



Irena Maryniak

## Den polske rörmokaren

Paranoia är beteckningen på en konstant psykos. Gränsen mellan upplevd verklighet och någonting fiktivt annat flyter ihop. Under det svenska eu-valet varnades det för att landet skulle översvämmas av tio tusen tyska bögar (mannen bakom var Fredrik Lindström och det var Hassan-gänget som tjuvringde till eu-upplysningen). Om det var sant eller inte spelar ingen roll — det var de tyska bögar man minns. Idag upplever sig Storbritannien vara översvämt av polska arbetare. Den polske rörmokaren blev hela Europas driftkucku och till och med det polska turistrådet har använt sig av klichén. Men i Storbritannien, som hittills inte har satt någon gräns för hur många arbetstillstånd som får delas ut till medborgare i nya eu-medlemsstater, men som kommer att börja göra det för rumäner och bulgarer, finns en växande bitterhet gentemot ekonomiska invandrare från Östeuropa. Och samtidigt, för de polacker som arbetar i Storbritannien säger marknaden mer än tusen ord: för dem är utvandringen en väg ut ur hög arbetslöshet och ett inskränkt politiskt klimat i hemlandet.



Det kan vara ett tecken på vår inbillade sofistikeradhet att vi i västra Europa tycker om att tänka i termer av rörliga bilder hellre än statiska. Vi tycks föredra rör-else framför stillhet och vi ger inte mycket för bilder som är alltför välbekanta framställningar som ter sig invanda, förlegade eller förenklade.

Vi tror gärna att vi kan genomskåda förutfattade meningar, att vi har tagit oss förbi det stereotypa och att sådana framställningar är något vi är i stånd att dekonstruera eller spränga. Men om vi reflekterar över de resonemang som förs kring polska rörmokare, turkiska taxichaufförer eller romska resande är det lockande att anta att vi kanske bedrar oss själva.

Möjligen har vårt självförtroende något att göra med den möjlighet att experimentera med språk och uttryck som det moderna urbana livet erbjuder, dess sociala och kulturella myller, dess snabba och uppbrutna stil — förskjutningen och förbindelsen mellan olika världar. Men i kulturer där bilder fortfarande vördas som fönster mot något absolut, oföränderligt och orubbligt är det annorlunda. Inom den ortodoxa kristna traditionen, till exempel, dyrkas ikonbilder som länkar till det heliga. I katolska områden i östra Europa betraktas visuella framställningar som hälso-bringande och de förväntas ofta bli tagna bokstavligen. I Ungern, Slovakien och Polen sätter man fortfarande upp bilder på politiska eller kulturella hjältar på skolor, kontor och offentliga platser. De skall fungera som påminnelser om strävan, identitet och plats — även om detta möjligen håller på att förändras i takt med att en internationell affärsmässig stil tar över, något jag hoppas på att få fram i denna artikel. Nu för tiden handlar framställning mer om marknads-föring och "marknaden" än om ideologi och identitet.

Central- och östeuropeiska kulturer utgörs förstås fortfarande till stor del av landsbygd. Mer än en tredjedel av Polens befolkning, runt femton miljoner människor, bor på landsbygden med grusvägar och där det är vanligt med hästdragna kärror och plogar. Livet där är förutsägbart och tråkigt, människorna är ofta konservativa, trögt katolska och misstänksamma mot avvikelser och förändringar. Men landsbygden har samtidigt sedan länge varit och fortsätter att vara kärnan i Polens kulturella identitet. Fram till tidigt 1990-tal var människorna på landsbygden begränsade till sina byar och församlingar och de hade inte mycket att säga till om i det offentliga. Men nu finns där en viktig medienärvaro som avser att representera dem.

Den ökända radiostationen Radio Maryja ger på många vis en röst åt Polens hittills uteslutna landsbygdsbefolkning och den är en reaktion mot den postkommunistiska ekonomiska satsning som har gett så många människor bekymmer. Sedan 1991 har människor möjlighet att säga sin mening i utdragna telefonslussprogram från Torun och de kan dagligen ratta in till betraktelser, böner, hushållstips och synpunkter som är färgade av fundamentalistisk katolicism och stundtals av xenofobi, homofobi och anti-semitism. Radio Maryja uppskattas ha mellan en och fyra miljoner lyssnare. Till för ganska nyligen gjorde man reklam för radiostationen i hela Polen med en reaktionär bild av en ung jungfru Maria, bland annat uppsatt på imponerande stora affischer längs vägarna. Idag, på radiostationens webbsida, är madonnabilden inte alls lika framstående, den sticker upp som en liten medaljong framför en fond av rättrogna som viftar med fanor.

