

E lapszámunkban arra a kérdésre fókuszálunk, hogy miként jelenik meg a migráció és a mobilitás az európai sajtóban. Magyar fordításban közöljük az Európai Unió Horizon 2020 programja által finanszírozott REMINDER (*Role of European Mobility and Its Impacts in Narratives, Debates and EU Reforms*, grant agreement no. 727072) projekt (2017–2019) 11. munkacsoportjának 2018 májusában angol nyelven a projekt honlapján (www.reminder-project.eu) megjelent három kutatási jelentését. A 14 európai felsőoktatási intézmény és kutatóközpont által konzorciumi formában végzett, az Oxfordi Egyetem által koordinált vizsgálatsorozat célja az, hogy empirikus kutatásokkal segítse a migrációról és a mobilitásról folyó szakmai vitákat, igyekezzen áthidalni a migráció és a mobilitás kapcsán megjelent politikai és ideológiai ellentéteket, és megkönnyítse a migrációval kapcsolatos szakpolitikai döntések kidolgozását. A kutatók értelemszerűen nem foglalnak állást a migráció és a mobilitás kérdésében, csupán a jelenség adatokkal alátámasztott leírására, az összefüggések feltárására törekednek. A konzorcium magyarországi partnerintézménye a Budapesti Gazdasági Egyetem. A kutatócsoport levelezési címe: European Journalism Centre, Orenjeplein 106, 6224 KV, Maastricht, Hollandia.

Bajomi-Lázár Péter, szerkesztő

ERIC KARSTENS – BARBARA KUZNIK – ROBERT MCNEIL

Migráció és média Nyugat-Európa uniós tagállamaiban*

Az Európai Unió Horizon 2020 programja által finanszírozott REMINDER projekt részeként készült kutatás újságírók, illetve információforrásaik körében végzett fókuszcsoporthoz és személyes beszélgetések, valamint kérdőíves vizsgálatok segítségével azt igyekezett feltárni, miként tárgyalja a média a mobilitás és a migráció kérdését öt nyugat-európai országban.¹ A vizsgálat célja néhány olyan tényező feltárása, amely az Egyesült Királyságban, Németországban, Olaszországban, Spanyolországban és Svédországban az európai uniós mobilitásról és a harmadik országok állampolgáiról szóló hírek előállítását és narratív kereteit formálja. Valamennyi vizsgált ország médiagyakorlatában közös, hogy az újságíróknak idealista elképzeléseik vannak hivatásukról. Munkahelyük megtartásában jobban bíznak északon, mint délen. Bár a németek és a svédek elismerik a politikai és az üzleti körök strukturális befolyását, megőrzik szerkesztői autonómiájukat. Az olasz újságírók tudatában vannak a rendszerbe kódolt pártosságnak, a spanyolok pedig úgy érzik, a különféle hatalmi csoportok közvetlenül manipulálják a híreket. Az Egyesült Királyságban az újságírók elfogadják, hogy egyes orgánumok meghatározott politikai irányvonalat és álláspontot képviselnek. Az újságírók a migrációra általában mint *mások ügyére* vagy egyenesen mint *problémára* tekintenek, amelyet gyakran az országban éppen aktuális félelmek és a napirenden szereplő társadalmi ügyek definiálnak. A magasan képzett munkaerő

* Az eredeti, angol nyelvű tanulmány „Media practices related to migration and intra-EU mobility in the EU-15 Member States” címmel itt olvasható: https://www.reminder-project.eu/wp-content/uploads/2018/05/with-cover_D11.1.pdf (utolsó letöltés: 2018. IX. 5.) – a szerk.

1 Az angol *mobility* egyaránt magában foglalja azt, amikor valaki az Európai Unión belül tanulási vagy munkavállalási céllal költözik másik országba, illetve azért, hogy ott töltsen nyugdíjas éveit. Így – az egyébként kézenfekvőnek tűnő *munkaerő-áramlás* helyett – a magyar fordításban is megőriztük a *mobilitás* kifejezést. A *migráció* és a *migráns* kifejezés (az angol eredetiben *migration* és *migrant*) kutatócsoportunk szándéka szerint e tanulmányban értéksemleges kifejezéseként szerepel, és elsősorban az unión kívüli harmadik országból érkező bevándorlók kontextusában jelenik meg. A *migráció* és a *migráns* szavak választását az indokolja, hogy bár egyes nyelveken – például magyarul – a migráns szó negatív konnotációjú, más nyelveken – például olaszul – kifejezetten semleges, az összegző tanulmányokban pedig nem tudtuk figyelembe venni az egyes országok eltérő nyelvhasználatát, hiszen ugyanakkor ragaszkodnunk kellett az egységes szóválasztáshoz is.

áramlásáról alig esik szó, ám a „szegénység által hajtott migrációt” és a menekültek helyzetét nagy médiaérdeklődés övezi. Bár az újságírók többsége a szemléletformáló szándékot és az etikai megfontolásokat hangsúlyozza, a gyakorlatban mindennapi tevékenységüket inkább az egyes társadalmi szereplők által meghatározott témák és problémák határozzák meg. Németországban, Olaszországban és Spanyolországban a megkérdezett információforrások szintén felvilágosító és szabályozó szerepet igyekeznek betölteni, hogy árnyalják a bevándorlás különböző fajtáiról a médiában és a társadalomban kialakult képet. Az Egyesült Királyságban és Svédországban azonban inkább politikai aktorokként tekintenek magukra, függetlenül attól, hogy migráció- és integrációpártiak, vagy ellenzik ezeket. Az unión belüli mobilitás az Egyesült Királyság kivételével szinte sehol sem jelentett problémát, kivéve a kevésbé fejlett országokból, főképp Bulgáriából és Romániából érkező bevándorlók helyzetét.²

Kulcsszavak: fókuszcsoporthoz, keretezés, migráció, mobilitás, napirend, újságírás

1. Előjáróban

A REMINDER projekt 11. munkacsoportja azt vizsgálja, hogy a média miként tudósít a mobilitásról és a migrációról az Európai Unió kilenc tagállamában, és hogy milyen tényezők formálják tudósításait. Kutatási eredményeit a médiatartalmakat és a nagyközönség attitűdjeit vizsgáló 8–10. munkacsoportok eredményeivel együtt érdemes értelmezni. Célja az, hogy az újságírás gyakorlata, a média tartalma, a nagyközönség attitűdjei és a szakpolitikai döntések közötti kapcsolatokat térképezze fel. A projekt megközelítési módja – az újságírókkal készített interjúk és a médiumaik által közölt tartalom összevetése – azokra a Michael Brüggemann (2014) által javasolt módszertani ajánlásokra támaszkodik, amelyek az újságírók szövegkeretezési gyakorlatainak feltárására szolgálnak.

A migránskérdés keretezése világszerte igen vitatott (Allen et al. 2017). A médiumokat gyakran vádolják egyfelől azzal, hogy ellenséges érzelmeket keltenek a migránsokkal szemben (FRA 2016), másfelől azzal, hogy migrációpárti és globális propagandát folytatnak (New Culture Forum 2013). A 11. munkacsoport nemcsak arra a kérdésre keres választ, hogy a média miként keretezi a migráció kérdését – ami részben azon múlik, milyen médiumot vizsgálunk, részben pedig az adott pillanat politikai kontextusától függ –, hanem arra is, hogy milyen tényezők befolyásolják a professzionális újságírókat, amikor arról döntenek, milyen anyagokat tesznek közzé (és így milyen értelmezési keretekhez folyamodnak).

A korábbi kutatások vagy arra a kérdésre fókuszáltak, hogy a politikai aktorok milyen szerepet játszanak az értelmezési keretek építésben (Hanggli 2012, Brüggemann 2014), vagy arra, hogy miként formálják a tudósításokat az intézményes normák, a szerkesztők és a riporterek egyéni torzításai és a szakmai felelősségről alkotott elképzelései (Schudson 1989, Stonbely 2013). E vizsgálat e két kutatási hagyományt igyekszik összekötni. Közelebbről: e munkacsoport azért jött létre, hogy pontosabb képet nyerjen azokról a politikai, gazdasági, intézményi, gyakorlati és technológiai tényezőkről, amelyek a hírgyártást befolyásolják, és amelyek az Európai Unión belüli és a harmadik országból induló mobilitás médianarratíváit és -kereteit formálják.

A 11. munkacsoport itt olvasható első két kutatási jelentése a migrációval kapcsolatos médiagyakorlatokat és -narratívákat elemzi, országokra lebontva, külön tárgyalva a 15 régi és a 10 új (2004 óta csatlakozott) tagállamot.

² A szerzők itt kívánnak köszönetet mondani értékes hozzászólásaikért a következőknek: Heather Beresford, Leopoldo Calabria, Concepcion Cejudo Miranda, Lucas Daniéls, Lisa Ehlin, Cristina Perez Etayo, Beatriz Gomez, John van Havere, Nannette Kröker, Bianca Lemmens, Paula Montana Tor, Daniel Paone, Ivan Picart, Per Strömbäck, Adam Thomas.

1.1. Kutatási módszer

A kutatás e része 221 olyan, újságíróval, illetve információforrással készült félig strukturált fókuszcsoportos beszélgetésre és személyes interjúra épül, amelyet a projekt által vizsgált kilenc országban készítettünk.** Célunk az volt, hogy feltárjuk, vajon az Európai Unió tagállamaiban a hírgyűjtési és a hírgyártási kultúrákban, a célokban és az újságírókra nehezedő nyomásgyakorlási kísérletekben rejlő különbségek befolyásolják-e – s ha igen, miként – a migrációról és az unión belüli mobilitásról szóló tudósításokat és narratívákat. A választott országok – köztük az Egyesült Királyság, Lengyelország, Magyarország, Németország, Olaszország, Románia, Spanyolország és Svédország – gazdasági, földrajzi és kulturális értelemben tükrözik az Európai Unió sokszínűségét. Ezekhez hozzáadtuk Szlovéniát is, mivel pilotkutatásunkat ott végeztük, és az ott nyert adatok használhatónak és érdekesnek bizonyultak. A fókuszcsoportos beszélgetéseket és a személyes interjúkat írásos kérdőívvel egészítettük ki. Készült egy online közvélemény-kutatás is, ám ennek eredményeit csak később tesszük közzé.

A minta méretét és összetételét valamennyi vizsgált uniós tagországban az ottani média méretéhez és összetételéhez igazítottuk. A vizsgálatban való részvételre kiválasztott újságírók/médiások és információforrások mintája így országról országra változik, és tükrözi az egyes országok népességét, a médiumok által elért közönség nagyságát, valamint azt, hogy azok – a helyi médiaelemzők szerint – milyen mértékben befolyásolják az adott országban a migrációról szóló vitát.

Interjúalanyaink közt egyaránt voltak olyanok, akik a migrációról tudósítottak – köztük újságírók, publicisták, az online szférában befolyásos személyiségek – és olyan kulcsforrások, akik az újságíróknak szolgáltattak információkat. E források között kormányzati alkalmazottak és *public relations* szakemberek, nemkormányzati és civil szervezetek aktivistái és szóvivői szerepeltek. Az interjúk többsége (több mint 70 százaléka) a migrációról tudósító újságírókkal készült, a többi pedig az információforrásokkal. A terepmunka nagyobb része (58 százaléka) egyéni interjúkból, kisebb része (42 százaléka) fókuszcsoportos vizsgálatokból állt. Az interjúk és a fókuszcsoportos beszélgetések ugyanazt a félig strukturált kérdéssort követték, noha az újságírók és az információforrások – eltérő szerepük okán – részben különböző kérdéseket kaptak.

Az újságírókkal készült interjúink célja annak az általános világgépnek a feltárása volt, amelyet médiaszervezetük követ. Emellett igyekeztünk azt a világgépet is feltérképezni, amely fogyasztóikat (olvasóikat, nézőiket, követőiket, célmédiумаikat stb.) jellemzi. Az alábbi kérdésekre kerestünk választ:

- Mi formálja a migráció leírására használt nyelvi választásokat?
- Milyen mértékben tartják a beszélgetések résztvevői fontosnak, hogy különbséget tegyenek az Európai Unión belüli és kívüli migráció között; esetleg más jellegű különbségtételeket tartanak fontosnak?
- Mire gondolnak, amikor a migrációról beszélnek, és mit gondolnak arról, amit ilyenkor a közönségük gondolhat?

A kérdések másik csoportjával a szerkesztőségek és más munkahelyek kultúráját és gyakorlatát kívántuk feltárni. Olyan tényezőket igyekezett megismerni, mint:

- a vezetés stílusa,
- a munkaerő összetétele,
- a határidők nyomása,
- valamint a munkahely biztonsága és az újságírót fenyegető veszélyek.

Megvizsgáltuk azt is, hogy a hírszervezetek intézményes gyakorlatai és normái miként befolyásolják azt, ahogyan ezek a szervezetek az uniós mobilitás kérdését kezelik. Azt is igyekeztünk feltárni, mik egy „jó sztori” alkotóelemei, valamint milyen döntéshozatali folyamatok jellemzik azokat az újságírókat, akik az uniós mobilitás és az Európai Unión kívüli, harmadik országból érkező migráció kérdésével foglalkoznak. Emellett elemeztük az egyes országok médialátképeinek különbségeit is.

Az információforrásokkal készült interjúk hasonló kérdésekből álltak, mint az újságírókkal készült interjúk, ám szervezeteik általános céljait, a médiához való közeledésük módját és specifikus célját is igyekeztek feltárni. Arról is

** „Információforrásnak” az angol eredetiben felváltva szereplő *source* és *influencer* kifejezéseket fordítottuk – a ford.

megkérdeztük őket, hogy a média szükségletei miként befolyásolják az általuk összeállított információs anyagokat és sajtóközleményeket, azok milyen hangnemben és tartalommal készülnek, és hogyan időzítik közzétételüket.

Hogy a lehető legtermészetesebb és legnyíltabb válaszokat kapjuk, és hogy egyetlen releváns szereplő se maradjon ki a mintából, az interjúkat az adott ország nyelvén készítettük. Az eredményeket ugyanakkor angolra fordítottuk, hogy ezt az elemzést el tudjuk készíteni. Valamennyi válaszadónak anonimitást biztosítottunk.

1.2. Gyakorlati korlátok

A résztvevőket a European Journalism Centre-hez, a Budapesti Gazdasági Egyetemhez és az Oxfordi Egyetemhez kapcsolódó helyi és regionális médiaelemzők kérték fel. A felkérés alapja a vizsgált országok médialátképének és a migrációról szóló médiavitáknak az ismerete volt. Bár valamennyi országban arra törekedtek, hogy a minta reprezentálja a jelen lévő médiumok és az információforrások teljes spektrumát – beleértve az egyes országok médialátképének politikai, társadalmi és szakmademográfiai változatosságát is –, a médiaelemzőknek számos olyan praktikus korláttal is szembe kellett nézniük, amelyet e kutatási jelentés olvasása során is figyelembe kell venni. Ezek közé tartozik egyfelől az adott keretek között megkérdezhető interjúalanyok száma, másfelől az, hogy nincs megbízható mérési mód annak felbecsülésére, hogy az egyes médiumok és információforrások milyen súllyal formálják a migrációról folyó vitát.

Érdemes ezért az alább olvasható eredményeket inkább a vizsgált országok médiagyakorlataiba nyert betekintésnek, mintsem összképnek tekinteni, és később további vizsgálatokkal bővíteni. Fontos azt is figyelembe venni, hogy valamennyi válaszadó tudatában volt annak, hogy megőrizheti anonimitását, és hogy minden olyan információt, amely az egyes beszélőket és az általuk elmondottakat összekötheti, eltávolítottunk a harmadik fél által is hozzáférhető dokumentumokból. Ez egyben azt is jelenti, hogy egyes kijelentéseiket inkább körülírjuk, mintsem szó szerint idézzük.

Az egyes médiumtípusok jellemzése – „elektronikus média”, „online híroldal”, „tévé”, „heti lap”, „rádió” – lényegében leíró jellegű és semleges hangvételű. Mások azonban – ilyen például a „bulvár” és a „minőségi sajtótermék” – többféleképpen értelmezhetők a különböző országokban; akár fizikai formátumnak, akár szemléletmódnak, akár mindkettőnek tekinthetők. E kutatási jelentésben e terminusokat (és továbbiakat) végig abban az értelemben használjuk, ahogyan az újságírók és az információforrások használták őket a maguk országában. A következetesség kedvéért ugyanakkor a nyomtatott sajtótermékek újságíróitól származó idézeteknél minden ország esetében a következő kifejezéseket használjuk:

- „bulvárlap”: minden olyan sajtótermék, amely a hírességekre, az életmódra vagy a szenzációra fókuszál;
- „minőségi napilap”: minden olyan sajtótermék, amely kisebb figyelmet fordít a fenti kérdésekre.

Ezek a kifejezések ugyanakkor nem fejeznek ki semmilyen értékítéletet sem az egyes médiumtípusokra nézve.

Forrásaink választhattak aközött, hogy fókuszcsoportos beszélgetésen vagy egyéni interjúban vegyenek-e részt. Többségük az egyéni interjút választotta, de valamennyiüknek ugyanazokat a kérdéseket tettük fel. Mindkét módszernek megvannak az előnyei és a korlátai: az interjúkból részletesebb és sokszínűbb válaszokat nyertünk, míg a fókuszcsoportok lehetőséget kínáltak a résztvevőknek arra is, hogy vitába szálljanak egymás állításaival.

E kutatást erősen befolyásolta a 2015-ös menekültválság, amely számos vizsgált országban a háttérbe szorította a migráció és a mobilitás összes többi kérdését, és így nagymértékben csökkentette azoknak az eseteknek a számát, amikor a média az Európai Unió belüli mobilitásról tudósított. E szempontból figyelemre méltó kivételt jelentett az Egyesült Királyság, amellyel – a brexit, illetve a migráció és az unió belüli mobilitás abban játszott szerepe miatt – különösen részletesen foglalkozunk.

2. Országleírások

A két – nyugat-európai és közép/kelet-európai – kutatási jelentés tehát összesen kilenc európai uniós tagországról szól. A mintában szereplő országokat úgy választottuk ki, hogy földrajzi, gazdasági és kulturális szempontból a lehető legjobban reprezentálják az Uniót. Két csoportra osztottuk őket: az egyikbe a régi (nyugat-európai) tagországok (ezt jelöli az EU 15 rövidítés), a másikba a 2004 óta csatlakozott új (közép/kelet-európai) tagországok (az EU 10) kerültek.

A két csoportot azért tárgyaljuk külön, hogy kezelni tudjuk az egyes országok eltérő média- és politikai látképéből fakadó különböző hagyományokat és tapasztalatokat.

A régi tagállamokat az Egyesült Királyság, Németország, Olaszország, Spanyolország és Svédország képviseli; ezek mind az uniós állampolgároknak, mind az Unión kívülről érkező migránsoknak célországai. Az új tagállamokat Lengyelország, Magyarország, Románia és Szlovénia képviseli; ezek az elmúlt évszázadban migrációs szempontból inkább forrás-, mint célországok voltak.

2.1. Az EU 15 politikai és médialátképe

Az Európai Unió régi tagországai, vagyis az EU 15 államok stabil demokráciák, ahol nagyfokú sajtószabadság érvényesül. Sajtószabadság tekintetében a Freedom House (2017) Svédországot (11 pont), Németországot (20 pont), az Egyesült Királyságot (25 pont) és Spanyolországot (28 pont) „szabadnak”, Olaszországot pedig (31 pont) „részben szabadnak” minősítette.^{***} A Ríporterek Határok Nélkül (2017) rangsora ugyanerre a megállapításra jutott – azzal a kivétellel, hogy sokkal rosszabbnak ítélte meg Olaszország helyzetét, amely Lengyelországgal holtversenyben az 52. helyre került a globális sajtószabadság-listán.

A vizsgált országok az elmúlt években számos olyan problémával néztek szembe, amelyek közül közvetve vagy közvetlenül több is a migrációhoz kötődik. Ezek közül a legmeghatározóbb az Egyesült Királyság döntése volt arról, hogy kilép az Európai Unióból. Az egyik fő brexitpárti politikai érvet, egyben a referendum hajtóerejét épp az unión belüli mobilitás ellenzése jelentette (Cummins 2017).

Németország és Svédország 2015 óta nagy számú menekültet fogadott be Szíriából és a környező államokból, és továbbra is az afrikai migráció elsősorú célországa, ez pedig hozzájárult az olyan populista pártok felemelkedéséhez, mint a Alternatíva Németországnak (*Alternative für Deutschland*, AfD) és a Svéd Demokraták. Mindkét párt több mint 12 százalékot ért el a legutóbbi választásokon.

Olaszországnak és Spanyolországnak egyaránt szembe kell néznie a Közép-Keletről és Észak-Afrikából érkező bevándorlókkal, akik a Földközi-tengeren vagy a marokkói spanyol enklávéban keresztül próbálnak eljutni Európába. Emellett nagy számban érkeznek bevándorlók az Európai Unió új, közép/kelet-európai tagállamaiból is, miközben a gazdaság csak most áll talpra a válság után, és egyes országok politikai feszültségekkel néznek szembe – ilyen például a katalán autonómiatörekvés.

2.2. Az Egyesült Királyság politikai és médialátképe

A 2000-es években a megengedő bevándorláspolitikai és a folyamatos gazdasági növekedés miatt meredeken emelkedett a szigetországba érkezők száma. Ez hozzájárult ahhoz, hogy a különböző szervezetek és médiumok is hangosan ellenezni kezdték a bevándorlást, amely továbbra is gyors ütemben zajlik (lásd Migration Watch 2011, Crawley et al. 2016). Az uniós bevándorlók létszámának emelkedését az Egyesült Királyság piacnyitása magyarázza: az ország Svédország és Írország mellett egyike volt annak a három tagországnak, amely már 2004-ben megnyitotta munkaerőpiacát és határait a többi tagállam munkavállalói előtt (Migration Observatory 2017a). A külföldi munkavállalók száma a szigetországban a 2013-ban mért 1,2 milliőről 2016-ra 3,6 millió főre nőtt (UK Office for National Statistics 2017). Az új tagállamokból érkező munkavállalók zöme alacsony képzettséget igénylő és rosszul fizetett állásokban helyezkedett el (Migration Observatory 2017b). Bár a szakpolitikusok azt ígérték, hogy a bevándorlók számát néhány tízezer főre csökkentik, a migráció tovább nőtt David Cameron konzervatív koalíciójának 2010-es hivatalba lépése után is. Így a nettó migrációs egyenleg volt a kilépés mellett szóló egyik legnyomósabb érv az uniós tagságról tartott 2016-os brit népszavazást megelőző kilépési kampány alatt (Cummins 2017).

^{***} A Freedom House éves sajtószabadság-vizsgálataiban az egyes országokat a szabad (1–30 pont), a részben szabad (31–60 pont) és a nem szabad (61–100 pont) kategóriákba sorolja – a szerk.

A kilépés melletti kampány sikeres volt, s az Egyesült Királyság azt követő döntése, amely szerint kilép az Európai Unióból, politikai viharokhoz, illetve ellentmondásos társadalmi és gazdasági következményekhez vezetett. A fontot leértékelték, és több támadást követtek el más uniós tagországokból érkezett migránsok ellen. Az azonnali hatások közé tartozott az is, hogy csökkent általában a nettó migráció mértéke és különösen a 2004-ben csatlakozott tagállamokból érkezők száma (Migration Observatory 2017c).

