (Zwierzęta Doradcze), czyli rysunki zwierząt umieszczone na tle koncentrycznych kolorów. Obecnie coraz częściej w miejsce obrazka zwierzęcia pojawia się postać znanej osoby.

Zdecydowana większość memów na temat Romów, które znajdują się na stronie Fabrykamemów.pl, opiera się na gotowym szablonie z podobizną Karola Strasburgera. Karol Strasburger – główny prowadzący teleturniej „Familiada”, który każdą emisję programu zaczyna od opowiedzenia nieśmiesznego dowcipu, dzięki swoim „sucharom”, jak potocznie określa się nieudane żarty, zasłynął, jako gwiazda internetowych memów. „Suchy Karol”, jak nazywa się gotowy szablon z jego zdjęciem, umieszczony na, właściwym konwencji Advice Animals promienistym tle, można uzupełnić, wedle upodobań, swoim autorskim tekstem²⁴⁴. Trzy poniższe rysunki stanowią przykład memów odnoszących się do Romów, jakie można znaleźć na portalu Fabrykamemów.pl. Wszystkie trzy memy wbudowane są w schemat dowcipu: pytanie – odpowiedź. Pytanie jest neutralne, natomiast odpowiedź nacechowana jest pejoratywnie.

Pierwszy z memów odwołuje się do obiegowych opinii na temat Romów, wedle których są oni postrzegani, jako oszuści i złodzieje. Cechy, jaki się im przypisuje, czyli: nieuczciwość oraz przestępczość i utrzymywanie się z nielegalnej pracy, bądź żebrania odnoszą się kolejno do kategorii: postawy wobec ludzi oraz cechy socjoekonomiczne.

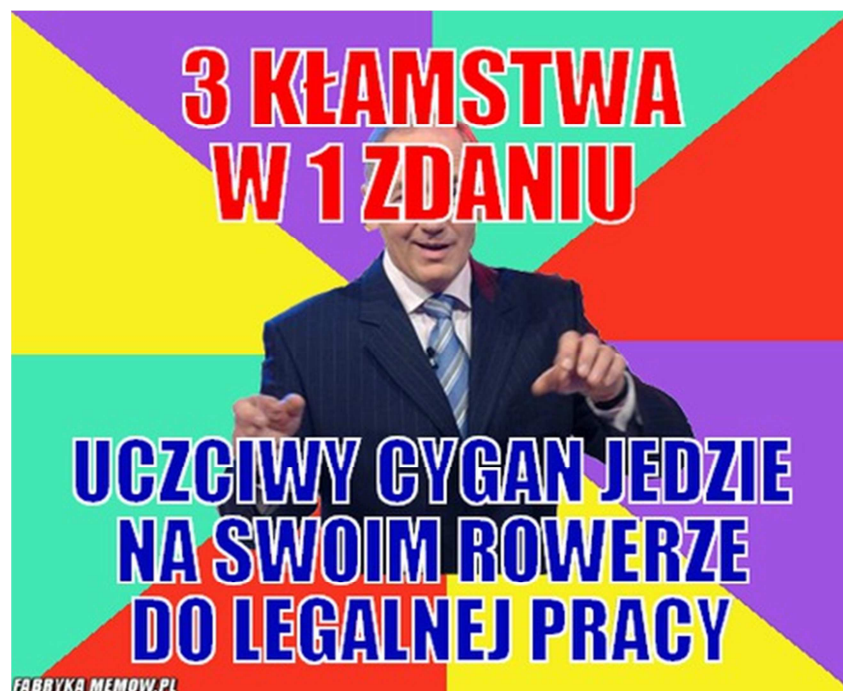
Drugi mem również nawiązuje do funkcjonującego w naszym społeczeństwie negatywnego stereotypu Roma – złodzieja. W odpowiedzi na pytanie : „ Jaki garnitur ma Cygan?” – „Dobrze skrojony” wykorzystano grę słów, która ma na celu wywołanie efektu humorystycznego. Garnitur „dobrze skrojony” w powszechnym rozumieniu oznacza dobrze

²⁴⁴ „Suchy Karol”, http://fabrykamemow.pl/memy/strona/1_ (data odczytu: 27.04.2015)

uszyty i idealnie dopasowany do sylwetki garnitur. Jednak w tym kontekście epitet „skrojony” został zaczerpnięty z młodzieżowego slangu, w którym „skroić kogoś”, oznacza kogoś okraść²⁴⁵.

Ostatni mem, z serii wykorzystującej postać Karola Strasburgera, powiela skojarzenie Romów, które przypisali im Polacy w badaniu przeprowadzonym przez J. Błuszkowskiego. W ich mniemaniu Romowie to naród leniwy. Cecha ta, należąca do kategorii socjoekonomicznej, również pojawia się w poniższym memie. Aby uzyskać efekt komiczny i ironiczny posłużono się obscenicznym zwrotem „opierdalać się”, który w slangu oznacza : objąć się, nic nie robić²⁴⁶. Ten wulgarny czasownik, który stanowi ripostę na neutralne pytanie, dodatkowo potęguje przekaz memu, który przedstawia Romów, jako beużytecznych nierobów .

Rys. 1 Karol Strasburger żart nr 1



Źródło: <http://fabrykamemow.pl/memy/187451/3-Klamstwa-w-1-zdaniu>, (data odczytu: 07.04.2015)

²⁴⁵ Hasło „skroić”, <http://www.miejski.pl/slowo-skroje>, (data odczytu: 27.04.2015)

²⁴⁶ Hasło „opierdalać się”, <http://www.miejski.pl/slowo-Opierdalać+się>, (data odczytu: 25.04.2015)

Rys. 2 „Suchy Karol” żart nr 2



Źródło: <http://fabrykamemow.pl/memy/203074/Jaki-garnitur-ma-cygan->, (data odczytu: 07.04.2015)

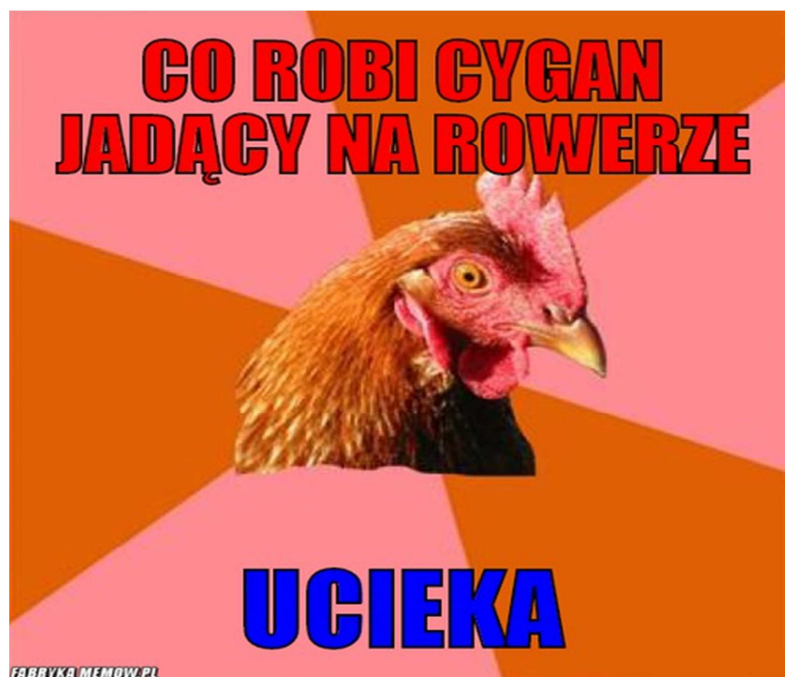
Rys. 3 „Suchy Karol” żart nr 3



Źródło: <http://fabrykamemow.pl/memy/174078/Po-co-cygan-wstaje-o-5-rano>, (data odczytu: 07.04.2015)

Kolejny mem przynależący do kategorii memów szablonowych oparty jest na pierwotnej konwencji Advice Animals, gdyż w centralnym punkcie obrazka znajduje się zwierzę, a mianowicie kura. Gotowy szablon ukazujący głowę kury funkcjonuje w środowisku internetowym pod nazwą „Nieśmieszna kura”, która uważana jest, podobnie jak Karol Strasburger, za mistrzynię „antyżartów”, gdyż puenty kończące kawały są albo idiotyczne albo wywołują zgorszenie²⁴⁷. Dowcip na temat Romów, który stanowi treść memu, również należy uznać za niewyszukany i mało śmieszny. Podobnie jak wcześniejsze memy odwołuje się do negatywnego wizerunku Roma – złodzieja, który ucieka na skradzionym rowerze. Wykorzystanie zdjęcia kury w memie dotyczącym Romów, można interpretować, jako chęć porównania członków romskiej mniejszości do wspomnianego nielota, który nie uchodzi za mądre zwierzę.

