

BADANIA

EKSPERTYZY

REKOMENDACJE

ARTUR LIPÍŃSKI

MEDIA A REPREZENTACJA ORAZ INTEGRACJA IMIGRANTÓW

**INSTYTUT SPRAW
PUBLICZNYCH**



Media a reprezentacja oraz integracja imigrantów¹

Trwający od 2008 roku kryzys ekonomiczny, pogłębiające się bezrobocie w wielu krajach Europy Zachodniej, wzmagające się tendencje izolacjonistyczne i renacjonalizacyjne w ramach Unii Europejskiej, same będąc problemem, prowadzą jednocześnie do wzmocnienia licznych negatywnych zjawisk związanych z populizmem i radykalizmem, które wtórnie zaostrzają rozmiary kryzysu. Pojawienie się haseł nacjonalistycznych, islamofobicznych i antyimigranckich oraz rosnącą siłę prawicowych populizmów jedynie częściowo można jednak wytłumaczyć kryzysem ekonomicznym. Europa w ciągu ostatnich dziesięciu lat ze szczególną intensywnością doświadczyła istotnych napięć na tle etnicznym i religijnym. Przemoc w północnej Anglii między młodzieżą brytyjską a młodzieżą muzułmańską azjatyckiego pochodzenia z 2005 roku, zamieszki we Francji w 2005 roku, kryzys spowodowany publikacją karykatur proroka Mahometa w Danii w 2006 roku, a także rosnąca podejrzliwość i zwiększające się uprzedzenia w stosunku do muzułmanów w następstwie zamachów terrorystycznych w Stanach Zjednoczonych, Hiszpanii czy Wielkiej Brytanii – to tylko najbardziej spektakularne przykłady konfliktów, które nie wyczerpują listy problemów, z jakimi stykają się multikulturowe i wieloetniczne społeczeństwa europejskie.

Jak widać, współcześnie jedną z ważniejszych kwestii jest integracja imigrantów w tradycyjnie imigranckich państwach Unii Europejskiej i wypracowanie polityki imigracyjnej w nowych państwach unijnych, które respektując różnicowanie, zapewniałyby skuteczną integrację imigrantów pochodzących z krajów spoza Wspólnoty. Mediatyzacja i refleksyjność społeczeństw późnej nowoczesności każą pytać o rolę mediów w tym procesie. Dane Eurostatu wskazują 49,7 miliona urodzonych za granicą osób mieszkających

¹ Niniejszy tekst został przygotowany na podstawie wyników badań prowadzonych w ramach projektu MEDIVA, opublikowanych w czterech raportach: E. Gemi, I. Ulasziuk, A. Triandafyllidou, *Migrants and media newsmaking*, Thematic Report 2011/01 – http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/19732/MEDIVA_Thematic_ReportNewsmaking_2011_0Rev1.pdf?sequence=1 [dostęp: 22 grudnia 2012 roku]; S. Bennett, J. ter Wal, A. Lipiński, M. Fabiszak, M. Krzyżanowski, *Media kontent*, Thematic Report 2011/02 – http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/19730/MEDIVA_THEMATIC_REPORT_rev.pdf?sequence=1 [dostęp: 22 grudnia 2012 roku]; E. Markova, S. McKay, *Media recruitment and employment practices*, Thematic Report 2011/03 – http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/19731/MEDIVA_ThematicReport_2011_03.pdf?sequence=1 [dostęp: 22 grudnia 2012 roku]; N. O’Boyle, F. Fehr, P. Preston, *Training*, Thematic Report 2011/04 – http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/19733/MEDIVA_ThematicReport_2011_04_Rev.pdf?sequence=1 [dostęp: 22 grudnia 2012 roku].

w państwach Unii Europejskiej, z czego dwie trzecie pochodzą spoza 28 państw tworzących Wspólnotę, a jedna trzecia to osoby urodzone w państwie członkowskim, które zdecydowały się zmienić miejsce swojego zamieszkania. Rozmieszczenie populacji imigrantów jest ponadto niejednorodne, gdyż państwa „starej piętnastki” są zamieszkiwane przez więcej niż 80% populacji imigrantów. Jednocześnie badania zwracają uwagę na ograniczoną zdolność mediów do reprezentacji różnorodności i integracji imigrantów, co nie zawsze ma związek z ideologicznymi uprzedzeniami czy stereotypami. Często jest ona rezultatem braku specjalistycznej wiedzy na temat problematyki imigranckiej, krótkiego horyzontu czasowego dziennikarzy związanego z pragmatyką zawodową lub tego, że uproszczony przekaz łatwiej dotrze do odbiorcy niż zniuansowana informacja.

Jeśli założyć, że wizerunek danej społeczności i jej członków jest w znacznym stopniu determinowany przez media, i jednocześnie uznać za wiarygodne ustalenia wielu badaczy, wskazujących trudności domeny medialnej z reprezentacją i integracją imigrantów w państwach Unii Europejskiej, to trzeba stwierdzić, że konstatacje takie otwierają przestrzeń dla kolejnych kwestii i problemów. Wielu autorów zwraca uwagę, że analiza konkretnych praktyk dyskursywnych nie jest wystarczająca, aby wyjaśnić, w jaki sposób są podtrzymywane mechanizmy dyskryminacji i ekskluzji. Analiza treściowej zawartości mediów musi być prowadzona równoległe do analizy praktyk dyskursywnych odpowiadających za specyficzny kształt danych treści i praktyk społecznych, które przyczyniają się do utrwalania i (lub) legitymizowania mechanizmów reprezentacji i zrutynizowanych praktyk dyskursywnych. Zadaniem niniejszego opracowania jest analiza czynników wpływających na proces konstruowania wiadomości dziennikarskich odpowiedzialnych za problemy związane z reprezentacją i integracją imigrantów w społeczeństwach europejskich.

Metodologia

Badaniom podlegały cztery wymiary praktyk medialnych, które istotnie wpływają na zdolność mediów do reprezentacji i integracji imigrantów pochodzących spoza Unii Europejskiej: zawartość wiadomości, praktyki tworzenia wiadomości, praktyki rekrutacji i zatrudniania w mediach, szkolenia dotyczące różnorodności oraz dziennikarskie kodeksy etyczne. Badania opierały się na bogatej literaturze przedmiotu dotyczącej każdego ze wspomnianych wymiarów,

na podstawie której przygotowano siatkę analityczną badania i której ustalenia konfrontowano z danymi empirycznymi uzyskanymi w trakcie pogłębionych wywiadów przeprowadzonych z 68 dziennikarzami pracującymi w sześciu państwach członkowskich Unii Europejskiej (Grecji, Holandii, Irlandii, Polsce, Wielkiej Brytanii i Włoszech). Celem wywiadów było ustalenie, jak dziennikarze i inni pracownicy mediów oceniają zawartość mediów, mechanizmy tworzenia wiadomości oraz przydatność i efektywność narzędzi, jakimi dysponują, pod względem ich zdolności do odzwierciedlania różnorodności kulturowej społeczeństw europejskich. Badano również kwestie związane z procedurami zatrudniania imigrantów w mediach i przeszkodami ograniczającymi dostęp imigrantów do mediów jako potencjalnych miejsc pracy. Przedmiotem wywiadów była także kwestia szkoleń, doświadczenia dziennikarzy w tym zakresie, możliwość ich odbywania w miejscu pracy, postrzeganie ich skuteczności, zasadności i roli w procesie integracji imigrantów. Próba badawcza obejmująca rozmówców pochodzących z sześciu państw europejskich pozwoliła na porównanie ze sobą krajów mających zróżnicowane doświadczenia z migracją. Po pierwsze, uwzględniła Wielką Brytanię i Holandię – kraje z wieloletnim doświadczeniem zarządzania różnorodnością. Po drugie, uwzględniła Grecję, Włochy i Irlandię, które dopiero rozpoczęły budowanie i wdrażanie stosownej polityki. Po trzecie, uwzględniła Polskę, a więc kraj tradycyjnie emigrancki, przed którym – jako nowym członkiem Unii Europejskiej – stoi wyzwanie wypracowania polityki migracyjnej.