A brit médiapiac „nagy, komplex és érett, nemzetközi összehasonlításban pedig vitathatatlanul a második az Egyesült Államoké után” (EJC 2009). A műsorszolgáltatásban domináns szerepet játszik a közfinanszírozású BBC. A BBC nemzetközi, országos és regionális szinten nyújt televíziós, rádiós és online tartalomszolgáltatást. Közönségpiaci részesedését tekintve a csatorna szórakoztató és hírműsorai 2017-ben az összes televíziónéző 32 százalékát (BARB 2017), 2017 III. negyedévében a rádióhallgatók 52 százalékát (RAJAR 2017) vonzották. A kormánnyal szembeni függetlenség és a politikai pártatlanság fenntartását a csatorna Királyi Chartája és a közmegegyezés biztosítja (DDCMS 2016). A BBC után az ország második legnagyobb televízióműsor-szolgáltatója az ITV, amely 2016-ban 21 százalékos piaci részesedéssel bírt. Ezt követi a Channel 4 és leányvállalatainak csoportja (10 százalék), valamint a Channel 5 (4 százalék) (BARB 2017). A politikai pártatlanságot előíró szabályok a kereskedelmi csatornákra is vonatkoznak, amelyeket az Ofcom médiahatóság felügyel. A semlegesség előfeltétele a műsorszolgáltatási engedélyek kiadásának és megújításának is (Ofcom 2017), így a televízió és a rádió az Egyesült Királyságban jellemzően apolitikus – ezért az elektronikus médiumok a brexitkampányban sem foglaltak állást. Ugyanakkor azok a migrációról szóló tudósítások, amelyek a jellemzően átpolitizáltabb nyomtatott sajtóban (és kisebb mértékben az online médiában) jelennek meg, gyakran visszaköszönek az elektronikus médiumokban is.

Az Egyesült Királyságban erős, politikailag befolyásos országos nyomtatott sajtó működik. Az ország egyes részein – Skóciában, Wales-ben és Észak-Írországban – a brit újságok gyakran forgalmazznak helyi kiadásokat, amelyek mellett egyes térségekben számos nem országos lap is elérhető. Több nagyobb városnak és régióknak is van saját lapja. A brit újságok három fő kategóriába sorolhatók:

- minőségi napilapok és ezek vasárnapi kiadásai: Financial Times, Times, Daily Telegraph, Guardian, The I;
- középutas (a minőségi és a bulvárlapok közötti átmenetet képviselő) újságok piaca, elsősorban a Daily Mail és a Daily Express, illetve ezek vasárnapi kiadásai;
- bulvárlapok: The Sun, The Daily Mirror, The Daily Star és vasárnapi kiadásai.

Az Egyesült Királyság legfontosabb nyomtatott sajtótermékei néhány személy és szervezet kezében összpontosulnak. A Media Reform Coalition 2015-ös becslése szerint a brit lapkiadás 71 százalékát három vállalat, a Times és a The Sun forgalmazója, a News Corporation (33,6 százalék); a Daily Mail és a Mail on Sunday tulajdonosa, az Associated Newspapers (24,1 százalék), illetve a Daily és a Sunday Mirror, valamint a The Sunday People kiadójaként ismert Mirror Group (13,6 százalék) tulajdonolja. A bulvárlapok és a középutas lapok piaca jóval nagyobb, mint a minőségi napilapoké. Emellett több hetilap – az Economist, a Spectator és a New Statesman – és több üzleti témájú napilap – például a Financial Times – is forgalomban van; ezek elsősorban az elitnek és a politika iránt érdeklődőknek szólnak.

Közpolitikai kérdésekben – így migrációs ügyekben is – a legtöbb bulvárlap és középutas újság markáns jobbközép álláspontot képvisel, és hagyományosan inkább a Konzervatív Pártot támogatja. Az egyetlen kivételt a munkáspárti Mirror jelenti, amelynek politikai elköteleződése ugyanakkor az évek során többször változott (Yougov 2017). A Mirror és a Mail on Sunday kivételével a lapok többsége az uniós tagságról szóló népszavazás során a kilépést támogatta (Reuters Institute 2016).

Az online hírmédiát a nyomtatott sajtóban domináns szereplők határozzák meg; ilyen a BBC, a Mirror Group, a Daily Mail, a Telegraph, a Guardian és a Sky (Similarweb 2016). Az online, a nyomtatott és a rádiós-televíziós tudósítások közti határok gyakran elmosódnak, mivel számos újságíró egyszerre több orgánumnak dolgozik. Több csak online elérhető híroldalnak (ilyen például a BuzzFeed és a Huffington Post) és politikával foglalkozó oldalnak (Politico, Politics.co.uk) megvan a maga – gyakran fiatalokból álló – célközönsége, miközben néhány egykor nyomtatott lap (például az Independent) ma már csak online jelenik meg.

2.3. Németország politikai és médialátképe

Egy friss közvélemény-kutatás szerint a lakosság 44 százaléka gondolja úgy, hogy a migráció problémát jelent Németországban, amelyre megoldást kell találni (Statista 2017), így sürgetőbb kérdés, mint az oktatási rendszer reformja (21 százalék), a terrorizmus vagy a klímaváltozás (12–12 százalék). A 2017-es választási kampányban az AfD migrációellenes álláspontot képviselt, és határozottan szembement a vele szemben kritikus médiával, amelyet „Lügenpresse”-nek (hazugságsajtónak) nevezett. Az AfD újkeletű sikerét és a véleményformáló médiumok elleni támadását azóta viták övezik Németországban.

A német média duális jellegű: egyfelől a regionális közszolgálati adók, másfelől a magán szereplők tulajdonában álló médiumok – köztük nyomtatott újságok – jellemzik. A lakosság a legnagyobb mértékben a köztelevízióban és –rádióban bíz (Infratest Dimap 2017); ezeket a ma gazdasági nehézségekkel küzdő, de még mindig sokszínű regionális és országos napi- és hetilapok követik. Ugyanezek a szereplők uralják az online hírcsatornát is, ahol mindössze néhány, kizárólag online olvasható hírcsatorna tudta megvetni a lábát. Egyetlen országos és néhány helyi-városi bulvárlap van forgalomban.

Németországban lényegében minden fő véleményformáló és napirend-meghatározó médium centrális és viszonylag mérsékelt pozíciót foglal el, esetleg valamely főáramú politikai irányzathoz húz. Még a bulvárlapok is kerülnek a szenzációs hangvételű tudósításokat, hogy ne kedvezzenek a szélsőséges politikai csoportoknak. Bár vannak szélsőjobb oldali és szélsőbaloldali médiumok is, ezek csak marginális szerepet játszanak a közbeszédben. A német nyilvánosság növekvő sokszínűsége, fragmentálódása és polarizálódása nem feltétlenül tükröződik a hírmédiában, ugyanakkor a közösségi médiafelületeken már megjelenik (Kollanyi et al. 2017).

A politika erői mérsékelt befolyást gyakorolnak a médiára (Maurer 2017), és minden orgánus nagyfokú szerkesztési függetlenséget élvez, még abban az esetben is, ha nyíltan állást foglal politikai kérdésekben. A közszolgálati médiumoknak a törvény szerint meg kell őrizniük semlegességüket. Ezeket inkább kötelező előfizetési díjakból, mintsem az állampolgárok adójából vagy kormányzati juttatásokból finanszírozzák, irányításuk független a kormányzattól. A megkérdezettek szerint a közszolgálati médiumokban a döntéshozó pozíciókat a politikai pártok erőviszonyaival arányosan osztják el.

A hagyományos nyomtatott sajtó hanyatlása ellenére a német média a közszolgálati előfizetési díjaknak, a lapelőfizetéseknek, a hirdetéseknek és az egyéb forrásokból származó bevételeknek köszönhetően jól finanszírozott. A kereskedelmi média ma kevésbé jövedelmező, mint korábban, de gazdaságilag még így is önfenntartó (lásd például Thomaß & Horz 2017).

2.4. Olaszország politikai és médialátképe

Az elmúlt években a Földközi-tengeren át Olaszországba érkező nagy számú migráns jelentős mértékben formálta át az olasz szakpolitikusoknak és az újságíróknak a migráció kérdésére adott válaszait (Crawley et al. 2016, Colombo 2017); e hatás érvényesült a vizsgálat időpontjában is. A média Olaszországban egyrészt a válság humanitárius következményeivel kapcsolatos aggodalmakat tükrözte (ezek a szálláskörülmények, az egészségügyi ellátás, a parti sávban hajótörést szenvedő migránsok és a líbiai partoknál felállított táborok helyzete miatt merültek fel), másrészt az „invázió” és a bűnözés kockázatának növekedésével kapcsolatos félelmeket jelezte, miközben az Északi Ligához hasonló populista mozgalmak a negatív érzelmekből igyekeztek tőkét kovácsolni.

Olaszországban a televízióknak van a legnagyobb szerepe a közvélemény formálásában. A nyomtatott lapok kis példányszámban jelennek meg, és elsősorban az iskolázott, politika iránt érdeklődő közönségnek, s nem a társadalom szélesebb rétegeinek szólnak. Olaszországban nincsenek bulvárlapok, bár a televízióműsorok egy része hasonló funkciót tölt be. A közszolgálati média, a RAI tulajdonosa a pénzügyminisztérium; a legnépszerűbb kereskedelmi csatornák a korábbi miniszterelnök, Silvio Berlusconi érdekeltségébe tartozó Mediaset vállalat tulajdonában állnak (lásd még Mancini & Gerli 2017).

Bár a pártosság mértéke az olasz média kommercializálásával csökkent, a politikai befolyás továbbra is átszövi az olasz médiarendszert (Esser & Umbricht 2013). A három nagy közszolgálati televíziócsatorna hagyományosan az ország

legfontosabb politikai mozgalmához kötődött, és az egész intézmény közvetlenül a kormányzat irányítása alatt áll. A közszolgálati csatornákkal versengő legnagyobb kereskedelmi csatornát, a Médiasetet az ország meghatározó politikai szereplői birtokolják. Az újságok állami szubvenciókban részesülnek vagy különböző gazdasági érdekcsoportok finanszírozzák őket. Míg a kereskedelmi televíziózás a nagy reklámbevételeknek és előfizetői díjnak köszönhetően virágzik, a közszolgálati média előfizetési díjából tartja fenn magát. A nyomtatott sajtó és az online média bevételei bizonytalanok, és ezek az orgánumok önmagukban nem jövedelmezők.

2.5. Spanyolország politikai és médialátképe

Spanyolországban a kutatás idején a katalán autonómia-törekvések ellenére is fontos téma volt a migráció – különösen a spanyol partokat hajóval elérő migránsok folyamatos beáramlása (Frontex 2018), a spanyol enklávék – Ceuta és Melilla – területére való sorozatos belépési kísérletek, valamint az újonnan érkezők elhelyezésére irányuló kormányzati erőfeszítések miatt (Guardian 2017).

Spanyolországban az 1980-as évek eleji demokratizálódást és az uniós csatlakozást követően a kormányzati ellenőrzés alatt álló médiumokat különböző kereskedelmi és közszolgálati médiaszervezetek váltották fel. A 2008 és 2012 közötti gazdasági válság után számos csak online elérhető híroldal jelent meg, mintegy válaszul a spanyol hírgazdaságot (*news ecosystem*) jellemző finanszírozási nehézségekre és lakossági bizalom hiányára (EJC 2017).

A spanyol médiarendszert kétféle kötődés határozza meg: egyfelől a médiumok és a pártok közötti párhuzam, másfelől a regionális autonómiamozgalmak és a nemzeti egység kérdésében elfoglalt álláspontjuk. Ez azzal jár, hogy a szerkesztőségek inkább véleményformálásra, mint tájékoztatásra törekednek, illetve kialakult egyfajta „forgóajtó”-jelenség a pártok és a médiumok között. E helyzetben a lakosság úgy érzi, hogy a médiumok – különösen a hagyományos orgánumok – többsége pártos és elkötelezett, és a nemzeti és a tartományi kormányok és vállalatok befolyása alatt áll. A független digitális *start-up* híroldalak megjelenése válasz az így kialakult helyzetre is.

A kereskedelmi televíziózás továbbra is jövedelmező, míg az újságok pénzügyi problémákkal küzdenek, amit tovább súlyosbít az értékesített példányszám csökkenése. A közszolgálati média állami tulajdonban van, és központi támogatásban részesül.

2.6. Svédország politikai és médialátképe

Svédországban a kutatás idején a szíriai polgárháború és a menekültválság, a brexit, a bűnözés, a terrorizmus és az „alt right” mozgalommal kapcsolatos belpolitikai aggodalmak okán a migráció volt az egyik legfontosabb téma (lásd például Krzyzanowski 2017).

A svéd hírgazdaságot hagyományosan az előfizetési helyi újságok erős pozíciója határozza meg, ám az elmúlt években az online média súlyának növekedésével egyre meghatározóbbá váltak az országos napilapok. Ezek piaca elsősorban két bulvárlap (az Aftonbladet és az Expressen) és két minőségi napilap (a Dagens Nyheter és a Sydsvenskan) között oszlik meg. Ezek mindegyike a nyomtatott kiadás mellett befolyásos online hírportált is kínál. A közszolgálati média is fontos szerepet játszik Svédországban, bár közönségrészesedése kisebb, mint számos más európai országban (vö. Wadbring & Ohlsson 2017).

A svéd politikai pártok hagyományosan szoros kapcsolatot ápolnak a sajtóval. Bár a lapok ma már nem a pártok, hanem üzleti vállalkozások és alapítványok tulajdonában vannak, a politikai párhuzamosság – azaz egyes lapok és egyes pártok szoros kapcsolata – továbbra is érezhető (vö. Hallin & Mancini 2004). Egyes pártok saját tulajdonú vagy informálisan kapcsolódó online híroldalt is üzemeltetnek. A közszolgálati médiumok (*Sveriges Radio* és *Sveriges Television*) pártatlanul és a politikai arányosság tiszteletben tartásával kötelesek tudósítani.

A helyi újságokra egyre nagyobb pénzügyi nyomás nehezedik, mivel a hirdetési és az előfizetői díjak az országos elérésű lapokhoz vándoroltak; az utóbbiak gazdaságilag stabilak. A közszolgálati műsorszórást kötelező előfizetési díjából finanszírozzák, és tilos hirdetési vagy más bevételi forrásokat igénybe venniük.

3. Az Egyesült Királyság médiája

3.1. Az újságírók

3.1.2. Szakmai háttér

Interjúalanyaink között többségben voltak a férfiak: a mintában szereplő 26 megkérdezettből mindössze hét volt nő, ami elsősorban azzal magyarázható, hogy a belügyi tudósítók zöme férfi, s a migráció kérdése is belügyi kérdésként tematizálódott. A 26 megkérdezettből kilenc a negyvenes, hét-hét fő a harmincas vagy az ötvenes éveiben járt. Ketten már betöltötték hatvanadik életévüket, és csak egy járt húszas éveiben.

Politikai beállítottságuk vegyes volt. A napilapoknál dolgozók többsége (a 14 főből 8) szerint orgánuma jobboldali volt. Négyen mondták azt, hogy baloldali, ketten pedig azt, hogy centrista lapnak dolgoznak. A bulvárlapok és a közéleti újságok munkatársai polarizáltabbak voltak: e szegmens egyetlen szereplője sem mondta azt, hogy orgánuma centrista vagy semleges volna; körükben jóval többen dolgoztak jobboldali, mint baloldali lapoknak (5 vs. 2 fő). A hetilapok újságíróinak többsége balra húzó vagy centrista pozíciójának látta lapját (2–2 fő), s csupán egy fő tartotta azt jobboldalinak. Az elektronikus média munkatársai szerint szervezetük mérsékelt (3 fő) vagy semleges (1 fő) volt. A bulvárlapok és a közéleti lapok képviselői orgánumukat társadalmi kérdésekben inkább konzervatívnak, míg a többi megkérdezett saját médiumát társadalompolitikailag liberálisnak tartotta, vagy se liberálisnak, se konzervatívnak nem nevezte.

A mintában többségben voltak az országos médiában dolgozó újságírók: a 26 főből csak 5 dolgozott helyi vagy regionális médiumnál, 21 pedig országosnál.

A megkérdezettek – néhány figyelemre méltó kivétellel – úgy vélték, munkahelyük társadalmi környezete inkább pozitív. Az elektronikus és az online média munkatársai – egy kivételével – valamennyien így nyilatkoztak. E kérdésben a napilapnál dolgozók voltak a leginkább megosztottak: a megkérdezett 14 újságíróból hét számolt be inkább kedvező társadalmi környezetről, a másik 7 többértelmű választ adott. A legritkábban a minőségi napilapok munkatársai nevezték munkájuk társadalmi környezetét inkább kedvezőnek. A bulvárlapoknál és közéleti lapoknál foglalkoztatottak kis többsége számolt be kedvező társadalmi környezetről (4 fő), míg a többiek többértelműen nyilatkoztak.

A nyomtatott sajtó munkatársai közül a megkérdezettek körében a férfiaknak és a nőknek eltérő tapasztalataik voltak a szerkesztőségi munkáról. A három megkérdezett újságíró (2 minőségi napilap, 1 bulvárlap) egyike sem nevezte a munkahelyi légkört inkább pozitívnak vagy pozitív-semlegesnek. A 12 megkérdezett férfiből ugyanakkor csak 2 nem mondta azt, hogy munkahelyének légköre inkább pozitív vagy pozitív-semleges volna.

„Van a fehér férfiaknak egy összetartozó csoportjuk. Ők azok, akik munka után összejönnek egy italra, és leosztják egymás közt a jobb feladatokat. A nők ezt különböző eszközökkel próbálják ellensúlyozni, de változó [eredménnyel]. ... Sokat kell dolgozniuk, így ha gyerekük születik, rész munkaidőben dolgoznak tovább, ami csökkenti a befolyásukat. A napi 15 órás műszakot csak a pszichopatak élük túl. [Nevet.] Na meg azok, akiket semmi más nem érdekel, és akiknek családjuk sincs. Ez mérgező légkört szül. Az utolsó szót mindig az mondja ki, aki a legtávolabb marad bent az irodában” (UKJO07, bulvárlap).⁶

Négy másik (két hetilapnál, egy műsorszolgáltatónál és egy online híroldal³nál dolgozó) nő ezzel szemben kifejezetten pozitív társadalmi környezetről számolt be.

A legtöbb újságíró viszonylag támogató, kényelmes munkakörnyezetről számolt be, amely általában nagyfokú szabadságot biztosít neki. Néhány napilap munkakörülményeit ugyanakkor kifejezetten tekintélyelvűnek nevezték: „A napilap olyan, mint a hadsereg. Kivezényled a sereget, hogy szerezzé meg a zászlót, de nem folytathatsz vitát velük arról, kell-e az a zászló” (UKJO01, minőségi napilap).

3 Információforrásainkat kóddal jelöltük; az UKJO07 például a 7. brit újságírót, az UKSO01 az 1. brit információforrást jelöli.

Más médiumok munkakörülményeit az újságírók „agresszívnek” nevezték, amennyiben a cikkek hangvételét vagy tartalmát az idősebb munkatársak elvárásaihoz kell igazítaniuk:

„Az az általános megközelítés, hogy a szerkesztő megmondja, mit kell csinálni, és a többiek elvégzik, vagy ha nem, akkor leordítják a fejüket. ... Ez így elég kíméletlen. ... Az egészel az a baj, hogy kialakul a hírszerkesztővel egy tipikus beszédhelyzet. Ő azt mondja, hogy: »A főnök ezt meg ezt akarja.« Te meg mondhatod azt, hogy »nem, ez nem fog menni«, mivel nem így történt. ... Szóval, ha így csináljuk, az pontatlan. ... Vagy elkezdődik a »meddig mehetünk el, na, vajon most meddig lehet elmenni?« játék, ami meg roppant kényelmetlen mindenkinek” (UKJO14, bulvárlap).

Az interjúkból kitűnt, hogy az újságírókat megbecsülik a számukra fontos személyek (főképp a barátok, a családtagok, a partnerek és gyakran a politikusok is), akik komolyan veszik őket – ám a nagyközönség cinikusan viszonyul munkájukhoz. Ez azt is jelenti, hogy az újságírók ritkán gondolják úgy, hogy nagyon pozitívan vagy negatívan tekintenek rájuk. Számos megkérdezett kiemelte, hogy saját „félelmet nem ismerő igazságkereső” szerepfelfogása gyakran ütközött a közvélekedéssel, amely szerint az újságírók „...trágyatúrók, akiknek az igazsághoz való viszonya legalábbis felemás, ha egy »nagy sztoriról« van szó” (UKJO22, minőségi napilap).**** Néhány újságíró ellenséges légkörrel is szembesült, amelyet általában a szélesebb olvasótábora körében, egy esetben pedig saját baráti körében is tapasztalt:

„Még a saját barátaim is utálják, hogy itt dolgozom. Szerintük szégyent hozok rájuk. De ezt már megtanultam figyelmen kívül hagyni, csak végzem a munkám. Ha belém kötnek, annyit mondok: »Nos, az emberek mindennap megveszik a lapot, és az olvasók nem hülyék, hogy mindent kritikátlanul elhiggyenek.« Meggondolatlan és buta dolog azt feltételezni, hogy az emberek semmit nem gondolnak a világról mindaddig, amíg a kezükbe nem veszik a lapot” (UJSO17, bulvárlap).

A külső szereplők vagy személyek által gyakorolt nyomásra vonatkozó felvetést az újságírók jellemzően elvetették, mondván, a hír „szent” (UKJO03, elektronikus médium). Többen szinte nevetségesnek nevezték azt a feltevést, hogy a napi munkavégzés tempója és a határidők nyomása mellett kívülről bárki is beavatkozhatna a tudósításokba. Csak néhányan jegyezték meg, hogy a hirdetőik azért alkalmanként kísérletet tesznek a befolyásolásukra – ám e kísérleteket sikertelennek nevezték. Ugyanakkor azonban érzékelhető volt az is, hogy a tulajdonosokkal vagy a döntéshozókkal (például a vezető szerkesztőkkel) jó kapcsolatot ápoló külső szereplők közvetett befolyást gyakorolnak munkájukra.

A brit újságírók többsége nem érezte közvetlen veszélyben állását, de többen megjegyezték, hogy helyzetük a szakma jellegéből fakadóan eleve bizonytalan.

Szinte minden újságíró érdekesnek és/vagy élvezetesnek tartotta foglalkozását, sokuk pedig egyenesen szenvedéllyel beszélt róla. Csak egy megkérdezett nevezte munkáját unalmasnak. A szakmaválasztás okai között említették a történetmesélés iránti rajongásukat, „a történelem élő közvetítését”, a különböző értékek képviselését („megváltoztatni a világot”), a nyilvános vitához szükséges tájékoztatás demokratikus eszményét, a szakma nyújtotta sokszínűség élvezetét és a kulisszák mögé való bepillantás vágyát:

„[Az újságírás] nem unalmas. Lenyűgöz. Minden nap más. Lehetőséget teremt, hogy sok emberrel beszéljünk, és hallassuk a hangjukat. A második [dolog] ezzel kapcsolatban nagyon fontos – és talán kicsit régmódi vagyok, de nem mondom le róla -: elszámoltatjuk a hatalmon levőket, és megpróbáljuk jobbá tenni a világot” (UKJO12, online híroldal).

**** A „trágyatúró” kifejezést eredetileg Theodore Roosevelt elnök használta a tényfeltáró újságírókra, ám azok büszkén vállalták a pejoratívnak szánt elnevezést – a szerk.

A megkérdezett újságírók célcsoporttól és médiaplatformtól függően eltérően vélekedtek közönségükről. A napilapok képviselői tisztában voltak azzal, hogy olvasótáboruk öregszik. Néhányan ugyanakkor azt is hozzátették, hogy online követőik már más demográfiai csoportot alkotnak. Nagyon kevesen utaltak közönségük politikai beállítottságára.

Bár a válaszok sokszínűek voltak, a legtöbb újságíró legalább egyet felsorolt a következő négy átfogó szakmai kritériumok közül:

- Instrumentalitás: Sikeres termék létrehozása.
- „Breaking news”: Új információk nyújtása.
- Tranzakcionalitás: A közönség tájékoztatása és/vagy szórakoztatása.
- A változás eszköze: A döntéshozatal megkönnyítése és a javítása.