Rys. 4 Nieśmieszna kura



Źródło: <http://fabrykamemow.pl/memy/124486/Co-robi-cygan-jadacy-na-rowerze>, (data odczytu: 07.04.2015)

Drugi rodzaj memów wyróżnionych w typologii W. Kołowieckiego, to tak zwane memy komentujące, których podpis stanowi kluczowy element kreacji memu, gdyż objaśnia on, najczęściej w postaci puenty, przedstawiane zdjęcie. Memy komentujące ukazują osobisty stosunek autora do przedstawianego materiału. Niektóre kreacje internautów uderzają jednak

²⁴⁷ „Nieśmieszna kura”, http://fabrykamemow.pl/memy/strona/2_ (data odczytu: 27.04.2015)

niezmiernie ostro, przez co często przekraczają granicę dobrego smaku, a nawet naruszają przepisy prawa. Dwa poniższe memy stanowią tego przykład.

Pierwszy z memów komentujących przyjmuje formę pliku video. Jego twórca wykorzystał czeski filmik nakręcony przez mężczyzn z okna jadącego samochodu, który opatrzył własnym komentarzem. Nagranie prezentuje zdewastowane romskie blokowisko. W oczy rzucają się powybijane okna oraz zaśmiecone ulice. Jednak najbardziej uderza tekst widniejący pod obrazkiem, który poprzez wykorzystanie w opisie romskiego osiedla rzeczowników nacechowanych negatywnie, przyjmuje ton piętnujący. Zarzuca się Romom prowadzenie pasożytniczego trybu życia i ubóstwo. Cechy te przynależą do kategorii socjoekonomicznej. Autor nazywając Romów „pasożytami”, posunął się za daleko, albowiem to pogardliwe określenie uwłacza godności ludzkiej i można je uznać za znieważenie z powodu przynależności etnicznej, które według art. 257 kodeksu karnego wiąże się z karą pozbawienia wolności do lat 3²⁴⁸. Mem ten należy uznać za paszkwil, którego prowokacyjny charakter ma na celu zaszokowanie oraz wywołanie u odbiorcy skrajnie negatywnych emocji skierowanych wobec romskiej mniejszości etnicznej.

Rys. 5 Cygańskie osiedle



Źródło: <http://demotywatory.pl/4324218/Jak-wyglada-cygańskie-osiedle>, (data odczytu: 01.04.2015)

²⁴⁸ Poradnik obywatela. Co możemy zrobić, gdy zetkniemy się z mową nienawiści?, http://www.bezuprzedzen.org/doc/Poradnik_obywatela.pdf, (data odczytu: 27.05.2015)

Drugi z memów komentujących równie ostro odnosi się w swojej ocenie do Romów. W centralnym miejscu umieszczone zostało zdjęcie grupy młodych Romów niosących kuchenkę. Sugestywny obraz Romów przedstawiający ich, jako koczujący naród, który wraz ze zmianą miejsca pobytu zabiera ze sobą swój cały, marny dobytek w postaci kuchenki, został opatrzony komentarzem, który stanowi kluczowy element koncepcji memu. Podpis, podobnie jak pierwszy mem komentujący, ma charakter prowokacyjny. Autor powołuje się na decyzję Unii Europejskiej, która uznała nazwę Cygan, ze względu na pejoratywne zabarwienie, za niepoprawną politycznie. Internauta, aby wyrazić swój drwiący stosunek wobec zakazu używania nazwy Cygan, zastępuje je znacznie bardziej obelżywym określeniem: „Grupa Ówczesnych Wędrowców Nieposiadających Ojczyzny”, które w skrócie oznacza „Gównno”. Zaproponowana nazwa, pozostawiona bez wulgarnego skrótu, nie ma wydźwięku negatywnego, powiela jedynie rozpowszechniony stereotyp Romów, jako osób bez państwa. Jednak autor nie poprzestaje na nazwie, ale dodaje znieważający akronim, który określa Romów jako zbiór nic nieznaczącej miernoty. Zastosowana inwektywa w opisie Romów ma na celu wywołać oburzenie i podkreślić, jak wielką pogardą darzy autor Romów.

Rys. 6 Nowa nazwa Cyganów



Źródło: <http://demotywatory.pl/4400245/UE-podjela-decyzje-ze-nie-mozna-uzywac-slowa-CYGAN-uznано-je-za-obrazliwe-i-rasistowskie-w-stosunki-do-spoleczności-romskiej>, (data odczytu: 01.04.2015)

Klasyfikację memów dokonaną przez Wiktora Kołowieckiego zamykają memy eksploatujące, do których autor zalicza wszystkie pozostałe memy, które nie zostały przypisane do wcześniejszych kategorii. Najczęściej przybierają one formę zdjęcia lub filmu video opatrzonego absurdalnym hasłem. Za konstytutywną cechę memów eksploatujących uznać należy brak konkretnego przesłania, gdyż memy te jedynie w bez troski i często bezsensowny sposób eksploatują zastany materiał. Do tej grupy memów bezsprzecznie zaliczyć należy zapoczątkowaną w 2011 roku serię memów o Romach, których motywem przewodnim stało się absurdalne hasło: „żryj gruz Cyganie”²⁴⁹.

Kreacje zawierające motyw gruzu, a także niedorzeczny slogan „żryj gruz Cyganie” zyskały ogromną popularność w Sieci, o czym świadczą setki memów z ich udziałem oraz ich kolejnych przeróbek. Trzy poniższe memy stanowią jedynie niewielki wycinek dostępnej w Sieci, nonsensownej twórczości Internautów.

Lawinę antyromskich memów zapoczątkował poniższy mem, który stanowi graficzną przeróbkę reklamy sieci sklepów Lidl. Od 2007 roku Lidl nieprzerwanie przeprowadza kulinarne akcje promocyjne, których celem jest wygenerowanie wzrostu sprzedaży oraz zwiększenie prestiżu dyskontu. W czasie trwania tygodni tematycznych (np. tydzień amerykański, tydzień azjatycki itp.) oferowane są produkty – specjały charakterystyczne dla danej kuchni świata, które na co dzień nie są dostępne na sklepowych półkach²⁵⁰. Autor memu w celu wywołania efektu humorystycznego dokonał parodii gazetki promocyjnej Lidla. Obraz, jak również tekst został zmodyfikowany zgodnie z koncepcją kulinarnych tygodni tematycznych. Akcja promocyjna została analogicznie określona „tygodniem cygańskim” w domyśle cygańskim, gdyż twórca memu popełnił literówkę. Natomiast gruz, który zajął miejsce artykułów spożywczych na sklepowych półkach, został zaprezentowany, jako danie narodowe Cyganów. Użycie epitetu „świeży” do określenia gruzu można uznać za oksymoron, który potęguje absurdalność przedstawianych treści.

²⁴⁹ Mem tygodnia: Żryj gruz Cyganie, <http://pej.cz/MEM-TYGODNIA-Zryj-gruz-Cyganie-GALERIA-a4993>, (data odczytu: 04.05.2015)

²⁵⁰ Lidl napędza sprzedaż w Polsce akcjami tematycznymi, <http://www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/lidl-napedza-sprzedaz-w-polsce-akcjami-tematycznymi,101697.html>, (data odczytu: 04.05.2015)

Rys. 7 Tydzień cygański



Źródło: <http://kwejk.pl/obrazek/1522818/tydzien-cyganski.html>, (data odczytu: 07.04.2015)

Drugi mem opiera się na gotowym szablonie wykorzystującym wizerunek jednego z największych dyktatorów XX wieku – Józefa Stalina. Obok Adolfa Hitlera, radziecki hegemon uważany jest za twórcę najbardziej ludobójczego systemu, który poprzez wprowadzoną kolektywizację rolnictwa terenów byłego Związku Radzieckiego doprowadził, w latach 1932 – 1933, do klęski głodu, która pochłonęła miliony ofiar²⁵¹. Użyte w trybie rozkazującym słowa: „żryj gruz Cyganie” włożone w usta Józefa Stalina w nawiązaniu do dziejów historii, a zwłaszcza wspomnianego Wielkiego Głodu nabierają wymowy bardzo autentycznej i tragicznej. Postawa despoty oraz wypowiedany zwrot zawierający ordynarny czasownik „żreć” mają wydźwięk pogardliwy, który ma sprawiać wrażenie, że kierowany jest do zwierzęcia. Zastosowane duże litery dodatkowo uwydatniają słowa i można je uznać za równoważnik krzyku.

