

Islamská nadácia na Slovensku:

**FRAMING: Mediálny obraz islamu a moslimov na Slovensku**

Publikácia s názvom *FRAMING: Mediálny obraz islamu a moslimov na Slovensku* vychádza ako výstup projektu Islamskej nadácie na Slovensku pod názvom „Boj proti islamofóbií a podpora obetí trestných činov z nenávisťi na Slovensku // *Combating Islamophobia and supporting hate crime victims in Slovakia*“ s akronymom SalamSK. Ambíciou výskumu bolo vytvoriť analytickú bázu pre následné predkladanie riešení znižovania spoločenských dichotómií a stupňujúcich sa sociálnych konfliktov. Rozbor mediálnych správ sme uskutočnili metódou hĺbkovej obsahovej analýzy, ktorú považujeme za metódu s najväčšou výpovednou hodnotou, najmä vďaka spôsobu zarámčovania problematiky samotnými médiami.

Je zrejmé, že verejný diskurz k téme moslimov a islamu podmieňuje najmä mediálne prostredie a taktiež vyjadrenia politikov, ktorí k prezentácii svojich názorových postojov mediálne prostredie často využívajú. Téma moslimov a islamu v slovenských médiách bola skúmaná len okrajovo, najmä ako súčasť výskumu cudzincov, migrantov alebo utečeneckej problematiky. Túto medzeru sme sa pokúsili zaplniť našim výskumom.

Hlavnou výskumnou otázkou bolo zistiť, aký je obraz moslimov a islamu v slovenských médiách a aký je dopad mediálnej prezentácie tejto témy na spoločnosť. K naplneniu tohto cieľa bolo potrebné odpovedať na viacero dielčích otázok, z ktorých za najdôležitejšie považujeme nasledovné:

1. Kto sú moslimovia na Slovensku? Aký je postoj obyvateľstva k islamu a moslimom?
2. Aký je spoločenský a politický diskurz vo vzťahu k islamu a moslimom?
3. Ako slovenské médiá tému islamu a moslimov rámcujú?
4. Do akej miery a akým spôsobom médiá spracovávajú tému moslimov a islamu na Slovensku?
5. Kto sú aktéri zobrazovaných udalostí a aké sú vzťahy medzi nimi?
6. Kto o islame hovorí a k akému priestoru sa prezentované udalosti viažu?
7. Aké emócie vzbudzujú mediálne správy o islame a moslimoch?
8. Akým spôsobom médiá formujú a podporujú stereotypné nazerania na tému islamu a moslimov?
9. Akým spôsobom mediálne zobrazovanie témy potvrdzuje, posilňuje alebo vyvracia diskurz o islame a moslimoch?

Mediálne texty sme sledovali v časovom horizonte roka 2021. Detailnú kvantitatívnu aj kvalitatívnu analýzu sme uskutočnili na príklade temporálneho výseku od 1. októbra do 31. decembra 2021. Mediálne správy sme identifikovali na základe výskytu kľúčových slov, ktoré sme z hľadiska výskumu považovali za zásadné: „islam“/„islám“, „moslim“/„muslim“, „islamský“, „Arab“/„Arabka“, „Korán“/„korán“, „mešita“ a „hidžáb“/„hijab“ a ich gramatických variantov.

V rámci výskumu sme sa zamerali na analýzu obsahov mainstreamových mienkotvorných, ale i bulvárnych médií. Keďže našim cieľom je aj opis politického diskurzu, relevantné boli pre nás aj vyjadrenia, ktoré odzneli v rámci slovenskej politickej scény.