Több újságíró hangsúlyozta az instrumentális célokat, s azok közül is a leggyakrabban a vezetőinek való megfelelést. Ez elsősorban a napilapok (különösen a bulvárlapok) esetében érzékelhető – bár gyakran csak kimondatlanul:

„Amikor nekiülök [egy cikknek], az a célom, hogy tessen a szerkesztőnek, akinek meg az a célja, hogy eladja a lapot. Azaz egy olyan történetet akarok megírni, amelyről ő úgy gondolja, hogy a közönséget is érdekelni fogja. ... Mindig az a kérdés jár a fejemben, vajon az én listámról választ-e majd tudósítást a szerkesztő?” (UKJO02, bulvárlap).

Gyakori célként fogalmazódott meg a hírek feltárása és gyors közlése, vagyis az új információk átadása. Ezt elsősorban a napilapok, valamint az elektronikus médiumok munkatársai említették.

A szintén gyakran megfogalmazott tranzakcionális célt – amely szerint az újságírás feladata a fogyasztónak tekintett olvasók tájékoztatása és/vagy szórakoztatása – a hetilapok, az online híroldalak és az elektronikus médiumok újságírói fogalmazták meg:

„Olyasvalakiként tekintek magamra, aki betekintést nyújt az embereknek a hírekbe. ... Igyekszem segíteni őket, hogy megértsék egyes célok elérésének nehézségét és bonyolultságát, a kompromisszumok szükségességét, és azt, hogy ezek érdekében bizonyos dolgokról le kell mondani. Ezt tartom munkaköröm és feladatom egyik legfontosabb elemének” (UKJO03, elektronikus médium).

A negyedik felhozott szempont az, hogy az újságíró képes lehet változást elérni. Ez különösen a minőségi és a bulvárlapok, valamint a középutas újságok és az online híroldalak esetében jelent meg:

„Nekem az a célom, hogy a lehető legtöbb embert szólítsam meg, és így a lehető legnagyobb hatást gyakoroljam az ország ügyeinek alakulására. ... Szeretném hinni, hogy a színvonalasabb újságírásnak köszönhetően – amelyhez pályafutásom során én is hozzájárulok – nagyobb szabadságban élhetünk az országban” (UKJO18, online híroldal).

A megkérdezett újságírók körében orgánumtól függetlenül konszenzus látszik uralkodni a tekintetben, hogy egy jó „sztori” alkotóelemei a következők: újdonságereje van (a fogyasztó szemében), hatást gyakorol (vagyis megrázó, meglepő vagy más módon drámai történetről legyen szó); emberi/személyes vonatkozása van (középpontjában emberek állnak, vagy a fogyasztó életéhez is kapcsolódik); továbbá a felfedezés élményét nyújtja (új tényeket vagy olyan adatokat közöl, amelyek tágabb összefüggésbe helyezik a történéseket). Ezek a tényezők valamennyi médiumtípus esetében nagyjából egyformán hangsúlyosan jelentek meg.

Amikor a megkérdezettek választhattak, hogy elsősorban kereskedelmi megfontolás, a felvilágosítás szándéka vagy a hatásgyakorlás célja vezérli őket munkájuk során, a legtöbben (a 26 újságíróból 24) a közönség felvilágosításának (*education*) szándékát sorolták az első (17 fő) vagy a holtversenyben első (7 fő) helyre. A kivételt jelentő két újságíró bulvárlapnál vagy középutas lapnál állt alkalmazásban, és az érzelmi hatás kiváltását sorolta az első helyre; e lapok munkatársainak többsége ezt nevezte az első (7 újságíróból 4 fő) vagy holtversenyben az első (2 fő) céljának. Csak egy megkérdezett – egy vezető szerkesztő – jelölte meg az üzleti szempontot elsődlegesként, ugyanakkor ő is csak a szemléletformálás fontossága mellett.

3.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése és a hozzájuk kapcsolódó attitűdök

A legtöbb megkérdezett újságíró (a 26 főből 18) általában kedvezően vélekedett az unión belüli szabad mozgásról. Ugyanakkor a bulvárlapoknál vagy a középutas újságoknál dolgozók többsége (a 7 főből 4) semleges/negatív attitűdöt jelző választ adott.

Nem arra kértük őket, hogy pontosan határozzák meg, támogatják-e vagy ellenzik általában az Európai Unión belüli szabad mozgást, illetve semlegesen viszonyulnak-e a kérdéshez, hanem arra, mondják meg, támogatnak-e vagy elleneznek a szabad mozgással kapcsolatban megfogalmazott különböző állításokat, illetve semlegesen viszonyulnak-e hozzájuk. Ezekhez az állításokhoz a minőségi sajtó munkatársai viszonyultak a legpozitívabban (a 7 főből 5), míg a többi (a 7 főből 2) semleges álláspontra helyezkedett. Ezzel szemben a bulvárlapok és a középutas újságok munkatársainak többsége nem értett egyet a pozitív megállapításokkal, egy részük (a 7 főből 3) pedig a negatív állításokkal azonosult. Ám ugyanennyien támogatták az inkább pozitív állításokat is (a 7 főből 3), egy pedig azokkal az állításokkal értett egyet, amelyek negatív pozícióra engedtek következtetni. A más médiumnál (hetilapnál, elektronikus médiumnál, online híroldalnál) dolgozók többsége inkább az unión belüli szabad mozgást támogató kijelentésekkel értett egyet. Valamennyi online újságíró a pozitív kijelentésekkel értett egyet. Az elektronikus média négy munkatársa közül három inkább a pozitív, a negyedik pedig a semleges pozícióra utaló állításokkal értett egyet. A hetilapoknál dolgozó öt megkérdezett közül négy a pozitív állításokkal azonosult, az ötödik pedig a semleges attitűdre utaló állítással értett egyet.

A migráció egy megkérdezett (jelesül egy regionális bulvárlap/középutas újság munkatársa) kivételével minden megkérdezett újságíró számára nagyon vagy közepesen fontos téma volt.

A brit újságírók között széleskörű egyetértés mutatkozott abban, hogy a „migráns” fogalma egyaránt használható az unió tagországok és más országok állampolgárainak leírására. A megkérdezettek közül csak néhányan utaltak arra, hogy az unió migránsok külön csoportot alkotnak. Általános konszenzus volt abban is, hogy mindazok, akik azzal a céllal lépik át a határt, hogy aztán bármilyen okból egy másik országban éljenek, hivatalosan migránsnak tekintendők. Az újságírók általában a menekülteket és a menedékkérőket is migránsoknak tekintik – de közülük többen jelezték, hogy rájuk specifikus terminológiát alkalmaznak:

„[A migránsok] elsősorban azok, akik messziről, szegénység vagy háború által sújtott területekről jönnek a biztonság vagy a jobb élet reményében. Olyan helyekről, mint Afrika, a Közel-Kelet, Délkelet-Ázsia vagy bármi más. A migránsok másik fele az EU-n belülről érkezik. ... Általában persze nem jutna eszembe migránsként gondolni az [oxfordi] egyetemen dolgozó spanyolra, miközben hajlok rá – és ez nem igazán helyes – hogy másvalakit, aki mondjuk eperszedőnek jön hozzánk Romániából, migránsnak tekintsek” (UKJO10, hetilap).

Az újságírók különböztek a tekintetben, hogy a „migráns” szót semleges vagy többletjelentést hordozó (mindig negatív konnotációjú) kifejezésnek tekintették. A bulvárlapoknál és a középutas újságoknál dolgozók válaszaiból arra következtethetünk, hogy ők is negatív értelemben használják a szót, vagy úgy gondolják, hogy általában negatív jelentésárnyalata van:

„Ha kegyetlenül őszinte akarok lenni, azt mondom, jóval valószínűbb, hogy a migránsok a társadalom szempontjából inkább koloncot, mintsem lehetőséget jelentenek. Sokkal nagyobb hírértéke van egy külföldi bűnözőnek vagy egy állami gondozott tizenévesnek, mint annak, ha valaki kitűnő akadémikusként érkezik azért, hogy itt építse tovább a karrierjét. ... Vagyis nekünk az az érdekes, ha ezek az emberek szembemennek a rendszerrel, kihasználják a kiskapukat, vagy visszaélnak a britek vendégszeretetével ... mert ez az, ami reakciót vált ki az olvasókból” (UKJO17, bulvárlap).

A minőségi sajtó, az elektronikus média és az online híroldalak munkatársainak többsége szerint a fogalom semleges. A hetilapoknál dolgozók megosztottak voltak; egyikük szerint a „migráns” túl tág és pontatlan kifejezés, amelyet jobb

nem használni. Több újságíró, aki azt mondta, hogy a fogalom negatív konnotációjú, megjegyezte azt is, hogy *nem kellene* ilyennek lennie, a média általában mégis ilyen értelemben használja.

A megkérdezett újságírók többsége szerint objektíve nem sokban különböztek egymástól az Unió belülről és az Unió kívülről érkező migránsok, de jogi szempontból eltért egymástól a két csoport. E jogokat hasonlóan, mégis eltérő megközelítésben tárgyaltak: egyfelől olyan tényezőkként, amelyek nagyobb szabadságot biztosítanak az uniós polgároknak:

„Azt hiszem, a fő különbség abban áll, ahogyan a brit bevándorlási rendszer kezeli őket. A szabad mozgás joga miatt az EU-s bevándorlók akkor jönnek és mennek, amikor akarnak. ... Az elmúlt hét évben ugyanakkor az EU-n kívülről érkezőket egyre szigorúbban ellenőrizték. ... Politikai okokból úgy kezelik őket, mint akiknek bizonyítaniuk kell, hogy megéri beengedni őket az országba” (UKJO04, minőségi napilap).

Másfelől az uniós polgárok különleges jogait olyan tényezőknak tekintették, amelyek korlátozzák a brit kormányt a migránsok ellenőrzésében:

„Ha teljesen objektíven nézem, nincs különbség aközött, aki Lengyelországból, és aközött, aki Pakisztánból jön. A jelenlegi kormányzati politika alapján azonban mégis úgy tűnik, hogy nagyon is van. Ha Pakisztánból jössz, sokkal több akadályt kell leküzdened, hogy beengedjenek. Ha lengyel vagy, lényegében tetszésed szerint jöhetsz-mehetsz” (UKJO14, bulvárlap).

Néhány újságíró megjegyezte, hogy a médiában és a közvéleményben az Unió kívüli migránsokról szóló narratívákban rasszista elemek (*racial subtexts*) bújhatnak meg. Egyes bulvárlapok és középutas újságok munkatársai szerint szerkesztőségük aggodalmának adott hangot amiatt, hogy az uniós migránsok részesülhetnek a brit jóléti juttatásokból:

„A brexit népszerűsítése jegyében igyekeztünk többet foglalkozni az uniós bevándorlókkal, mivel a szerkesztő az EU-ból való kilépés mellett szóló fontos érvnek tekintette a jelenlétüket. ... A gyermekellátási juttatások külföldre utalása volt az egyik olyan téma, amelyet újra és újra elővettünk. ... Amikor a brexit mellett emeltem szót, sosem a nigériaiakról és a szíriaiakról beszéltem” (UKJO02, bulvárlap).

Mások saját, a társadalom által is osztott aggodalmaiknak adtak hangot, amikor arról beszéltek, hogy az uniós bevándorlók létszáma túl magas, képzettségük pedig alacsony lehet.

Amikor arról faggattuk az újságírókat, milyen nyelvezetet választottak a migráció leírására, számos megkérdezett mondta azt, hogy egyértelműsége törekszik – bár ez a bulvárlapok és a középutas újságok munkatársaira kevésbé volt jellemző. A különféle orgánumok – így a minőségi, a bulvár- és a középutas újságok – munkatársai arról is beszéltek, hogy igyekeznek kerülni az uszító hangnemet. Egyes bulvárlapnál vagy középutas lapnál dolgozó újságírók hangsúlyozták szerkesztőik elvárásainak és a „médiamegállapodásnak” (*media convention*) a szerepét is – ez utóbbit nevezi Brüggeman (2014) „kollektív jelentéstulajdonításnak”. Többen – köztük az bulvár- és a középutas lapok, az online híroldalak és a minőségi sajtótermékek képviselői – arról számoltak be, hogy igyekeznek emberivé tenni (*humanise*) tudósításaik szereplőit:

„Azt hiszem, [a nyelvhasználatot] a média hallgatóságos szabályai határozzák meg. ... Nem összeesküvésről, nem valamiféle előre egyeztetett dologról van szó, ám az emberek mégis homogenizált megfogalmazásokkal találkoznak nemcsak a migráció, hanem más témák kapcsán is. Szerintem ez azt mutatja, hogy van valamilyen kimondatlan közmegegyezés (*uniformity*) a szavak jelentését és a mögöttük meghúzódó szándékot stb. illetően. A különböző médiumok nyelvileg egymást tükrözik vissza. Így láthatóvá válnak a nyelv- és a fogalomhasználat változásai is” (UKJO13, bulvárlap).

Az interjúk alapján azt mondhatjuk: visszatérő mintázatok rajzolódnak ki arról, hogy a brit újságírók – saját beszámolóik szerint – miként tudósítanak az uniós belüli migrációról, és e mintázatok következetesen ismétlődnek a különböző médiatípusokban. Ilyen mintázatot jelent a munkalehetőségek, a számok, a brexit, a közszolgáltatások és a finanszírozás kérdése. E következetesen visszatérő mintázatok lehetnek az Egyesült Királyságban a migrációról szóló médiavita legfontosabb keretei:

„Sokat beszélünk az uniós migránsok Nagy-Britannia gazdaságára gyakorolt hatásáról, részint mert szerintünk nyilvánvalóan arra utalnak az adatok, hogy az Európából érkező bevándorlás gazdaságilag hasznos az országnak. Próbálunk új módszereket találni arra, hogy ezt meg is mutassuk, és megkérdőjelezzük azt a narratívát, amely szerint a jelenség káros volna. ... [A brexit óta] nagyobb figyelem övezi az európai migrációról szóló tudósításainkat, még akkor is, ha ezek nem kifejezetten a bevándorlásnak a szigetország több pontján is érzékelhető gyors növekedésével kapcsolatos kulturális tapasztalatokról szólnak” (UKJO09, hetilap).

Több megkérdezettnek nehézséget jelentett beazonosítani azokat a kereteket, amelyek között az olyan nem uniós migránsokról írta, akik nem menekültek és nem is menedékkérők. Mások a brit kormányzati narratíva témáihoz igazodtak, így például a munkaerőpiacra (és különösen a képzett munkavállalók beáramlására), a tanulmányi és családi migrációs útvonalakra, valamint a végrehajtási és a biztonsági kérdésekre fókuszáltak – ezek közül az utóbbiak gyakran a törvénytelen migráció és az integráció kapcsán merültek fel.

„Ez a csoport nem igazán látható. Nem is tudom, kik alkotják. Ha megkérdeznéd az embereket, hogy »ki az EU-s migráns?«, [akkor azt mondanák, hogy] »a kávézóban dolgozó lengyel meg a román kagylószedő«. Ha ugyanígy feltennéd a kérdést, hogy »és ki a nem EU-s?«, akkor nem hiszem, hogy erre a kérdésre egy átlagember tudna válaszolni” (UKJO01, minőségi napilap).

Az országos bulvárlapok és a középutas újságok megkérdezett újságírói gyakran negatív színben tüntették fel a menekülteket és a menedékkérőket, és több alkalommal megkérdőjelezték követeléseik legitimitását. De nemcsak ők tettek így:

„Azt hiszem, az emberek elsősorban azt akarják tudni, ... mi elől menekülve kérnek menekültstátust vagy menedékjogot. A Calais-i táborokban várakozók valójában e pillanatban már nem az elől a konfliktus elől menekülnek, amely miatt eredetileg útnak indultak, hanem Franciaországot próbálják maguk mögött hagyni. Ez pedig – úgy gondolom – már nagyon más közpolitikai és érzelmi kérdés” (UKJO23, hetilap).

A menekültekkel és a menedékkérőkkel szemben alkalmazott állami bánásmód humanitárius kérdéseire szakosodott újságírók az emberi történetek megragadására törekedtek:

„Az olvasók együttérzésének felébresztése érdekében próbálok megmutatni, hogy milyen körülmények közül jönnek, hogy aztán arra gondoljanak, »én vajon mit tennék, ha az én gyerekeimre potyognának azok a bombák?« ... Olyan részleteket akarok láttatni, amelyek rámutatnak arra, hogy az emberek mindenhol egyformák” (UKJO07, bulvárlap).

A geopolitika beemelése azonban elvontabbá teszi ezeket a kérdéseket, és eltávolítja az újságírókat a migráció emberi aspektusától:

„Tudósítottunk arról, ... hogy mi történt a kontinensen a főképp Szíriából érkező tömeges bevándorlókkal ... és ez milyen hatást gyakorolt a[z uniós] politikára és hogyan járult hozzá a jobboldali pártok felemelkedéséhez, miután a probléma kezelése általános elégedetlenséget váltott ki” (UKJO10, hetilap).

Figyelemre méltó tendencia az is, hogy a regionális orgánumpok képviselői a személyes történetekre fókuszálnak, és támogatóan viszonyulnak a menekültekhez és a menedékkérőkhöz: „Általában szimpatizálunk velük. [Ebben a régióban] szeretjük úgy feltüntetni magunkat, mint akik üdvözlik az újonnan érkezőket. ... Kiállunk a gyengékért” (UKJO25, bulvárlap).

3.2. Az információforrások

3.2.1. Szakmai háttér

Három kritérium alapján kiválasztott hat információforrással készítettünk interjút a kutatás során. A kritériumok: a megkérdezett betöltött pozíciója okán részt vesz a brit médiában zajló bevándorlási vitában; a migráció kérdésében az adott személy vagy az általa képviselt intézmény meghatározó szerepet tölt be a brit média- és szakpolitikai vitában; az adott személynek a kutatásban való közreműködése lehetővé teszi a különböző álláspontok reprezentatív megjelenítését. Így *think tankek*, nemkormányzati és kormányzati szervezetek, a migrációt támogató és az attól elzárkózó szervezetek, valamint inkább a brexit mellett, illetve inkább ellene kampányoló szereplők is kerültek a mintába.

Valamennyi megkérdezett közvetlen kapcsolatban állt a médiával, és minden második (összesen 3 fő) kommunikációs szakemberként dolgozott. A többi válaszadó tágabb értelemben vett közpolitikai és elemző feladatokat látott el, illetve a média és a kommunikáció területén tevékenykedett. A válaszadók között négy férfi és két nő volt. A migráció korlátozását szorgalmazó szervezetek főképp magánszemélyek támogatásából, míg a megszorításokat kevésbé támogatók elsősorban jószolgálati szervezetek vagy alapítványok támogatásából és pályázati pénzekből működtek. Egy megkérdezett kormányzati alkalmazott volt.

Mind a hat válaszadó szerint az újságok nagymértékben meghatározták a migrációs diskurzust Nagy-Britanniában. Többen felhívták a figyelmet a bulvárlapok és a középutas újságok szerepére is:

„Ami azt a kérdést illeti, hogy mi formálja az emberek felfogását, el kell ismernünk, hogy ebben a bulvárlapok nagy szerepet játszanak. ... Különösen a Mail, a Sun, az Express, és talán valamivel kisebb mértékben a Telegraph. Persze ott az érme másik oldala, a Guardian, az Independent, a Channel 4 News is. ... Az utóbbiak bevándorlás pártiak. Ha azonban az utca emberére vagy a narratíva alakulására gondolok, azt hiszem, a bulvárlapok szerepe sokkal nagyobb” (UKSO05, think tank).

Valamennyi megkérdezett kedvező munkakörnyezetről számolt be, és úgy gondolta, munkáját elismerik és komolyan veszik. Interjúalanyaink a minőségi médiát részesítették előnyben a bulvármédiával szemben. Kivételt jelentett azonban az egyik minisztérium és egy érdekcsoport képviselője: ők mindkét médiatípust egyaránt fontosnak tartották. (Ez némiképp ellentmond annak, hogy a kérdőívben a közvélemény formálásában nagyobb szerepet tulajdonítottak a bulvárlapoknak.)

Valamennyi megkérdezett a sajtóközleményt nevezte meg a médiával való kommunikáció leghatékonyabb formájaként, és egy think tank képviselőjének kivételével mindegyik megkérdezett információforrás azt jelezte, hogy online sajtóanyagokat is terjeszt a közösségi média segítségével. A minisztérium képviselőjét leszámítva valamennyi megkérdezett jelezte azt is, hogy személyesen is kapcsolatba lép egyes újságírókkal.

Mindkét érdekképviselői szervezet és az egyik think tank képviselője azt mondta, hogy ideológiai meggyőződés és Nagy-Britannia jobbá tételének vágya vezeti:

„Nagyon erősen kötődöm az országhoz, és meggyőződéssel hiszem, hogy milyen is az igazi Nagy-Britannia. Ezt most fenyegetve érzem a nagyszámú bevándorló miatt” (UKSO02, érdekképviselői csoport).

A kormányzati forrás instrumentális célokat követve végzi munkáját – mert az érdekes, és mert elfogadhatóan fizet –, ugyanakkor élvezetet is merít belőle. A két másik think tanket képviselő információforrás kommunikációs szakember, aki kihívásra vágyott, és olyan munkát keresett, amely a világnézetének is megfelel. A megkérdezettek általános célja a nyilvános viták befolyásolása volt. Specifikus céljaik az általuk képviselt szervezet céljaitól függtek.

Annak kapcsán, hogy mi kell egy jó „sztorihoz”, minden csoportból egy személy (összesen 3 fő) az adatokat említette. Hárman (ebből 2 think tank, 1 pedig érdekképviselői csoport munkatársa) az újdonságot és az időszerűséget, kettő (1 think tank és 1 érdekcsoport munkatársa) az „emberi történetesztét”, a kormányzati információforrás az „általános közérdeket”, egy további think tank munkatársa pedig az olyan ügyeket emelte ki, amelyek kapcsán az újságírók megkérdőjelezhetik a kormányzat hatékonyságát:

„[Egy jó sztorinak] fel kell keltenie a figyelmet. ... Vagy intellektuálisan, mint a minőségi lapok esetében, vagy érzelmileg, ami talán inkább a bulvárlapokra jellemző, de valamennyire a minőségi lapokra is. ... Aztán persze ott az újdonság, meg a »friss, ropogós adat«, vagyis az új információ” (UKSO05, think tank).

3.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése és a hozzájuk kapcsolódó attitűdök

Az egyik think tank képviselőjét leszámítva valamennyi megkérdezett nagyon fontos intézményi kérdésnek tekintette az unión belüli és az unión kívülről érkező migrációt. Hatból négy információforrás (2 think tank, 1 minisztérium és 1 érdekcsoport munkatársa) alapvetően pozitívan vélekedett az Európai Unión belüli szabad mozgásról. Az egyik érdekcsoport képviselője semleges, az egyik további think tank képviselője pedig kedvezőtlen véleményt képviselt ez ügyben.

Nem sok vita volt abban a kérdésben, hogy a megkérdezettek kit tekintenek migránsnak, amikor a médiával kommunikálnak: valamennyien migránsnak tekintik mindazokat, akik bármilyen okból másik országba költöztek, akár az unión belülről, akár az unión kívülről jöttek. Két megkérdezett (egy think tank és egy érdekcsoport képviselője) gondolta úgy, hogy a fogalomba a menekültek és a menedékkérők is beletartoznak. A kormányzati szervezet képviselője egyes definíciókból kizárta azokat, akik brit állampolgárságot szereztek. Egy think tank képviselője megjegyezte, hogy szervezete elsősorban a munkaerő-áramlás kérdésére összpontosít.