Baza empiryczna badania obejmuje 68 wywiadów (Grecja – 15, Polska – 12, Irlandia – 11, Holandia – 10, Wielka Brytania – 10, Włochy – 10) przeprowadzonych z dziennikarzami pracującymi w mediach różnego typu (prasa, radio, telewizja) i zajmujących różne stanowiska (na przykład dziennikarz, reporter, felietonista, redaktor naczelny, zastępca redaktora naczelnego, szef produkcji, prezenter, producent kreatywny, szef działu zarządzania różnorodnością, szef działu zarządzania zasobami ludzkimi). Wywiady zostały przeprowadzone – na podstawie jednakowych kwestionariuszy wywiadu – w czerwcu i lipcu 2011 roku przez sześć zespołów badawczych pochodzących z wymienionych krajów. Wywiadami objęto pracowników sektora zarówno prywatnego, jak i publicznego, tytuły jakościowe i popularne, o zróżnicowanych sympatiach ideologicznych. Wszystkie wywiady przeprowadzono w językach narodowych, sporządzając następnie protokoły wywiadów w języku angielskim. Pytania podzielono według

czterech wymiarów, interesujących z punktu widzenia badania: treść mediów, tworzenie wiadomości, rekrutacja i zatrudnienie, szkolenia. Celem było ustalenie, jak często, w jakim ujęciu i w jaki sposób media mówiły o imigrantach, które źródła były cytowane w mediach, jaka była perspektywa przedstawiania problematyki migracyjnej, w jakim stopniu imigranci byli traktowani jako wiarygodne źródło informacji, czy imigranci mieli szansę znaleźć pracę w mediach, czy w poszczególnych mediach istniały procedury przeciwdziałające dyskryminacji, czy media organizowały dla swoich pracowników szkolenia dotyczące problematyki migracyjnej. W grupie respondentów 62% stanowili mężczyźni, blisko 50% z nich mieściła się w przedziale wiekowym 41–50 lat, 31% – w przedziale wiekowym 31–40 lat, 37% rozmówców miało od 11 do 20 lat doświadczenia pracy w mediach, 31% pracowało w branży około 30 lat, 16% badanych stanowili imigranci.

Praktyki tworzenia wiadomości dziennikarskich

Jak dowodzi literatura przedmiotu dotycząca wiadomości dziennikarskich, nie powinny być one traktowane jako proste odzwierciedlenie rzeczywistości czy nawet zakłócenie jej obrazu. Są one raczej rezultatem praktyki tworzenia znaczeń, która polega na wyborze spośród pewnej liczby wydarzeń tych, które mają stać się częścią wiadomości. Praktyki takie obejmują więc dwa aspekty pracy dziennikarskiej: gromadzenie informacji i tworzenie wiadomości. Pierwszy proces polega na sięganiu po informacje pochodzące z różnych źródeł, drugi – na doborze i porządkowaniu informacji, a następnie przypisywaniu im określonych znaczeń. Zarówno pierwszy, jak i drugi proces są silnie uwarunkowane rutynami i procedurami dziennikarskimi, które same w sobie są również uwikłane w stosunki władzy, założenia ideologiczne i przewidywania dotyczące oczekiwań odbiorców. Zwraca się ponadto uwagę na skłonność dziennikarzy do odwoływania się do pojęć i dyskursów formułowanych przez elity społeczne i polityczne oraz do ich wspierania. Wskutek systematycznej reprodukcji w mediach ulegają one naturalizacji i stają się częścią społecznie podzielanego zdrowego rozsądku. Konsekwencją tego jest marginalizacja głosu imigrantów, który jest ignorowany, uznawany za mniej interesujący czy wiarygodny. W takiej sytuacji nie jest możliwe podważanie negatywnych definicji lub negowanie deprecjonujących atrybutów, konsekwentnie stosowanych przy opisie imigrantów. Wywiady przeprowadzone z dziennikarzami dotyczyły wszystkich

kwestii pojawiających się w literaturze przedmiotu. Badano wpływ trzech czynników na tworzenie wiadomości na temat imigrantów:

o cech charakterystycznych wydarzenia, rozstrzygających o jego uwzględnieniu przy tworzeniu wiadomości (a więc *news value*), o roli procedur tworzenia wiadomości, w tym konkretnych osób czy grup odpowiedzialnych za dokonywanie selekcji informacji, i roli agendy politycznej w tym procesie, o dostępności innych źródeł informacji i zaufania do nich ze strony dziennikarzy.

Większość rozmówców wskazywała kilka rodzajów kryteriów rządzących procesem doboru informacji. Po pierwsze, informacja musi mieć spektakularny charakter (Rozm. 18; Rozm. 28), być interesująca (Rozm. 51), ważna i widoczna (Rozm. 38), wiązać się z wydarzeniem, które pojawiło się zniemacka, lub podważać potoczne przekonania danej zbiorowości. Wydarzenie musi być możliwe do uniwersalizowania, odniesienia do doświadczenia większej społeczności (Rozm. 58), nie może ograniczać się wyłącznie do problemów imigrantów, ale powinno dotyczyć spraw związanych z istnieniem całego narodu (Rozm. 36; Rozm. 59). Jeden z irlandzkich rozmówców podał przykład incydentu związanego z pobiciem, który początkowo wiązano z trzema imigrantami stosującymi przemoc między sobą i który został przez media zignorowany. Dopiero kiedy się zorientowano, że w incydencie brało udział dwóch Irlandczyków, historia wzbudziła potężne zainteresowania i uruchomiła debatę na temat stanu społeczeństwa (Rozm. 41). Ważna jest również liczba osób zaangażowanych w dane wydarzenie (Rozm. 25). Migranci raczej nie mają szans znaleźć się w centrum wydarzeń medialnych, są jednak częścią większych związanych z nimi narracji, takich jak publikacja karykatur Mahometa w duńskim piśmie „Jyllands Posten” (Rozm. 1).

Wywiady potwierdziły również przekonanie, że historie o zabarwieniu sensacyjnym, w których uczestniczą imigranci, w znacznie większym stopniu mają szansę na publikację niż zjawiska niepoddające się łatwo mechanizmom sensacjonalizacji (Rozm. 13; Rozm. 64). Konsekwencją tego jest częste umieszczanie imigrantów w wymiarze przemocy, przestępczości, konfliktu czy skandalu (Rozm. 9; Rozm. 34; Rozm. 54; Rozm. 61). Postrzeganie imigrantów z perspektywy zagrożenia lub naruszenia zasad, na przykład związanych z reżimem wizowym, jest – zdaniem rozmówców – stałym elementem wiadomości dziennikarskich (Rozm. 36). Jedną z częstych praktyk w tym wypadku jest wskazywanie na pochodzenie etniczne czy narodowe sprawców czynów

kryminalnych (Rozm. 59). Z drugiej jednak strony, wielu dziennikarzy podkreślało dwie kwestie. Po pierwsze, podkreślano dążenie do unikania odniesień do pochodzenia etnicznego. Z drugiej strony, wskazywano, że odniesienia te pojawiają się w tekstach dotyczących problemów, jak i w tekstach przedstawiających pozytywne zjawiska związane z migracją. To drugie sformułowanie wyrażało obecną w wywiadach dążność do równoważenia nacechowania wiadomości. Brytyjska dziennikarka definiowała uczciwy język i relacjonowanie jako zrównoważone. Podawała przykład włoskiej wyspy Lampedusa, na którą uciekali imigranci z Afryki Północnej. Jeśli są reprezentowani negatywnie nastawieni do uchodźców mieszkańcy wyspy, to ich głos powinien być równoważony stwierdzeniami wskazującymi ucieczkę jako konieczność schronienia się przed prześladowaniami (Rozm. 3).

Oprócz dostrzegania zagrożeń ładu i porządku publicznego nie brakuje również wiadomości wskazujących zagrożenia ekonomiczne, zdrowotne lub kulturowe związane z obecnością imigrantów w Europie (Rozm. 7; Rozm. 14; Rozm. 36). Ważnym aspektem stosowania negatywnych strategii jest uprzedmiotowienie imigrantów i pozbawienie ich głosu. Na przykład reakcja włoskich mediów na przybycie uchodźców z Libii na wyspę Lampedusa w 2011 roku ujawniała niechęć do przedstawiania punktu widzenia imigrantów (Rozm. 64). W konsekwencji na plan pierwszy w mediach wysuwa się opinia sędziów czy władz, nie zaś osób bezpośrednio zaangażowanych w wydarzenia.

Co charakterystyczne, rozmówcy wskazywali celowe stosowanie przez dziennikarzy praktyk negatywnych (Rozm. 9). Podkreślali, że niektóre redakcje wysyłały dziennikarzy, aby poszukiwali niepozytywnych historii dotyczących imigrantów (Rozm. 10). Niektórzy respondenci zwracali jednak uwagę na dwie przeciwstawne względem siebie tendencje. Z jednej strony, sposób budowania przekazu jest naznaczony silnym negatywizmem i niechęcią do imigrantów, z drugiej zaś strony – mamy do czynienia z idealizacją problematyki imigranckiej i przedstawianiem imigrantów wyłącznie w pozytywnym świetle (Rozm. 33; Rozm. 34)². Uprzedzenia są niekiedy tak silne, że nawet przykład pozytywnego działania imigrantów może być przedstawiony negatywnie. Kiedy reżyser albańskiego pochodzenia, występujący na Berlinale w imieniu Grecji, otrzymał nagrodę,

² Takie ustalenia zgadzają się zresztą z innymi badaniami prowadzonymi w Polsce – por. na przykład: M. Mrozowski, *Obrazy cudzoziemców i imigrantów w Polsce w prasie polskiej*, [w:] *Integracja czy dyskryminacja? Polskie wyzwania i dylematy u progu wielokulturowości*, red. K. Iglicka, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2003; A. Grzymała-Kazłowska, *Konstruowanie „innego”. Wizerunki imigrantów w Polsce*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.

niektóre prawicowe gazety oskarżyły Greckie Centrum Filmowe o dotowanie Albańczyków w sytuacji, gdy Grecja przechodzi kryzys (Rozm. 46).