De som stöder Radio Maryja säger att stationen ger utrymme för väsentliga sociala frågeställningar och hållningar som annars skulle fortsätta att förtigas. Att den är ett upprop mot det omoraliska i den snabba övergången till kapitalism. Kritiker hävdar att den utnyttjar låga utbildningsnivåer och främjar utbredningen av splittrande — och farliga — sociala och politiska åsikter. Terrorismen genererade till exempel yttrandet att "på sätt och vis är Israel, som förstör alla sina fiender med en hjälpande hand från usa, den ultimata förmånstagaren"; rättigheter för homosexuella har sagts spegla "den upptrappade terrorismen framtvungad av den homosexuella minoriteten".

Politiskt sett har Radio Maryja varit ett enormt användbart redskap för den nationalistiskt inställda regeringen som i dagsläget sitter vid makten och stationen var bidragande till maktövertagandet hösten 2005. Lag- och rättvisepartiet vann oväntat valet med hjälp av rösterna från landsbygden, samt tack vare en utbredd bitterhet över korruptionen bland framgångsrika postkommunistiska administrationer. Nu har all media som är uppbyggd av fader Tadeusz Rydzyk, grundaren av Radio Maryja (inklusive en tevekanal och en morgontidning) exklusiva rättigheter till officiella tillkännagivanden från regeringen. Premiärministern och hans statsråd fram-träder regelbundet i livesändningar.

Men sett utifrån internationell pr och den globala marknaden har Radio Maryja varit en katastrof för Polen — och detta har stor betydelse eftersom Polen trots allt är en marknadsekonomisk demokrati inom den europeiska unionen. Polens offentliga image inom landet och utomlands har förknippats med en satirisk skildring (i polsk television) av en skara medelålders husmödrar på krigsstigen mot den låga moralen bland unga. De som stöttar och lyssnar på Radio Maryja har aldrig lyckats skaka av sig denna bild. Sedan dess kallas de "mohairbaskrarna": tillverkade i Polen representerar dessa baskrar de gudfruktiga och de förbittrade, och de har kommit att bli en internationell stereotyp.



The "mohair berets": a representation of the devout and the embittered, manufactured in Poland and turned international stereotype

Bilder som denna och rapporter om Radio Maryjas stundtals kränkande rapporteringar har bidragit avsevärt till stämplingen av Polen som inskränkt, gett bekräftelse på antisemitismen i landet, väckt ilska och irritation och samtidigt lockat till en hel del skratt. Men de har också väckt frågor kring och motstånd mot utbredningen av rasismen i landet. Stereotypen har tagit form och "kommit ut": den har dragit till sig folks uppmärksamhet hemma och utomlands.

Det hela har fått ganska komplicerade följder. Det råder ingen tvekan om att utsikterna för en intellektuellt förkvävd, repressivt rasistisk stat i Centraleuropa är djupt oroande. Vi är inte riktigt där än men i april 2005 skrev Marek Edelman, som vid 87 års ålder var den sista överlevande ledaren av upproret i Warszawaghettoen 1943, ett öppet brev som publicerades i tidningen Gazeta Wyborcza. Han reagerade mot en sändning från Radio Maryja i vilken man påstått att judiska grupper profiterade på förintelsen. Brevet drog till sig en hel del uppmärksamhet i Polen och utomlands och Edelmans varning om att förföljelser börjar med ord som obemärkt kan leda till handling citerades flitigt.