Minden megkérdezett egyetértett abban, hogy az Unióból és az Unión kívülről érkező migránsok között eltérő jogaik jelentenek különbséget. Az egyik érdekcsoport képviselője kiemelte a mozgásszabadságot élvező uniós migránsok egy részének viszonylagos szegénységét – ők ebből a szempontból térnek el a többiektől –, valamint hangsúlyozta az Unión belüli migráció most különösen nagy mértékét. Emellett az egyik think tank munkatársa arra hívta fel a figyelmet, hogy a szabad mozgás joga miatt az állam csak kisebb mértékben ellenőrizheti az uniós bevándorlókat:

„A legnyilvánvalóbb különbség az, hogy az EU-s migránsoknak joguk van a szabad mozgáshoz, míg a többieknek nincs. ... Ez aztán több módon is hatást gyakorol erre a két csoportra. ... Az uniós migránsokat ritkán érdekli a brit állampolgárság megszerzése, miközben az ide érkező nem uniós bevándorlók többsége nagy valószínűséggel igényelni fogja azt. ... Az EU-s migránsok jellemzően fiatalabbak, és gyakran azért jönnek ide, hogy némi szakmai tapasztalatra tegyenek szert, így az itt-tartózkodásuk inkább csak átmeneti jellegű. ... A nem EU-s bevándorlók sokkal magasabban képzettek, ami voltaképpen szükségszerű, mert a bevándorlási rendszerünk így szűri meg őket” (UKSO03, kormányzati intézmény).

A megkérdezettek egyetértettek abban, hogy a migránsok leírására használt nyelvezet ne legyen pejoratív. Mindkét érdekcsoport képviselője felhívta a figyelmet arra, hogy a migránsok ember-voltát el kell ismerni. A kormányzati forrás és az egyik think tank képviselője a technikai értelemben korrekt nyelvezetet részesítette előnyben. Két think tank munkatársa egyszerűsége és egyértelműsége törekedett, egy további think tank képviselője pedig a meggyőző nyelvezet fontosságát emelte ki:

„Az a dolgom, hogy meggyőző legyek, szóval fontos a nyelv meggyőző ereje. ... Úgy kell beszélnem, hogy az emberek megértsék. ... Ezért olyan nyelvezetet használok, ami abban az értelemben megfelelő, hogy az emberek felfogják. ... Fontos, hogy világosan fogalmazzunk. Nem hiszem, hogy egy átlagember megértené a »mozgásszabadságot élvező uniós polgárok« fordulatot” (UKSO04, think tank).

Igen vegyes válaszokat kaptunk arra a kérdésre, hogy a médiával való kapcsolattartás során milyen szemszögből, milyen szempontok mentén és milyen kontextusban tárgyalják az uniós migrációt interjúalanyaink. Két információforrás (1 érdekcsoport és 1 think tank képviselője) az uniós bevándorlók brexit utáni jogaira fókuszált. A másik érdekcsoport képviselője az egyes földrajzi területekre nagy számban érkező bevándorlók gazdasági hatását emelte ki. A másik think tank munkatársa azokra a pozitív üzenetekre koncentrált, amelyeket az uniós bevándorlás specifikus típusainak lehetővé tétele kapcsán a kilépés és a bennmaradás melletti tábor egyaránt hangoztatott. A harmadik think tank képviselője kifejezetten euroskeptikus volt. A negyedik think tank munkatársa a brit munkaerő-piac szükségleteire és az Európai Uniónak a munkaerő-hiány kezelésében játszott szerepére fókuszált. A kormánytisztviselő nem nyilvánított véleményt ebben a kérdésben.

Vegyesek voltak azok a szempontok, perspektívák és kontextusok is, amelyekhez az információforrások akkor folyamodtak, amikor a nem uniós migránsokról (közülük is a nem menekült és nem menedékkérő státusúakról) kommunikáltak a médiával. A kormányzati szervezet munkatársa és két think tank képviselője a tanulmányi célú bevándorlást és a képzett munkaerő beáramlását is kulcskérdésként jelölte meg. Az egyik érdekképviseleti csoport képviselője azokról a negatív következményekről beszélt, amelyeket a brit kormányzati szakpolitika és a családtagok bevándorlása vont maga után, míg a másiké a migránsok és az illegális bevándorlók nagy számának kedvezőtlen hatását említette, hangsúlyozva az országba érkezők ellenőrzésének szükségességét. E véleményét az egyik think tank munkatársa is osztotta:

„Okkal vagy ok nélkül, de sok embert sért, hogy úgy érzi: senki nem ellenőrzi a migrációt, ezért ő veszítheti el a munkáját. ... Ezek azok a dolgok, amelyek aláássák a társadalmi szolidaritást és azt az érzést, hogy számíthatunk egymásra” (UKSO05, think tank).

Amikor arról kérdeztük az információforrásokat, milyen szemszöghöz, perspektívához és kontextushoz folyamodnak akkor, amikor a menekültek és a menedékkérők ügyében kommunikálnak a médiával, erkölcsi szempontból valamennyien elfogadhatónak tartották a brit menekültügyi politikát, ugyanakkor végrehajtásának megítélésében már nem értettek egyet. Az egyik érdekcsoport képviselője arról beszélt, hogy a közpolitikai intézkedések hátrányosan érintik az embereket, a másiké pedig a visszaélések kapcsán jegyezte meg, hogy azok aláássák a rendszer támogatottságát:

„A mostani menekültügyi politika káros – legyen bár szó a menekültek táborba zárásáról vagy kiutasításáról, vagy arról, hogy kaphatnak-e jogi segítséget. Mindezt természetesen a nemzetközi jog, a menekültek oltalmazása, saját kötelezettségeink és vállalásaink kontextusában kell érzékeltetnünk” (UKSO01, érdekcsoport).

A „potyautassággal” kapcsolatos fenntartások a kormányzati szervezet képviselőjének válaszában is megjelentek. A think tankek közül az egyik elsősorban sikeres integrációs történetek bemutatására törekedett, a másik nagyvonalúbb ellátást sürgetett, a harmadik egyáltalán nem foglalkozott a kérdéssel:

„Gyakran osztunk meg sikeres beilleszkedésről szóló történeteket. ... Olyan emberekről, akik azért jöttek Nagy-Britanniába, hogy gyarapítsák az országot. ... Részben azért, mert tudjuk, hogy a menekültek oltalmazása kapcsán a közvélemény álláspontja eléggé ingatag, amit az ilyen történetek változtathatnak meg. ... Gyakran koncentrálnak a Nagy-Britanniáról szóló pozitív történetekre is, hogy ... megerősítsük az érzést: az ország fontosnak tartja a menekültek oltalmazását” (UKSO04, think tank).

3.3. Következtetések

A brit *újságírók* körében végzett kutatás azt mutatja, hogy azok az Egyesült Királyságban sokféle motivációval, sokféle megközelítésben végzik munkájukat – úgy a migráció, mint más témák kapcsán. Az alkalmazott munkamódszerek magas szakmai színvonalúak, ám néha agresszívek.

A következőkben a beszélgetéseket összegezve a migrációs témák tárgyalását befolyásoló intézményi jellemzőket ismertetjük:

Munkakörnyezet: A legszembetűnőbb megállapításunk az, hogy a napilapok tekintélyelvű és gyakran agresszív munkakörnyezetével szemben a többi médiumot viszonylag nyugodt munkahelyi légkör és a munkatársak közötti kölcsönös tisztelet jellemzi. A nyomtatott sajtóban dolgozó újságírók érezhetően kedvezőtlenebbül vélekedtek munkahelyük légköréről, mint más médiumok munkatársai. Úgy tűnik, a lapszerkesztőségekben különösen a nők elégedetlenek munkakörülményeikkel. A mintában szereplő nők csekély létszáma miatt azonban nem állíthatjuk biztosan, hogy e tendencia valóban okot ad-e aggodalomra. Az ugyanakkor bizonyos, hogy a migrációról szóló tudósításokat a férfiak határozzák meg az Egyesült Királyságban. A mintában az etnikai sokféleség csupán korlátozottan érvényesült, így az nem reprezentálta megfelelően a brit társadalmat – a sokszínűség hiányát ezért még vizsgálni kell (vö. Markova & McKay 2013). A megkérdezett brit újságírók jellemzően viszonylag biztonságban érezték a munkájukat.

Önkép: Az újságírók jellemzően nagyon motiváltak és élvezik munkájukat, dacára annak, hogy szakmájuk mások szemében problematikus lehet. Többen utaltak arra, hogy személy szerint elegendő elismerésben részesülnek, de az újságírásról alkotott összkép kedvezőtlenebb. A megkérdezettek szerint az újságírók munkáját sokan félreértik, és bírálóik nincsenek tisztában mindazokkal a nehézségekkel és kényszerekkel, amelyekkel szembe kell nézniük. E kényszerek között említették azt a gyorsaságot, amellyel a híreket közölniük kell, valamint a terjedelmi korlátok ellenére elvárt kidolgozottságot és árnyaltságot – amely elvárásnak úgy kell eleget tenniük, hogy közben a közönség érdeklődését is fel kellett kelteniük, és kellő hírértékű tudósításokat kell nyújtaniuk.

Az újságíróknak a migrációs kérdésekről szóló tudósításait különösen az alábbi gyakorlati tényezők határozzák meg:

Célok: A kutatásból az derül ki, hogy az újságírókat általában erkölcsi motivációk és/vagy különböző célok elérésének instrumentális szempontjai vezetik. Az erkölcsi motivációk közé tartozik a visszaélések feltárása, az elesettek védelme, a szabadság növelése, a demokratikus döntéshozatal elősegítése és általában „a világ jobbá tétele”. Az instrumentális szempontok között említették a friss hírek első közlését, az exkluzív tartalmak szolgáltatását, a „sztorik” részleteinek feltárását (amennyire csak lehetséges), a lehető legnagyobb hatás gyakorlását és a szerkesztői elvárásoknak való megfelelést. Egyes újságírók igyekeztek e kétféle szempontrendszer összhangba hozni, mások az egyiket vagy a másikat hangsúlyozták.

Önállóság/befolyásolás: A legtöbb (de nem az összes) újságíró kifejezetten arról számolt be, hogy szakmai önállóságot élvez, és nem érzelmei kívülről érkező nyomást. Részletesebb válaszaikból ugyanakkor az is kiderült, hogy több olyan tényező is van, amely formálja témaválasztásukat és tudósításaik tartalmát – ez elsősorban a nyomtatott sajtó esetében van így, míg más médiumokra kevésbé jellemző. Egyesek szerint a tulajdonos elképzelt jelenléte inkább befolyásolja tudósításaikat, mint maga a tényleges tulajdonos. Mások inkább afféle ösztönös megérzésnek nevezték azt, amit egy médium pozíciójáról és céljairól tudnak, elismerve, hogy a szerkesztőségi pozícióval ütköző „sztorikat” nem fogadnák jól. Megint mások a vezető szerkesztők – a főszerkesztők, a rovatvezetők – közvetlen befolyásáról, alkalmanként részrehajlásáról számoltak be.

A migrációs tudósításokat a következő technikai feltételek is befolyásolják:

Szóhasználat: Általában „migránsnak” neveznek minden olyan személyt, aki bármilyen okból az egyik országból a másikba költözik – így a migránsok közé sorolják az uniós állampolgárokat, a menekülteket és a menedékkérőket is. A bulvárlapok munkatársai más médiumok képviselőinél nagyobb valószínűséggel használják a migráns általános kategóriáját negatív értelemben. Az újságírók körében domináns vélekedés szerint nincs objektív különbség az Unión belülről és az azon kívülről érkező migránsok között – leszámítva az Unióból érkezők különleges jogait. Az egyik interjúalany a „médiamegállapodás” fontosságát hangsúlyozta: amikor az újságírók rendszeresen használnak egy kifejezést vagy témát, akkor az előbb-utóbb elterjed, és használata még gyakoribbá válik.

Témák: Az Unióból az Egyesült Királyságba tartó migráció kapcsán az újságírók a következő témákat emelték ki: munka, létszám (abban a kontextusban, hogy túl sokan jönnek-e), a brexit, a közszolgáltatásokra és a költségvetésre gyakorolt hatás. E témák mindegyike magában foglal egy olyan elemet is, amely az uniós migránsok alacsonynak vélt jövedelmére utal. Egyes bulvárújságírók szerint lapjukat különösen az uniós bevándorlók jóléti juttatásokhoz való hozzáféréseinek kérdése foglalkoztatja.

A nem uniós migrációhoz kapcsolódó témák kevésbé egyértelműek. A fontosabbak közé tartozik a munka, így különösen a képzett munkaerő, a tanulmányi és családegyesítő célú beutazás, illetve a biztonsági intézkedések érvényesítésének kérdése – ezek pedig gyakran összefonódnak az illegális migrációval és az integrációval. Az országos bulvár- és közéleti lapok munkatársai gyakran tüntetik fel kedvezőtlen színben a menekülteket és menedékkérőket, megkérdőjelezve igényeik jogosságát – és nem ők az egyetlenek, akik így járnak el. Úgy tűnik, azok, akik geopolitikai összefüggésben tudósítanak a menekültekről és a menedékkérőkről, eltávolodnak az emberi tényezőtől.

Sebesség és mozgástér: Többen aggodalmuknak adtak hangot, mondván, hogy a nagyközönség félreérti munkájukat, és bírálók nem ismerik azokat a nehézségeket és kényszereket, amelyekkel munkájuk során szembesülnek. Ezek között említették a tudósítások elkészítésére rendelkezésükre álló rövid időt, valamint a terjedelmi korlátok ellenére elvárt kidolgozottságot és árnyaltságot – amely elvárásnak úgy kell eleget tenniük, hogy közben a közönség érdeklődését is fel kellett kelteniük, és kellő hírértékű tudósításokat kell nyújtaniuk.

Üzleti szempontok: Kereskedelmi tényezőket szinte egyetlen újságíró sem jelölt meg a munkáját befolyásoló közvetlen vagy elsődleges hatások között. Közvetve ugyanakkor többen utaltak ezekre is mint olyan tényezőkre, amelyeknek munkájuk hátterében fontos szerepet tulajdonítanak, például úgy, hogy tudósításaikat másoknak – jellemzően a vezető szerkesztőknek – kell jóváhagyniuk, azok pedig a hirdetési és a közönségpiacon tartják a szemüket. Néhányan elképzelhetőnek tartották azt is, hogy a hirdető közvetlenül is megpróbálják befolyásolni a hírek tartalmát.

Az *információforrások* sokféle szervezetet képviseltek, és különböző perspektívákból közelítettek a migráció kérdéséhez, az Egyesült Királyság uniós tagságához és más politikai ügyekhez, de más kérdésekben hasonlóan gondolkodtak. Többségüket az a remény motiválja, hogy Nagy-Britanniát a lehető legjobb helyé teheti. Az egyes szervezeteknek azonban eltérő elképzelésük van arról, hogy a gyakorlatban ez mit jelent, és ez határozza meg a médiához való viszonyukat is. Mindkét olyan szervezet képviselője, amely a szigorúbb migrációs politika mellett foglal állást, megjegyezte, hogy nem egészében utasítja el a migrációt, csupán a nemzet egyes értékeit és sajátosságait kívánja megőrizni, és úgy véli, a tömeges migráció ezeket fenyegeti.

A kormányzati forrás szerint sokan hisznek abban, hogy az Egyesült Királyság migrációs rendszere jól működik, az hatékonyan ellenőrzi az országba érkezőket, a szabályait pedig betartják. A három, inkább a migrációt támogató szervezetből kettő képviselője látja úgy, hogy átgondoltabb és elfogulatlanabb vitát kell folytatni a migrációról ahhoz, hogy az Egyesült Királyság a lehető legjobb ország maradjon. A migrációt támogató harmadik szervezet munkatársát inkább az egyenlőtlenségek elleni küzdelem vágya, mint az Egyesült Királyság sorsának alakítása vezeti.

A megkérdezett információforrások – akárcsak a megkérdezett újságírók – nem tesznek különbséget az Unión belülről és az Unión kívülről érkező migránsok között. Valamennyien egyetértenek abban, hogy az uniós és a nem uniós migránsok között a jogaik terén van különbség. Egyetértettek abban is, hogy az Egyesült Királyságban a migrációról folyó vitában kulcsszerepet játszanak az újságok – különösen a bulvár- és a közéleti lapok gyakorolnak hatást rá.

Fontos eredmény az is, hogy szinte valamennyi olyan szakember, aki a migrációs politika befolyásolására törekszik, vagy kormányzati szinten közvetlenül is felelős a migrációs politika alakításáért, elismeri, hogy a brit újságok nagy szerepet játszanak a vita általános menetének alakításában. A nyomtatott sajtóra – szemben az elektronikus médiával – nem vonatkoznak a politikai semlegességet előíró szabályok, munkatársaik pedig gyakran igen tekintélyelvű munkakörnyezetben dolgoznak, amelyben a döntéseket egyes konkrét személyek – jelesül a szerkesztők és a tulajdonosok – hozzák. Ez pedig felveti azt a kérdést, hogy ezek a személyek milyen mértékben befolyásolják a szakpolitikai döntéseket.

4. A német média

4.1. Az újságírók

4.1.1. Szakmai háttér

Németországban a kutatásban részt vevő újságírók a politikai centrumhoz húznak, médiumaik a jobb- és a balközépet képviselik. A szélsőjobb- és a szélsőbaloldali újságírók elutasították a kutatásban való részvételre szóló felkérést. A minta mégis tükrözi a német hírpiacot, amelyet mérsékelt átpolitizáltság és pártosság jellemez. Az elektronikus médiumok, az újságok és az online felületek arányosan szerepeltek benne: 60 százalékuk kereskedelmi médiumnak dolgozott, a többiek közszolgálati vagy nonprofit orgánumok alkalmazásában álltak. Az általuk képviselt médiumok mintegy 60 százaléka az országos, 27 százaléka a regionális piacokon működött.

A 22 újságíróból 7 szakosodott a migráció és a mobilitás kérdésére. Némelyikük kifejezetten ezzel a témával foglalkozott, ám többségük más politikai és gazdasági ügyekről is tudósított. Egyaránt szerepeltek közöttük főállásban foglalkoztatott szerkesztők (akik maguk is készítettek tudósításokat), illetve egy vagy több médiumnak dolgozó szabadúszók is. Többségük pályája közepén járt vagy középszerű volt, három megkérdezett pedig vezető pozíciót töltött be. Koruk 29 és 53 év között alakult, többségük harmincas, negyvenes éveiben járt. A német válaszadók szerint szerkesztőségeikben hasonló arányban dolgoztak nők és férfiak, több mint felük foglalkoztatott fogyatékossgal élő újságírókat is, munkatársaik pedig igen sokféle társadalmi háttérű emberek. Ugyanakkor azonban úgy érezték, hogy a német társadalom egészéhez képest a kisebbségek még mindig alulreprezentáltak munkahelyükön.

Abban egyetértettek, hogy az újságírói hivatást ma is nagyra értékelik Németországban, ám a szakma megítélése az elmúlt években romlott:

„A személyes környezetemből sok pozitív visszajelzést kapok, de érkeznek visszajelzések az olvasóinktól is. Ezek hangvétele az elmúlt években sokat változott, agresszívebbé és támadóbbá vált” (GEJO16, hetilap).

A megkérdezettek nem tapasztaltak sem drámai bizalomvesztést, sem általános szakmai presztízscsökkenést. Ugyanakkor az is nyilvánvalóvá vált, hogy az újságírók történetileg megingathatlannak hitt reputációja romlott, és láthatóbbá váltak a velük szemben táplált ellenérzések, amelyeket a megkérdezettek többsége személyesen is tapasztalt. Az újságírók ezt elsősorban a közösségi média térnyerésének, a szélsőjobboldali politikai párt, az AfD felemelkedésének, valamint az ország nyugati és keleti fele közötti megosztottságnak tulajdonították. Ketten azt is megjegyezték, hogy az újságírás színvonala az idő- és költségnyomás miatt az utóbbi időben romlott, ami szintén hozzájárult a presztízsvésztéshez. Egy résztvevő szerint ellenvélemények mindig is voltak, csak most utat találtak maguknak a nyilvánosságba: „Azt hiszem, ha 10–20–30 éve is ilyen extrém gyors lehetőségeink lettek volna reagálni, mint manapság, a helyzet pont ugyanilyen lett volna” (GEJO21, minőségi napilap).

Általánosságban elmondható, hogy a főállású német újságírók biztosnak érezték megélhetésüket, és bizakodóak voltak a jövőre nézve, míg a szabadúszók azt mondták, nagyobb bizonytalanságban élnek. Ez részben szakmájuk egyenes következménye, részben abból fakad, hogy nem voltak képesek elfogadható béreket kialkudni munkájukért:

„Annyit dolgozom, mint egy örült, mégsem jutok egyről a kettőre. Ha csak egy pillanatra is megállsz – például szabadságra mész –, azonnal és drasztikusan megérezed” (GEO14).

„Nagyon sok jó embert láttam, aki családalapítás után mondjuk PR-esként dolgozott tovább, mert nem látott maga előtt hosszú távú perspektívát [az újságíró-szakmában]” (GEJO12).

A szabadúszók pályaválasztása tehát kissé idealistának tűnik. Értelemszerűen csak egy ideig dolgoznak újságíróként.

Munkakörülményeiket az újságírók kellemesnek, barátságosnak, kollegiálisnak írták le. Németországban ez ugyanakkor bizonyos fokú távolságtartást is jelent, amennyiben szokatlanak számít a vezetőkkel való barátkozás. Ezt azonban az újságírók nem bánták. Ellenkezőleg: gyakran megjegyezték, hogy a kiegyensúlyozott, szigorúan szakmai kapcsolatot részesítik előnyben, amelyben szakmai alapon van jelen a tisztelet és a megbecsülés, és amelyet személyes szinten is kedvesség és barátságosság jellemez. Általában kölcsönös bizalomról és tiszteletről beszéltek.

Minden résztvevő határozottan cáfolta, hogy külső tényező határozná meg a témaválasztását vagy nézőpontját. Azt ugyanakkor elismerték, hogy lobbisták, politikusok és a közönségük is törekedett befolyásolásukra. Ennek ellenére úgy gondolták, pozíciójuk elég erős ahhoz, hogy saját maguk hozzanak döntéseket azokról az információkról, amelyekkel újságírói kutatómunkájuk során találkoznak. Egyikük azonban azt is megjegyezte, hogy kis mértékben a hirdető is befolyásolja munkájukat.

A válaszadók egybehangzóan azt állították, hogy szeretik munkájukat – jellemzően azért, mert minden nap új dolgokkal foglalkozhatnak, és csillapíthatják belülről fakadó kíváncsiságukat. Emellett idealisztikus értékek motiválták őket: az, hogy olyan munkát végezhetnek, amely – azáltal, hogy elszámoltatja a hatalmon levőket és minőségi információt szolgáltat az állampolgároknak – a demokráciát és a társadalmat szolgálja. Egyikük így összegezte a szakma általános önképét: „[Az újságíró] egyszerre nyomozó, író és politikus sajátos keveréke, hiszen a véleményének is hangot ad” (GEJO08, minőségi napilap).

Legfontosabb feladatként valamennyien a releváns információszolgáltatást jelölték meg. Ugyanakkor többen hozzáfűzték, hogy maguk kívánják eldönteni, milyen témáról milyen szemszögből tudósítsanak – akár a közönségigénytől függetlenül is. Emellett azt is többen elismerték, hogy gyakran követik a hírnapirenden szereplő ügyeket, és hogy közönségük – legalábbis egy bizonyos fokig – szórakozni is akar. A válaszadók közel kétharmada tagadta, hogy kereskedelmi szempontok is befolyásolnák témaválasztását. Több mint kétharmaduk igyekezett művelni közönségét, és ismerte el azt is, hogy e célból alkalmanként vagy akár gyakran igyekszik az érzelmeikre hatni. Azt, hogy miről tudósítanak, túlnyomó többségük közös szervezeti döntésként határozta meg.

A megkérdezett német újságírók egy jó „sztori” megírása szempontjából igen fontosnak tartja a relevanciát és az újságírás klasszikus erényeit: „[A jó sztori alapját] a jó kérdésfeltevés, az alapos háttérkutatás jelenti, jól megírva” (GEJO07, minőségi napilap). Többen hangsúlyozták, hogy a tudósításoknak a mindennapokra is reflektálniuk kell, azaz a közönség jó részét érintő ügyről vagy valamilyen változásra szoruló kérdéstről kell szólniuk. Az egyik újságíró hozzátette, hogy:

„...magától értetődően a társadalmunkban jelenlévő problémákról adunk hírt – hiszen ez a munkánk –, de ha csak a negatívumokról tudósítunk, az szintén torz képet mutathat” (GEJO06, minőségi napilap).