Ograniczona liczba relacji na temat imigrantów wynika ponadto z niechęci do zajmowania się tą kwestią jako zbyt trudną. Znacznie łatwiej jest przygotować krytyczny artykuł niż wypowiedź pozytywną, która wymaga więcej informacji, rozleglejszej wiedzy i wysiłku intelektualnego w celu zrozumienia sytuacji. Pozytywne informacje nie są czymś „oczywistym” (Rozm. 35; Rozm. 66). Negatywny charakter wiadomości może być także pochodną swoistej ideologii zawodowej, a więc percepcji roli własnej pracowników mediów jako roli podmiotu krytycznego. Koncepcja mediów jako „psa łańcuchowego” prowadzi często do nadmiernego koncentrowania się na nieprawidłowościach i problemach (Rozm. 13; Rozm. 28; Rozm. 66). Co więcej, zbyt często relacjonowanie informacji na temat imigrantów przyjmuje formę cyklu, który po fazie apogeum przechodzi w fazę zmniejszonego zainteresowania. Imigracja jako temat oryginalny jest wprawdzie w stanie przykuć chwilową uwagę (na przykład migranci poszukujący azylu, którzy popełniają samobójstwo z powodu fatalnych warunków życia), ale systematyczne i długotrwałe relacjonowanie wiadomości na temat imigrantów jest niemożliwe (Rozm. 67).

Ten typ obecności medialnej również rodzi negatywne skojarzenia po stronie odbiorców. Zarówno decydenci polityczni, jak i społeczeństwo zaczynają postrzegać imigrantów przez pryzmat epizodycznych, nagłych wydarzeń o kryzysogennym charakterze. Badani dziennikarze zwracali jednak uwagę na próby zmiany sytuacji. Niektóre telewizje, rozgłośnie radiowe i tytuły prasowe zawierają osobne strony lub programy poświęcone imigrantom. Na przykład włoska „La Repubblica” raz w tygodniu publikuje wkładkę *Metropoli* dotyczącą spraw imigranckich (Rozm. 63), RAI News emituje programy o tej tematyce (Rozm. 64), holenderska NTR produkuje program *Premtime* – show zajmujący się pierwszym pokoleniem migrantów (Rozm. 24), a irlandzki kanał telewizyjny RTE produkuje rocznie od sześciu do ośmiu programów na temat multikulturalizmu i kwestii imigranckich (Rozm. 43). Z kolei polskie radio TOK FM przyjmuje interwencyjne stanowisko, próbuje bowiem reagować i mówić o sprawach jawnej niesprawiedliwości dziejącej się imigrantom (Rozm. 11).

Jeśli chodzi o wartościujące nachylenie wiadomości na temat imigrantów, to rozmówcy zwracali uwagę na silny wpływ linii redakcyjnej danego medium i typu wiadomości na perspektywę relacjonowania informacji. Liberalna linia pisma,

krytycyzm względem szowinizmu i otwartość na Europę pociągają za sobą pozytywne, bardziej zrównoważone nastawienie wobec imigrantów (Rozm. 60; Rozm. 61; Rozm. 62; Rozm. 63; Rozm. 66; Rozm. 68). W takich pismach – jak deklarowali dziennikarze – usiłuje się skonstruować możliwie pełny obraz sytuacji, poszukując wielu relacji, korzystając z sieci korespondentów, kontaktując się bezpośrednio z bohaterami historii czy stowarzyszeniami wspierającymi imigrantów (Rozm. 61).

Duże znaczenie ma także – zdaniem rozmówców – agenda polityczna, wpływająca na to, jakie wydarzenia są relacjonowane, jak intensywnie i w jakim ujęciu (Rozm. 33; Rozm. 61; Rozm. 63). Waga agendy politycznej wynika z dwóch przynajmniej kwestii. Po pierwsze, społeczeństwo ma prawo być informowane na temat spraw będących przedmiotem debaty politycznej (Rozm. 46; Rozm. 62). Po drugie, specyficzny kształt listy tematów politycznych skłania dziennikarzy do bliskiego przyglądania się niedostrzeganym i niekomentowanym kwestiom szczegółowym, jakie dotyczą zagadnień społecznych, prawnych czy politycznych (Rozm. 20; Rozm. 31; Rozm. 50; Rozm. 65). Jeden z respondentów zwrócił uwagę na to, że dzienniki są szczególnie podatne na wpływy agendy politycznej. Wiadomości o migrantach we Włoszech są silnie związane z polityczną debatą dotyczącą imigracji, na przykład procedur naturalizacji. Niekoniecznie musi być to negatywne zjawisko, gdyż debaty często pozwalają ujawnić problemy dotąd ukrywane lub kwestie dotychczas niepodejmowane. Polityczna zależność mediów może jednak rodzić również niepożądane konsekwencje, debaty polityczne łączą bowiem imigrację z negatywnymi zjawiskami (Rozm. 66). Wielu dziennikarzy eksponowało konieczność zachowania niezależności, rozumianej jako dystans względem agendy politycznej (Rozm. 18; Rozm. 22; Rozm. 31). Jeden z greckich rozmówców deklarował nawet, że obecna (w 2011 roku) postawa dziennikarzy z jego redakcji jest „agresywna” zwłaszcza wobec polityki rządu odpowiedzialnej za złą sytuację imigrantów (Rozm. 57).

W deklaracjach 45 z 68 badanych pracowników mediów pojawiała się opinia, że tytuły, w których pracują, zdecydowanie wykraczają poza tematy wyznaczone przez agendę polityczną, siedmiu respondentów wskazywało ograniczone znaczenie agendy politycznej, sześciu podkreślało całkowitą zgodność z agendą medialną, jeden rozmówca zauważył, że problem ten dotyczy bardziej mediów drukowanych niż telewizji, siedmiu pozostałych dziennikarzy nie udzieliło zaś jasnej odpowiedzi. Wśród poruszanych przez rozmówców tematów znajdujących

się poza agendą polityczną wymieniano między innymi osobiste historie imigrantów, narracje dotyczące relacji rodzinnych czy sposobów radzenia sobie w kryzysie, opowieści o ich pozytywnej roli w społeczeństwie lub o ich problemach z władzami, historie ukazujące ludzką twarz imigracji (na przykład ukazujące ludzi uciekających przed konfliktami), wiadomości kulturalne (Rozm. 1; Rozm. 20; Rozm. 22; Rozm. 41; Rozm. 43; Rozm. 51). Niezależność od agendy politycznej może również wynikać z tego, że sam problem nie jest – tak jak w Polsce – przedmiotem debaty politycznej (Rozm. 18).

Jedno z pytań zadawanych pracownikom mediów dotyczyło dziennikarskich źródeł informacji, w tym źródeł imigranckich, i pracy z nimi. Motywem pytania było przekonanie, że im większe zróżnicowanie źródeł i im większy zakres korzystania z informacji pochodzących ze źródeł bezpośrednich, tym więcej różnych opinii i perspektyw spojrzenia na dany problem. Rozmowy potwierdziły wielkie znaczenie agencji prasowych (Rozm. 59; Rozm. 62; Rozm. 68). W zależności od typu programu czy charakteru artykułu prasowego, materiały agencyjne są – lub nie są – rozwijane przez dziennikarzy. Jeśli materiał jest krótki, zazwyczaj podaje się go za agencją prasową, niekiedy dokonując wstępnej weryfikacji. Jeśli jednak materiał ma być dłuższy, dziennikarze podejmują pracę, która pozwala zweryfikować materiał agencyjny, próbują dotrzeć do bohaterów, ustalają różnych aktorów i różne punkty widzenia (Rozm. 61). Dziennikarze w znakomitej większości dostrzegali potrzebę wyjścia poza informacje agencyjne i wskazywali samych migrantów, społeczności migranckie, organizacje imigranckie, organizacje społeczeństwa obywatelskiego czy osoby reprezentujące te grupy jako najbardziej wiarygodne źródła informacji (Rozm. 10; Rozm. 25; Rozm. 32; Rozm. 33; Rozm. 39; Rozm. 49; Rozm. 51; Rozm. 53; Rozm. 57; Rozm. 58; Rozm. 62; Rozm. 63; Rozm. 64; Rozm. 67). Organizacje imigranckie są o tyle istotne, że mogą przekazywać informacje o pozytywnych doświadczeniach imigrantów (Rozm. 67). Spośród innych źródeł ważnych w relacjonowaniu sytuacji i doświadczeń imigrantów wymieniano organizacje pozarządowe, organizacje praw człowieka, organizacje zajmujące się uchodźcami, ambasady, ale także organizacje rządowe (Rozm. 7; Rozm. 9; Rozm. 11; Rozm. 13; Rozm. 17; Rozm. 18; Rozm. 25; Rozm. 33; Rozm. 35; Rozm. 37; Rozm. 41; Rozm. 44; Rozm. 46; Rozm. 49; Rozm. 58; Rozm. 61; Rozm. 63). Rozmówcy mówili również o Kościołach (Rozm. 33; Rozm. 67), związkach zawodowych (Rozm. 47; Rozm. 53; Rozm. 65), prawnikach wyspecjalizowanych w prawie migracyjnym lub ochronie praw imigrantów (Rozm. 55). Ponadto

wspominano o organizacjach międzynarodowych (Wysoki Komisarz Narodów Zjednoczonych do spraw Uchodźców), mediach międzynarodowych, zagranicznych korespondentach i źródłach internetowych (Rozm. 19; Rozm. 22; Rozm. 33; Rozm. 39). Nie bez znaczenia były również wiedza i doświadczenie samych dziennikarzy zaangażowanych w działalność związaną z problematyką migrancką (Rozm. 18; Rozm. 33; Rozm. 34). Dla dziennikarzy telewizyjnych istotnym źródłem jest prasa, ważny tekst w niej opublikowany może być bowiem podstawą dalszej pracy dziennikarskiej (Rozm. 56; Rozm. 61). Jak widać, w zależności od potrzeb dziennikarze korzystają z różnych źródeł, zarówno poszukując informacji na własną rękę, jak i korzystając z informacji już wytworzonych.