²⁵¹ Józef Stalin – jeden z największych zbrodniarzy XX w., <http://dzieje.pl/aktualnosci/60-lat-temu-zmarl-stalin-jeden-z-najwiekszych-zbrodniarzy-xx-w>, (data odczytu: 11.05.2015)

Rys. 8 Józef Stalin



Źródło: <http://pej.cz/MEM-TYGODNIA-Zryj-gruz-Cyganie-GALERIA-g4993-12357>, (data odczytu:02.05.2015)

Mem zatytułowany „Czekolada Cyganów” ma wydźwięk zdecydowanie żartobliwy. Zmodyfikowany obrazek oraz opis czekolady Nussbeisser firmy Alpen Gold stanowi żart konstytuujący dany mem. Miejsce orzechów laskowych, które wypełniały czekoladę i zdobiły opakowanie, zajęły cząstki gruzu. Natomiast w nazwie usunięto słowo „nuss”, które w języku niemieckim oznacza orzechy, a zastąpiono je neologizmem, wystylizowanym na słowo „nuss” – „gruss”, który docelowo ma oznaczać po prostu gruz. W nazwie firmy zamiast określenia „alpen”, czyli alpejski pojawia się „tabor”. Stanowi on nawiązanie do przeszłego, romantycznego stylu życia Romów, którzy jako wolni, nieprzywiązani do miejsca wędrowcy, taborami przemierzali kilometry.

Rys. 9 Czekolada Cyganów



Źródło: <http://demotywatory.pl/3985697/Grussbeisser>, (data odczytu: 01.04.2015)

4.2.2 Analiza memów według klasyfikacji J. Sroki

Jakub Sroka zaproponował odmienną kategoryzację memów. Pierwsze, a zarazem najprostsze kryterium, według którego autor zaklasyfikował memy odnosi się do zasięgu ich kulturowego oddziaływania. W tej kategorii autor wyróżnia memy o zasięgu globalnym i lokalnym. Przekaz memów globalnych dociera do szerokiego grona odbiorców, gdyż żart konstytuujący dany mem jest uniwersalny i łatwy do zdekodowania. Natomiast właściwe zrozumienie treści memów lokalnych niemożliwe jest bez posiadania wiedzy na temat uwarunkowań kulturowych. Rysunek 10 oraz 11 należy uznać za memy lokalne, gdyż wymagają od odbiorcy nie tylko znajomości kontekstu kulturowego, ale także znajomości języka polskiego.

Mem, w postaci zdjęcia krzyżówki z 1998 roku, odwołuje się do utrwalonego w naszej kulturze, a konkretnie na płaszczyźnie języka, negatywnego wizerunku Cygana – oszusta. Należy zauważyć, że odpowiedź na zawarte w rubryce pytanie o bliskoznaczne określenie krętacza i oszusta, wcale nie należy do przeszłości. Wszystkie słowniki języka polskiego, począwszy od „Słownika polszczyzny XVI wieku”, a skończywszy na współczesnych elektronicznych wydaniach słowników języka polskiego, zawierają hasło „Cygany”, które

stanowi synonim dla określeń: krętacz oraz kłamca²⁵². Obok rzeczownika, powszechnie znany i używany jest pejoratywny zwrot „cyganić” określający czynność oszukiwania, który swoją etymologię zawdzięcza zrodzonemu w Średniowieczu, negatywnemu stereotypowi Roma – krętacza.

Rys. 10 Krzyżówka z 1998 roku



Źródło: <http://demotywatory.pl/4270884/Krzyzowka-z-1998-r>, (data odczytu: 01.04.2015)

Drugi z memów lokalnych, poddanych analizie, opiera się na żarcie, który odwołuje się do obiegowej opinii na temat Romów, których określa się jako naród brudny. Ten atrybut przypisali Romom również Polacy w badaniu J. Błuszkowskiego. Zdjęcie przedstawiające twarz Cygana jest neutralne i nie odgrywa znaczącej roli w odbiorze treści mema. Jednak komentarz słowny, który stanowi żart konstytuujący dany mem, bez znajomości języka polskiego jest niezrozumiały dla odbiorców, gdyż „zeszyt Cygana”, czyli brudnopis swój źródłosłów bierze od brudu.

Dowcip, na którym opiera się treść mema, nie przyjmuje tonu drwiącego, nacechowanego pogardą, dlatego też można go uznać za lekki, niegorszący żart wywołujący na twarzy internauty delikatny uśmiech.

²⁵² Słownik języka polskiego PWN, hasło „Cygany”, <http://sjp.pwn.pl/szukaj/Cygan.html>, (data odczytu: 03.05.2015)

Rys. 11 Zeszyt Cygana



Źródło: <http://demotywatory.pl/4314588/Wie-ktos-jak-nazywa-sie-zeszyt-cygana->, (data odczytu: 01.04.2015)

Większość memów na temat Romów, które znajdują się na polskich stronach „vanity sites”, to memy lokalne. Jedynie poniższy mem, znaleziony na portalu Demotywatory.pl, mógłby pretendować do stania się memem globalnym. Nawiązuje on bowiem do obyczajowości ogółu Romów, a mianowicie do ich tradycyjnego zajęcia, czyli wróżbiarstwa. Żart konstytuujący dany mem został oparty na zestawieniu sugestywnego rysunku Cyganki z trafnie dobranym komentarzem. Autor memu nieprzypadkowo wykorzystał obrazek Cyganki ubranej w jaskrawe, krzykliwe kolory. Albowiem wielobarwny, odświętny strój zakładany przez romskie kobiety stanowił ich kostium wróżbiarski, który miał przyciągać spojrzenia ludzi już z daleka²⁵³. Komenatrz zdobiący obrazek został skonstruowany na zasadzie kontrastowego zestawienia dwóch powszechnie używanych sloganów. Pierwszy z nich stanowi krytyczne przekonania, że mass media manipulują opiniami ludzi poprzez przekazywanie zafałszowanego obrazu świata. Drugi frazes to sztampowe zdanie wypowiediane przez Cyganki, które w ten sposób chcą zwabić naiwnych ludzi i wyciągnąć od nich pieniądze. Zwrot „Cyganka prawdę ci powie” w tym zestawieniu ma wydźwięk ironiczny. Romskie kobiety bowiem traktują wróżenie, jako idealną

²⁵³ Tajemnice cygańskich wróżb, <http://www.romologica.net/romologica-net/magazyn/2013-09/201309-art-Tajemnice-cyganskich-wrozb.html>, (data odczytu: 06.05.2015)

sposobność do dodatkowego zarobku. Pod pozorem chęci przepowiedzeni przyszłości niejednokrotnie dopuszczają się okradania naiwnych ludzi, którzy dali się omamić sprytnym sztuczkom. Autor memu przypisuje Romom takie właściwości jak: spryt i nieuczciwość, które należą kolejno do kategorii: cech charakteru oraz postaw wobec ludzi.

Należy zauważyć, że na zasięg omawianego memu wpłynęłoby przełożenie podpisu zdobiącego obrazek z języka polskiego na język angielski, który uważany jest za język międzynarodowy. Prosty przekład nie spowodowałby zaburzenia pierwotnego sensu konstytuującego go żartu, a z pewnością przyczyniłby się do powiększenia audytorium odbiorców, zdolnych poprawnie zrozumieć jego przekaz.