A megkérdezettek úgy látták, elég kiegyensúlyozottan használják a különböző forrásokat. A legjobban a tudomány képviselőiben bíztak, ám némileg kételkedtek a német think tankek, civil szervezetek és azok sajtóközleményeinek hitelességében. Mi több, a német kormányban jobban bíztak, mint a német think tankek és a nemkormányzati szervek szóvivőiben. A nemzetközi nemkormányzati szervezetekben és think tankekben is jobban bíztak, mint a hazaiakban, a sajtóközleményekre pedig minden esetben némi gyanakvással tekintettek – ám e téren is figyelemre méltó kivételt jelentettek a tudományos szervezetek sajtóközleményei.

Többségük közönségét középosztálybeli, középkorú, iskolázott, zömében férfiakból álló csoportként képzelte el. Egyikük azonban rámutatott, hogy e percepciójuk talán torz, mert éppen ez a csoport lép velük a leggyakrabban kapcsolatba:

„Az olvasók, akikkel az ember kapcsolatba kerül, nem feltétlenül a teljes olvasótábort, hanem inkább az idősebb, a részletek iránt is érdeklődő férfiakat reprezentálják” (GEJO11, minőségi napilap).

Mindannyian megerősítették, hogy a nyomtatott sajtót és az elektronikus médiát inkább az idősebbek követik figyelemmel, míg az online oldalakat inkább a fiatalok olvassák – még abban az esetben is, ha az utóbbiak az előbbiek digitális változatai. E praktikus okból az újságírók jellemzően a hagyományos és az online médiának is dolgoznak, és nem fókuszálhatnak egyetlen korcsoportra.

4.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

A felmérésben részt vevő német újságírók személy szerint egyértelműen támogatták az Európai Unió belüli mobilitást. Szinte kivétel nélkül egyetértettek azzal a kijelentéssel, hogy a mobilitás általában hasznos, és mintegy kétharmaduk gondolta úgy, hogy az sem gazdaságilag, sem tágabb értelemben nem jelent problémát a befogadó társadalmaknak. Ugyanakkor több mint 40 százalékuk elismerte, hogy az unió belüli migráció a küldő és a befogadó országban is problémákat okozhat.

Általában a migráció a válaszadók háromnegyedének volt nagyon fontos téma. Az unió belüli mobilitást azonban kevésbé tartották fontos kérdésnek: csupán a megkérdezettek alig több mint negyede tartotta nagyon fontosnak, közel fele pedig mérsékelten fontosnak.

A válaszadók határozottan tudatában voltak a migránsok definíciójával kapcsolatos vitáknak, amelyekkel munkájuk során is minden nap találkoztak:

„Azok az emberek, akik másképp néznek ki, még akkor is rasszizmussal szembesülhetnek, ha egyébként németek, szóval muszáj nagyon világosan fogalmaznunk” (GEJO05, minőségi napilap).

Tudták, hogy a migránsoknak több csoportjuk van, és mindig törekedtek rá, hogy a megfelelő ítéletmentes fogalmakat használják a menekültekre, a menedékkérőkre, a gazdasági bevándorlókra, azokra, akik az Unió belüli mobilitás előnyeit élvezik, valamint azokra, akik rokoni kapcsolatok révén érintettek a migrációban.

Ugyanakkor a megkérdezett újságírók elégedetlenek voltak a rendelkezésre álló fogalmi készlettel:

„Definíció szerint [migráns hátterű az a személy], akinek egyik szülője Németországon kívülről származik. De szerintem ez a szóhasználat nem megfelelő, mivel elég nagy különbség van aközött, ha mindkét szülő más országból származik, és aközött, ha csak az egyik, már a nyelvi képességek miatt is. Az, aki máshol született és járt iskolába, teljesen más háttérrel rendelkezik, mint az, aki Németországban született, és itt tanult” (GEJO06, minőségi napilap).

Az újságíróknak általában az átfogó és semleges „migrációs hátterű személy” (*Person mit Migrationshintergrund*) fogalma jut eszébe, amely a német lakosság 22,5 százalékát fedi (DESTATIS 2016). Ez azonban nem utal arra, hogy a migráció milyen szerepet játszik az adott személy életében. A megkérdezettek ugyanakkor azt is elismerték, hogy a „migráns” közkeletű értelmezése kevésbé árnyalt, és főként az unió kívülről származó migránsokra és menekültekre utal, akik elsősorban az arab világból és Afrikából érkeznek Európába.

A megkérdezett újságírók kivétel nélkül utaltak az Európai Unió belüli és az azon kívülről induló migráció közötti jogi különbségekre, valamint ezeknek az érintettekre vonatkozó következményeire. Ugyanakkor azt mondták, e jogi különbségek a tudósítások szempontjából viszonylag érdektelenek, hiszen a legtöbb „sztori” inkább a migránsok megjelenésében és a kultúrájában gyökerezik, mintsem formális státusukban. Egyikük szerint:

„A szintiket és a romákat másképp kezelik, mint a franciákat vagy a briteket: az előbbiekkal inkább úgy bánnak, mint a nem EU-tagországozból származó migránsokkal. A különbség abból fakad, hogy 1. etnikailag könnyen »nem németként« azonosítják őket, és 2. emiatt azt feltételezik, hogy nem ugyanazt a kultúrát és nem ugyanazokat az értékeket tartják tiszteletben, ezért inkább potenciális veszélyforrásként tekintenek rájuk” (GEJO19, minőségi napilap).

Többen jelezték, hogy a migráció kiváltó oka meghatározóbb, mint a jogi státus. Például:

„Az uniós polgárok ... azért költöznek valahová, mert ott akarnak lenni. A többiek inkább azért, mert származási országukat akarják elhagyni. Ma egyetlen EU-tagországban sincs háború” (GEJO13, minőségi napilap).

Ezzel összhangban az újságírók azt mondták, hogy az unión belüli mobilitást elsősorban a munkaerőpiac, illetve újabban a brexit kontextusában tárgyalják, de az európai uniós állampolgárság ilyenkor nem fontos szempont:

„Mivel a legtöbb németországi bevándorló EU-tagországozból származik, szinte be sem kerül a híradásokba. Az unión belüli migráció akkor vált csak témává, amikor Románia és Bulgária csatlakozása után a szegénység által motivált migráció is megjelent” (GEJO05, minőségi napilap).

Úgy tűnik tehát, hogy a brexit irányította a figyelmet az unión belüli mobilitás strukturális és multilaterális következményeire, és ennek nyomán váltak gyakoribbá az e kérdésekről szóló tudósítások.

Míg a megkérdezett újságírók azt mondták, az unión kívülről érkező migránsok kérdését is a munkaerőpiac és a szegénység kontextusában tárgyalják, esetükben a kulturális különbségek is hangsúlyossá váltak. A témát meglehetősen differenciálnak tekintették, és ekként is tudósítottak róla:

„Ez a csoport hatalmas és nagyon sokféle. Egyesek magasan képzettek, mások – például a törökök – helyzetét az anyaország problémás politikai helyzete határozza meg” (GEJO03, minőségi napilap).

Visszatérő témát jelentett a tervezett német bevándorlási törvény körül kialakult vita, amely az elmúlt években többször is bekerült a német sajtóba. Ez – ha elfogadják – proaktív politikát léptet életbe a bevándorlóktól Németországban kimondottan elvárt képzettségekre és létszámra nézve, míg a mostani szabályozás inkább reaktív jellegű (lásd például Die Zeit 2017).

A megkérdezett újságírók szerint csak a menekültek kategóriájába tartozó migránsokról tudósított megkülönböztetett figyelemmel és következetesen a német sajtó, elsősorban 2015 óta, a nagyszámú szíriai és más háborús menekült befogadására adott válaszként. E téren a média komplex ügyekről számol be, köztük humanitárius kérdésekről, továbbá a menekültek befogadásával és lakhatásával, valamint a migránsok ellen és az általuk elkövetett bűncselekményekkel kapcsolatos gyakorlati és bürokratikus nehézségekről. A származási országok helyzetére is egyre nagyobb figyelmet fordítanak – ezt az interjúalanyok 60 százaléka említette.

A kulturális és a vallási kérdések következményei szintén fontos helyet foglalnak el a tudósításokban. Az egyik újságíró mégis így fogalmazott:

„A fő kérdés mindig az, hogy mindez milyen hatást gyakorol Németországra. Hogyan változik a társadalom, hogyan kell a migránsok/menekültek számára igazságos törvényeket hozni úgy, hogy azokat a német társadalom is elfogadja és kezelni tudja?” (GEJO09, hetilap).

A résztvevők egyértelmű változást érzékeltek a lakosság percepciójában és a menekültekről szóló média hírekben:

„Azt hiszem, érdekes látni, miként változott a médiadiskurzus, amióta az újságírók a menekültekről tudósítanak. Kezdetben a befogadás előnyeit hangsúlyozó kultúrán volt a hangsúly, ma pedig olyan emberekről szólnak a szalagcímek, akik azután követtek el bűncselekményeket, hogy kiutasították őket az országból. A téma ma már a deportálás, nem az integrálás” (GEJO11, hetilap).

4.2. Információforrások

4.2.1. Szakmai háttér

A Németországban megkérdezett 13 információforrás megfelelően reprezentálta az ország meghatározó szereplőit, köztük a két legnagyobb politikai párt alapítványait, egy szélsőjobb oldali pártot, egy üzleti szervezetet, valamint tudományos és politikai think tankeket. A kutatásban hasonló arányban vettek részt nők és férfiak, életkoruk 31 és 61 év között volt, a legtöbben a 35 és a 45 közötti korcsoportba tartoztak. Többségük a munkahelyi ranglétra közepén helyezkedett el; kevesebb mint harmaduk vezető beosztásban dolgozott. A képviselt szervezetek finanszírozása változatos volt: a tagdíjaktól és a kötelező hozzájárulásoktól kezdve a közvetlen állami – parlamenti és szövetségi – finanszírozásig, illetve egy magánalapítványi támogatásig terjedt.

A legtöbb megkérdezett egyetértett abban, hogy az országos média – különösen a televízió és a nyomtatott sajtó – határozta meg a leginkább a Németországban zajló migrációs vitákat. Egyik interjúalanyunk ugyanakkor kifejezetten a legnagyobb bulvárlapot említette elsődleges véleményformálónak. Több válaszadónk ismerte el azt is, hogy a közösségi média is egyre nagyobb szerepet játszik, és ma már a hagyományos médiumok is hivatkoznak rá. Ugyanakkor úgy érezték, a közösségi médián keresztül való kommunikáció kockázatosabb, mert nehezebb kézben tartani.

A felmérésben részt vevők túlnyomó többsége pozitív és konstruktív visszajelzésekkel találkozott munkája során, amelyet nagy arányban (70 százalékuk esetében) kellőképp elismertnek is érezték. A tapasztalatok alapján a munkahely konkrét említése általában tovább javította megítélésüket. Ez azonban – mint az egyik politikai párt képviselője megjegyezte – fordítva is működhet:

„Egy rendkívül ellentmondásos németországi pártot képviselek. Emiatt vesztettem el egy régi barátomat, aki már nem áll szóba velem. Ettől eltekintve nagyon sok pozitív visszajelzést kapok különböző emberektől” (GESO13, politikai párt).

Néhányan megemlítették, hogy munkájuk és annak célja sok magyarázatra szorul, ezért rendszerint spontán módon nem kapnak túl sok közfigyelmet:

„Azt hiszem, az emberek nem mindig értik, miben áll hivatásunk – a társadalomtudomány – lényege, és azt várják, hogy gyakoroljunk nagyobb hatást a politikára. Pedig mi tanácsadók vagy – még inkább – megfigyelők vagyunk” (GESO02, think tank).

„A közgazdaságtannal szemben az emberek kissé szkeptikusak: kell ez nekünk, és ha igen, mire jó egyáltalán? A közgazdaságtudományt talán nem az üzleti lobbik befolyásolják?” (GESO05, think tank).

A legtöbb megkérdezettet szakmaválasztását elsősorban személyes érdeklődése motiválta – bár különböző mértékben. „Szeretem a bonyolult dolgokat úgy elmondani, hogy azokat mindenki megértse” (GESO01, információs honlap), „engem az extrém kíváncsiság hajt ... A magánéletben elkötelezett aktivista vagyok, és szenvedélyesen rajongok

a munkámért” (GESO02, think tank) – ilyen válaszokat adtak, s e két véglet között sok különböző árnyalat jelent meg. Kutatásunk arra utal, hogy az információforrások elsősorban a szemléletformálásra, valamint a tudomány, a politika és a nyilvánosság közötti kompetens közvetítésre törekedtek. Több válaszadónk említette azt is, hogy motivációja politikai jellegű, célja pedig a változáshoz való hozzájárulás.

A motivációk sokszínűsége tükröződik azokban a célokban is, amelyeket interjúalanyaink a médiával folytatott kommunikáció során követnek. Egyesek – főképp a tudomány és a think tankek képviselői – elsősorban a nyilvánosság minél árnyaltabb információkkal való ellátását tűzték ki célul. Az egyik megkérdezett ezt úgy összegezte, célja az, hogy „a vitákba több tárgyilagosságot, tudományos eredményt vigyek, az újságíróknak használható adatokat nyújtsak, bemutassam az események hátterét” (GESO01, információs honlap). Mások inkább saját szervezetük népszerűsítésére törekedtek: „Bízunk benne, hogy kedvező visszajelzéseket kapunk, tevékenységünket elismerik, cégünk jó színben tűnik fel, és egyre ismertebbé válik” (GESO12, üzleti szervezet).

A megkérdezettek mintegy fele elsősorban úgy tekintett médiatevékenységére, mint a változás és a politikai befolyásolás eszközére, amint azt a következő idézet is mutatja: „Azt akarjuk, hogy a tanulmányainkban közölt adatokat és eredményeket megismerjék, megvitassák és beépítsék a társadalmi vitákba” (GESO03, alapítvány).

Ami egy újságírói szempontból „jó sztori” építőelemeit illeti, több válaszadó a hírérték hagyományos szempontjait (Lippmann 1922, Galtung & Ruge 1965) hozta szóba. Például:

„Meghatározóak az olyan szempontok, mint a relevancia és az érintettség. Személy szerint én azokat a sztorikat szeretem, amelyek meglepetést okoznak, és eltérnek a fősodortól” (GESO01, információs honlap).

A válaszadók pontosan tudták, miként hangsúlyozhatják e hírfaktorokat. Egyikük szerint:

„Senkit nem érdekelne egy olyan tanulmány, amely a Törökországban élő szíriai menekültekről szól, hiszen túl messze vannak. Ugyanakkor készítettünk egy vizsgálatot arról, hogy mennyiben éri hátrány azokat, akik fejkendőt viselve jelentkeznek egy állásra, és ez sokak érdeklődését váltotta ki” (GESO05, think tank).

Egy másik résztvevő a hírmédiával szembeni bizalmatlanságáról beszélt:

„Vannak olyan újságírók és médiumok, akikkel és amelyekkel többet nem akarunk kommunikálni, mert tisztességtelenül és inkorrektan idéznek minket vagy hivatkoznak ránk, és csak azokra a félmondatokra figyelnek, amelyek megfelelnek az előítéleteiknek, és amelyek igen rossz színben tüntetik fel az interjúalanyt” (GESO13, politikai párt).

Több megkérdezett utalt az adatok fontosságára. Például: „Ha számokat is tudunk mutatni, akkor minden újságíró boldog, még akkor is, ha a megállapításaink egyébként nem a számokból következnek” (GESO10, alapítvány), mert „segít, ha az információkat interjúk és grafikonok révén mutatjuk be, ezeket ugyanis a média könnyen fel tudja használni” (GESO03, alapítvány). Mások ezzel szemben inkább az „emberi tényezőre” (GESO11, üzleti szervezet), a megragadhatóságra helyezték a hangsúlyt, olyasvalamire, amihez a közönség is könnyen kapcsolódik: „A személyes történetek a valódi történetek” (GESO02, think tank). A megkérdezettek érzékelték az egyes hírek iránti médiaérdeklődés változékonyságát is:

„Attól függ, mi van a napirenden. Az újságírók ilyenkor hozzám fordulnak háttérinformációért, a dolog nem fordítva működik. Vagyis nem mi határozzuk meg a napirendet” (GESO08, think tank).

4.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése

A német információforrások pozitívan vélekedtek a migrációról és a mobilitásról. Közel 80 százalékuk általában és gazdasági szempontból is hasznosnak ítélte, és ugyanilyen arányban voltak azok is, akik nem értettek egyet azzal az állítással, hogy a migránsok gazdasági problémát okozhatnak. A migráció társadalmi költségeit tekintve azonban már kevésbé egyértelmű a kép: a megkérdezettek közel fele szerint vegyes a mérleg mind a fogadó országok, mind a migránsok szempontjából. Több mint 60 százalékuk egyetértett azzal is, hogy a migránsok várhatóan nehézségekkel szembesülnek a beilleszkedés során.

A válaszadók négyötöde mondta azt, hogy számára nagyon fontos téma a migráció. Amikor a kérdés kifejezetten az unión belüli mobilitásra irányult, a „nagyon fontos” válaszok aránya 50 százalék alá csökkent, és a megkérdezettek mintegy ötöde érezte úgy, hogy az inkább nem vagy egyáltalán nem fontos kérdés számára.

A megkérdezett információforrások két kulcsfogalmat azonosítottak a németországi bevándorlás kapcsán. Az egyik a „migrációs háttérű személyek” fogalma, amely azokra vonatkozik, akiknek szülei vagy nagyszülei más országból származtak, de maguk már Németországban születtek, és sok esetben német útlevéllel rendelkeztek. A másik a jelző nélkül használt „migránsok” fogalma, amely azokra vonatkozik, akik maguk lépték át a határt, és huzamosabb ideig tartózkodnak Németországban. Ezek mellett ismerik a *Spätaussiedler* (késői betelepülő) fogalmát is: ez azokra utal, akiknek joguk van a német állampolgárságra, de akik a második világháború után Kelet-Európa különböző országaiban éltek, és nem feltétlenül a német az anyanyelvük. A „menekült” kifejezést csak egy alkalommal, és akkor is futólag említették. Abban ugyanakkor egyetértettek, hogy nem könnyű a megfelelő fogalmat megtalálni, és minden egyes esetben külön kell mérlegelni.

Az interjúalanyok tisztában voltak azzal, hogy az unión belüli migránsok élvezik az uniós állampolgárságból fakadó jogokat és a vele járó különféle előnyöket, ami az Európai Unió kívülről érkezetekről nem mondható el. A következő megállapítás jól példázza e helyzet korlátait: „Az uniós polgároknak az Európán belüli mozgás egyszerűbb, de a munkaerőpiacon ez nem sokat jelent. Ott fontosabb a képzettség és a nyelvismeret” (GESO05, think tank).

Egy megkérdezett szerint „a kelet-európai bevándorlóknak általában rossz a megítélésük”, különösen, ha románok, bolgárok vagy cigányok. Hozzátette, hogy „a »migráns« kifejezést elsősorban a török populációra használják” (GESO08, think tank). A válaszokban a menekült kifejezés ezúttal sem került elő.

A kutatásban részt vevő információforrások tudatában voltak azoknak a kérdéseknek is, amelyek a migránsokkal kapcsolatos szótárasztás kapcsán merülnek fel:

„Arra törekszünk, hogy a megfelelő fogalmakat használjuk, és világos legyen, miről beszélünk. Megkérdőjelezzük a széles körben használt terminológiát és definíciókat, és – amennyire csak lehet – pontosak és semlegesek maradunk” (GESO01, információs honlap).

„Fontos, hogy érzékeltessük a jogi különbséget a menedékkérő, az elismert és a megtúrt menekültek s a többi között. Különösen a sajtóval való érintkezés során fontos, hogy elmagyarázzuk a különbségeket” (GESO06, alapítvány).

Egy válaszadó úgy érezte, a gyakran használt „menekült” kifejezés (*Flüchtlinge*) egyre negatívabb színben tűnik fel a sajtóban, és olyan, semleges alternatívát keresett, mint a *Geflüchtete*. Egy másik arról beszélt, hogy bár

„...megpróbáltuk kerülni az olyan szavakat, amelyek félreértésekhez vezethetnek vagy amelyeknek negatív konnotációjuk van, de amikor ez már túlzott politikai korrektséghez vezetett, inkább felhagytunk vele” (GESO05, think tank).

A források az unión belüli migránsokat – nagyrészt intézményük profiljának függvényében – különböző módokon keretezték. Többen az Európai Unió belüli mobilitást elsősorban a munkaerőpiac szempontjából vizsgálták – különös tekintettel a kelet-európai tagállamok helyzetére. Mások a brexit fényében az vizsgálták, hogy a kilépés mit jelent majd az unió egészére nézve. Összességében azonban mind egyetértettek abban, hogy ez a kérdés nem volt különösebben fontos.

Az Európai Unió kívülről érkező migrációt – leszámítva a háborús zónából való menekülést és a politikai menedékkérést – szintén egyöntetűen munkaerő-piaci kérdésként kezelték, beleértve a magasan képzett tehetségek alkalmazásának nehézségeit is:

„Az EU-ba érkező nem uniós állampolgárok (akik nem menekültek) általában magasan képzettek, így velük kapcsolatban egyebek mellett a munkavállalási engedély megszerzésének nehézségeiről írunk” (GESO04, üzleti szervezet).

„[E csoport tagjai] nem lógnak ki a német társadalomból, adót fizetnek, iskolába járatják a gyerekeiket, és semmilyen módon nem hívják fel magukra a figyelmet” (GESO13, politikai párt).

A források elmondásából – pontosabban a fenti témákra tett utalások hiányából – úgy tűnik, hogy a menekülteket és a menedékkérőket valóban külön kezelik, és nem keverik a migránsok más csoportjaival. Ennek oka az lehet, hogy „2015 nyara óta ez a kommunikációnk központi témája” (GESO01, információs honlap). A legtöbb résztvevő egyetértett a velük kapcsolatban használandó értelmezési keretekben, és e téren az idő múlásával egyfajta fejlődést észlelt: „Míg kezdetben főképp az elszállásolás volt a fő kérdés, mostanra inkább az integráció, a munkaerő-piaci és az oktatáshoz való hozzáférés az” (GESO01).

A menekülteket és bűnözést csak egy alkalommal hozták összefüggésbe. Fontosabb témát jelentett az EU közös menekültügyi politikája, illetve a származási országok helyzete.

4.2.3. Következtetések

A kutatásban részt vevő újságírók által festett kép szerint a német médiakörnyezet mérsékelt. E mérsékelttség áthatja az újságírás legtöbb dimenzióját, beleértve azokat a kereskedelmi, intézményi, gyakorlati és technikai tényezőket is, amelyek a migrációról szóló tudósításokat is formálják.

A német médiaszervezeteket (a szabadúszók kivételével) állásbiztonság, a közönség és a kollégák részéről tapasztalt általános megbecsülés, valamint a munkahellyel való elégedettség magas foka jellemzi. Miközben az újságírók körében egyaránt vannak férfiak és nők, a kulturális és az etnikai sokféleség érzékelhető hiánya hatást gyakorolhat a migrációs ügyek keretezésére (Triandafyllidou 2013, Markova és Mc Kay 2013).

A német médiaszakemberek úgy érzik, gyakorlati, napi rutinjuk során autonómia és szabadság jellemzi őket a külső hatásokkal szemben – akár a vezetés, akár a politikai és piaci szereplők által a tudósításokra gyakorolt hatásról van szó. Ez nem azt jelenti, hogy az újságírókat ne befolyásolnák a politikai és a piaci szereplők vagy az egyéb szervezetek által megszabott értelmezési keretek (lásd Hanggli 2012), de azt igen, hogy nem érzik úgy, hogy manipulálnák őket. Valójában az eredmények arra utalnak, hogy a közvélemény napirendje nagyobb hatást gyakorol a német újságírók témaválasztással kapcsolatos döntéseire, mint azt hajlandók elismerni.