Dziennikarze wskazywali także specyficzne problemy związane z pozyskiwaniem informacji od imigrantów. Niechęć do mówienia, do bycia nagrywanym czy przedstawiania pełnej informacji są zjawiskami, które pojawiają się w toku codziennej pracy dziennikarskiej. Strach przed represją, odmowną decyzją w sprawie wniosku o kartkę pobytu lub obywatelstwo, a także obawa, jak rozmowa z dziennikarzem wpłynie na starania o przyznanie statusu uchodźcy, są częstym powodem niechęci do udzielania dziennikarzom informacji (Rozm. 21; Rozm. 33; Rozm. 39; Rozm. 45). Problemy z dotarciem do informacji są mniejsze, gdy imigranci znają dziennikarza i ufają, że do mediów trafia informacja niewypaczona (Rozm. 34; Rozm. 44; Rozm. 49; Rozm. 50; Rozm. 51; Rozm. 53; Rozm. 68). Komunikacja między dziennikarzami a imigrantami natrafia również na przeszkody o charakterze językowym i kulturowym. Imigranci znajdujący się w najtrudniejszej sytuacji są często jednocześnie tymi, którzy mają największe problemy z komunikowaniem się z otoczeniem. Chociaż pewną pomocą może się okazać tłumacz związany z organizacją pozarządową, często trudno znaleźć osobę, która miałaby wystarczające zaufanie imigrantów (Rozm. 39; Rozm. 41; Rozm. 46; Rozm. 47; Rozm. 48; Rozm. 57; Rozm. 61; Rozm. 66). Rozwiązanie takie stanowi również wyzwanie logistyczne i czasowe (konieczność osobistego przeprowadzania wywiadu), a więc dotyczy niezwykle cennych zasobów pracy dziennikarskiej.

Podsumowując, rozmowy z 68 dziennikarzami pozwoliły ustalić kilka mechanizmów wiążących się z procesem pozyskiwania informacji i konstruowania wiadomości dziennikarskich. Po pierwsze, wiadomości dotyczące imigrantów pojawiają się wtedy, gdy wydarzy się coś sensacyjnego i wartego relacjonowania. Po drugie, imigranci są przedstawiani głównie w wymiarze

problemów, trudności czy konfliktu, często nadmiernie emocjonalnie. Po trzecie, wiadomości nie mają charakteru ciągłego, ale raczej cykliczny. Wzmacnia to mechanizm postrzegania imigrantów jako problemu. Po czwarte, dziennikarze w poszukiwaniu informacji starają się wychodzić poza agendę ustanawianą przez polityków, nie zawsze jednak jest to możliwe ze względu na brak zaufania ze strony imigrantów czy przeszkody komunikacyjne.

Zawartość mediów – opinie dziennikarzy

Przeprowadzone wywiady ujawniły rozbieżności między dziennikarzami z poszczególnych krajów w przypisywaniu znaczenia problematyki imigracyjnej w mediach. Na przykład w Holandii każdy dziennikarz jest przekonany o dużej istotności tej problematyki w swojej pracy, z kolei w Polsce temat ten jest traktowany jako marginalny. W niniejszej części opracowania zostaną przedstawione rezultaty rozmów na temat czterech kwestii, które wpływają na zawartość medialnych treści dotyczących imigrantów. Po pierwsze, sposób, w jaki dziennikarze ujmują skomplikowane kwestie związane z określaniem imigrantów, po drugie, zagadnienie korzystania ze źródeł i cytowania imigrantów, po trzecie, ramy tematyczne, przez które są przedstawiani imigranci, po czwarte, kwestia rozumienia standardów dziennikarskich.

Wywiady potwierdziły obecną w literaturze przedmiotu tezę o problemach terminologicznych dotyczących sposobów kategoryzowania imigrantów. Kwestia ta wpływała nie tylko w rozmowie z dziennikarzami z krajów imigranckich (Włochy, Grecja, Irlandia), ale pojawiała się także w Polsce (Rozm. 13). Niewłaściwe używanie pojęć ma często charakter celowy, na przykład wtedy, gdy zamiennie posługiwano się określeniem „nielegalny imigrant” i „imigrant” w odniesieniu do strajku głodowego w Grecji, żeby stworzyć wrażenie nielegalności całej społeczności (Rozm. 56). Inne wyjaśnienia dotyczą nieprzywiązywania wagi do kategorii (włoski rozmówca wskazywał, że media określają Rumunów mieszkających w Rzymie jako imigrantów, nie zaś obywateli Unii Europejskiej), niewiedzy, braku zainteresowania lub ograniczeń czasowych (Rozm. 13; Rozm. 17; Rozm. 34; Rozm. 45; Rozm. 58; Rozm. 60; Rozm. 61). Niekiedy błędy wynikają z przeinaczeń występujących już w tekstach agencyjnych (Rozm. 64). Rozmówca z Wielkiej Brytanii wskazywał, że jego magazyn zawsze używa słowa „imigrant”, redakcja nie chce bowiem podkreślać prawnego statusu opisywanych osób (Rozm. 5). Mimo błędów czy rozmyślnego mieszania pojęć, wielu dziennikarzy

podkreślało jednak wagę przywiązywaną do właściwego użycia terminów i eliminowania wszelkich błędów (Rozm. 8; Rozm. 17; Rozm. 45). Wskazywano również, że użycie adekwatnych kategorii jest niezbędne, aby przedstawić bardziej wnikliwy obraz rzeczywistości (Rozm. 16; Rozm. 53). Z rozmów wynika, że kategorie są przedmiotem debaty w Holandii. Liberalne media w celu opisanie urodzonych w Holandii dzieci imigrantów posługują się takimi określeniami, jak „Holendrzy”, „nowi Holendrzy”, „*Hollanders*”, „*allochtoner*” lub „Marokańczyk – Holender” czy „Holender – Marokańczyk”. Z kolei media konserwatywne opisują te same osoby, odwołując się do korzeni etnicznych, na przykład „Marokańczyk” (Rozm. 25).

Rozmowy potwierdziły również – dostrzegany przez literaturę analizującą dyskurs na temat imigrantów – mechanizm umieszczania ich w wymiarze problemów, kłopotu czy przestępczości. Holenderski reporter o korzeniach imigranckich, pracujący w redakcji poczytnej gazety, potwierdzał większy negatywizm lub krytycyzm w stosunku do imigrantów (Rozm. 28). Zjawisko to jest szczególnie widoczne w Grecji i we Włoszech. Włoski rozmówca podał konkretny przykład: jeśli kradzieży dokona Włoch, typowy nagłówek brzmiałby *Kradzież w supermarketcie*, jeśli jednak to samo przestępstwo popełniłby Senegalczyk, tytuł byłby następujący: *Senegalczyk okrada supermarket* (Rozm. 59). Mechanizm ten potwierdził również rozmówca z Holandii, mówiąc o różnicy językowej zależnej od narodowości autora danego tekstu medialnego: „Kiedy Turek zabija swoją żonę, jest to zabójstwo honorowe. Kiedy Holender zabija swoją żonę i swoje dzieci, wówczas mamy do czynienia z tragedią rodzinną” (Rozm. 30). Warto jednak podkreślić, że z rozmów wyłania się nieco bardziej zniuansowany obraz. W innym wywiadzie przeprowadzonym w Holandii rozmówca wspominał o szczególnej wrażliwości dziennikarzy w sytuacji, gdy opisywana sprawa dotyczy Turków czy Marokańczyków. Znacznie mniejszą wrażliwością na kategorie dziennikarze wykazują się wtedy, gdy piszą o Polakach – przede wszystkim ze względu na to, że nie istnieje groźba posądzeń o rasizm (Rozm. 23).

W wielu wywiadach dziennikarze deklarowali swoją niechęć do posługiwania się odniesieniami do pochodzenia etnicznego, z wyjątkiem sytuacji, gdy jest to absolutnie konieczne dla zrozumienia przekazu, na przykład w wypadku ekstradycji (Rozm. 9; Rozm. 36; Rozm. 47; Rozm. 63). Z drugiej jednak strony, dziennikarze podkreślali, że brak wzmianki na ten temat może również budzić

podejrzenia, prowadzić do zadawania pytań i wyrzeć skutek odwrotny do zamierzonego (Rozm. 33).