Rys. 12 Cyganka prawdę ci powie



Źródło: <http://demotywatory.pl/2005557/Telewizja-klamie-prasa-klamie>, (data odczytu: 07.04.2015)

Cel żartu konstytuującego dany mem stanowi drugie z przyjętych, przez Jakuba Srokę, kryteriów podziału memów. W tej kategorii autor wyróżnia kreacje, które efekt humorystyczny osiągają poprzez karykaturę stereotypowych kategorii osób, bądź też poprzez dowcipne napiętnowanie określonych, irytujących sytuacji.

Poniższy mem opiera się na gotowym szablonie wykorzystującym zdjęcie Gustawa Brzezińskiego – mężczyzny w średnim wieku, który w 2012 roku na kieleckiej giełdzie próbował sprzedać swój samochód. Z dnia na dzień został bohaterem memów, a jego

podobizna stała się fikcyjną postacią znaną w wirtualnym świecie, jako: „Mirek – handlarz samochodami”. Memy z jego udziałem w satyryczny sposób piętnują przywary typowych handlarzy samochodów, którzy w umiejętny sposób potrafią zareklamować samochody, które na pierwszy rzut oka wydają się utrzymane w idealnym stanie, jednak chwilę po opuszczeniu komisju rozpadają się²⁵⁴. Autor memu, w celu uzyskania efektu humorystycznego, zilustrował stereotypowy wizerunek Romów poprzez wykorzystanie karykaturalnej postaci „Mirka – handlarza samochodami”. Absurdalne zdanie, jakie wypowiada tytułowy bohater: „Panie ten pasacik to godny zaufania – jak Cygan bez rąk” ma stanowić gwarancję udanego i pewnego zakupu. Jak twierdzi właściciel samochodu jedynie Cygan pozbawiony rąk jest uczciwy i zasługuje na zaufanie, bowiem ręce służą mu jedynie do niecznych czynów. Mem ten podziela rozpowszechnione opinie na temat Romów, według których są oni uznawani za oszustów i złodziei. Cechy, jakie się im przypisuje, czyli: nieuczciwość oraz przestępczość należą do kategorii postaw wobec ludzi.

Rys. 13 Mirek – handlarz samochodami



Źródło: <http://fabrykamemow.pl/memy/297442/Panie-ten-pasacik-to-godny-zaufania>, (data odczytu: 07.04.2015)

Drugi z memów, wyróżnionych ze względu na cel żartu konstytuującego, wykorzystał sportretowaną postać tzw. trolla internetowego w celu szyderczego wyśmiania sytuacji Romów. „Troll” to użytkownik Internetu, dla którego rozrywkę stanowi umieszczanie na

²⁵⁴ Kim naprawdę jest „handlarz Mirek”, <http://moto.onet.pl/aktualnosci/kim-naprawde-jest-handlarz-mirek/eh94d>, (data odczytu: 28.05.2015)

forach internetowych bezsensownych i zaczepnych wpisów, w celu skłócenia internautów i sprowokowania werbalnej awantury²⁵⁵. Wykrzywiona paskudnym grymasem gęba, umieszczona na odpowiadającym konwencji Advice Animals promienistym tle, odzwierciedla wredną naturę trollów²⁵⁶. Bezmyślny dowcip na temat Romów, który stanowi treść memu, można uznać za złośliwy, trollerski atak. Kpina zawarta w słowach „Bo Cyganie dopływają szybciej do chleba” ma na celu ukazanie Romów, jako desperatów, którzy z powodu doskwierającego głodu posuwają się do upokarzających czynów, jak wyjadanie chleba przeznaczonego dla łabędzi. Autor w drwiący sposób odnosi się do trudnej sytuacji Romów, którzy często żyją na granicy ubóstwa i niejednokrotnie towarzyszy im uczucie głodu.

Rys. 14 Trollface



Źródło: <http://kwejk.pl/obrazek/717221/cygany.html>, (data odczytu: 07.04.2015)

Ostatnim z przyjętych przez J. Srokę kryteriów podziału memów stanowi forma językowa. W tej kategorii autor wyróżnia: memy operujące paracytatem, czyli tekstem, który ma sprawiać wrażenie, że jest wypowiedziany przez samego bohatera oraz memy opisowe.

Rysunek zatytułowany „Logika Cygana” odwołuje się do stereotypowej etykiety Roma – złodzieja. Sugestywne zdjęcie, przedstawiające Cygana wiozącego na przyczepie cały,

²⁵⁵ Kim jest troll internetowy?, <http://pej.cz/Kim-jest-troll-internetowy-a737>, (data odczytu: 29.05.2015)

²⁵⁶ Trollface, <http://fabrykamemow.pl/memy/strona/2>, (data odczytu: 30.05.2015)

nieposkładany garaż, zostało opatrzone komentarzem, w którym wyrażenie „logika Cygana” stanowi zagajenie, a odpowiedź to riposta w formie paracytatu. Stylizacja wypowiedzi, którą wypowiada rzekomo sam bohater, na język potoczny, z pewnymi naleciałościami gwarowymi ma na celu uwydatnienie absurdu przedstawianych treści i wywołanie efektu humorystycznego.

Rys. 15 Logika Cygana



Źródło: <http://demotywatory.pl/4469159/Logika-cygana>, (data odczytu: 01.04.2015)

Poniższy mem stanowi przykład memu opisowego, który, jak sama nazwa wskazuje, w sposób deskryptywny objaśnia przedstawiany materiał. Główne zdjęcie przedstawia zamożnego Roma, który swoim wytwornym ubiorem manifestuje swoje bogactwo. Barokowy strój, w którym dominują jasne, złote kolory, a także widoczne na palcach wielkie sygnety, oddają zamiłowanie Romów do błyskotek i przepychu. Dla nas romski styl ubierania się wydaje się kiczowaty i pretensjonalny, jednak dla Romów kosztowny, ozdobny ubiór stanowi o ich odrębności kulturowej, a także świadczy o statusie i posiadanym majątku²⁵⁷. W odróżnieniu do wcześniej omawianych, pojedynczych memów, tenże mem przyjmuje formę serii zdjęć, które kolejno wyświetlają się po kliknięciu na głównym zdjęciu w ikonkę „play”. Fotografie przedstawiają okazałe, wystawne wille, niczym bajeczne pałace, które należą do Romów mieszkających w Rumunii. Autor memu określa Romów, podobnie jak

²⁵⁷ Ubiory cygańskie, http://romopedia.pl/index.php?title=Ubiory_cyga%C5%84skie, (data odczytu: 14.05.2015)

Polacy biorący udział w badaniu przeprowadzonym przez J. Błuszkowskiego, jako naród bogaty. Cecha ta należy do kategorii socjoekonomicznej.

Rys. 16 Bogaci Cyganie



Źródło: <http://demotywatory.pl/4377638/CYGANIE>, (data odczytu: 01.04.2015)

4.3 Weryfikacja hipotez

W tej części pracy hipotezy, stanowiące przypuszczalną odpowiedź na postawione pytania badawcze, zostały w oparciu o otrzymane wyniki poddane ostatecznej weryfikacji. Procedura ta ma na celu potwierdzenie bądź obalenie założonych odpowiedzi.

Główny problem badawczy: Jaki stereotyp Roma (pozytywny czy negatywny) przekazywany jest w memach internetowych?

Hipoteza główna: **Memy internetowe przekazują negatywny stereotyp Roma.**

Pytanie badawcze nr 1: Czy memy internetowe odzwierciedlają istniejące stereotypy na temat Romów?

Hipoteza nr 1: **Memy przekazują istniejące, rozpowszechnione stereotypy na temat Romów.**

Według wyników badań przeprowadzonych przez J. Błuszkowskiego Polacy przypisują Romom takie cechy, jak: bogaty, brudny, leniwy, lubiący się bawić, wesoły, przesądny oraz kojarzą ich z takimi stwierdzeniami, jak: żyją tylko chwilą, kojarzą się z muzyką, śpiewem i

tańcem, prowadzą cygańskie życie – dziś tu, jutro tam. Spośród 16 memów wybranych do analizy sześć z nich powieli stereotypy Romów przedstawione w badaniu J. Błuszkowskiego. Dwa memy ukazują Roma jako brudasa, kolejne dwa jako lenia, jeden jako bogacza oraz jeszcze jeden mem zatytułowany, jako „Nowa nazwa Cyganów” odwołuje się do ich cygańskiego, wędrownego trybu życia. Pozostałe memy powtarzają rozpowszechnione, obiegowe opinie na temat Romów, które etykietują ich jako: oszustów i złodziei. Z przeprowadzonej analizy wynika zatem, że powyższa hipoteza jest prawdziwa.