A gyakorlatban a mintában szereplő újságírók által használt mérsékelt nyelvezet – mint például az igen tapintatos *Person mit Migrationshintergrund* – és a menekültek státusára való összpontosításuk ugyancsak befolyásolja az általuk létrehozott migrációs értelmezési kereteket. A megkérdezettek technokratikus, a munkaerőpiacra összpontosító leírásai szembeállítják egyfelől a magas jövedelmű, Unión belüli migránsokat, illetve a képzett, Unión kívülről érkező migránsokat, másfelől a szegényebbnek tartott csoportokat – közülük értve az etnikai kisebbségeket és az alacsony jövedelmű uniós országokból érkezőket is –, amely utóbbi csoportok jóval kedvezőtlenebb színben tűnhetnek fel.

A 2015-ös menekültválság mindamelllett alapjaiban formálta át a német újságírók migrációs és mobilitási kérdésekhez való hozzáállását, s e kérdésekhez ma tudatosabban viszonyulnak. A mintában szereplő újságírók nyilvánvalóan megértették a migráció különböző árnyalatait és a vele kapcsolatos szókészlet bonyolultságát. Ez arra utal, hogy az ország szerkesztőségeiben intenzív viták zajlanak és hatékony önreflexiós mechanizmusok működnek.

A médiaszakemberek által követett kereskedelmi megfontolások arra utalnak, hogy elsősorban a középkorú, diplomás szakembereknek gyártanak tartalmat. Ez összhangban áll azzal, hogy inkább közönségük művelésére, mintsem a szenzációra összpontosítanak, valamint azzal is, hogy a radikálisabb hangok hiányoznak a médiából

– ez utóbbi következhet a mintánkból is, de a német média egészére is igaznak tűnik. A kutatásból az is kiderül, hogy a német média újabban gyakrabban tünteti fel kedvezőtlen színben a migrációt, amennyiben a kulturális különbségekre és a befogadó kultúra negatív hatásaira összpontosít.

Az *információforrások* Németországban jellemzően úgy érzik, hogy társadalmi megítélésük kedvező, és nagymértékben azonosulnak munkájukkal. Többeket felvilágosító szándék motivál, célja pedig a migrációs vita színvonalának emelése, az információáramlás megkönnyítése. Meglehetősen pontosan értik, hogyan működik az újságírás mint szakma. Egyesek proaktívan használják e tudást, mások inkább az újságírók információigényének kielégítésében látják saját szerepüket.

Szembetűnő, hogy az információforrások szigorúan különbséget tesznek egyfelől a migráció, másfelől a menekültek és a menedékkérők kérdése között. Az előbbi a mély társadalmi gyökerekkel rendelkező török közösség és a Kelet-Európából hazatelepülő kontextusában, „történeti” összefüggésben és szinte irreleváns témaként jelenik meg a mai Németországban, míg az utóbbi vezető helyet foglal el a napirenden. Kommunikációs erőfeszítéseik célja elsősorban a migránsok integrációja általában a társadalomba és különösen a munkaerőpiacra, míg a kulturális különbségek és a bűnözés kevésbé fontos kérdésként jelenik meg. Ez azonban inkább a mintában szereplő szervezetek profiljának tudható be, ugyanis ezek mindegyike közel áll az államhoz és a piaci szereplőkhöz, ezért igyekszik konstruktív szerepet játszani az integrációban. E nézeteket egyedül a szélsőjobboldali párt környezetéből jövő információforrás nem osztotta – ami magyarázhatja a párt legutóbbi választásokon elért jó eredményeit, de még mindig kisebbségi álláspont.

5. Az olasz média

5.1. Az újságírók

5.1.1. Szakmai háttér

A kutatásban részt vevő újságírók többsége a politikai középben helyezkedik el, de a megkérdezettek között voltak olyanok is, akik kifejezetten konzervatív vagy baloldali álláspontokat képviselnek. A szélsőjobb- és a szélsőbaloldali szervezetek munkatársai elutasították a közreműködést. A megkérdezettek köre ennek ellenére fedi az olasz médiatermékek véleményformáló és napirend-meghatározó szereplőit, beleértve a különféle műsorszolgáltatókat, újságokat, online és hibrid csatornákat is. A képviselt orgánumok fele magántulajdonban lévő üzleti vállalkozás, a többi közszolgálati vagy non-profit szerkesztőség volt. A mintában az országos médiumok voltak többségben.

A megkérdezett 28 újságíróból 13 szakosodott migrációs és mobilitási kérdésekre; némelyikük kizárólag ezekkel foglalkozott, míg mások egyéb politikai vagy gazdasági kérdésekről is tudósítottak. A minta kiegyensúlyozott arányban állt főállásban alkalmazott újságírókból és szerkesztőkből – közöttük vezető beosztásúakból is (ilyen volt a megkérdezettek mintegy ötöde) –, valamint többféle médiumnak dolgozó szabadúszókból. Az utóbbiak esetben azt a médiumot tekintettük az újságíró elsődleges szervezetének, amellyel az interjúalany a legjobban azonosult. A nemek közötti arány nagyjából kiegyenlített volt – enyhe férfítöbbség jellemezte. A megkérdezettek életkora 27 és 68 év között alakult, a többségük 35 és 45 éves kora között járt.

Bár a megkérdezett újságírók többsége (kétharmada) szerint szakmáját megbecsülte a közvélemény, az összkép ellentmondásosabb volt. A felmérésben részt vevők két szempontból is presztízscsökkenést tapasztaltak. Egyesek szerint az újságírás egésze a hitelesség, a bizalom és a társadalmi támogatás növekvő hiányával küzdött; egyikük egyenesen azt mondta, hogy „az újságírás is részese kultúra hanyatlásának” (ITJO03, elektronikus médium). Többen különbséget tettek a szakma általános elismertsége, illetve saját teljesítményük megítélése között: míg szerintük az előbbi romlott, saját magukat személyes munkakörnyezetükben és társadalmi körükben megbecsültnek érezték, és úgy vélték, helyzetük szilárd. A következő kijelentés ugyanakkor némi pesszimizmusról árulkodik:

„Az az érzésem, hogy senki nem érti meg az írásaimat. Az újságírók ma már nem tudnak kommunikálni az emberekkel ... Az újságírás kihalt eszményének utolsó túlélője vagyok” (ITJO25, minőségi napilap).

Mások ugyanakkor úgy érezték, hogy a migrációra való szakosodásuk szakmailag nehéz helyzetbe sodorta őket, mivel „az emberek ma jóval kevésbé szolidárisak a bevándorlókkal, mint régen. Az újságírókat pedig mintha a »migráció ügynökeinek« tartanák” (ITJO04 online híroldal).

Az olasz újságírók nagy többsége (közel kétharmada) biztosnak érezte állását. Néhányan ugyanakkor megjegyezték, hogy:

„Bár a legtöbb újságírónak szerződése nem nyújt sok biztonságot, én nem tartok attól, hogy elveszíteném a munkám” (ITJO26, minőségi napilap).

„Úgy gondolom, biztos az állásom. De a hírek világa olyan gyorsan változik, hogy egy év múlva akár el is veszthetem. Ki tudja?” (ITJO24, minőségi napilap).

Néhányan emellett arról is beszámoltak, hogy munkakörülményeiket egyfajta bizonytalanság jellemzi: egyes országok például megtagadják tőlük a beutazási engedélyt, a háborús övezetekben pedig számos kockázatot kell vállalniuk. Egyiküket Líbiában el is rabolták, amikor az országból tudósított. Egy másik a „nemzedékek közti összecsapásról” (ITJO24, minőségi napilap) beszélt, amely korlátozza a fiatal újságírók előrelépését, amennyiben a tapasztaltabb munkatársak igyekeznek elzárni az újonnan érkezők elől a jól fizető vezető pozíciókat.

A munkahelyi környezetre vonatkozó kérdés nyomán hasonlóan árnyalt képet kaptunk. A válaszadók többsége jó – ha nem is feltétlenül kiváló – kapcsolatot ápol kollégáival és feletteseivel. Többen azt is elmondták, hogy szerkesztőségi kultúrájuk a kölcsönös bizalmon és/vagy a közösen osztott értékeken alapult, de legalábbis képesek voltak nagyobb súrlódások nélkül együtt dolgozni. A hivatásos újságírók szakmai barátságokról azonban csak ritkán számoltak be, és csupán azt mondták, hogy „a szabadúszók körében megjelent egyfajta kölcsönös szolidaritás” (ITJO16, minőségi napilap).

Több válaszadó kritikus véleményének is hangot adott, különösen a szakmai vezetés kapcsán. Megjegyzéseik két dologra – a szakmai megértés hiányára és a munkaadók üzleti érdekeinek korlátlan érvényesítésére – vonatkoztak. Az előbbire példa az a nézet, hogy „a római vállalatvezetés másféle szemléletet képvisel, amely időnként aláássa a történetek valóság tartalmát” (ITJO04, online híroldal), valamint az az álláspont, hogy „általában jó [a kapcsolat] a főnökeimmel, de nehéz megértetnem velük, mit jelent a terepen dolgozni” (ITJO27, elektronikus médium). Az utóbbi problémát több más állítás is szemlélteti:

„Gyakran kell olyan vezetőkkel vitatkoznom, akiknek nincs elég tapasztalatuk” (ITJO06, minőségi napilap).

„Néha olyan kéréseik vannak, amelyek minden realitást nélkülöznek” (ITJO09, sajtóügynökség).

„Nem tudom elviselni, amikor csak a szenzációs történetek érdekli őket” (ITJO21, minőségi napilap).

Ketten kiemelték a gyorsan változó elvárásokat is. Egyikük szerint: „Az újságírói szakmában régen az érdem számított, a válság óta azonban egyre jellemzőbb a kedvencek előnyben részesítése” (ITJO21, minőségi napilap). A másik interjúalany azt tette szóvá, hogy a szerkesztőségek a karrierjük csúcsán lévő szakemberek helyett egyre gyakrabban alkalmaznak tapasztalatlan és alulfizetett fiatal újságírókat.

Az interjúalanyok szerint szerkesztőségeik összességében arányosan alkalmaznak nőket és férfiakat, ám vannak kivételek is: egyesek a nők 70–100 százalékos arányáról, mások – ellenkezőleg – a nők csupán 10 százalékos részarányról számoltak be. Ez annak tulajdonítható, hogy a mintába nagy számban kerültek női szabadúszók, akik sehol sem rendelkeznek állandó munkaszerződéssel. Szinte egyetlen munkaadó sem foglalkoztatott fogyatékkal élő embereket, de a válaszadók többsége (több mint négyötöde) szerint a szerkesztőségek ettől eltekintve társadalmilag és földrajzilag sokszínűek voltak – noha a megkérdezettek több mint fele szerint még így sem reprezentálták megfelelően az olasz társadalom tényleges sokszínűségét.

Csak néhányan jelentették ki kategorikusan, hogy külső tényezők nem befolyásolják a szerkesztőséget, a médiumot és a tudósításokat. Épp ellenkezőleg, egyikük így írta le a helyzetet: „[A politikai befolyás] nálunk nyilvánvaló és elfogadott, de hát ez Olaszország” (ITJO21, minőségi napilap). Egy másik megkérdezett szerint „az olasz média sosem kérdőjelezi meg a hatóságok verzióját. Talán az öncenzúra problémájáról kell beszélünk” (ITJO020, elektronikus médium). Egy további megkérdezett szerint „[a közszolgálati médiában] a politikai befolyás strukturális sajátosság” (ITJO20, elektronikus médium). Többen meg voltak győződve arról, hogy van külső nyomásgyakorlás, de nem tudták azt pontosan megnevezni vagy valamilyen nyomásgyakorló csoportnak tulajdonítani – e csoportok között említhetjük a kormányt, a gyárosokat, a szakszervezeteket és a katolikus egyházat. Az interjúalanyok szerint elsősorban a vezető szerkesztők, igazgatók és kiadók határozták meg, miről tudósítsanak.

Gyakorlatilag valamennyi megkérdezett olasz újságíró azt mondta, hogy az újságírói hivatás iránti rajongás miatt választotta ezt a pályát. A legfontosabb motivációs tényezők között említették „az igazság keresését” (ITJO05, sajtóügynökség), a személyes kíváncsiságot, „a kalandvágyat és adrenalinlöketet” (ITJO20, elektronikus médium), és/vagy „a világ megváltoztatását” (ITJO07, online híroldal), valamint „a köz szolgálatát” (ITJO12, elektronikus médium) azért, hogy megfelelő információkat szolgáltatnak és megfontolt véleményeket oszthatnak meg. Többen megemlézték azt is, hogy újságíróként szabadon választhatták meg témáikat és munkakörülményeiket, így pedig a saját elképzeléseiknek megfelelő küldetést végezhetnek. Egyikük például így fogalmazott: „Azoknak is megszólalási lehetőséget biztosíthatok, akik máshol nem szólhatnak meg, és tudósíthatok arról, ami máshol nem jelenik meg” (ITJO18, minőségi napilap).

E motivációkkal összhangban állnak azok a célok, amelyeket tudósítás során követnek. Egyikük legtöbb kollégája gondolatait így öntötte szavakba: „Célom az, hogy új történetekkel ösztönözzek nyilvános vitát és párbeszédet” (ITJO06, minőségi napilap). Többen azt hangsúlyozták, hogy céljuk „az igazság terjesztése” (ITJO01, elektronikus média), valamint a tudás átadása és a felvilágosítás. A kereskedelmi szempontokat nagy többségük elutasította. Többen igyekeztek a változások elérése érdekében „mozgósítani az érzelmeket és felkelteni az emberek lelkiismeretét” (ITJO22, elektronikus médium). Mások az olyan hagyományos újságírói értékeket hangsúlyozták, mint a pontosság, a pártatlanság, a több független forrás használata, a teljességre törekvés, az ismeretlen részletek felkutatása s a többi. A megkérdezettek mintegy fele erkölcsi kötelességének tartotta a fontos tények megosztását – függetlenül attól, hogy a közönséget érdekli-e az adott kérdés.

Ugyanezek az elemek merültek fel akkor is, amikor arról kérdeztük őket, mi kell egy „jó sztorihoz”, ám ekkor az újságírók részletesebben beszéltek arról, hogy milyen döntéseket kell hozniuk mindennapi munkájuk során. Többen jelezték például, hogy egy sztori akkor lesz sikeres, ha az érzelmekre hat, első kézből származó információkat közöl, jó narratívát követ, a megfelelő embereket szólaltatja meg, megkapó személyiségekről szól, továbbá figyelemfelkeltő álló- vagy mozgóképeket tartalmaz. Összességében fontos szerepet játszott több mint kétötödüknél a konstruktív újságírás, több mint felüknél az objektivitás, jóval több mint 80 százalékuknál a migránsok és a helyi lakosság szempontjait is bemutató alapos helyzetismertetés. Néhány esetben ez a közönségigényekkel kapcsolatos pesszimizmussal járt együtt: „Sajnos nincs érdeklődés az újságírói hírszolgáltatás iránt” (ITJO22, elektronikus médium). Önreflektív és kritikai észrevételeket is megfogalmaztak: „Hírügynökségként tényeket kell szolgáltatnunk. [A gyakorlatban azonban] akkor írok meg egy történetet, ha érzelmileg motivál” (ITJO03, sajtóügynökség), holott „az újságíróknak el kellene kerülniük az érzelmi fősodort” (ITJO03, elektronikus médium).

Az újságírók azt mondták, a legkülönbözőbb forrásokra támaszkodnak, mégpedig rendszeresen. A válaszadók több mint fele nemzeti és nemzetközi nemkormányzati szervezetek, közel kétharmaduk pedig a think tankok szóvivőit részesítette előnyben. Kutatókat csak elvétve említettek. A megkérdezettek többsége (több mint 70 százaléka) leginkább a három fenti forrásban és az elsődleges információforrásokban bízott, négyötödük pedig fenntartásokat fogalmazott meg a kormányzati sajtóközlemények és szóvivők hitelességével kapcsolatban.

A kutatásban részt vevők elképzelt olvasótáborának összetételét elsősorban az általuk képviselt orgánum profilja határozza meg. Így például a baloldali médiumok hasonlóan baloldali közönségnek, a katolikus csatornák (akár különböző politikai beállítottságú) katolikusoknak szólnak, és így tovább. Az újságírók egyértelműen különbséget tettek a nyomtatott sajtó, az elektronikus média és az online híroldalak közönsége között. Általában úgy vélték, hogy a nyomtatott sajtót elsősorban az idősebbek és a véleményvezérek olvassák, az elektronikus médiát a kevésbé magasan képzett alsó- és középosztály követi figyelemmel, az online híroldalak közönsége pedig a fiatalabb korosztály

képviselőiből került ki. Többen külön említették a nőket is, akik jellemzően a katolikus-konzervatív tábor tagjai, és lehetnek fiatalok és iskolázottak is. E ponton a következő megállapítás érdemel említést: „Úgy képzem, hogy a közönségem olyan a baloldali katolikusokból áll, akiket teljesen összezavar a jelenlegi helyzet” (ITJO16, minőségi napilap). Egy televíziós újságíró pedig azt mondta, tipikus nézője

„...hatvan év körüli, a középfokú képzés első éveit végezte el, fásult, a politikából kiábrándult, elégedetlen, dühös, ám a változásért mégsem tevő »kanapévezető«, aki képes megváltoztatni a véleményét, ha valaki elmagyarázza neki a dolgokat” (ITJO23, elektronikus médium).

5.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

Az olasz újságírók igen támogatóan viszonyultak a migrációhoz. Több mint négyötödük egyetértett azzal a megállapítással, hogy az unión belüli szabad mozgás nagy hasznot hoz, és csak néhányan érezték úgy, hogy problémákat is okozhat például az életkörülmények és a gazdasági fejlődés terén. Közel kétharmaduk látott a migrációban lehetőséget a fogadó ország szempontjából, és majdnem 70 százalékuk nyilatkozott úgy, hogy ez a kérdés számára fontos téma. Általában a migrációt a megkérdezettek túlnyomó többsége – voltaképpen valamennyi megkérdezett – nagyon fontos kérdésnek tartotta.

A migráns definícióját jól összegzi az alábbi idézet, amely híven tükrözi a kutatásban résztvevő olasz újságírók álláspontját: „Olyan személy, aki saját döntéséből vagy kényszer hatására életkörülményei javítására vagy élete megmentésére törekszik” (ITJO01, elektronikus médium).

Ezt az általános, szinte mindenkit magában foglaló meghatározást olyan további megállapításokkal finomították, amelyek ugyanakkor ötvözték a mostani médiagyakorlattal kapcsolatos kritikai reflexiókat és a leíró jellegű észrevételeket:

„A média csak a menekültekkel foglalkozik” (ITJO03, elektronikus médium).

„A televízióban a migránsok vagy szegény szerencsétlenek, vagy magányos hősök” (ITJO07, online híroldal).

„[A migráns] egyfajta morbid kíváncsiság tárgya, akinek nincs identitása” (ITJO17, elektronikus médium).

Mások a migránst úgy jellemezték, mint „problémát, betolakodót, gazembert, aki elveszi a kenyérünket” (ITJO23, elektronikus médium), ugyanakkor azonban azt is hangsúlyozták, hogy ez csak az általuk képviselt médium álláspontja, amely nem feltétlenül azonos magánvéleményükkel. A legkifinomultabb meghatározás szerint:

„Egyrészt ott van a szegény, szerencsétlen migráns, másrészt ott van az a migráns, aki már régóta itt él, és különleges teljesítménye kiemeli a társadalomból (vagyis pozitív példát nyújt). Végül ott van a bűncselekményt elkövető migráns is” (ITJO24, minőségi napilap).

Többen utaltak rá, hogy a szóhasználat az elmúlt években a közkeletű „illegális bevándorlóról” (*clandestines*) elmozdult a semlegesebb hangvétellű „migráns” felé.

Az interjúalanyok többsége azt mondta, ügyel a megfelelő szóhasználatra. Többen közülük utaltak a római egyezményre is, és azt a célt fogalmazták meg, hogy elkerüljék az érintettek kirekesztését:

„Nem vagyok hajlandó a »migráns« szót használni. Jobban szeretem az »ember« vagy a »vendég« kifejezést. Különösen azok esetében, akik már jó ideje itt élnek. ... Normális emberekként igyekszem ábrázolni őket, például a keresztnévüket használom” (ITJO11, minőségi napilap).

Több megkérdezett említette azt is, hogy előszeretettel alkalmazza a különböző helyzetekre kidolgozott, jogi szempontból korrekt kategóriákat.

A válaszadók az Unión belüli mobilitásra elsősorban úgy tekintettek, mint privilegizált jogi helyzetre, amely jellemzően kevesebb hátrányos megkülönböztetéssel jár együtt. Egyikük megemlítette a romákat is, akik – annak ellenére, hogy uniós polgárok – gyakran ugyanolyan bánásmódban részesülnek, mint az Európai Unió kívülről érkező migránsok. Ugyanakkor interjúalanyaink közel kétharmada mondta azt, hogy alapvetően nem tesz különbséget az uniós és Unión kívüli migránsok között. Egyikük szerint „a bőrszín még mindig fontos szerepet játszik egy személy társadalmi megítélésében” (ITJO05, sajtóügynökség). Egy másik újságíró szerint a migránsokra alkalmazott definíció nagymértékben függ az adott személy helyzetétől: „A kilencvenes években a migráns keletit [azaz kelet-európai] jelentett, míg a mai politikai helyzetben az afrikai bevándorlót jelöli” (ITJO21, minőségi napilap). Ez az attitűd tükröződött abban is, ahogyan az Unión belüli mobilitásról és a migráció más formáiról tudósítottak. A legtöbb interjúalany meggyőződéssel vallotta, hogy önmagában nem tesz különbséget az Unión belüli és a többi migráns között, vagy azt mondta, hogy az Unión belüli mobilitás ma egyszerűen nem bír akkora hírértékkel, hogy foglalkozzon vele. Néhányan utaltak a menekültek sérülékeny helyzetére is.

5.2. Információforrások

5.2.1. Szakmai háttér

Az Olaszországban megkérdezett kilenc információforrás az uniós mobilitással és migrációval foglalkozó szervezetek széles spektrumát képviseli, köztük egy politikai pártot, több civil szervezetet, kutatóintézeteket, valamint nemzetközi és multilaterális szervezeteket. A válaszadók körében közel azonos arányban szerepeltek nők és férfiak. Életkoruk 33 és 65 év között alakult, a legtöbben a negyvenes éveik végén vagy ötvenes éveikben jártak. Az életkori megoszlással magyarázható, hogy az interjúalanyok négyötöde vezető pozícióban dolgozott. A kutatásban részt vevő szinte valamennyi intézmény közpénzből működött, beleértve uniós, kormányzati és önkormányzati forrásokat is. Néhány esetben ezek mellett adományokra is támaszkodtak.

A legtöbben egyetértettek abban, hogy a migrációval kapcsolatos közéleti kommunikáció elsősorban a közösségi médián, másodsorban a televízión, harmadsorban pedig a nyomtatott sajtón keresztül folyik. Többen kiemelték ugyanakkor, hogy a vitát nem ők befolyásolják, amennyiben a közösségi médiára elsősorban a trollok gyakorolnak hatást, míg „a hagyományos média sokkal tisztességesebb. Az új médiának szükségszerűen számolnia kell a trollokkal és a hasonló jelenségekkel” (ITSO09, nonprofit szervezet).

Egy válaszadó sokak véleményének adott hangot, amikor azt mondta, hogy „a vita azt a benyomást kelti, hogy válság van, holott nincs” (ITSO03, kutató). Egy másik szerint „a média kedvezőtlen irányba tereli a vitát” (ITSO04, kormányzati intézmény). Egy harmadik ugyanakkor úgy vélte, „a migrációs témát [politikai célokra] használják” (ITSO01, kormányzati intézmény).