Jeśli chodzi o źródła informacji, to wszyscy respondenci podkreślali znaczenie oficjalnych źródeł instytucjonalnych. Na przykład brytyjski rozmówca wspominał w tym wymiarze o resorcie spraw wewnętrznych (Rozm. 1). Niektórzy twierdzili nawet, że obiektywne i neutralne są informacje przygotowywane przez policję i poszczególne ministerstwa (Rozm. 49). Badani wyjaśniali także, dlaczego źródła imigranckie są cytowane rzadziej. Jak mówił jeden z dziennikarzy holenderskich, pracownicy mediów poszukują informacji bezstronnych oraz wiarygodnych

i – co oczywiste – istnieje duży problem z dotarciem do źródeł dysponujących takimi informacjami (Rozm. 31). Jeszcze inny respondent wspominał o problemach z dotarciem do organizacji pozarządowych. Ponieważ ich działanie jest oparte na zasadach wolontariatu, nie jest możliwe, aby zapewniały takie usługi, jak inne instytucje działające w pełnym wymiarze (Rozm. 7). Inne wyjaśnienie dotyczyło słabej organizacji społeczności imigranckich i braku struktur odpowiedzialnych za komunikację (Rozm. 5). Z drugiej strony, ciekawego przykładu dostarcza Holandia z multikulturowym programem w telewizji publicznej. W tym wypadku imigranci, którzy mogliby uczestniczyć w dyskusji, są poszukiwani i oczekiwani, a po odpowiednim przygotowaniu uczestniczą w debatach w studiu (Rozm. 29).

Ważnym czynnikiem odpowiadającym za kształt medialnych reprezentacji imigrantów są standardy dziennikarskie, które regulują praktyki dyskursywne. Celem badania było ustalenie, jakiego rodzaju normy i zasady były uznawane przez dziennikarzy za najważniejsze i jak wiązały się one z kwestią reprezentacji imigrantów. Większość respondentów deklarowała dążenie do publikowania tekstów zrównoważonych, unikających sensacyjności w reprezentowaniu kwestii imigranckich (Rozm. 25; Rozm. 4). Rozmówcy odwoływali się także do takich wartości etycznych, jak „poczucie przyzwoitości” czy „wartości humanitarne”, niekiedy zaś do ogólnej ideologii danego medium – „republikańska linia pisma” (Rozm. 15; Rozm. 17; Rozm. 18). Równie często pojawiały się nawiązania do dziennikarskiej etyki bezstronności i obiektywności oraz neutralności danej redakcji (Rozm. 3; Rozm. 30). Częścią tego typu deklaracji było dystansowanie się od agendy politycznej i podkreślanie znaczenia równowagi między pozytywnymi i negatywnymi relacjami i obrazami imigrantów. Szczególnie interesująca była opinia dziennikarza brytyjskiego, który zwrócił uwagę na problematyczność

zasady bezstronności i dążenia do zrównoważenia podzielonych racji. W konsekwencji, aby uzyskać zrównoważoną reprezentację, konieczne jest oddawanie części czasu antenowego prawicowym poglądom, w tym konkretnym wypadku szefowi prawicowego *think tanku* Migration Watch (Rozm. 10).

Co ważne, każdy z rozmówców zwracał uwagę, że w jego miejscu pracy nie ma szczególnej polityki ani specyficznych zasad, które regulowałyby sposób przedstawiania imigrantów. Reguły dotyczące relacjonowania mają charakter ogólny, wynikają z podstawowych regulacji obowiązujących w danym medium (na przykład BBC czy „Irish Times”), ogólnych kodeksów etyki dziennikarskiej czy reguł dotyczących stylu. Na przykład statut holenderskiej gazety „Volkskrant”, wspominając o genealogii pisma, podkreśla, że punktem wyjścia było oddanie głosu grupom oraz osobom nieuprzywilejowanym i słabszym (Rozm. 23). Brytyjscy rozmówcy wskazywali zasady producenckie obowiązujące w BBC, ale do standardów BBC odwoływał się także kilkakrotnie polski dziennikarz, który odbywał staż w tej stacji (Rozm. 3; Rozm. 6; Rozm. 20). Obowiązek przygotowywania programów w taki sposób, aby zachowywały one standardy równościowe i docierały do całej populacji, wskazywali również rozmówcy holenderscy (Rozm. 24; Rozm. 25; Rozm. 33). Wielu dziennikarzy podkreślało znaczenie kontekstualizacji przedstawianej historii czy relacjonowanego problemu (Rozm. 1; Rozm. 19; Rozm. 20; Rozm. 31). Poziom zniuansowania danej relacji zależy oczywiście od konkretnej historii, ale tylko nieliczni respondenci nie odczuwali potrzeby uszczegóławiania relacji, wskazując raczej ograniczenia czasu i miejsca, a także brak zainteresowań lub odpowiednich kompetencji intelektualnych po stronie czytelników. Kilku dziennikarzy wyraziło również potrzebę zdobywania wiedzy na temat odmiennych kultur, żeby móc unikać stereotypizacji i być w stanie adekwatnie przedstawić problem (Rozm. 24).

Praktyki rekrutacji oraz zatrudniania imigrantów w mediach

W ciągu ostatnich kilkunastu lat nastąpiły istotne zmiany na rynku pracy w sektorze medialnym. Tworzenie wielkich koncernów medialnych, uderzający w rynek prasy spadek wpływów z reklam, wynikający z rosnącego znaczenia Internetu, zmiana warunków pracy, a więc zanik względnie bezpiecznych pełnoetatowych stanowisk na rzecz krótkoterminowych umów o pracę czy umów o dzieło – to tylko niektóre czynniki, które silnie wpłynęły na możliwości i warunki zatrudnienia w sektorze medialnym. Obecność powyższych czynników nie

zmienia znaczenia innych elementów istotnych w procesie rekrutacji do pracy, zwłaszcza związanych z pochodzeniem etnicznym lub klasą społeczną. Pogłębione wywiady z 68 pracownikami europejskich mediów były skoncentrowane na problemie rekrutacji i zatrudniania imigrantów w mediach. Rozmowy miały dostarczyć odpowiedzi na pytanie o istnienie i stosowanie środków antydyskryminacyjnych w ich firmach, sposoby ich monitorowania i oceny, istnienie działów (komórek, stanowisk) zajmujących się różnorodnością. Ponadto rozmówcy byli pytani o to, czy w ich miejscu pracy są zatrudniani imigranci i jakie stanowiska zajmują. Przedmiotem rozmowy było również istnienie polityki równości lub różnorodności w danym medium, problem dyskryminacji w sektorze medialnym i specyficzne przeszkody ograniczające pracę zawodową imigrantów w tym sektorze.

Wywiady z pracownikami niektórych mediów irlandzkich, brytyjskich i holenderskich wskazywały istnienie zinstytucjonalizowanych, merytokratycznych procedur rekrutacji, opartych na umiejętnościach i kompetencjach. W przeciwieństwie do nich media spoza obszarów metropolitalnych, a także media w Grecji i Włoszech korzystają w największym stopniu z nieformalnych procedur i kontaktów osobistych. Ponadto więcej niż 25% respondentów nie miało świadomości istnienia jakichkolwiek procedur antydyskryminacyjnych w ich redakcji. Różnice między krajami były jednak znaczne również pod tym względem. Ponad połowa rozmówców w Wielkiej Brytanii i Holandii wskazywała wdrożenie procedur antydyskryminacyjnych w procesie rekrutacji do pracy. Żaden z rozmówców włoskich czy irlandzkich nie wiedział, czy ich firmy przyjęły takie rozwiązania. Podobnie wyglądały odpowiedzi na pytania dotyczące komórki, działu lub osoby zajmujących się różnorodnością w danym medium. Pozytywnej odpowiedzi na to pytanie udzieliło jedynie czterech rozmówców z Holandii, trzech z Wielkiej Brytanii i jeden respondent z Irlandii (na przykład Rozm. 3; Rozm. 4; Rozm. 24). Co ważne, istnieje zależność między typem własności a istnieniem działu zajmującego się różnorodnością. Większość rozmówców, którzy udzielili pozytywnej odpowiedzi, była zatrudniona w mediach publicznych.