Pytanie badawcze nr 2: Czy memy są nośnikiem innych nowych stereotypów?

Hipoteza nr 2: Memy kreują nowy stereotypowy wizerunek Roma.

Ciesząc się ogromną popularnością w Internecie serię memów zawierających motyw gruzu, a także nonsensowny slogan „zryj gruz Cyganie” można uznać za nowy stereotyp Roma. Absurdalne w swym przekazie kreacje pokazują upokarzający obraz Romów, których przedstawia się jako bezwartościowe, pozbawione cech ludzkich istoty, nie zasługujące na nic wartościowego. Druga hipoteza tym samym została potwierdzona.

Pytanie badawcze nr 3: Jakie cechy dominują w opisie Romów w memach internetowych?

Hipoteza nr 3: W internetowych memach na temat Romów dominują określenia nacechowane negatywnie.

Powyższą hipotezę należy uznać za prawdziwą, gdyż w charakterystyce Romów przeważają określenia o zabarwieniu pejoratywnym. Internauci najczęściej przypisują Romom cechy przynależące do kategorii:

- ✓ postaw wobec ludzi – nieuczciwość, przestępczość;
- ✓ socjoekonomicznej – lenistwo, prowadzenie pasożytniczego stylu życia;
- ✓ opisującej wygląd zewnętrzny – brudny.

Pytanie badawcze nr 4: Jakie środki językowe wykorzystywane są do charakterystyki Romów w memach internetowych?

Hipoteza nr 4: Do opisu Romów wykorzystywane są takie środki językowe, jak: epitety o zabarwieniu pejoratywnym oraz językowe mechanizmy żartu, ironii i sarkazmu.

Niemalże wszystkie przedstawione kreacje przybierają prześmiewczą formę poprzez zastosowanie do opisu Romów mechanizmów żartu, ironii i sarkazmu. Użytkownicy Internetu w celu wywołania efektu humorystycznego wykorzystali również grę słów : „garnitur dobrze skrojony” oraz „zeszyt Cygana – brudnopis”. W charakterystyce Romów dominują określenia nacechowane negatywnie, tj. pasożyty, brud, smród, ubóstwo, żreć , a także pojawiają się wulgaryzmy, tj. opierdalać się, gówno. Czwarta hipoteza tym samym została potwierdzona.

Pytanie badawcze nr 5: Jakie elementy grafiki dominują w obrazie Romów zawartym w memach internetowych?

Hipoteza nr 5: **W obrazie Romów dominują symbole odnoszące się do ich kultury.**

Powyższa hipoteza, w toku przeprowadzonej analizy, została obalona, ponieważ jedynie dwa memy odwołują się poprzez grafikę do kultury Romów. Pierwszy z nich, poprzez ukazanie obrazu Cyganki w tradycyjnym, kolorowym stroju, nawiązuje do właściwej dla Cyganów profesji – wrózenia. Drugi mem natomiast ukazując zdjęcie bogatego Cygana, ubranego z charakterystycznym dla Romów przepychem, oddaje ich upodobanie do kiczowatego stylu ubierania, który zdecydowanie wyróżnia ich od reszty społeczeństwa. W pozostałych memach poddanych analizie nie zauważa się nawiązania do romskiej kultury.

Jednoznaczne określenie, jakie elementy grafiki dominują w obrazie Romów w memach internetowych, jest niemożliwe, gdyż pomysłowość i wyobraźnia Internautów jest zdumiewająca. Powtarzającym się elementem memów dotyczących Romów stał się motyw gruzu, który obecnie bije rekordy popularności. Wiele memów zawartych na portalach „vanity sites” opiera się również na gotowych szablonach wykorzystujących podobizny kultowych postaci bądź zwierząt, które internauci uzupełniają własnym komentarzem.

Zakończenie

Niniejsza praca magisterska miała na celu ukazanie, jaki stereotyp Roma przekazywany jest za pomocą memów internetowych, czyli nowego środka komunikacji zapośredniczonej elektronicznie. Niereaktywna metoda, jaką stanowi analiza treści, umożliwiła zrealizowanie powziętego zadania. W tym momencie należy zatem udzielić odpowiedzi na główny problem pracy określony w problematyce badawczej: Jaki stereotyp Roma (pozytywny czy negatywny) przekazywany jest za pomocą memów internetowych? Hipoteza, stanowiąca domniemaną odpowiedź, brzmi następująco: Memy internetowe przekazują negatywny stereotyp Roma. Wnikliwa analiza przedstawionego materiału pozwala na jej potwierdzenie.

Zrodzony w Średniowieczu negatywny stereotyp Roma pokutuje do dnia dzisiejszego, o czym świadczą memy internetowe przedstawiające Roma w bardzo niekorzystnym świetle. W oczach internautów Romowie uchodzą za oszustów, złodziei, leni i brudasów. W ich charakterystyce dominują określenia nacechowane pejoratywnie, tj. nieuczciwy, leniwy, brudny oraz prowadzący pasożytniczy tryb życia. Negatywny wizerunek Romów zawarty w memach internetowych jest pokłosiem rozpowszechnionych w naszej kulturze stereotypów, które również znajdują swoje odzwierciedlenia w nowym gatunku komunikacyjnym.

O Romach mówi się dużo i najczęściej źle. Użytkownicy Sieci oprócz powielania funkcjonujących w polskim społeczeństwie stereotypów na temat Romów, wzbogacili ich obraz o kolejną etykietę. Absurdalne, antyromskie memy zawierające hasło: „żryj gruz Cyganie” stały się niezwykle popularne w Internecie. Twórczość internautów wykorzystująca motyw gruzu w kreacji memów na temat Romów, można uznać za niegroźną satyrę, która ma na celu wywołanie jedynie doraźnego, absurdalnego rechotu. Jednak owe, wydawałoby się niewinne żarty, kreują nowy, upokarzający stereotyp Romów, którym odbiera się godność i prawa osoby ludzkiej. Przedstawiani są oni bowiem jako podkategoria ludzi lub nawet odczłowieczone stworzenia, nie zasługujące na nic lepszego jak gruz, czyli bezużyteczny i bezwartościowy odpadek.

Obok utrwalonego w naszej kulturze skrajnie negatywnego stereotypu Roma, istnieje również, potwierdzony w literaturze, malarstwie oraz muzyce, wizerunek pozytywny, przedstawiający Roma, jako malowniczą, romantyczną postać, którą podziwia się za nieskrępowanymi konwenansami styl życia i silne przywiązanie do tradycji. Szkoda, że nie stanowi on przeciwwagi dla tak jednoznacznie negatywnych opinii w Internecie, które są dominującymi ocenami.

Dokonana analiza memów internetowych pozwoliła na wyciągnięcie interesujących, ale zarazem bardzo niepokojących wniosków. Pierwszy z nich wyłonił się już na początku przeprowadzania badania. Okazało się bowiem, iż Romowie w dalszym ciągu w powszechnej świadomości funkcjonują jako Cyganie, mimo iż nazwa ta, uznana została za niepoprawną politycznie.

Memy internetowe uwidaczniają to, co obecnie dominuje w komunikacji zapośredniczonej elektronicznie – agresja. „Hejt” stał się bowiem częścią naszej codzienności. Panujące przyzwolenie na przekraczanie norm wypowiedzi publicznej sprawia, że powstają nowe normy społeczne i agresja przestaje być uważana za zjawisko wywołujące zbulwersowanie²⁵⁸.

Memy dotyczące Romów propagują treści, które przybierają postać „mowy nienawiści”. Zastosowane wulgaryzmy i pogardliwe określenia, tj. pasożyt, które w brutalny sposób wyśmiewają i znieważają romską mniejszość, stanowią tego przykład. Należy zwrócić uwagę na fakt, iż Romowie są jedną z nielicznych grup mniejszościowych, wobec których komentarze o zabarwieniu rasistowskim nie spotykają się z potępieniem, ale ze społecznym przyzwoleniem. Obrażliwe, antyromskie memy, które krążą w Sieci, cieszą się olbrzymią popularnością i są rozpowszechniane przez kolejnych użytkowników.