V nadväznosti na naše zámery sme publikáciu štrukturovali do siedmich častí. V prvej sa venujeme vymedzeniu cieľov a metodologických postupov. Následne sme sa zamerali na odborný záujem o štúdium mediálnych obrazov moslimov a islamu. Nakoľko hlavným objektom záujmu sú samotní moslimovia, považovali sme za dôležité opísať základné skutočnosti, ktoré sa ich príchodu a prítomnosti na našom území týkajú. V kapitole Moslimovia na Slovensku preto prinášame analýzu historického kontextu, tiež charakteristiku tejto časti obyvateľstva z hľadiska demografických údajov a napokon zistenia v oblasti ich percepcie majoritným slovenským spoločenstvom. V ďalšej časti sme sa sústredili na analýzu politického diskurzu na Slovensku. To, či je politický diskurz mediálnymi správami posilňovaný, sme sa pokúsili zistiť analýzou mediálneho priestoru. Mediálnemu zobrazovaniu témy moslimov a islamu sme venovali najširší priestor. Tento text sme rozdelili podľa typu médií na online a printové médiá a zobrazovanie témy na sociálnych sieťach, v rámci ktorých sme sa zaoberali najmä platformou Facebook. Prácu uzatvárajú kapitoly, v ktorých prinášame najpodstatnejšie zistenia, formulujeme závery, odporúčania pre prax a ďalšie podnety do diskusie.

Náš výskum ukazuje, že téma moslimov a islamu bola médiami v rámci sledovaného obdobia rámcovaná do niekoľkých vymedzených tém. Jednoznačne najvýraznejším tematickým rámcom bol konflikt. Téma konfliktu bola nosnou pre viac ako polovicu textov. Čitateľ je tu informovaný o praktikách rôznych extrémistických hnutí, ktoré sú označované ako islamské, o vojnových útokoch, mocensko-politických vzťahoch či zadržaní, súdnych pojednávaniach a väzení. Ďalšími významnými rámcami sa stali politika, kultúra a šport, nenávisť a stereotypy, covid-19, kultúrne špecifiká a životný štýl v moslimských krajinách, ženy v islame, katastrofy, nešťastia a kriminalita alebo turizmus.

Z hľadiska lokalizácie je väčšina sledovaných mediálnych textov zasadená do zahraničia. O moslimoch žijúcich na Slovensku informujú médiá len v minimálnej miere. Analýza emócií, ktoré texty u čitateľa evokujú, poukazuje na to, že téma moslimov a islamu v slovenských médiách sa najčastejšie spája s negatívnou emóciou. Negatívne emócie sme zaznamenali v približne 70 % textov.

Moslimovia sú v mediálnych textoch zobrazovaní predovšetkým ako aktéri konfliktných situácií, ako tí, proti ktorým je potrebné bojovať alebo sa pred nimi brániť, tiež ako obyvatelia štátov, v ktorých sa dnes bojuje, alebo ktoré sú zasiahnuté katastrofou, nepokojmi a konfliktom a napokon ako tí, ktorí sú obeťami útokov.

Zo života moslimov sa z médií dozvedáme málo. Občasne sa vyskytne rozhovor či reportáž, ktorá sprostredkúva priamu skúsenosť s moslimami. Slovenský prijímateľ týchto mediálnych výstupov tak pochopiteľne nadobúda obraz o živote moslimov, v ktorom dominuje násilie, v ktorom sú prijateľné fyzické tresty za porušenie práva šaria, kde ženy nemajú práva ba ani nezávislosť, či vzdelanie. Túto rétoriku preberajú aj verejní činitelia, ktorí využívajú a podnecujú strach z migrantov a moslimov na svoje politické ciele.

V nadväznosti na prezentovanú analýzu politickej diskusie je možné tvrdiť, že mediálny a politický diskurz sa navzájom posilňujú a potvrdzujú. Zároveň musíme konštatovať, že nevidíme posun v rétorike médií. Už v roku 2009 sme poukázali na záporné zobrazovanie islamu a moslimov v tlači a v tejto štúdii sme túto negatívnosť opäť potvrdili.

Celú publikáciu si môžete stiahnuť tu: <https://www.islamonline.sk/download/9574/>

**Kontakt:**