Kolejnym problemem jest monitorowanie stosowania programów antydyskryminacyjnych. Respondenci w Grecji, Irlandii, we Włoszech i w Polsce nie dysponowali wiedzą na ten temat. W Wielkiej Brytanii aplikowanie o pracę wiąże się z wypełnieniem specjalnego formularza równości i różnorodności, który

dodatkowo jest źródłem informacji o społeczeństwie (Rozm. 3). Jeden z brytyjskich respondentów mówił nawet o „pozytywnej dyskryminacji” – w sensie oczekiwań wydawców do rekrutowania spośród specyficznej grupy żyjącej w społeczeństwie. O pozytywnej dyskryminacji wspominał również polski dziennikarz, twierdząc, że osoby o odmiennym, „egzotycznym” wyglądzie są szczególnie oczekiwanymi pracownikami (Rozm. 16). Wielu badanych wskazywało, że ich miejsce pracy nie dysponuje żadnymi specyficznymi instrumentami antidyskryminacyjnymi skierowanymi do imigrantów. Dyrektor odpowiedzialny za zarządzanie zasobami ludzkimi w prywatnym przedsiębiorstwie medialnym w Irlandii podkreślał, że jego firma nie ma specjalnych instrumentów skierowanych na wyrównanie szans specyficznej grupy, jaką są imigranci, a raczej stosuje ogólną politykę niedyskryminowania jakiegokolwiek grupy mniejszościowej (Rozm. 34; Rozm. 40). Zdaniem niektórych rozmówców z Włoch, Grecji i Polski, brak specyficznych procedur antidyskryminacyjnych miał wynikać z braku imigrantów aplikujących o pracę w mediach (Rozm. 29; Rozm. 39; Rozm. 67). Jak mówił jeden z włoskich dziennikarzy: „Nie mamy [w redakcji] żadnych dziennikarzy o korzeniach imigranckich, ale nie dlatego, że nie chcemy ich zatrudniać, lecz dlatego, że żaden nie aplikował dotąd o pracę u nas” (Rozm. 67). Dziennikarka śledcza o korzeniach imigranckich pracująca w Wielkiej Brytanii podkreślała samospełniający się charakter obaw przed aplikowaniem przez imigrantów. W jej opinii, imigranci sami tworzą „przeszkody i psychiczne blokady” utrudniające im aplikowanie o pracę w mediach. Według niej, osoby wystarczająco „dobre” dostają pracę (Rozm. 9). Dziennikarz holenderski mówił z kolei o nadmiernie nieśmiałej postawie imigrantów (Rozm. 29).

Rozmowy prowadzone w ramach wywiadów dotyczyły również ogólnych ograniczeń w możliwości znalezienia pracy w sektorze medialnym i specyficznych przeszkód, z jakimi zmagają się imigranci. Pracownicy mediów różnie postrzegali aspiracje samych imigrantów. Na przykład holenderska dziennikarka zwróciła uwagę, że imigranci wolą budować swoją pozycję zawodową jako lekarze, prawnicy, ekonomiści czy biznesmeni, są to bowiem sektory zapewniające większe bezpieczeństwo finansowe i wyższy status społeczny (Rozm. 23). Ponadto w wielu krajach, z których wywodzą się imigranci, status zawodu dziennikarza jako potencjalnego propagandysty reżimu jest dość niski, stąd brak zainteresowania tym zawodem (Rozm. 32). Kryzys, brak pracy w mediach, duża liczba wykwalifikowanych osób pozbawionych zatrudnienia pojawiały się we

wszystkich wypowiedziach jako kluczowe przeszkody w zatrudnieniu w mediach (na przykład Rozm. 5; Rozm. 34; Rozm. 25). Jeśli chodzi o specyficzne trudności dla imigrantów, to są one związane z nepotyzmem i brakiem doświadczenia kraju przyjmującego imigrantów. Zarówno w Holandii, jak i w Wielkiej Brytanii media były postrzegane jako zdominowane przez białych mężczyzn czy absolwentów uniwersytetów w Oksfordzie lub Cambridge. Szczególnie często pojawiały się odniesienia do języka i wykształcenia, zwłaszcza jeśli nie zostało ono zdobyte w kraju przyjmującym (Rozm. 10; Rozm. 37). Podkreślano jednak, że istnieje wiele stanowisk w mediach, na których nie jest wymagana doskonała znajomość języka i w ich wypadku język nie będzie przeszkodą (Rozm. 16). Niektórzy rozmówcy zwracali także uwagę na różnice kulturowe, związane choćby ze specyficznym ubiorem – na przykład chusta na głowie może utrudniać pracę w telewizji (Rozm. 31).

Kwestia ograniczeń w dostępie do zawodu dziennikarza była przez rozmówców silnie wiązana z kwestią dyskryminacji. Połowa respondentów dostrzegała istnienie dyskryminacji, blisko jedna trzecia odpowiadała przecząco na pytanie o dyskryminację w mediach, z kolei 18% nic na ten temat nie wiedziało. Niekiedy źródła lub przyczyny dyskryminacji były związane z płcią (Rozm. 3; Rozm. 34; Rozm. 41; Rozm. 64). Na przykład irlandzki respondent porównywał dyskryminację wobec imigrantów z dyskryminacją płciową, podkreślając, że większość dziennikarskiej pracy wykonują kobiety, prezydentami są zaś mężczyźni (Rozm. 67). Dyskryminację wiązano także z brakiem ogłoszeń o pracy i dominacją osobistych kontaktów (Rozm. 35), wiekiem (Rozm. 2; Rozm. 7), uprzedzeniami wydawców (Rozm. 38), brakiem odpowiedniego ustawodawstwa (Rozm. 64), zamkniętym, elitarnym charakterem mediów czy ograniczeniami związanymi z linią redakcyjną (Rozm. 44; Rozm. 45). Rozmówcy z Grecji podnosili kwestię dyskryminacji ze względu na pochodzenie etniczne (Rozm. 48). Również w Wielkiej Brytanii zwracano uwagę na kwestie etniczne i rasowe. Jedna z dziennikarek twierdziła, że pochodzenie afrykańsko-karaibskie jest przeszkodą, znacznie łatwiej jest zaś osobom pochodzącym z Europy Środkowo-Wschodniej – ze względu na kolor skóry (Rozm. 7).

Pracownicy mediów byli również pytani o zatrudnianie pracowników pochodzenia imigranckiego w mediach. I w tym wypadku różnice między krajami były wyraźnie widoczne. Wszyscy respondenci w Holandii i Wielkiej Brytanii dostrzegali obecność imigrantów zatrudnionych w mediach, z kolei rozmówcy

irlandzcy i włoscy podkreślali brak różnorodności w mediach (Rozm. 37; Rozm. 40; Rozm. 41; Rozm. 42; Rozm. 61). Jeśli chodzi o prace wykonywane przez imigrantów, padały bardzo różne odpowiedzi. Z jednej strony, wskazywano możliwość wykonywania przez imigrantów wszystkich rodzajów pracy, zwłaszcza w Wielkiej Brytanii (Rozm. 1; Rozm. 6) czy Holandii, gdzie imigranci pracują jako kamerzyści, przygotowują *newsy* lub są zatrudnieni w administracji czy finansach (Rozm. 30). Szczególna sytuacja panuje w Polsce, gdzie w mediach polskich dla zagranicy (zwłaszcza Białorusi) lub białoruskich nadających z Polski są zatrudnieni niemal wyłącznie imigranci (Rozm. 13; Rozm. 14; Rozm. 16). Z drugiej jednak strony, pojawiały się wypowiedzi wskazujące status imigrantów jako taniej siły roboczej, zatrudnianej ze względów finansowych. Na przykład imigranci we Włoszech pracują jako kadra techniczna lub kamerzyści, co ma wynikać – jak twierdził jeden z rozmówców – ze względów finansowych (Rozm. 59).

W dwóch badanych krajach o największych tradycjach multikulturalizmu część pracodawców ustanowiła programy, których celem jest zapobieganie dyskryminacji i zmniejszanie przeszkód w dostępie do mediów. Przykładem może być współpraca ze szkołami zorientowana na kształtowanie pozytywnego wizerunku mediów, organizacja seminariów i wykładów w szkołach średnich czy na uniwersytetach, specjalne zajęcia dla dzieci pochodzących ze zubożałych regionów (Rozm. 24; Rozm. 25; Rozm. 27; Rozm. 31). Niektóre redakcje przyjmują praktykantów na miesiąc lub w wakacje (Rozm. 33; Rozm. 38; Rozm. 40; Rozm. 41; Rozm. 57). Duński program *News Academy* przyjmuje na praktyki osoby pochodzące z różnych środowisk kulturowych. Raz w miesiącu, w soboty, 12 praktykantów uczestniczy w warsztatach przygotowywanych przez twórców programu, których celem jest przygotowanie do samodzielnego realizowania *newsów*. Praktykanci są wybierani przez Internet (Rozm. 4). Należy jednak podkreślić, że rozmówcy wskazywali niewielką liczbę programów skierowanych wyłącznie do imigrantów czy mniejszości etnicznych. Niektóre media brytyjskie organizują seminaria i konferencje, których celem jest wzmocnienie różnorodności i zidentyfikowanie potencjalnych utalentowanych pracowników przez dostarczenie informacji o możliwościach zatrudnienia. Jedynym warunkiem uczestnictwa w takim seminarium jest ważna karta stałego pobytu (Rozm. 4).