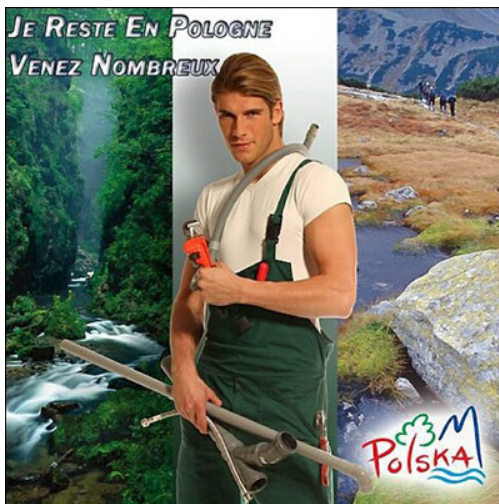
Och mycket riktigt, dagen före påve Benedictus VI anlände till Polen för sitt första besök där, i maj, blev den judiske rabbinen attackerad med en sprayburk i centrala Warszawa. Dessutom fick medlemmar i den judiska studentkåren hotfulla telefonsamtal. Strax därefter visade en ingående undersökande rapport i veckomagasinet Polityka att nynazismen som stötts i det rådande politiska klimatet växer sig starkare i Polen, och att europeiska nynazistiska grupper tränar sitt manskap där; antalet nynazistiska medlemmar i Polen tros i nuläget vara runt tjugofem tusen. Det kom också oroande rapporter om att den ställföreträdande chefen på den statliga televisionen, Piotr Farfal, hade gett ut en nynazistisk tidskrift som krävde utvisning av judar från Polen.

Den publicitet som Radio Maryja och i dess förlängning de polska högerextremisternas verksamhet fått väckte oro över och frågor kring något som annars skulle kunna ha sopats under mattan. "Vad händer med Polens rykte utomlands?", frågade sig folk (för där välståndet vacklar är det viktigt att ta bilden i beaktande). Till och med i liberala polska publikationer får du med stor säkerhet läsa mindre om judiska angelägenheter än om beskyllningar utifrån för antisemitism; mindre om sexuella minoriteter än om problemen med den homofobi som verkar finnas; mindre om etniska minoriteter än om polackernas hjälpsamhet gentemot nykomlingar som har det svårt med det byråkratiska migrationssystemet; mindre om frågor kring religiös övertygelse än om den katolska kyrkans moraliska inverkan och vilken roll den skall spela i politiken.

Varje beskyllning från väst för antisemitism, homofobi, rasism och religiös fördömsfullhet infekterar situationen ytterligare. I polackernas ögon bekräftar beskyllningarna att ingen förstår tragedierna i landets historia, årtiondena av ekonomiska svårigheter, sårbarheten i Polens geografiska position, och de får ytterligare anledning att hävda att Polen på ett orättvist sätt görs till måltavla av utlandet. Har det över huvud taget funnits något tillfälle under de senaste två hundra åren då Polen inte varit hotat utifrån, frågar sig människorna, eller då det inte varit styrt av marionettregeringar, eller invaderat av utländska inkräktare? Är hoten mot den polska staten verkligen så mycket mindre verkliga nu än de varit tidigare?

Men den sortens prat, som avser att uppmuntra till lojalitet och patriotisk glöd, bemöts av en häpnadsväckande misstroenderöstning för idén om att staten och dess uppbyggnad verkligen har betydelse. Det har skett en omfattande utvandring från landet av människor som är fast beslutna att finna det liv de vill leva, inte i deras nyligen återhämtade hemland utan någon annanstans. Och de håller sig borta, eftersom de säger sig trivas med att vara i en miljö som är mindre restriktiv och mer tolerant. Den patriotiska medvetenheten, hur hårdnackad den än må vara, är uppenbarligen mycket sårbar inför en marknadsmässig medvetenhet — till och med i Polen. Den livsstil som är förknippad med nationell ideologi, såsom den erbjuds nu, är inte vad folk vill ha.

Detta för mig till den polske rörmok-aren och några händelser i Frankrike 2005. Klyschan "*le plombier polonais*" togs först i bruk under upptakten inför folkomröstningen om eu-konstitutionen i Frankrike av Philippe de Villiers, ledaren för det konservativa partiet Mouvement pour la France, och "nej"-lägret (nejsägarna). Rörmokaren var en symbol för billig arbetskraft från Centraleuropa. Han stod för en utmaning för västerländska samhällen eftersom han var en invandrare — således ociviliserad, underlägsen och ett hot mot den nationella livsstilen — och eftersom han utnyttjade att eu:s marknad släppts fri, tjänade pengar och tog jobben från människorna i värdlandet.