Vegyes válaszokat kaptunk arra a kérdésünkre, hogy miként ítéli meg a nyilvánosság az egyes információforrásokat. Bár a legtöbb megkérdezett úgy gondolta, munkáját jól fogadják, több probléma is felmerült. Ilyen volt az, hogy egyesek úgy érezték, mindig el kellett magyarázniuk, miben áll munkájuk, valamint az is, hogy a társadalom nem értette munkájukat:

„Az emberek gyakran nem tudják, mit csinálok. ... A nagyközönségben sok félreértés él a munkámat illetően. ... Amit csinálok, az sokak szemében nem is munka” (ITSO02, nemkormányzati szervezet).

„Közszolgaként rám is egy szükségtelen intézmény részeként tekintenek” (ITSO04, kormányzati szervezet).

Mindamellettszinte valamennyi megkérdezett azt mondta, elkötelezettsége és/vagy a társadalom jobbjá tétele, a változáshoz való hozzájárulás motiválta, amikor pályát választott. Ez valamennyi politikai álláspont és valamennyi

szervezeti forma képviselőjére áll. Egy tipikus válasz szerint: „Szenvedélyem a munkám, és hiszek abban, hogy belülről képesek lehetek változtatni a dolgok állását” (ITSO07, állami szervezet).

Arra a kérdésre, hogy milyen célokat követnek, amikor a médiával kommunikálnak, a többség azt válaszolta, a médiát eszköznek tekinti; az újságírókkal való kapcsolattartás része munkájának, de nem különösebben fontos. Néhányan azonban ennél némileg árnyaltabb választ adtak, és a tudományos kommunikációt nevezték fő céljuknak, vagy azt mondták, hogy a szóban forgó „intézmény teljesítményét a médiajelenléte alapján ítélik meg” (ITSO04, kormányzati intézmény). Több válaszadó szerint „a rendkívüli események szolgáltatják a legjobb sztori-alapanyagot” (ITSO06, nonprofit szervezet). Ezt azzal egészítették ki, hogy fontos szerepet játszik az igazság és a pártatlanság is, csakúgy, mint „az igazi történetmesélés” (ITSO08, nemkormányzati szervezet). Többen megjegyezték, hogy a történetek akkor tudnak hatást gyakorolni a közönségre, ha lehetővé teszik az érzelmi azonosulást. A hatásgyakorlás kapcsán a megkérdezettek két táborra oszlottak. Volt, aki szerint az a jó sztori, amely „a normák, a törvények és a rendszer hibáira mutat rá” (ITSO03, kutató), többen azonban a konstruktív megközelítésben hittek, mondván, „fontos, hogy a történetnek a víziókkal összhangban pozitív üzenete legyen” (ITSO02, nemkormányzati szervezet), és „fel tudjon mutatni tényleges megoldási javaslatokat is” (ITSO07, hatósági szervezet).

5.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése

Az olasz megkérdezettek általában támogatóan viszonyultak a migrációhoz, és kivétel nélkül egyetértettek azzal az állítással, hogy a migráció általában hasznos. Közel 90 százalékuk szerint a migráció gazdaságilag kifejezetten előnyös, és kétharmaduk elutasította azt az állítást, hogy gazdasági szempontból problémát is jelenthet. A többség a fogadó országok szempontjából inkább lehetőséget, mintsem kihívást látott a migrációban. A válaszadók közel négyötöde mondta azt, hogy a migráció nagyon fontos téma számára, és hogy nem tesz különbséget az általános és az Unión belüli migráció között.

Az olasz források meglehetősen tágra értelmezték a migráns fogalmát: migráns az, „aki elhagyja szülővárosát” (ITSO02, nemkormányzati szervezet), vagy „más országban él” (ITSO07, kormányzati szervezet). Néhányuk szerint „a hivatalos definíció egyre használhatatlanabb” (ITSO03, kutató) és „nincs nemzetközileg elfogadott definíció, ami problémát jelent” (ITSO05, nemzetközi szervezet). Mások azt mondták, „a migránsokat elsősorban embernek kell tekintenünk” (ITSO08, nemkormányzati szervezet). Az egyik forrás filozofikusabban fogalmazott: „A migráns emberi lény, aki beleütközik azokba a határokbá, amelyeket más emberi lények jogszerűen tartanak” (ITSO01, kormányzati intézmény). A résztvevők igen komolyan vitatkoztak a kérdéssről.

Hasonló politikai polarizáltság jellemezte válaszaikat, amikor arról kérdeztük őket, mi különbözteti meg az Unión belüli mobilitást a migráció egyéb fajtáitól. Többen ilyen válaszokat adtak:

„Nem kellene különbségnek lennie. Azt, ami mégis van, csak a mostani helyzet teremti” (ITSO07, kormányzati szervezet).

„Migránsok azok is, akik menekülni kényszerülnek, és azok is, akik maguk döntenek úgy, hogy útra kelnek” (ITSO05, nemzetközi szervezet).

„Minél kevesebb a határ, annál jobb” (ITSO01, kormányzati intézmény).

Ezzel együtt valamennyien tisztában voltak azzal, hogy az uniós polgárság magában foglalja a szabad mozgás jogát. Az uniós polgárok egyes csoportjai között egyikük sem tett különbséget.

A migráns definiálásával kapcsolatos bizonytalanság ellenére a legtöbb interjúalanyunk azt mondta, hogy munkája során a migránsokról beszélve technikai nyelvezetet és jogi kategóriákat használ, mert „a definíciók kritikus fontosságúak” (ITSO05, nemzetközi szervezet). Ám volt olyan is, aki arra panaszkodott, hogy „nincs egységes definíció és mindenre kiterjedő fogalmi készlet” (ITSO08, nemkormányzati szervezet). Míg az egyik megkérdezett szerint „a különbségek pontos ismerete hozzájárulhat a társadalom jobbá tételéhez” (ITSO04, kormányzati szervezet), a másik

egyszerűen csak annyit mondott, hogy „én az Unión belüli és kívüli származás alapján teszek különbséget” (ITSO09, nonprofit szervezet). Egyikük egyenesen úgy fogalmazott, hogy „ideológiai okból nem vagyok hajlandó technikai különbséget tenni a migránsok különböző csoportjai között (ITSO08, nemkormányzati szervezet). Elhangzott a mostanában használatos olasz neologizmus, a *dublinati* is.

Az interjúalanyokat nem foglalkoztatta túlzottan az Unión belüli mobilitás kérdése. Ha mégis szóba került, akkor az oktatás és a képzettség szempontjából beszéltek róla. Ez a kérdés is átpolitizálódott. Az egyik résztvevő azt mondta, „igyekszünk elkerülni, hogy az Unión kívüli migránsokat törvényen kívülinek (*irregular*) láttassuk” (ITSO02, nemkormányzati szereplő), a másik pedig úgy fogalmazott, „aktivistaként mindig a különbségek felszámolására törekszem” (ITSO08, nemkormányzati szervezet). A románokat és más kelet-európai bevándorlókat csak egy szereplő említette, amikor a nem uniós migrációra terelődött a szó. Összességében az Unión kívülről induló migráció, illetve a menekültek és a menedékkérők kérdése hasonló válaszreakciókat váltott ki, amelyek az oktatás és a képzettség kérdésére fókuszáltak. Két információforrás szóba hozta az emberi jogi szempontokat is.

5.3. Következtetések

Az olasz *újságírókat* sajátos ellentmondás jellemzi. Egyfelől szenvedélyesen hisznek munkájukban és annak alapértékeiben, másfelől pesszimistán és cinikusan viszonyulnak az iparághoz. Mindkét attitűd befolyásolhatja azokat a kereskedelmi, intézményes, gyakorlati és technikai tényezőket, amelyek a migrációs tudósításokat formálják.

Intézményes szempontból – annak ellenére, hogy a szóbeszéd (*anecdotal evidence*) szerint az újságírás igen bizonytalan és alulfizetett szakma Olaszországban (különösen a szabadúszók esetében) – a felmérésben részt vevő újságírók viszonylag biztosnak érezték állásukat. Többségük elhivatottságból, s nem a megélhetés miatt dolgozik újságíróként. Bár úgy érzik, személy szerint elismerik őket, általában az újságírással szemben csökkenő mértékű bizalmat tapasztalnak. Míg a válaszadók általában elégedettek munkakörülményeikkel, kevesen tartják szerkesztőségüket nagyon jónak, barátságosnak vagy különösebben konstruktívnak. Többen kétségüket fejezték ki a munkahelyi vezetés teljesítménye és szakértelme kapcsán. A szakmát a nemek közötti egyenlőség és a társadalmi csoportok képviselője jellemzi, bár – akár Németországban – Olaszországban is csak korlátozott kulturális és etnikai sokféleség jellemzi az iparágat, ami vélhetően a migrációról való tudósítást is befolyásolja (Markova & MacKay 2013).

A napi praxist tekintve több megkérdezett újságíró közvetlen vezetői irányításról számolt be, amely alkalmanként beavatkozást is jelent. Emellett a belső és a külső szereplők (például a tulajdonos, a politikai pártok, a katolikus egyház, a kereskedelmi és a szakszervezetek) nyomásgyakorlási kísérleteit is megemlézték. A nyomásgyakorlás befolyásolhatja azt is, hogy az újságíróknak mekkora autonómiájuk van eldönteni, milyen történésekről és miként tudósítsanak.

A migráció keretezését is meghatározó technikai tényezők között említették a közönség érzelmeinek befolyásolását, valamint a Földközi-tengeren át Olaszországba tartó migráció dinamikájának, szerepének és jelentőségének hangsúlyozását. Ez egyben azt is jelenti, hogy az újságírók inkább a szegénységre és a menekültkérdésre, mintsem a migráció egyéb formáira, például az Unión belüli mobilitásra fókuszálnak. Igen csekély mértékben bíznak a kormányzati forrásokban. Az olaszországi kutatás arra utal, hogy az újságírók együttéreznek a migránsokkal és különösen a menekültekkel, függetlenül attól, hogy az őket foglalkoztató médium milyen politikai álláspontot képvisel. Összességében ezt az attitűdöt inkább a hátrányos helyzetű csoportokkal való ösztönös szolidaritás, mint a reflektált újságírói etika látszik táplálni.

A megkérdezettek határozottan uniópártiak, és többnyire támogatják az Európai Unión belüli mobilitást. Arra törekednek, hogy társadalmi hatást gyakoroljanak, és megvédjék a hátrányos helyzetű csoportok érdekeit.

Mint említettük, az interjúalanyok szerint autonómiájukat bizonyos fokig korlátozzák a különböző érdekcsoportok és a vezetői döntések. Ez nemcsak a tudósítások szempontjából jár gyakorlati következményekkel, hanem kereskedelmi vonatkozása is van: e döntéseket ugyanis gyakran motiválja az, hogy a közönséget profitmaximalizáló, a közönségpiacot növelni kívánó médiumok célozzák meg, amelyek ugyanakkor óvakodnak attól, hogy elidegenítsék hirdetőiket vagy tulajdonosaikat. Mindamellett csak kevéssé világos az a dinamika, amely a közönség által elvárt különböző tartalmak és az átpolitizált médiumok közötti kapcsolatot jellemzi.

Az olasz *információforrások* szerint az országban folyó migrációs vita igen átpolitizált. A migránsok különböző csoportjairól alkotott definícióik nem különösebben pontosak, és úgy érzik, hiányzik az általánosan elfogadott definíció és terminológia. Ugyanakkor azonban úgy gondolják, nem szabad különbséget tenni a migránsok különböző csoportjai között, hanem emberi lényeknek kell tekinteni és így kell prezentálni őket a nagyközönségnek. E nézetüket valószínűleg a közösségi média erősítette fel, amelyről azt gondolják, migránsellenes érzelmet korbácsol fel. Emellett úgy vélik, a hagyományos média dramatizált formában mutatta be a jelenséget.

A válaszadók arra is rámutattak, hogy munkájuk és munkáltatójuk megítélése nem feltétlenül kedvező, őket magukat pedig potyautasnak vagy lobbistának tekintik. Egyikük ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet, hogy az a mód, ahogyan a médiában megjelentek, hatást gyakorolt arra is, ahogyan munkáltatójuk a teljesítményüket értékeli.

6. A spanyol média

6.1. Az újságírók

6.1.1. Szakmai háttér

A Spanyolországban megkérdezett újságírók a politikai centrumban és a baloldalon elhelyezkedő médiumokat képviselik. A szélsőjobbaldali és a radikális médiumok munkatársai nem kerültek be a mintába. A megkérdezettek köre mégis fedi az ország véleményformáló médiumait, köztük több új generációs, független újságírói szervezetet is. Az interjúalanyok közel 40 százaléka elektronikus médiumoknál, majdnem 30 százaléka bulvárlapoknál dolgozott; a többi minőségi lapokat, online híroldalakat és a hibrid médiumokat, illetve egy nonprofit médiaszervezetet képviselt. Közel háromnegyedüket üzleti vállalkozás, a többiek az állam vagy nonprofit szervezet foglalkoztatta. Két regionális orgánomot leszámítva valamennyi médium az országos közönségnek szólt.

A 18 újságíró többsége migrációs és mobilitási témákra szakosodott, vagy mindennapi munkája során rendszeresen foglalkozott ezekkel a kérdésekkel. Egy interjúalanyunk kivételével valamennyi főállásban dolgozott, s a legtöbben középvezetői pozíciót töltöttek be, például részlegvezetőként vagy főszerkesztő-helyettesként dolgoztak. Életkoruk 27 és 59 év között volt, többségük negyvenes-ötvenes éveiben járt; ez tükröződött pozíciójukban is. Férfiak és nők hasonló arányban szerepeltek a mintában.

A kutatásban részt vevők szerint az újságírói szakma reputációja Spanyolországban alacsony, s a további kilátások sem biztatók. Az egyik megkérdezett szerint az újságírás „hiteltelenné vált” (SPJ12, elektronikus médium). Egy másik pedig azt mondta, hogy „összességében lenéznek minket” (SPJ13, elektronikus médium). Egy harmadik szerint „kíváncsiság, morbid ámulat vesz körbe minket; a tisztelet egyre fogy” (SPJ03, minőségi napilap). Többben e jelenség okaira is reflektáltak:

„[Az újságírás] csapdába került: a közösségi média leegyszerűsít mindent. Mindenki elmondhatja a véleményét, pedig az újságírás nem helyettesíthető. A Twitter veszélyes, hiteltelen, és hozzájárul az újságírás súlytalanná válásához” (SPJ11, elektronikus médium)

„Aligha várható el, hogy az emberek tiszteljék a szakmát, amikor olyan sok álhír terjed. A közösségi médiában pedig mindenki rögtön megoszthatja a véleményét” (SPO5, minőségi napilap).

Mások szerint általában csökkent az újságírás hitelességébe vetett bizalom, aminek szerteágazó okai vannak. Egyrészt „a közönség fél, hogy elferdítem a valóságot” (SPJ04, minőségi napilap), mert „a közszolgálati média gyakran a kormány szócsöveként funkcionált” (SPJ13, elektronikus médium), és az újságírás „túlzottan átpolitizált, így az emberek úgy érzik, hazudunk” (SPJ08, online híroldal). Ennek ellenére néhány megkérdezett úgy érezte, közvetlen személyes és szakmai környezetében kellő elismerésben részesül.

Munkahelyük megtartásában az interjúalanyok nem voltak nagyon bizonyosak. Többségük úgy vélte, elég nagy a valószínűsége annak, hogy megtarthatja állását, de gyorsan hozzátette, hogy nagyfokú bizonytalansággal kell számolnia. Többen már számos elbocsátási hullámot túléltek munkahelyükön. Azok tartották helyüket stabilnak és a kilátásaikat kedvezőnek, akik viszonylag új és független szervezetnek vagy valamely közszolgálati médiumnak dolgoztak.

Az újságírók vegyesen ítélték meg munkahelyi környezetüket. Kétharmaduk munkahelyét barátságosnak, nyugodtnak és támogatónak tartotta, és úgy gondolta, az kellő függetlenséget biztosít neki munkája elvégzéséhez. Néhányan ugyanakkor megjegyezték, hogy ez elsősorban a kollégáikra, és nem a vezetésre áll: „A sztrájkok és a kollektív létszámleépítések összekovácsolnak minket” (SPJ10, elektronikus médium), és „a kollégák nagyon összetartóak” (SPJ05, minőségi napilap). A megkérdezettek harmada a vezetőség és a szakpolitikai változások miatti félelemről és bizonytalanságról számolt be:

„A vállalat szétzilált, a munkatársak bizalmatlanok, sodródznak, ideológiák közt hanykolódnak” (SPJ05, minőségi napilap).

„Vezetőváltás volt. ... Most gyakornokokat alkalmaznak a szerkesztők helyett” (SPJ04, minőségi napilap).

„Fontosabb a vezetőkkel ápolt jó viszony, mint a professzionalizmus és a tapasztalat” (SPJ06, elektronikus médium).

Megemlítették a régi és az új dolgozók közötti bérfeszültséget és a létszámfőlösleg miatti lehetséges elbocsátásokat is. A megkérdezettek arról számoltak be, hogy a szerkesztőségekben többségben vannak a nők, akiknek aránya a legtöbb esetben 50 és 70 százalék közötti. Interjúalanyaink több mint négyötöde szerint szerkesztősége társadalmi osztály és vallási háttér szempontjából vegyes volt, de közel háromnegyedük elismerte, hogy szerkesztősége nem tükrözi megfelelően a spanyol társadalom valóságát. Csak a munkahelyek harmada foglalkoztatott fogyatékkal élő munkavállalókat.

A legtöbb újságíró – különösen azok, akik nagy hagyományokkal rendelkező médiumnál dolgoznak – súlyos külső nyomásgyakorlásról számolt be; ez a nyomás nem annyira rájuk mint szerkesztőkre, hanem inkább médiumuk egészére nehezedett. A következő állítás a megkérdezett újságírók többségére áll: „Vannak nyomásgyakorlási törekvések. Vigyáznunk kell a hirdetőkkel és a kormányzó politikai párttal” (SPJ11, elektronikus médium). A kormányt és a legnagyobb spanyol vállalatokat a kereskedelmi és a közszolgálati média újságírói is gyakran megemlítették; egyik válaszadónk utalt médiumának főrésztvényesére, amelynek üzleti és politikai érdekeit figyelembe kell vennie. Egy interjúalanyunk nyíltan azzal vádolta a kormányt, hogy ellehetetleníti a menekültügyi kérdésekről szóló tudósításokat. A közelmúltban újonnan alapított, független újságírói szervezetek képviselői ugyanakkor nem találtak külső nyomással.

Az újságírói szakma lényegében minden megkérdezett számára hivatás vagy szenvedély, amelyet „a megszállott igazságkeresés” (SPJ07, minőségi napilap) „a politikai erők ellenőrzésének vágya” (SPJ16, online híroldal) vagy a történetmesélési szándék motivál. Egyikük szerint „fontos, hogy azok is szót kapjanak, akik egyébként nem jutnának szóhoz” (SPJ09, online híroldal), másikuk pedig így írta le társadalmi küldetését:

„Mivel van mondanivalónk, szilárd elvekkel és őszinteséggel olyan mentális kereteket hozhatunk létre, amelyek hozzájárulnak a dolgok jobbá tételéhez. Irányt mutatnak az embereknek a döntések során, akik így képessé válnak több szempontot és információt figyelembe véve választani” (SPJ13, elektronikus médium).

Az újságírók szakmai célja a szemléletformálás és az érzelmi reakciók kiváltása volt. Általában ügyelnek a kettő közötti megfelelő egyensúly megőrzésére:

„Mindig arra törekszem, hogy a valósághoz tartsam magam, és ne éljek vissza az érzelmekkel. Ügyelek rá, hogy egyensúlyban tartsam a tárgyilagosságot és a történetmesélés által kiváltott érzéseket. A lényeg az, hogy az olvasó szembenézzen önmagával, és gondolkodjon” (SPJ07, minőségi napilap).

A résztvevők szerint fontos, hogy „érveket sorakoztassunk fel, rávilágítsunk a hazugságokra, és felelős állampolgárokat neveljünk” (SPJ09, online híroldal). Többen hangsúlyozták, hogy céljuk az új információk felderítése, az új szempontok bemutatása. Például

„...olyan ügyekben, amelyekkel más médium még nem foglalkozott, azzal a céllal, hogy rávilágítsunk olyan problémákra, amelyek nem maguktól értetődőek a nagyközönség szemében” (SPJ14, online híroldal).

Más a megoldáskeresést hangsúlyozta:

„A cél az, hogy az emberek figyelmét ráirányítsuk valamire. Hogy elmagyarazzuk az okait. Hogy még időben megoldást találjunk. Hogy információt szolgáltatassunk, s az ne vesszen el az érdekességek tömegében” (SPJ06, elektronikus médium).

Az újságírók 60 százaléka mondta azt, hogy nem kereskedelmi megfontolásokból választ témát, négyötödük pedig kifejezetten a szemléletformálás szándékát hangsúlyozta. Az érzelmekre gyakorolt hatás fontos szerepet játszik Spanyolországban: az újságírók közel 60 százaléka ismerte el, hogy nagyon gyakran vagy szinte mindig él ezzel az eszközzel. Abban szinte mindenki egyetértett, hogy a témaválasztás a főszerkesztők és a tulajdonosok hatásköre volt.

Ami egy „jó sztori” építőelemeit illeti, a megkérdezettek a kanonizált hírértékekre utaltak (Lippmann 1922, Galtung & Ruge 1965), de nagy hangsúlyt fektettek az újságírás érzelmi aspektusaira is, mégpedig azért, hogy:

„...felébresszük az olvasók lelkiismeretét, tájékoztassuk őket arról, ami minket is foglalkoztat, amire reflektálunk, ami a lelkünkre hat, ami arra készítet, hogy jobb világot teremtsünk, támogassuk egymást, empatikusabbak legyünk” (SPJ0, elektronikus médium).

„Olyan információkat osszunk meg, amelyek együttérzést keltenek, amelyek a spanyol valósághoz kapcsolódnak, és amelyeket könnyű felfogni” (SPJ17, minőségi napilap).

A spanyol válaszadók többsége – közel háromnegyede – azt mondta, a legszívesebben elsődleges forrásokra támaszkodik. Ezt követték a válaszadók mintegy harmadánál a hazai think tankek és nemkormányzati szervezetek szövevényei, több mint felénél a kormányzati sajtóközlemények, valamint minden második megkérdezettnél a kutatók nyilatkozatai. A nemzetközi nemkormányzati szervezeteket és think tankeket ritkábban említették, mint a spanyolokat. Ami a források hitelességét és pontosságát illeti, a kutatókat értékelték a legtöbbször (közel kétharmaduk mondta ezt), míg a hivatalos sajtóközlemények és a kormányzati szövevények információi további ellenőrzést igényeltek (szintén kétharmaduk szerint).

A megkérdezettek sokféleképpen gondolkodtak közönségükről, amelyet jellemzően nem definiáltak pontosan. A nyomtatott sajtó olvasóit tipikusan idősebbnek és magasan iskolázottnak, míg az online híroldalak közönségét fiatalabbnak és a társadalmat pontosabban reprezentálónak tekintették. Volt, aki a közérthetőséget hangsúlyozta: „Azoknak írok, akik nem értik az újságokat, és akik a szomszédaim lehetnének” (SPJ04, minőségi napilap). Más azt mondta, hogy „azokat az embereket tekintem a közönségem tagjainak, akik a közösségi médiában is kapcsolatba lépnek velem” (SPJ05, minőségi napilap). Ugyanakkor azonban több interjúalanyunk kifejezetten úgy nyilatkozott, hogy egy-egy tudósítás megírása során nem egy konkrét célcsoportra gondol: „Nem foglalkozom azzal, kit szólítok meg. Az igazságot akarom megismerni és elmondani” (SPJ10, elektronikus médium).