Poglądy rozmówców na temat skuteczności omawianych programów były zróżnicowane. Mimo że niektórzy badani traktowali je jako ważny instrument reagowania na różnorodność kulturową i identyfikowania talentów (Rozm. 4), inni

podkreślali jednak niewielką skuteczność programów. Część respondentów zwracała uwagę, że programy te przyniosły jedynie pozorny skutek, różnicując zatrudnienie jedynie w wypadku najniżej opłacanych i najmniej stabilnych stanowisk. Już po objęciu stanowiska osoby takie nie były poddawane szkoleniom, które pozwalałyby im zdobyć stabilną pozycję w warunkach korporacyjnych (Rozm. 10). Jedna z firm medialnych w Holandii zorganizowała praktyki dla dziewięciu młodych imigrantów. Żadna z tych osób nie została następnie przyjęta do pracy, co – zdaniem rozmówcy – wynikało z ich ograniczonego zaangażowania i słabej motywacji (Rozm. 23). Jeszcze inny rozmówca z Holandii wspominał o problemach logistycznych związanych z organizacją praktyk, kiedy brakowało osób z redakcji, które mogłyby pracować z praktykantami (Rozm. 32). Z drugiej strony, niektórzy badani kwestionowali samą potrzebę organizowania szkoleń – ze względu na brak jakichkolwiek wakatów w mediach i wystarczającą liczbę absolwentów wydziałów dziennikarstwa, którzy są w stanie odpowiedzieć na popyt ze strony mediów (Rozm. 33; Rozm. 40).

Szkolenie dziennikarzy a propagowanie różnorodności i integracja imigrantów

Badania nad relacjami między mediami a reprezentacją i integracją imigrantów obejmowały również kwestię szkoleń dziennikarzy. Jest oczywiste, że określony sposób reprezentacji i praktyki dyskursywne determinujące tworzenie wiadomości są wynikiem zespołu przekonań pracowników mediów, na który można wpływać przez organizowanie szkoleń. Prowadzona w ramach omawianych badań analiza literatury przedmiotu dotyczącej imigrantów i różnorodności, szkoleń, a także literatury służącej szkoleniom (podręczniki, przewodniki, instrukcje), pozwala sformułować kilka uogólnień. Po pierwsze, kluczową rolę w organizacji szkoleń dotyczących różnorodności odgrywają publiczne instytucje medialne. Po drugie, szkolenia muszą obejmować nie tylko dziennikarzy, ale także wszystkich pracowników mediów. Dopiero wtedy jest możliwa zmiana całej kultury organizacyjnej. Po trzecie, celem szkoleń powinno być kształtowanie wrażliwości i kompetencji komunikacji międzykulturowej. Szkolenia powinny również obejmować między innymi następujące kwestie: antyrasizm, etyka, regulacje prawne dotyczące oszczerstwa i zniesławienia. Po czwarte, szkolenia dotyczące różnorodności nie mogą być fakultatywnym dodatkiem do praktyk zawodowych, ale kluczowym komponentem rozwoju

zawodowego. Po piąte, imigranckie korzenie powinny być traktowane jako dodatkowa kompetencja, nie zaś przeszkoda lub źródło niekompetencji. Po szóste, szkolenia powinny wykorzystywać różne narzędzia dydaktyczne, a organizacja procesu nauczania musi uwzględniać potencjał organizacji imigranckich.

Wyliczone wyżej postulaty zarówno konstruuja pożądaný stan rzeczy, jak i informuj o realnie występujących brakach i problemach. Na wiele trudności związanych z organizacj i przebiegiem szkoleń dotyczccych rznorodnoci zwracali uwagę rozmówcy z sześciu badanych krajów. Tylko cze z nich odby szkolenia z zakresu rznorodnoci, przy czym pojecie to obejmowało i instytucje formalne, i nieformalne formy zdobywania wiedzy (na przykład samokształcenie, wyjazdy za granic). Dwudziestu spośród 68 rozmówców deklarowało, że odbyło szkolenia organizowane albo w miejscu pracy, albo w ramach konferencji lub zajc w trakcie swojej edukacji. Szec osób uczestniczyło w seminariach lub warsztatach poświęconych wyłacznie rznorodnoci, organizowanych przez instytucje zajmujące się t problematyk (na przykład Rozm. 6; Rozm. 27). Grecja jest jedynym krajem, z którego żaden rozmówca nie odpowiedziało pozytywnie na pytanie o szkolenia dotyczące rznorodnoci. Grecy pracownicy mediów nie mają możliwości uczestniczenia w takich szkoleniach w miejscu pracy, nie uczestniczyli w nich również wcześniej podczas edukacji. Co ważne, spośród tych, którzy odbyli szkolenia, dwie trzecie pracuje dla mediów publicznych. Dziewinacie osób spośród 68 badanych wspominało o innych Źródłach wiedzy na temat rznorodnoci i imigrantów, na przykład: doświadczenia wyniesione z zamieszkiwania za granic, uczestnictwo w konferencjach, kontakty z ekspertami, rozmowy, szkolenia odbyte w poprzednich miejscach pracy, między innymi podczas pracy w policji (Rozm. 8; Rozm. 23; Rozm. 24). Wielu respondentów wskazywało przewag wiedzy pozyskiwanej nieformalnie nad formalną edukacj (Rozm. 30; Rozm. 41; Rozm. 63). A 27 spośród 68 osób odpowiedziało negatywnie na pytanie o odbyte szkolenia w omawianym zakresie.

Celem prowadzonych wywiadów było również ustalenie, w jakim stopniu instytucje medialne oferuj szkolenia dotyczące problematyki rznorodnoci lub czy zachęcają swoich pracowników do uczestnictwa w takich szkoleniach organizowanych gdzie indziej. Z badań wynika, że możliwości takie stwarzają wyłacznie media brytyjskie i holenderskie, choć wielu rozmówców (zwaszcz z Irlandii) wskazywało, że istniałaby taka moliwoc, gdyby zgłosili swojemu pracodawcy odpowiednie oczekiwania. Szczególnie spektakularny przykład to

BBC, zapewniające wiele możliwości dokształcania się w zakresie problematyki imigranckiej, która odbywają się w siedzibie firmy w trakcie godzin pracy. W wypadku Grecji, Polski i Włoch nie ma możliwości odbywania takich szkoleń, przy czym w wypadku Polski pojawiały się stwierdzenia, że gdyby tylko istniała taka potrzeba, byłyby one organizowane (na przykład Rozm. 16).

Rozmówcom zadawano również pytanie o istnienie w ich miejscu zatrudnienia kodeksów lub zasad dotyczących różnorodności. Większość mediów (opinie 43 z 68 badanych) nie dysponowała żadnymi zasadami, które nawiązywałyby wyłącznie do tej kwestii. Ponownie wyraźnie widać różnicę między Holandią i Wielką Brytanią a pozostałymi krajami, zwłaszcza Grecją, Polską i Włochami. Spośród ośmiu rozmówców, którzy odpowiedzieli twierdząco, pięciu było z Holandii, trzech zaś z Wielkiej Brytanii. Co jednak istotne, kolejnych ośmiu rozmówców podkreślało, że wprawdzie w ich miejscu pracy nie ma zasad dotyczących wyłącznie imigrantów, to jednak istnieją bardziej ogólne zasady etyczne, które regulują praktyki medialne (najczęściej wskazujące zakaz dyskryminacji ze względu na wiek, płeć, etniczność lub odwołujące się do praw człowieka). Wspominali o tym: jeden rozmówca z Irlandii, czterech respondentów z Holandii, jeden badany z Włoch i dwóch dziennikarzy z Polski. Konsekwencją ograniczonej liczby mediów, które mają formalne reguły dotyczące różnorodności, jest ograniczony monitoring ich przestrzegania. Ponownie, istnienie takiego systemu potwierdziły cztery osoby z Holandii i dwie z Wielkiej Brytanii (obie związane z mediami publicznymi). Ponadto sześciu rozmówców (dwóch z Wielkiej Brytanii, dwóch z Polski, jeden z Holandii i jeden z Grecji) potwierdziło funkcjonowanie nieformalnych mechanizmów monitorowania zasad etycznych.

Niezależnie od istniejącego stanu rzeczy diagnozowanego podczas wywiadów ponad połowa rozmówców była przekonana, że instytucje medialne powinny podejmować więcej wysiłku w celu organizowania szkoleń. Zastrzeżenia, jakimi był opatrywany „powinnościowy” tryb sformułowań, wskazywały obawy, aby tego typu szkolenia nie stały się rodzajem arbitralnie narzucanej wiedzy, która pozostaje odległa od praktyki (Rozm. 7; Rozm. 25). Osoby uznające, że szkolenia są czymś ważnym, odwoływały się do konieczności uzupełniania wiedzy, jakiej brakuje nie tylko członkom społeczeństwa, ale także dziennikarzom. Jeden z rozmówców greckich podał przykład kolegi, który podczas przygotowywania reportażu nie zdjął obuwia przed wejściem do meczetu (Rozm. 56). Inna osoba

mówiła o tym, że włoscy dziennikarze nie dysponują podstawową często wiedzą, na przykład na temat tego, jak działa karta stałego pobytu. Ten sam rozmówca wspominał swoje doświadczenie z 2008 roku, kiedy przygotował artykuł na temat mechanizmów przyznawania karty stałego pobytu przez prefekturę we Florencji. Jak twierdził, większość dziennikarzy z „Corriere della Sera” z Florencji nie była świadoma złej sytuacji imigrantów (Rozm. 59). Wiele argumentów miało jednak w większym stopniu charakter ideologiczny niż praktyczny, odwołując się do obowiązku czy zawodowej odpowiedzialności. Wyrażano również opinie sceptyczne i krytyczne względem szkoleń. Stanowiska sceptyczne podkreślały, że prawdziwa nauka, nie tylko wiedzy, ale także wrażliwości międzykulturowej czy właściwych postaw, wiąże się nie tyle ze szkoleniami, ile z kontaktami społecznymi (Rozm. 28). Krytycy szkoleń podkreślali, że dziennikarstwo opiera się na własnych zasadach: niezależności, autonomii i dobrej roboty. W tym wymiarze wszelkie szkolenia mogłyby być postrzegane jako ingerencja lub naruszanie tych zasad (Rozm. 35; Rozm. 39). Inny argument podkreślał, że organizacja tego typu szkoleń nie jest zadaniem mediów, istnieją bowiem inne instytucje społeczne odpowiedzialne za kształtowanie ludzkich postaw (Rozm. 45). Pojawiała się także opinia pomniejszająca znaczenie samej różnorodności, wskazująca za to inne ważne kwestie. Była ona charakterystyczna dla rozmówców z krajów o niskim odsetku imigrantów w całej populacji, na przykład z Polski (Rozm. 11).