Internet, jako najbardziej demokratyczny środek masowego przekazu, który swoje działanie opiera na konstytucyjnej zasadzie wolności słowa, okazał się nie tylko dobrodziejstwem, ale również areną agresji i nienawiści. Poczucie anonimowości i związanej z nią bezkarności, jakie oferuje globalna Sieć, uspiło ludzkie Superego, czyli sumienie i wyznawane zasady moralne, natomiast wyzwoliło pierwotne instynkty zawarte, jak twierdził Freud w Id, które tłumione dotychczas przez normy społeczne, znalazły ujście w Sieci²⁵⁹. Fala nienawiści dosłownie zalała metamedium i obecnie nie sposób surfować po Sieci bez narażania się na obcowanie z chamstwem i wyzwiskami. Dlatego też konieczne jest podjęcie działań, które uskutecznią kontrolę zamieszczanych treści w Internecie. Głosy sprzeciwu, jakie nieuchronnie się pojawią, będą powoływać się na ideę, jaka przyświeca działaniu Internetu – jako środka przekazu wolnego od cenzury. Jednak na nienawiść nie można przyrzucać oku, albowiem wystarczy obojętność ludzi dobrych, aby zwyciężyło zło. Pryncypialna zasada, jaką należy kierować się zarówno w życiu realnym, jak i wirtualnym mówi, iż wolność kończy się tam, gdzie zaczyna się krzywda drugiej osoby.

²⁵⁸ S. Babuchowski, Hejterzy atakują, „Gość Niedzielny” 2015, nr 25, s. 46 – 47.

²⁵⁹ Id, Ego i Superego – struktury osobowości, <http://mindvictory.blogspot.com/2013/01/id-ego-i-superego-struktury-osobowosci.html>, (data ddczytu: 13.07.2015)

Mimo, iż minęło już 11 lat od historycznego przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, motto przyświecające idei zjednoczonej Europy – „jedność w różnorodności”²⁶⁰ wciąż pozostaje jedynie piękną dewizą, która jednak w przypadku Polski, mało ma wspólnego z rzeczywistością. Nadal bowiem aktualne są słowa, które wieszcz Cyprian Kamil Norwid wypowiedział 200 lat temu: „Umiemy się tylko kłócić albo kochać, ale nie umiemy się różnić pięknie i mocno”²⁶¹. Państwo polskie ma zatem jeszcze wiele do zrobienia w kwestii ocieplenia wzajemnych stosunków pomiędzy Romami i Polakami. Jak widać rozpowszechnione i głęboko zakorzenione w naszej kulturze stereotypy, pomimo upływu lat, wciąż stanowią dla kolejnych pokoleń źródło opinii na temat Romów. Dlatego też w pierwszej kolejności powinno się dołożyć wszelkich starań, aby odczarować ten negatywny stereotyp Roma i poprzez to zniwelować poczucie obcości, jakie charakteryzuje relacje łączące oba narody, albowiem negatywne emocje, jakie generuje podział na grupę „swoją” i „obcą” niweczy szansę na powodzenie dialogu międzykulturowego.

²⁶⁰ Jedność w różnorodności, http://cordis.europa.eu/news/rcn/27389_pl.html, (data odczytu: 13.07.2015)

²⁶¹ Demokracja ? To sposób myślenia, <http://www.kbp.krosno.pl/index.php/kluby/literackie-forum-dyskusyjne/1933-demokracja-to-sposob-myslenia>, (data odczytu: 13.07.2015)

Spis literatury:

- 1) Aronson E., Człowiek istota społeczna, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- 2) Aronson E., Wilson T., Akert R., Psychologia społeczna – serce i umysł, Zysk i S-ka, Poznań 1997.
- 3) Babbie E., Badania społeczne w praktyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- 4) Bard A., Söderqvist J., Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- 5) Barney D., Społeczeństwo sieci, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2008.
- 6) Bartosz A., Nie bój się Cygana – Na dara Romestar, Pogranicze, Sejny 2004.
- 7) Bilewicz M., Kiedy kontakt osłabia uprzedzenia? Kategoryzacje społeczne i temporalne, jako warunki skuteczności kontaktu międzygrupowego, „Psychologia Społeczna”, 2006, nr 2(02)
- 8) Błuszkowski J., Stereotypy narodowe w świadomości Polaków. Studium socjologiczno-politologiczne, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 2003.
- 9) Bokszański Z., Stereotypy a kultura, Wydawnictwo Funna, Wrocław 2001.
- 10) Bolecki W., Gazda G., Stereotypy w literaturze (i tuż obok), pr. zbior. pod red., Wydawnictwo Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa 2003.
- 11) Broda J., Polewczyk A., Rąb J., Podstawy metodologii nauk, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2001.
- 12) Budyta-Budzyńska M., Socjologia narodu i konfliktów etnicznych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- 13) Castells M., Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem, Rebis, Poznań 2003.
- 14) Chmielewska-Łuczak D., Opowieści o miłości w sieci – wizerunek portalu randkowego a zawarta w nim narracja o miłości, „Transformacje”, 2007-2008, nr 51-57.
- 15) Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku, pr. zbior. pod red. E. Różyckiej, U. Śmietany, Tom 5, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa 2006.
- 16) Ficowski J., Cyganie na polskich drogach, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1985.
- 17) Goban-Klas T., Cywilizacja medialna. Geneza. Ewolucja. Eksplozja, WSiP, Warszawa 2005.

- 18) Goban-Klas T., Społeczeństwo masowe, informacyjne, sieciowe czy medialne?, „Ethos” 2005, nr 1-2.
- 19) Gogołek W., Komunikacja sieciowa. Uwarunkowania, kategorie i paradoksy, Oficyna Wydawnicza Aspra, Warszawa 2010.
- 20) Gruchoła M., Odpowiedzialność dostawców i użytkowników Internetu za zawartość stron internetowych w świetle prawnych i społecznych regulacji, „Rozprawy Społeczne” 2012, nr 1.
- 21) Jenkins H., Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- 22) Juszczak S., Badania ilościowe w naukach społecznych. Szkice metodologiczne, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005.
- 23) Juszczak S., Internet. Współczesne medium komunikacji społecznej, „Edukacja I Dialog”, 2011, nr 5-6.
- 24) Kamińska M., Niecne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu, Galeria Miejska Arsenal, Poznań 2011.
- 25) Keen A., Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- 26) Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka, pr. zbior. pod red. M. Filiciak, G. Ptaszka, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.
- 27) Komunikowanie się w społeczeństwie wiedzy XXI wieku, pr. zbior. pod red. N. Majchrzak, A. Zduniaka, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, Poznań 2011.
- 28) Kulesza J., Międzynarodowe prawo internetu, Przedsiębiorstwo Wydawnicze Ars boni et aequi, Poznań 2010.
- 29) Kupczyk A., Status prawny Romów w Polsce a regulacje prawne w państwach członkowskich Unii Europejskiej, Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa, Wrocław 2012.
- 30) Kwestia romska w polityce państw Europy Środkowej i Wschodniej, pr. zbior. pod red. M. Szyszlak, Fundacja Integracji Społecznej Prom, Wrocław 2011.
- 31) Levinson P., Nowe nowe media, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.
- 32) Lisowska-Magdziarz M., Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów: wersja 1.1, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.