"I'm staying in Poland, come one and all", Polish Tourist Board

Uttrycket anammades av politiker och journalister i hela Europa och användes på båda sidor i den politiska debatten. Det schweiziska socialistpartiet använde sig av sloganen "*Plombiers de tous pays unissez vous*" (Rörmokare i alla länder, förenen eder) i sin kampanj för fri rörlighet för människor i Europa; Pascal Lamy, den franske ledaren för wto skall ha kritiserat "rörmokarfobin" för att den förvrängde debatten om Europas framtid; i det franska socialistiska

lägret talades det till och med om att bygga en staty för att hedra den polske rörmokaren.

Men intressant nog så tog det inte slut där. Som ett svar på all retorik kom det polska turistrådet i juni 2005 med en egen bild av den polske rörmokaren som en het, ung kalifornisk strandkille med svällande biceps omgiven av bilder av Tatraberget. Bildtexten löd: "*I'm staying in Poland, come one and all*" (Jag stannar i Polen, kom hit allesammans).

Detta visade sig vara det bästa reklamtricket för Polen någonsin. Det genererade en enorm medial respons världen över och därefter förhoppningar om att Polen skall kunna skaffa sig ett ytterst behövt rykte som en rolig destination för de unga och livfulla, i takt med att antalet utländska besökare stiger. Och i och med detta ifrågasattes bilden av en trist, grå, brottshärjad glädjedödare till postsovetisk stat, känd för sina korvar, vodka, den förre påven och, förstås, mohairbaskrar. Här var nu ett nytt upphottat Polen med massor att erbjuda som bjöd in alla att komma och se.

Marknadsstyrda framställningar som denna är helt inriktade mot vad människor vill ha — det är ju det reklamkampanjer går ut på. *Journalistik*, å andra sidan, tycks föredra framställningar som är mer drivna av oro, mer inriktade mot vad människor finner upprörande eller skrämmande. Det finns en uppenbar dikotomi eller spänning mellan bilderna i en internationell affärsmarknad som syftar till att sporra, att uppmuntra till aktivitet och rörelse, och framställningarna i en nationell diskurs som försöker inskränka möjligheterna till förflyttning och upprätthålla status quo.

Som i detta exempel från engelska Daily Mail: "Arbetslösheten är högre än den varit på sex år och tusentals arbetare kommer från Östeuropa i en takt på 250 000 i månaden. Under april och juni kom 701 000 gästarbetare från Polen och sju andra eu-länder."<sup>1</sup> Eller i detta utdrag från The Guardian:

Britternas liv slösas bort på kontor med endast ett par timmar per dag som kan kallas lediga, även om dessa tillbringas på resor till och från arbetsplatsen, inte sällan med näsan pressad mot en otvättad underarm på någon som talar polska.<sup>2</sup>

Men invandrarmarknaden har också en röst, kraftfull nog för att den skall kunna stå emot attackerna från media med ansenligt självförtroende. Den fria rörligheten i eu har lett till en mycket aktiv migrationsindustri bestående av media såväl som advokater, resebyråer, fixare, restaurangägare och jobbmäklare som håller kontakter mellan ursprungslandet och det nya landet vid liv. Förutom en dagstidning på polska, vilken har kommit ut i London sedan slutet av andra världskriget, har Storbritannien nu ett antal veckomagasin som ges ut på polska, alla med en upplaga på runt tjugo tusen, ibland mer. En av dem är en gratistidning som heter Cooltura (Kultura var namnet på en finkulturell polsk tidskrift som gavs ut i Paris under kalla kriget). Ett annat glassigt magasin, som säljs för ett pund och ges ut på polska och engelska leker med det kulturella arvet på liknande vis med namnet "HEY-NOW" (polskans "Hejnal" anspelar på den trumpetfanfar som signalerar varje timme från St Marys basilika på Gamla marknadstorget i Krakow — en kulturell motsvarighet till Big Bens klockor kan man säga). De flesta av tidskrifterna startades med hjälp av rådgivningskontor för invandrare. Under 2004 kom dessa att bli affärskonsultfirmor som höll fast vid tidskrifterna som en del av affärerna eller som en viktig annonspartner. Tidningarna tillhandahåller all den information för att hjälpa besökare att komma till rätta som tidigare endast