Konkluzje

Przedstawione wyniki badań pozwalają sformułować następujące wnioski. Po pierwsze, mimo dostrzegalnych pozytywnych tendencji, reprezentacja imigrantów nadal ma charakter negatywny w tym sensie, że pojawiają się oni przede wszystkim w wymiarze problemów, zjawisk negatywnych czy sytuacji kryzysogennych. Zainteresowanie tą problematyką ma charakter cykliczny, a wiadomości na temat imigrantów występują z wyjątkowym natężeniem przede wszystkim wtedy, gdy dochodzi do spektakularnych dramatycznych wydarzeń. Dziennikarze są zainteresowani organizacjami imigranckimi lub samymi imigrantami jako ważnymi źródłami informacji i sięgają do nich, nadal jednak są one wykorzystywane zbyt rzadko, nawet wtedy, gdy omawiane kwestie dotyczą bezpośrednio tych środowisk.

Po drugie, wyrazem negatywnej reprezentacji imigrantów jest opieranie jej na opozycji „my – oni”, połączonej z pozytywnym wartościowaniem pierwszego

członu i negatywnym wartościowaniem drugiego członu. Terminologia wykorzystywana przez dziennikarzy do opisywania imigrantów jest często nieprecyzyjna czy nawet błędna. Charakterystyczne są również uogólnienia, prezentujące wewnątrznie zróżnicowane grupy jako homogeniczne całości. Ponadto zbyt często, nie zawsze uzasadnienie, pojawiają się odwołania do pochodzenia etnicznego, na przykład w wiadomościach kryminalnych. Jak jednak powiedziano, niezwykle trudne jest wskazanie konsekwentnej tendencji, nawet na podstawie badań zawartości mediów. Literatura pozostaje w tym zakresie niekonkluzywna, wskazując istnienie wielu zmian i zjawisk pozytywnych. Z drugiej strony, opinie samych dziennikarzy na temat sposobów reprezentacji są silnie uwarunkowane ich światopoglądowym nastawieniem.

Po trzecie, istnieją różnice między krajami jeśli chodzi o procedury antydyskryminacyjne i ich monitoring. Ogólna zasada jest następująca: sytuacja wygląda znacznie lepiej w państwach o silnych tradycjach multikulturowości, jak Wielka Brytania czy Francja, znacznie słabiej zaś w takich państwach, jak Grecja, Irlandia czy Włochy, gdzie bardzo często rozmówcy nie mieli świadomości istnienia procedur ani mechanizmów kontroli ich stosowania. Sytuacja wygląda podobnie w zakresie polityki równości. Rozmówcy zwracali również uwagę na wiele przeszkód, które utrudniają imigrantom wejście na rynek pracy, zwłaszcza nepotyzm, kryzys i trudności językowe czy kulturowe. Badania pokazały ponadto niewielki zasięg programów wspomagających imigrantów (Wielka Brytania i Holandia), a także ograniczoną skuteczność tych programów.

Po czwarte, dane pochodzące z wywiadów wskazują, że tylko niewielka liczba pracowników mediów uczestniczyła w szkoleniach dotyczących różnorodności. Ponownie jest widoczna różnica między Wielką Brytanią i Holandią a pozostałymi krajami. Nie oznacza to jednak, że w Wielkiej Brytanii i Holandii szkolenia są nieodłącznym i oczywistym elementem kariery zawodowej. Ogólnie niewiele jest możliwości, ale także zachęt, do odbywania takich szkoleń, brakuje ponadto procedur, które regulowałyby ich status i znaczenie. Postawy pracowników względem szkoleń również pozostają zróżnicowane – od typowo afirmatywnych, postrzegających szkolenia jako niezbędny warunek profesjonalizmu, po sceptyczne czy nawet krytyczne.

Załącznik 1

Lista wywiadów (czerwiec-lipiec 2011 roku)

Lp.	Kraj	Media	Płeć	Wiek	Staż pracy (w latach)
1.	Wielka Brytania	agencja medialna	M	44	9
2.	Wielka Brytania	agencja medialna	K	47	7
3.	Wielka Brytania	telewizja	K	40	17
4.	Wielka Brytania	radio	M	52	30
5.	Wielka Brytania	prasa	M	34	13
6.	Wielka Brytania	telewizja	K	49	22
7.	Wielka Brytania	telewizja	K	42	10
8.	Wielka Brytania	telewizja/radio	K	47	8
9.	Wielka Brytania	telewizja	K	43	18
10.	Wielka Brytania	telewizja/radio	M	51	15
11.	Polska	radio	M	48	20
12.	Polska	telewizja/radio	M	45	20
13.	Polska	telewizja	M	34	14
14.	Polska	prasa	M	40	17
15.	Polska	radio	M	48	18
16.	Polska	radio	M	38	21
17.	Polska	prasa	M	63	29
18.	Polska	prasa	M	35	15
19.	Polska	prasa	M	51	30
20.	Polska	radio	M	53	30
21.	Polska	telewizja	M	38	15
22.	Polska	radio	M	42	23
23.	Holandia	prasa	K	42	16
24.	Holandia	telewizja	M	45	15
25.	Holandia	telewizja	K	50	29
26.	Holandia	telewizja/radio	K	30	4
27.	Holandia	telewizja/radio	K	56	13
28.	Holandia	prasa	M	42	18
29.	Holandia	telewizja/radio	M	45	24
30.	Holandia	prasa	M	54	27
31.	Holandia	prasa	M	33	11
32.	Holandia	telewizja	M	49	28
33.	Irlandia	prasa	M	48	20
34.	Irlandia	radio	K	37	5

35.	Irlandia	prasa	K	30	7
36.	Irlandia	radio	K	30	7
37.	Irlandia	telewizja	M	30	6
38.	Irlandia	prasa	M	55	36
39.	Irlandia	telewizja/radio	M	56	34
40.	Irlandia	telewizja	K	44	0,4 (3 miesiące)
41.	Irlandia	prasa	M	38	12
42.	Irlandia	telewizja	M	44	20
43.	Irlandia	telewizja	M	63	46
44.	Grecja	prasa	K	46	26
45.	Grecja	telewizja	K	47	25
46.	Grecja	prasa	K	33	10
47.	Grecja	agencja medialna	M	50	17
48.	Grecja	prasa	M	42	5
49.	Grecja	prasa	M	38	9
50.	Grecja	prasa	M	51	22
51.	Grecja	radio	M	49	24
52.	Grecja	prasa	M	50	28
53.	Grecja	telewizja/radio	K	34	11
54.	Grecja	prasa	M	45	24
55.	Grecja	telewizja/radio	M	49	25
56.	Grecja	telewizja	M	31	11
57.	Grecja	prasa	M	30	7
58.	Grecja	radio	M	28	7
59.	Włochy	radio	M	37	5
60.	Włochy	telewizja	M	41	31
61.	Włochy	radio	K	41	16
62.	Włochy	radio	K	47	29
63.	Włochy	prasa	M	55	30
64.	Włochy	telewizja	K	40	15
65.	Włochy	prasa	K	51	30
66.	Włochy	prasa	K	37	14
67.	Włochy	prasa	M	56	40
68.	Włochy	telewizja	M	56	40

Za treść publikacji odpowiada Instytut Spraw Publicznych, poglądy w niej wyrażone nie odzwierciedlają oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej

Projekt „Polskie Forum Integracyjne II” jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu na rzecz Integracji Obywateli Państw Trzecich oraz z budżetu państwa.



Copyright by Fundacja Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2013.
Przedruk materiałów Instytutu Spraw Publicznych w całości lub części możliwy jest wyłącznie za zgodą Instytutu.

Cytowanie oraz wykorzystanie danych empirycznych dozwolone jest z podaniem źródła.

Instytut Spraw Publicznych
ul. Szpitalna 5 lok. 22
00-031 Warszawa
tel. +48 022 556 42 99, fax +48 022 556 42 62
www.isp.org.pl