- 33) Łobocki M., Metody badań pedagogicznych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1984.
- 34) Łobocki M., Metody i techniki badań pedagogicznych, Impuls, Kraków 2000.
- 35) Łobocki M., Wprowadzenie do metodologii badań pedagogicznych, Oficyna IMPULS, Kraków 2004.
- 36) Macrae C. N., Stangor Ch., Hewstone M., Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1999.
- 37) McLuhan M., Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.
- 38) McQuail D., Teoria komunikowania masowego, PWN, Warszawa 2007.
- 39) Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne, pr. zbior. pod red. M. Sokołowskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.
- 40) Miotk-Mrozowska M., Komunikacja interpersonalna w Internecie, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2009.
- 41) Mirga A., Mróz L., Cyganie, odmienność i nietolerancja, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
- 42) Mniejszości narodowe i etniczne w Polsce i Europie. Aspekty polityczne i społeczne, pr. zbior. pod red. A. Saksona, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2014.
- 43) Mniejszości narodowe w Polsce. Praktyka po 1989 roku, , pr. zbior. pod red. B. Berdychowskiej, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 1998.
- 44) Mróz L., Dzieje Cyganów- Romów w Rzeczypospolitej XV-XVIII w., Wydawnictwo DiG i IEiAK UW, Warszawa 2000.
- 45) Mróz L., Geneza Cyganów i ich kultury, Wydawnictwo Fundacji „ Historia pro Futuro”, Warszawa 1992.
- 46) Myślenie stereotypowe i uprzedzenia. Mechanizmy poznawcze i afektywne, pr. zbior. pod red. M. Kofy, Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN, Warszawa 2004.
- 47) Nelson T., Psychologia uprzedzeń, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003.
- 48) Nowak S., Metodologia badań społecznych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- 49) Nowe media i komunikacja wizualna, pr. zbior. pod red. P. Francuz, S. Jędrzejewski, KUL, Lublin 2010.
- 50) Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku, pr. zbior. pod red. M. Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002.

- 51) Oblicza Internetu. Architektura komunikacyjna Sieci, pr. zbior. pod red. M. Sokołowskiego, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Elblągu, Elbląg 2007.
- 52) Obrazy w sieci. Socjologia i antropologia ikonosfery Internetu, pr. zbior. pod red. T. Ferenc, K. Olechnickiego, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2008.
- 53) Pietrzak H., Następstwa i efekty stereotypowego postrzegania człowieka i świata społecznego, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 2000.
- 54) Podgórski R. A., Metodologia badań socjologicznych. Kompendium wiedzy metodologicznej dla studentów, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2007.
- 55) Przybysz P. J., Kilka uwag o stereotypach i tożsamości narodowej na marginesie powieści Henryka Sienkiewicza Ogniem i mieczem, „Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej” 2007, nr 4 (171)
- 56) Romowie w Polsce i Europie, pr. zbior. pod red. P. Borka. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków 2007.
- 57) Schaff A., Stereotypy a działanie ludzkie, Książka i Wiedza, Warszawa 1981.
- 58) Sroka J., Obrazkowe memy internetowe, CeDeWu, Warszawa 2014.
- 59) Stefaniak A., Bilewicz M., Zmiana postaw w wyniku wymian studenckich. Rola kontaktu międzygrupowego i redukcji zagrożeń, „Psychologia Społeczna”, 2014, tom 9, nr 3(30)
- 60) Stephan W., Stephan C., Wywieranie wpływu przez grupy. Psychologia relacji, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007.
- 61) Stereotypy i uprzedzenia, pr. zbior. pod red. Z. Chlewińskiego, I. Kurcz, Instytut Psychologii PAN, Warszawa 1992.
- 62) Stereotypy w literaturze (i tuż obok), pr. zbior. pod red. W. Boleckiego, G. Gazdy, Wydawnictwo Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa 2003.
- 63) Stereotypy-walka z wiatrakami, pr. zbior. pod red. A. Bujanowska, J. Szadura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2011.
- 64) Sytuacja społeczno-prawna Romów w Środkowo-Wschodniej Europie, , pr. zbior. pod red. A. Makowskiej-Cieleń, Stowarzyszenie Twórców i Przyjaciół Kultury Cygańskiej im. Stefana Batorego, Gorzów Wielkopolski 1996.
- 65) Szpunar M., Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności, „Studia socjologiczne” 2004, nr 2(173)
- 66) Sztompka P., Socjologia, Wydawnictwo Znak, Kraków 2007.

- 67) Sztumski J., Wstęp do metod i technik badań społecznych, Śląsk, Katowice 1995.
- 68) Teorie komunikacji i mediów, pr. zbior. pod red. M. Graszewicz, J. Jastrzębskiego, ATUT, Wrocław 2009.
- 69) U nas dole i niedole, pr. zbior. pod red. E. Nowickiej, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 1999.
- 70) Walkiewicz A., Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej, „Teksty z Ulicy” 2012, nr 14.
- 71) Wimmer R., Dominick J., Mass media. Metody badań, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
- 72) Wojciszke B., Psychologia społeczna, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR 2012.
- 73) Woźniak M., Między antropologią a historią: mechanizm kozła ofiarnego w narracji historycznej, „Kultura i Historia”, 2001, nr 1.
- 74) Zambrzycka M., Stereotypowe wizerunki Cyganów-Romów w kulturze i języku polskim, „Kultura i Historia”, 2011, nr 22.

Źródła internetowe:

- 1) Art.2 ust. 4 Ustawy z dnia 6 stycznia 2005 roku o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku regionalnym.(Dz. U. z dnia 31 stycznia 2005r.), http://www.msw.gov.pl/portal/pl/178/2958/Ustawa_o_mniejszosciach_narodowych_i_etnicznych_oraz_o_jezyku_regionalnym.html, (data odczytu: 23.03.2015)
- 2) Dawkins R., Growing Up in Ethology, <http://old.richarddawkins.net/articles/4757> (data odczytu: 21.03.2015)
- 3) Definicja blogosfery na podstawie Wikipedii, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Blogosfera> (data odczytu: 10.03.2015)
- 4) Definicja Web 2.0, definicja social media, <http://networkeddigital.com/2010/04/09/definicja-web-2-0-definicja-social-media/> (data odczytu: 08.03.2015)
- 5) Demokracja? To sposób myślenia, <http://www.kbp.krosno.pl/index.php/kluby/literackie-forum-dyskusyjne/1933-demokracja-to-sposob-myslenia>, (data odczytu: 13.07.2015)
- 6) Fronk K., Nasze problemy ze stereotypami, czyli Antycyganizm jako rodzaj uprzedzenia, „Romologica” 2013, nr 2, <http://www.romologica.net/romologica-net/magazyn/2013-09/201309-art-Antycyganizm.html> (data odczytu :26.02.2015)

- 7) Gleisner, Problem wolności w Internecie, „iNFOTEZY” 2013, nr 1,
<http://www.ujk.edu.pl/infotezy/ojs/index.php/infotezy/article/view/63/183>
(data odczytu: 16.03.2015)
- 8) Hasło „opierdalać się”, <http://www.miejski.pl/slowo-Opierdalać+się>, (data odczytu: 25.04.2015)
- 9) Hasło „skroić”, <http://www.miejski.pl/slowo-skroje>, (data odczytu: 27.04.2015)
- 10) Id, Ego i Superego – struktury osobowości,
<http://mindvictory.blogspot.com/2013/01/id-ego-i-superego-struktury-osobowosci.html>, (data odczytu: 13.07.2015)
- 11) Jedność w różnorodności, http://cordis.europa.eu/news/rcn/27389_pl.html,
(data odczytu: 13.07.2015)
- 12) Józef Stalin – jeden z największych zbrodniarzy XX w.,
<http://dzieje.pl/aktualnosci/60-lat-temu-zmarl-stalin-jeden-z-najwiekszych-zbrodniarzy-xx-w>, (data odczytu: 11.05.2015)
- 13) Kim jest troll internetowy?, <http://pej.cz/Kim-jest-troll-internetowy-a737>,
(data odczytu: 29.05.2015)
- 14) Kim naprawdę jest „handlarz Mirek”, <http://moto.onet.pl/aktualnosci/kim-naprawde-jest-handlarz-mirek/eh94d>, (data odczytu: 28.05.2015)
- 15) Kołowiecki W., Memy internetowe, jako nowy język internetu, „Kultura i Historia” 2012, nr 21, <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3637>
(data odczytu: 21.03.2015)
- 16) Komunikat z badań CBOS – Internauci 2014,
http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_082_14.PDF (data odczytu: 10.03.2015)
- 17) Konstytucja RP z 2 kwietnia 1997 r.,
<http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/2.htm> (data odczytu: 14.03.2015)
- 18) Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz. U. z 1997r. Nr 78, poz. 483 z późn. zmianami), <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm>,
(data odczytu: 23.03.2015)
- 19) Kultura romska, <http://jednizwielu.pl/romowie-w-polsce/kultura-romska>,
(data odczytu: 23.03.2015).
- 20) Lidl napędza sprzedaż w Polsce akcjami tematycznymi,
<http://www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/lidl-napedza-sprzedaz-w-polsce-akcjami-tematycznymi,101697.html>, (data odczytu: 04.05.2015)