varit tillgänglig genom informella nätverk: man kan få reda på hur man skall gå till väga för att få jobb, hitta rätt kurs, söka bidrag, använda sitt fackföreningsmedlemskap, lobba hos sin lokala politiker, samt få ett hum om vad briterna tycker om en. Man får också snabba och lättlästa glimtar av vad som händer där hemma, förmodligen från ett mer levande och vidsynt perspektiv än man skulle få i Polen. Andan i dessa tidningar är oförbehållsamt marknadsinriktad, de uppmuntrar människor att ta för sig och varnar samtidigt för uppenbara fällor och faror. De är öppna en del av den invandrarmarknad som bygger upp kedjor och sociala nätverk som expanderar till transnationella organisationer och gör invandringen mindre kostsam och riskfylld och stärker rörligheten.

Det är här som affärlivet hamnar i direkt konflikt med känslor kopplade till en längtan efter säkerhet och stabilitet. I Storbritannien har en studie vid Centre on Migration Policy and Society på universitetet i Oxford visat att negativa känslor inför invandringen ökar.<sup>3</sup> Den övervägande uppfattningen är att förflyttningen *in* är okontrollerad, att det finns alltför många nykomlingar och att de får för mycket hjälp. Invandring är en av de frågor som engagerar människor mest trots att den allmänna kunskapen om situationen är mycket begränsad. (En opinionsundersökning pekade exempelvis mot att Storbritannien enligt briternas gissningar, hyser 23 procent av världens asylsökande. Den rätta siffran är faktiskt två procent.) Det råder också förvirring kring olika grupper av invandrare och varför de skulle vilja vara i Storbritannien, vilket tyder på att folkets oro möjligen växer fram ur den sorts offentliga diskurs som förs fram av politiker, makthavare och framför allt journalister — vilka sätter villkoren för den offentliga debatten. En negativ inställning tycks vara mindre förknippad med social påverkan än med *uppfattad* påverkan. Oxfordundersökningen antyder exempelvis att det finns bevis på att inställningen till invandring håller på att bli mer negativ bland dem som är högskoleutbildade.

Nyligen varnade den högerorienterade granskande organisationen Migration Watch på bbc för att "djupgående förändringar oundvikligen kommer att ske i det brittiska samhället [...] särskilt i de fattigaste områdena" om invandringen fortsätter i dagens takt, och Sloughs stadesdelsfullmäktige varnar för att den sociala sammanhållningen äventyras. Dessa varningar skulle knappast kunna passera ouppmärksammade. Det har de inte heller gjort. Nyligen meddelades att man skall införa en gräns för hur många arbetstillstånd som skall kunna ges till bulgarer och rumäner som kommer till i Storbritannien när deras hemländer går med i eu i januari 2007. Men detta föregicks av flera månaders varningar i media om att trettio miljoner människor på nyårsdagen skulle ha rätt att komma och arbeta här; att "de hemlösa skulle orsaka kaos på gatorna i Storbritannien"; att det redan fanns över en miljon östeuropeiska arbetare i Storbritannien; att en miljon moldavier redan hade skaffat rumänskt eller bulgariskt pass för att kunna röra sig fritt i Storbritannien. Skrupelfria rekryteringsbyråer sades ha lockat över människor till Storbritannien och sedan övergett dem på lågavlönade arbeten och i överfulla bostäder. "Man kan inte få ner två pints i ett pintglas", sade man i media: allmännyttan kunde helt enkelt inte, eller *skulle inte ha en chans*, att stå pall.

Debatten fördes till stor del i ordalag som antydde att Storbritannien uteslutande hade att göra med "en ny underklass" som var beredd att arbeta "för en spottstyver" (som Sir Andrew Green i Migration Watch uttryckte det<sup>4</sup>) och med ett språkbruk där olika grupper ofta förväxlades och statistiken användes mycket vårdslöst. En färsk rapport från bbc om Rumänien talade konsekvent om romer och inte en enda gång om rumäner. Siffrorna på hur

många invandrare som, vanligtvis beskrivna som "östeuropéer, främst polacker", har kommit till Storbritannien sedan maj 2005 varierar från 329 000 till 600 000.