- 21) Meloni J. C., Blogging in a Snap, Sams, 2005,
<http://my.safaribooksonline.com/0672328437/part01?portal=oreilly#X2ludGVybmFsX0h0bWxWaWV3P3htbGlkPTA2NzIzMjg0MzclMkZjaDAxbGV2MXNIYzEmcXVIcnk9> (data odczytu: 10.03.2015)
- 22) Memy internetowe bliskie kulturze pastiszu,
<http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/memy-internetowe-bliskie-kulturze-pastiszu>
(data odczytu: 22.03.2015)
- 23) Mem tygodnia: Żryj gruz Cyganie, <http://pej.cz/MEM-TYGODNIA-Zryj-gruz-Cyganie-GALERIA-a4993>, (data odczytu: 04.05.2015)
- 24) Mowa Nienawiści – definicja problemu,
<http://www.dlaziemi.org/gloskobiet/zdj/materialy/a3.pdf>, (data odczytu: 16.03.2015)
- 25) Mowa nienawiści. Raport z badań sondażowych,
http://www.academia.edu/9328413/Mowa_nienawiści._Raport_z_badań_sondażowych
(data odczytu: 16.03.2015)
- 26) Najpopularniejsze serwisy tematyczne w grudniu 2014 roku,
<http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/najpopularniejsze-serwisy-tematyczne-w-grudniu-2014-roku>, (data odczytu: 25.04.2015)
- 27) „Nieśmieszna kura”, <http://fabrykamemow.pl/memy/strona/2>, (data odczytu: 27.04.2015)
- 28) Ostrowski T., „Podwójna natura stereotypu Cygana i jej przejawy we współczesnej kulturze i życiu społecznym”, Barbarzyńca, 1999, nr 4-5,
http://yon.menel.com/files/artykuly/Ostrowski_Tomasz_PODWoJNA_NATURA_STEREOTYPU_CYGANA_I_JEJ_PRZEJAWY.pdf
(data odczytu: 07.03.2015)
- 29) Polacy wobec ludzi innych narodów- dynamika bliskości i dystansu, 1988-1998.
Komunikat z badań CBOS 7 <http://obop-arch.tnsglobal.pl/abin/r/220/001-99.pdf>,
(data odczytu: 07.03. 2015)
- 30) Polski Internet w liczbach. W sieci spędzamy coraz więcej czasu,
<http://antyweb.pl/polski-internet-w-liczbach-w-sieci-spedzamy-coraz-wiecej-czasu-gdogania-nk/> (data odczytu: 04.03.2015)
- 31) Poradnik obywatela. Co możemy zrobić, gdy zetkniemy się z mową nienawiści?,
http://www.bezuprzedzen.org/doc/Poradnik_obywatela.pdf,
(data odczytu: 27.05.2015)

- 32) Postawy wobec Romów w Polsce, Czechach, na Węgrzech i Słowacji. Komunikat z badań CBOS, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2008/K_104_08.PDF,
(data odczytu: 07.03. 2015)
- 33) Program integracji społeczności romskiej w Polsce na lata 2014-2020,
<http://mniejszosci.narodowe.mac.gov.pl/download/86/16585/UchwalaRM-Programromski.pdf> (data odczytu: 25.03.2015).
- 34) Raport We are social media, <http://smmeasure.eu/liczby-polskiego-internetu-2015/>
(data odczytu: 04.03.2015)
- 35) Raport z wyników. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011,
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/LUD_raport_z_wynikow_NSP2011.pdf,
(data odczytu: 26.03.2015)
- 36) Równe Traktowanie Standardem Dobrego Rządzenia. Raport z badań sondażowych,
http://rownetraktowanie.gov.pl/sites/default/files/rowne_traktowanie_standardem_dobrego_rzadzenia_-_raport_z_badan_ilosowych_ost_0.pdf, (data odczytu: 07.03.2015)
- 37) Słownik języka polskiego PWN, hasło „Cygan”, <http://sjp.pwn.pl/szukaj/Cygan.html>,
(data odczytu: 03.05.2015)
- 38) Stosunek Polaków do innych narodów. Komunikat z badań CBOS,
http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_020_14.PDF (data odczytu: 02.03.2015)
- 39) „Suchy Karol”, <http://fabrykamemow.pl/memy/strona/1>, (data odczytu: 27.04.2015)
- 40) Tajemnice cygańskich wróżb, <http://www.romologica.net/romologica-net/magazyn/2013-09/201309-art-Tajemnice-cyganskich-wrozob.html>,
(data odczytu: 06.05.2015)
- 41) Time: Człowiekiem roku jesteś Ty,
<http://www.internetstandard.pl/news/104038/Time.Czlowiekiem.roku.jestes.Ty.html>,
(data odczytu: 11.03.2015)
- 42) Trollface, <http://fabrykamemow.pl/memy/strona/2>, (data odczytu: 30.05.2015)
- 43) Ubiory cygańskie, http://romopedia.pl/index.php?title=Ubiory_cyga%C5%84skie,
(data odczytu: 14.05.2015)
- 44) Uchwała nr 202/2014 Rady Ministrów w sprawie ustanowienia programu wieloletniego „Program integracji społeczności romskiej w Polsce na lata 2014-2020”,
<http://mniejszosci.narodowe.mac.gov.pl/download/86/16585/UchwalaRM-Programromski.pdf> (data odczytu: 29.03.2015)

- 45) Web 2.0 według Krzysztofa Urbanowicza,
<http://www.internetstandard.pl/news/98029/Web.20.wedlug.Krzysztofa.Urbanowicza.html> (data odczytu: 09.03.2015)
- 46) What is Web 2.0, <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
(data odczytu: 08.03.2015)
- 47) Winiarska A., Klaus W., Dyskryminacja i nierówne traktowanie jako zjawisko społeczno-kulturowe, STUDIA BAS, 2011, nr 2(26), s. 10,
http://www.bezuprzedzen.org/doc/BAS_26.pdf (data odczytu: 26.11.2012)
- 48) Wolność słowa nie ma charakteru absolutnego,
<http://razemztoba.pl/beta/wai/index.php?NS=srodek&nrartyk=10227> (data odczytu: 17.03.2015)
- 49) Zalecenie nr 13 dotyczące ogólnej polityki ECRI: Zwalczanie antycyganizmu i dyskryminacji wobec Romów,
http://www.coe.int/t/dghl/monitoring/ecri/activities/gpr/en/recommendation_n13/REC13-2011-37-POL.pdf (data odczytu : 26.02.2015)

Spis tabel

| | |
|--|----|
| Tabela 1. Rola nadawcy i odbiorcy w poszczególnych środkach masowego przekazu..... | 41 |
| Tabela 2. Zmiany sympatii i niechęci wobec Romów w latach 1994-2014..... | 57 |
| Tabela 3. Akceptacja małżeństw mieszanych, 1998r..... | 59 |
| Tabela 4. Gotowość do przyjęcia krwi od innego etnicznie, 1998r..... | 59 |
| Tabela 5. Cechy i skojarzenia przypisywane Romom na podstawie pilotażowego badania jakościowego..... | 6 |

Spis rysunków

| | |
|---|----|
| Rys. 1 Karol Strasburger żart nr 1..... | 70 |
| Rys. 2 „Suchy Karol” żart nr 2..... | 71 |
| Rys. 3 „Suchy Karol” żart nr 3..... | 71 |
| Rys. 4 Nieśmieszna kura..... | 72 |
| Rys. 5 Cygańskie osiedle..... | 73 |
| Rys. 6 Nowa nazwa Cyganów..... | 74 |
| Rys. 7 Tydzień cygański..... | 76 |
| Rys. 8 Józef Stalin..... | 77 |
| Rys. 9 Czekolada Cyganów..... | 78 |
| Rys. 10 Krzyżówka z 1998 roku..... | 79 |
| Rys. 11 Zeszyt Cygana..... | 80 |
| Rys. 12 Cyganka prawdę ci powie..... | 81 |
| Rys. 13 Mirek – handlarz samochodami..... | 82 |
| Rys. 14 Trollface..... | 83 |
| Rys. 15 Logika Cygana..... | 84 |
| Rys. 16 Bogaci Cyganie..... | 85 |