För de polacker som redan befinner sig i Storbritannien rinner inte denna sorts framställning i pressen av dem som vatten på en gås precis — men marknaden säger ändå mer än tusen ord. Många blir förmodligen nöjda att de från och med januari inte kommer att behöva tävla om jobben med så många andra östeuropéer som de fruktat. Men för polska rörmokare, läkare, tolkar, biokemister och byggarbetare ligger konflikten inte enbart mellan den brittiska sociala och nationella protektionismens krafter och rätten att arbeta. Polska invandrare måste också brottas med den mentala tyngden av sin egen nationalism och självbild som arbetare från ett land där man tills nyligen var tvungen att kalla sig en *émigré* [politisk flykting] för att kunna vara en exilpolack och ändå förbli respektabel.

I den polska nationella mytologin är utvandringen antingen en kombinerad politisk flykting och motståndskämpa, pilot från slaget om Storbritannien, eller en Solidaritet-dissident. Man måste komma ihåg att polsk litteraturtradition huvudsakligen grundar sig på 1800-talsklassiker som skrivits i exil: Adam Mickiewiczs episka dikt *Pan Tadeusz* är förmodligen det kändaste exemplet, även om det finns många fler. Den polska känslan för etnisk identitet byggdes till stor del upp kring männen som levde och dog utomlands.

I ett närmare förflutet, efter andra världskriget, måste polska flyktingar från nazistockupationen och senare från sovjetkommunismen stå ut med spillrorna av en mytbildning som påtvingade dem en betungande nostalgi och en moraliskt påtvingad självuppoffring. Ovanpå detta fanns där en outtalad misstänksamhet mot alla som klarade sig bra eftersom detta innebar att de måste ha övergett sin fosterländska plikt.

Särskilt intressant är att under 1800-talet och 1900-talet så lämnade ungefär tolv miljoner människor Polen av övervägande ekonomiska orsaker. De var bönder, gruvarbetare och murare och de tog sig lite varstans — många av dem hamnade dock i usa. Men i polsk historisk diskurs förbises dessa människor för det mesta. En sak som den polske rörmokaren har åstadkommit (i sin skepnad både som underlägsen invandrare och som stjärna i medievärlden) är att han har säkerställt att så inte längre är fallet: den polske ekonomiske invandraren är inte längre undanskymd. Det är väl därför inte någon stor överraskning att de som stundtals har klagat mest högljutt på de nya invandrarna i Storbritannien är de äldre invandrarna, *émigrés*, de som utformade framgångsrika exilregeringar i London före 1989, eller de piloter som under andra världskriget flög med raf [Royal Air Force, Storbritanniens flygvapen].

Det är därför intressant att den polska turistbyrån i Storbritannien efter tragedin den 7 juli i London förra året valde att utforma en affisch som föreställde en pilot från andra världskriget med texten: "Londonbor, vi är med er igen". Just då såg det hela väldigt mycket ut som ett försök att motsäga bilden av Londons polacker som de som lagar läckande ledningar och den påminde människor om ett gemensamt förflutet. Men ironiskt nog visade det sig att piloten på affischen var en engelsman utan någon särskild koppling till Polen. Så snart detta kom ut drog man snabbt tillbaka kampanjen.

Denna något missriktade satsning för att förmedla den omhuldade bilden av polacken som en modig försvarare av det rättfärdiga faller in i samma led som den polska regeringens aktuella försök att skapa ett mer effektivt nätverk

mellan landets medborgare hemma och dem som befinner sig utomlands. Enligt det polska utrikesdepartementet bor mer än en tredjedel av den polska befolkningen utomlands. Upp till två miljoner människor har lämnat Polen för att arbeta utomlands sedan utvidgningen av eu i maj 2004. Med en arbetslöshet på arton procent (rapporterad som fyrtio procent bland ungdomar) är det knappast förvånande att en stor majoritet av de som lämnar landet är under trettiofem år. I Nedre Schlesien har tio procent av alla läkare och tjugofem procent av alla narkos-läkare flyttat och varningsklockorna ringer.

Staden Wroclaw i Nedre Schlesien har lanserat en affischkampanj på polska klubbar och pubar i London för att locka människor att återvända. Liknande kampanjer har satts igång i Polen, företag uppmuntras att anställa ungdomar och nyligen rapporterades att en rad belöningar på fem tusen pund (ungefär tio månadslöner) betalades ut till hundra vetenskapsmän och forskare för att övertala dem att stanna kvar.

Den polska regeringens löften om ett "hopp framåt för civilisationen" och pratet om att bistå Europa med moraliskt ledarskap har uppenbarligen lämnat en stor del av befolkningen oberörd. Men bisarra idéer som kopplar samman upplevelser av svek, anti-katolicism, judiskhet, liberalism, ackumulerat kapital, och kommunism är allmänt rådande och precis som i resten av Europa tycks rasismen breda ut sig. Den antifascistiska övervakande organisationen Nigdy Wiecej (Aldrig mer) i Warszawa noterade 247 rasistiska dåd i slutet av 2005 och början av 2006. Många av dessa uppges ha varit våldsamma.

Samtidigt är xenofobi, rädsla för främlingar och vaksamhet gentemot gäster också något som Polen vet att man inte har råd med. Landet har en tradition av gästvänlighet och generositet gentemot besökare som nykomlingar kan uppleva som förbryllande och överväldigande. Och i en fri arbetsmarknad är gäster inte enbart en oönskad omständighet, de är en nödvändighet. Den polske rörmokaren, i form av stjärna i medievärlden, är medveten om detta. Han framför en öppen inbjudan.

Nu när så många polacker har lämnat landet dyker det upp människor från ansträngda ekonomier längre österut, Ukraina till exempel, i städer som Wroclaw för att där ta den sorts arbeten som polackerna nu utför i London. Men i ett land som inte kan undfly minnet av att upprepade gånger ha blivit uppdelat finns en oro att dessa gäster — oavsett om de är arbetare inom lågstatusyrken eller investerare inom storfinansen — på något vis kommer att ta över det lilla som finns kvar; att de kommer att underminera en identitet, en image och personlighet som existerar i en påhittad värld men som ännu inte riktigt har tagit form i den materiella.

Slutligen kan det vara passande att citera ett stycke från en artikel nyligen skriven av Andrzej Stasiuk, publicerad i den katolska veckotidningen Tygodnik Powszechny.<sup>5</sup> Det är ett utdrag som ger uttryck åt den polska, och möjligen i vidare bemärkelse den östeuropeiska, upptagenheten, inte med att bevara livsstilar och befintliga välfärdsåtgärder (det vill säga välutvecklade ekonomiers privilegium), utan med rädslan för att försvinna. En oro som, när allt kommer omkring, i själva verket handlar om *icke*-representation och om ett icke-vara.

I denna del av den europeiska kontinenten fortsätter den stora förflyttningen av folk [...] Ingen av oss står på vår egen mark här så vi skapar komplicerade lagar om ägande som blir till historia och legender. Vi tittar mot horisonten och väntar på en

attack som kommer att beröva oss allt som vi har samlat på oss i livet. Omedvetet väntar vi på ryttarna, hovslagen, skriken och eldflammorna. Men idag är vi hotade av något mer globalt, något rikare, fattigare, mer civiliserat, mindre civiliserat, något som i alla avseenden är "annorlunda" och "främmande". Det göder vår rädsla och vi behöver konkreta bevis på vår egen existens. Vi granskar oroligt oss själva i andras ögon. Vi är rädda att vi kanske är osynliga.



*Denna artikel är baserad på ett bidrag till paneldiskussionen "Mirror writing. Reflections of cultural reality", som ägde rum vid det 19:e mötet för det europeiska tidskriftsnätverket Eurozine i London 27–30 oktober 2006.*

- 
- <sup>1</sup> Becky Barrow, "East Europe migrants help take jobless to six year high", *Daily Mail*, 17.08.2006.
  - <sup>2</sup> Simon Burton, "Onomatopoeia should be the name of the game", *The Guardian*, 29.07.2006.
  - <sup>3</sup> Heaven Crawley, *Evidence on Attitudes to Asylum and Migration*, University of Oxford, 2005.
  - <sup>4</sup> Andrew Green, "Yes, we love Polish plumbers, but how many more does Britain need?", *Daily Mail*, 10.02.2006.
  - <sup>5</sup> Andrzej Stasiuk, "W Cieniu" [In the Shade], *Tygodnik Powszechny*, 11.06.2006.

---

Published 2007–02–23  
 Original in English  
 Translation by Malin Lundh  
 Contribution by Ord&Bild  
 First published in *Ord&Bild* 1/2007  
 © Irena Maryniak  
 © Eurozine