6.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

Általában az Európai Unión belüli mobilitást szinte valamennyi spanyol megkérdezett, a mobilitás gazdasági hatását pedig a válaszadók kétharmad tartotta hasznosnak. Több mint 60 százalékuk határozottan elutasította azt az állítást, hogy a mobilitás problémát jelentene vagy gazdasági kárt okozna. Ugyanakkor azonban háromnegyedük egyetértett azzal, hogy a másik országba költöző uniós polgárok ellenséges környezettel vagy más nehézségekkel szembesülnek, miután elhagyják hazájukat. A megkérdezettek közel háromnegyede egyetértett azzal az állítással is, hogy a migráció nagyon fontos téma, és több mint fele nagyon fontosnak tartotta az Unión belüli mobilitást, amelyet csak harmaduk érzett közepesen fontosnak.

A migráció különböző formáinak definíciója Spanyolországban csak az országra jellemző sajátosságokat mutat. A megkérdezett újságírók azokat nevezték „migránsoknak” vagy „bevándorlóknak”, akik gazdasági okokból érkeztek Spanyolországba – vagyis azért, hogy kitörjenek abból a szegénységből, amelyben szülőföldjükön éltek –, míg „menekülteknek” azokat hívták, akik háború vagy az emberi jogok megsértése miatt hagyták el otthonukat. Azt mondták, a „migráns” és a „bevándorló” negatív konnotációjú kifejezés, amelyet jellemzően a muszlimokra alkalmaznak. A „menekültekről” ugyanakkor a nagyközönség jobb véleménnyel volt. Többen a „migráns” szó kapcsán a spanyol kormány 2005-ös intézkedésére utaltak, amely törvényes tartózkodási jogot biztosított azoknak a hivatalos dokumentumokkal nem rendelkező bevándorlóknak, akik az országban tartózkodtak és dolgoztak. Többen említették azt is, hogy az „illegális” szó alkalmazása gyakorlatilag tilos, és a *sin papeles* (dokumentumok nélküli) kifejezéssel helyettesítették. Mások általánosabb definícióhoz folyamodtak: „Szerintem migráns az, akinek magyarázkodnia kell” (SPJ13, elektronikus médium), vagyis olyasvalaki, aki jogtalanul tartózkodik Spanyolországban, illetve „nem látogató, hanem le akar telepedni az országban” (SPJ16, online híroldal).

Az interjúalanyok megosztottak voltak abban a kérdésben, hogy mi befolyásolja a szóhasználatukat. Néhányan elmondták, hogy a saját intézményük vagy harmadik felek által a rendelkezésükre bocsátott iránymutatásokra és szöszedetekre támaszkodtak, míg mások nem hallottak hasonló eszközökről. Volt, aki egyszerűen így fogalmazott: „Alaposan megfontoltam, és [eszerint] használom a fogalmakat” (SPJ14, online híroldal). Mások a szakkifejezések alkalmazását tartották elfogadhatónak. Egyikük szerint:

„Ha egyeseket »menekülteknek«, másokat »gazdasági bevándorlóknak« nevezel, azzal azt üzened, hogy van, akit be kell fogadnunk, másokat meg nem. ... Sokat beszélünk erről a szerkesztőségben” (SPJ13, elektronikus médium).

Ez arra enged következtetni, hogy – bár a szóhasználat tudatos – nincs a médiumok többsége által elfogadott egységes megközelítés. Valamennyi megkérdezett megerősítette, hogy különbséget tesz az Unión belüli mobilitás és az Unión kívülről érkező migráció között, önkritikusan elismerve, hogy: „Ugyanúgy kellene hívnunk őket, akár az EU-ból jöttek, akár nem, de ha valaki az Unióból jött, akkor külföldinek nevezzük” (SPJ09, online híroldal) vagy „kitelepülőnek (*expat*) hívjuk” (SPJ02, elektronikus médium). Azt is elismerték, hogy a nagyközönség másként tekint az uniós tagországokból és tagjelölt országokból érkezőkre:

„Nagyon más, ha valaki Franciaországból, illetve ha Albániából vagy Romániából jön. Bőrszín szerinti kategóriákat hozunk létre. Újságíróként gyanakvással figyeljük a származásukat, és előítéleteink vannak” (SPJ08, online híroldal).

Általánosan elterjedt nézet volt a megkérdezett újságírók körében, hogy a „migráns” problémás személyt jelöl.

A válaszadók azt mondták, csak ritkán írnak az Unión belüli mobilitásról, de amikor igen, akkor jellemzően kedvező színben, a gazdasági és a kulturális csere részeként keretezve. Ugyanakkor azonban az Európai Unión kívülről érkezőkről szóló tudósítások – ha nem menekültekről vagy menedékkérőkről szóltak – kedvezőtlenebb hangvételűek voltak. A következő megállapítások többek véleményét összegzik:

„Milyen hatást gyakorol a nemzetbiztonságra és az államberendezkedésre? Miként befolyásolja a gazdaságot, milyen képzettségük van a migránsoknak? Alkalmanként a bevándorlás okait, a kibocsátó országok nehézségeit is bemutatjuk” (SPJ08, online híroldal)

„Fontos a dolgokat tágabb összefüggésrendszerbe helyezni, különben gyanakvással tekintenek rájuk” (SPJ04, minőségi napilap).

„[Munkánkkal arra törekszünk, hogy] a tiszteletet és kölcsönös megértést [erősítsük]” (SPJ16, online híroldal).

A menekültekről és a menedékkérőkről szóló híradások keretezése hasonlít az Unión kívüli migráció más fajtáira, de szinte valamennyi válaszadó azt mondta, alaposan megvizsgálja a származási ország problémáit, és hogy ezekhez képest a hazai, spanyol szempontok – köztük a menekültek elhelyezésének kérdései – másodlagosak. „Ugyanakkor azonban [a menekültkérdés] egyre negatívabb jelentést kap, mert összekapcsolódik a terrorizmussal is” (SPJ05, minőségi napilap).

6.2. Információforrások

6.2.1. Szakmai háttér

Spanyolországban hét információforrással beszélgettünk. Egyaránt szerepeltek köztük országos és tartományi hatóságok, tudományos és kutatóintézetek, think tankok, valamint egy nemzetközi segélyszervezet képviselői. A vizsgálat résztvevői aktív szerepet játszottak a migrációval kapcsolatos különféle politikai hálózatokban és mozgalmakban, ezért azt feltételezhettük róluk, hogy szakmai szerepükről és a civil társadalomról is pontos ismeretekkel rendelkeznek. Az intézményeket az ellátott feladatokból következően elsősorban állami forrásból, kisebb mértékben pedig alapítványi támogatásból vagy adományokból finanszírozták. A megkérdezettek 70 százaléka nő volt. A válaszadók életkora 26 és 63 év között alakult, a legtöbben negyvenes éveikben jártak, többségük vezetőként dolgozott.

A résztvevők nem tudtak olyan médiumokat megnevezni, amelyek a migrációs vitát formálnák. Inkább azt mondták, a spanyol állampolgárok, a bíróságok, az ombudsmani hivatal munkatársai, maguk a migránsok, a tudományos szféra képviselői és a kérdésben érintett európai aktorok voltak azok a kulcsszereplők, akik és amelyek ösztönözték és előre vitték a párbeszédet. Ez a válasz inkább a kérdés sajátos értelmezésével magyarázható, mintsem azzal, hogy úgy éreznék, a spanyol média ne játszana szerepet ebben a diskurzusban.

Annak ellenére, hogy a megkérdezettek túlnyomó, közel 90 százalékos többsége úgy érezte, megbecsülik, meglehetősen vegyes képet festettek a közvélemény általi megítélésükről. A köztisztviselők arra panaszkodtak, hogy a nyilvánosság alapvetően kedvezőtlenül ítéli meg őket. A társadalmi ügyekkel foglalkozók szintén arról számoltak be, hogy sokan „nem tartják munkának” azt, amit csinálnak, mert „az emberek csak a jóságot látják” (SPS02, nemzetközi szervezet), és hogy a tapasztalat megtanította őket arra, ne használjanak olyan fogalmakat, mint a „szegénység” vagy a „társadalmi kirekesztés” (SPS05, közintézmény), ha nem akarják az előítéleteket táplálni és a társadalom egyes tagjait elidegeníteni. Egyikük szerint „régén senki nem értékelte a munkámat, de a menekültválság óta az embereket érdekli, mivel foglalkozom” (SPS06, nemkormányzati szervezet). Mások azt mondták, személyükben és munkájukban egyaránt kellő elismerést kaptak, de gyakran keveredtek konfliktusba olyanokkal, akiknek más volt a beállítottságuk és a véleményük.

A spanyol válaszadók egybehangzóan és büszkén mondták azt, hogy szenvedélyből és az ügy iránti elkötelezettségből választották hivatásukat. Az alábbi idézet valamennyi válaszadóra áll:

„Hiszek a változásban, a nonkonformizmusban, a jogokban, abban, hogy az embereket képessé lehet tenni jogaik érvényesítésére. Személyes meggyőződésem, hogy lehet változtatni az engem körülvevő dolgokon” (SES02, nemzetközi szervezet).

Két résztvevő a köz szolgálatának idealista felfogását képviselte:

„A közigazgatás az egyetlen olyan vállalkozás, amely mindenkiért dolgozik ... Engem azzal fog meg, hogy mindenki életére hat” (SES01, kormányzati intézmény).

„A munkám lehetővé teszi, hogy egyszerre szolgáljam a közjót, és helyben is tegyek a társadalmi ügyekért” (SES05, közintézmény).

Egyikük elismerte: „Megszállottan rajongok a migrációs kérdésért. Azt hiszem, ez a 21. század legfontosabb témája” (SES07, think tank).

Ebből következik, hogy az interjúalanyok célja a médiával való kommunikáció során a változás elérése: a migrációval kapcsolatos tudatosság és tudás növelése, és ennek eredményeként a nagyközönség hozzáállásának megváltoztatása. Egyikük azt mondta: „Nem meggyőzni, hanem informálni és tanítani akarom az embereket, adatokat akarok szolgáltatni, és a megfelelő szóhasználatra akarom rábírni őket” (SES03, kutató). Mások kifejezetten arra törekedtek, hogy „kedvező képet” fessenek a migrációról (SES01, kormányzati intézmény), vagy így nyilatkoztak: „A nyelvhasználaton és a pozitív kommunikáción keresztül próbálom megváltoztatni az emberek migrációról alkotott véleményét” (SES05, közintézmény).

Amikor arról faggattuk őket, mik egy „jó sztori” alkotóelemei, a spanyol források rendkívül megosztottak voltak. Válaszaikban burkoltan inkább arra fókuszáltak, amit a helyes megközelítésnek véltek, és nem arra, ami szerintük valójában működött, vagyis nem az érzelmeket is mozgósító tartalomról. Egyikük többük nevében beszélve így fogalmazott: „A valóságot olyannak kell láttatni, amilyen. Az érzelmeik átmenetiek, és nem változtatják meg a valóságot” (SES05, kormányzati intézmény). Másikuk azt mondta: „A sztorinak »szexinek« kell lennie, a bizonyítékokat kell tartalmaznia, és tényeken alapuló kontextusban kell megjelennie” (SES07, think tank). Megint másik így vélekedett:

„Azon dolgozunk, hogy megfelelő egyensúlyt teremtsünk egyfelől a média szükségletei között – azaz bizonyítékokat kínáljunk föl –, másfelől megvédjük azokat az embereket, akikkel dolgozunk” (SES06, nemkormányzati intézmény).

6.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

A megkérdezett spanyol források kivétel nélkül „általában hasznosnak” tartották a migrációt, és szinte valamennyiük kategorikusan elutasította, hogy az problémát jelenthetne. Ugyanennyien láttak a migrációban a befogadó ország szempontjából lehetőséget, bár a megkérdezettek több mint fele elismerte, hogy maguk a migránsok problémákkal is szembesülhetnek. A válaszadók közel 90 százaléka számára a migráció és az unión belüli mobilitás egyaránt nagyon fontos téma.

Amikor a migráció fogalmának meghatározásáról kérdeztük őket, a spanyol válaszadóink ismét különbséget tettek között, ahogyan az emberek általában a fogalmat használták, és között, amit egyébként helyesnek vagy jónak tartottak:

„A migránsok lehetnek menekültek és/vagy lehetnek gazdasági céljaik. Csak akkor hívjuk őket migránsnak, ha messziről jöttek” (SPS04, kutató).

„Az emberek politikai vagy gazdasági okok miatt indulnak útnak. Legálisan vagy illegálisan, de az Európai Unió kívülről. Az határozza meg őket, hogy milyen jogon tartózkodnak az országban” (SPS06, NGO).

A megkérdezettek nagyjából egyetértettek abban, hogy az Unión belüli mobilitás nem azonos a migrációval. Ugyanakkor „a Romániából és Ukrajnából, vagyis általában a legszegényebb EU-tagállamokból (*sic!*) érkező migránsokra

úgy tekintenek, mint akik nem az EU-ból származnak" (SPS05, közintézmény), miközben „az emberek hajlamosak arra, hogy az EU leggazdagabb országaiból származókat külföldinek vagy áttelepülőnek, s ne migránsnak nevezzék" (SPS06, nemkormányzati szervezet).

A résztvevők többsége abban is egyetértett, hogy a spanyol média nem válogat a szavak között, amikor a migrációról tudósít, és nem is törekszik rá:

„A médiában a migráció mindig problémaként jelenik meg. Óvatosnak kell lennünk a »menekült« szóval, mert mindenki egyből Szíriára gondol, holott menekültek mindenhol érkeznek. A sajtó helytelenül használja a fogalmakat" (SPS05, közintézmény).

Ennek megfelelően többen feladatuknak érezték a nyilvános vita korrigálását:

„Kihívást jelent, hogy megdöntsük a félelem és bizonytalanság diskurzusát, amit a migráció teremtett. Próbálunk olyan fogalmakat meghonosítani, mint a kulturális integráció" (SPS06, NGO).

Ennek érdekében

„...törekszünk rá, hogy minden esetben a megfelelő jogi kategóriát használjuk, és hogy a közvetített információ gazdasági és kulturális tényeken is alapuljon" (SPS07, think tank).

„[Fontos, hogy] nagyon technikai nyelvet használjunk – nagyon óvatosan" (SPS02, nemzetközi szervezet).

„Minden esetre külön fogalmat kell használni. Ezt nehéz átadni a médiának. Néhány évvel ezelőtt a migrációnak még csak gazdasági konnotációja volt. 2015 óta a menekültekre politikai kérdésként tekintenek" (SPS04, kutató).

Napi munkája során szinte egyetlen válaszadónk sem foglalkozott az Unión belüli migrációval és/vagy nem tekintette azt migrációnak. Az az egy, aki mégis migrációnak tekintette, „kulturális gazdagodásként" keretezte a kérdést (SPS05, közintézmény), egy másik interjúalanyunk pedig azt figyelte meg, hogy „ezt a csoportot azoknak a gazdasági és munkaerő-piaci kérdéseknek a tükrében emlegetik, amelyeket előidéz" (SPS06, NGO). A nem a menekült vagy a menedékkérő kategóriájába tartozó, az Európai Unió kívülről érkező személyekről sem esett sok szó. Ha mégis, akkor főképp a „kulturális és integrációs szempontok" (SPS03, kutató) értelmezési keretében beszéltek róluk.

Az információforrások szerint az utóbbi megközelítés merült fel a menekültek és a menedékkérők esetében is, felvetve a kérdést, hogy „miként lehet diszkriminációmentesen integrálni a társadalomba és a munkaerőpiacra őket" (SPS02, nemzetközi szervezete), és hogy milyen „gazdasági és foglalkoztatási támogatást kapjanak, amikor az országba érkeznek" (SPS05, közintézmény). A megkérdezettek valamennyi kérdés esetén világossá tették, hogy nem kívánnak különbséget tenni a migránsok egyes csoportjait között, hanem egyformán igyekeznek kezelni őket.

6.3. Következtetések

A kutatásban részt vevő újságírók szavaiból úgy tűnik, hogy Spanyolországban a hagyományos újságírás válságban van. E válság több tényező: egyaránt szerepet játszanak benne az egyes médiumok gazdasági nehézségei, az ezekkel járó elbocsátások és vezetőváltások, a vélt vagy valós pártpolitikai torzítások, valamint a nagyvállalatok és a kormány gyanított manipulációs kísérletei.

Intézményes szempontból ez azt jelenti, hogy az újságírók hitelességük és a beléjük vetett bizalomnak a csökkenését érzékelik, ami számos szerkesztőségben nehéz és kedvezőtlen munkakörülményekhez vezet. Van ugyanakkor számos

olyan új, független médium is, amely – úgy tűnik – sikerrel birkózott meg ezekkel a problémákkal. E médiumok nagy része azonban kevesebb embert ér el, mint a hagyományos médiumok. Sok újságíró munkája veszélyben van. Ami a nemek arányát és a társadalmi háttérrel illeti, a munkahelyi körülmények sokszínűek, ám ez a szerkesztőségek etnikai és kulturális összetételére már nem áll (Markova & McKay 2012).

A gyakorlatban számos tényező befolyásolhatja a tudósításokat, s ezek közé tartoznak azok az aggályok is, amelyeket a válaszadók a hirdető, a kormány és politikai pártok nyomásgyakorlási kísérletei kapcsán fogalmaztak meg. Eltekintve attól a vádtól, hogy a spanyol kormány proaktívan igyekezett korlátozni a menekültválságról szóló tudósítások számát, nem világos, hogy a politikai és az üzleti szereplők nyomásgyakorlása miként befolyásolja az újságírók jó szándékú erőfeszítéseit. Ennek ellenére és a fent említett intézményi problémák dacára az újságírók büszkén beszéltek hivatásukról, és etikus viselkedésre törekednek.

Technikai szempontból nézve azt mondhatjuk, hogy a spanyol újságírók különösen gyakran választanak emocionális vagy az érzelmekre ható megközelítést a közönség befolyásolása érdekében. Emellett azonban elismerték, hogy ezt tényszerű tudósítással kell ellensúlyozni. Sokan nagy jelentőséget tulajdonítottak a közönség szemléletformálásának, a nyilvános vita megbízható információkkal való ösztönzésének is, és néhányan fontosnak tartották azt is, hogy képesek legyenek változást elérni. A szóhasználatot ugyancsak fontosnak tartották, de néhányan elismerték, hogy a „migráns” kifejezés – amennyiben jellemzően a muszlimokat jelöli – a kulturális különbségek és a problémák szinonimájává vált.

Az újságírók témaválasztását saját elmondásuk szerint nem üzleti szempontok határozták meg. A megkérdezettek ugyanakkor némiképp bizonytalanok voltak közönségük összetételét illetően.

A megkérdezett spanyol *információforrások* között többségben voltak a hivatalos kormányzati álláspontot képviselő kormánytisztviselők, akik ugyanakkor erősen azonosultak a pártatlan és mértéktartó közszolgá szerepével. Miközben általában úgy érezték, munkahelyükön nem értékeli őket eléggé, azt tapasztalták, hogy a menekültválság növelte a láthatóságukat és a befolyásukat. Valamennyien nagyon elkötelezettek voltak általában a munkájuk és különösen a migráció ügye iránt. A médiát ugyanakkor elég határozottan bírálták, azt hangoztatva, hogy érzelmi alapon közelít a kérdéshez, és túl gyakran használ pontatlan és helytelen fogalmakat.

A válaszadók egyetértettek abban, hogy az uniós polgárok nem migránsok, bár néhányan elismerték, hogy a délkelet-európaiakat sokan nem tartják teljes jogú uniós állampolgárnak. Nem láttak sok különbséget az Uniótól kívülről érkező migránsok egyes kategóriái között sem, és ragaszkodtak ahhoz, hogy valamennyi azonos eljárásra jogosult, segítséget érdemel, és integrálni kell a spanyol társadalomba és munkaerőpiacra. E szempontból a megkérdezettek kivétel nélkül a spanyol nyilvánosság migrációpárti csoportját képviselték.

7. A svéd média

7.1. Az újságírók

7.1.1. Szakmai háttér

A kutatásban részt vevő újságírók a svéd médiakínálat egészét lefedték, beleértve a szélsőjobboldali és a szélsőbaloldali, valamint az olyan centrális orgánumokat is, mint a közszolgálati média. A minőségi napilapok különösen nagy számban képviseltették magukat, de a mintában szerepelt bulvárlap munkatársa is. A válaszadók kétharmada kereskedelmi csatornánál, a többi közszolgálati vagy non-profit médiaszervezetnél dolgozott. Közel kétharmaduk országos, valamivel kevesebb mint harmaduk regionális médium munkatársa volt.

Tizenegy interjúalanyunkból kettő szakosodott migrációs és mobilitási kérdésekre. Többségük főállású újságíró vagy szerkesztő volt, s volt köztük néhány közismert publicista és főszerkesztő is. A svéd mintában jelentős többségben voltak a vezető pozícióban lévő újságírók – a válaszadók háromnegyede ilyen volt –, s ez tükröződött az életkorukban is. Csupán egy résztvevő volt 30 évesnél fiatalabb; többségük negyvenes éveinek végén, ötvenes éveik elején-közepén járt. A válaszadók között azonos arányban szerepeltek nők és férfiak.

A megkérdezett újságírók szerint az újságírói szakma megítélése Svédországban vegyes; szakmai elismertségük (vagy az elismerés hiánya) attól függ, kit kérdeznek: „Egyesek gratulálnak, mások kritizálnak, de ez a személyes pozícióm és általában a médiumom természetéből fakad” (SEJO07, bulvárlap). Ez arra utal, hogy a svéd társadalmat megosztó politikai törésvonalak nagymértékben befolyásolják azt is, hogy ki mit gondol az újságírókról és az újságírásról. Ugyanakkor azonban egyetlen megkérdezett sem érezte veszélyben magát, és közvetlen személyes és szakmai környezetében szakmai elismertséget – esetenként kifejezett megbecsülést – tapasztalt: „Tisztelnek engem. Odafigyelnek arra, amit mondok, és hallani akarják a véleményem” (SEJO02, minőségi napilap). Az újságírói munka megítélésének kérdése szorosan kapcsolódik ahhoz az általános diskurzushoz, amely a hírmédia szerepéről és a médiába vetett bizalomról folyik, és amelyet voltaképpen a migrációval kapcsolatos nyilvános viták generáltak:

„A munkámat elsősorban azok tartják sokra, akik követik a társadalmi vitákat, politikailag aktívak és érdeklődők. Más újságírók is sokra tartják. Ezzel párhuzamosan azonban sok kritika is ér, elsősorban azért, mert úgy gondolják, az *establishment* és a hazug média része vagyok” (SEJO06, online híroldal).

Az újságírókat mint csoportot egyre inkább a migráció kérdésének tükrében ítélik meg, függetlenül attól, hogy támogatják-e azt vagy sem. A legtöbb megkérdezett svéd újságíró egészen biztosnak érzi megélhetését, és nem tart attól, hogy hátrány éri, ha rosszat ír valakiről:

„Egyik napról a másikra kirúghatnak, ha valami rosszat írok. Mégis biztonságban érzem magam” (SEJO03, minőségi napilap)

„Persze, egy vezető szerkesztő szem előtt van, de biztosnak érzem a helyem” (SEJO05, bulvárlap).

Ugyanez áll a szabadúszókra és az ideiglenesen foglalkoztatottakra is. Egyetlen kivétel érdemel említést, amely egy köztisztviselőben álló liberális-centrista újság kapcsán merült fel: „A migrációról szóló tudósítások nem nagyon érdeklik a lap vezetését. Gyakran küzdenem, sőt harcolnom kell azért, hogy a cikkeim megjelenjenek” (SEJO11, minőségi napilap).

Ami a munkahelyi környezetet illeti, a válaszadók nagy többsége azt állította, nagyfokú függetlenséget és autonómiát élvez, és munkahelyén nincs szigorú szervezeti hierarchia, aminek az a célja, hogy az ott dolgozók a maguk urai legyenek. Ez az állítás azonban némiképp torz képet festhet, hiszen a mintában többségben voltak a vezető szerkesztők és az egységvezetők. Csupán egy megkérdezett mondta azt, hogy tapasztalatai szerint munkahelye „hierarchizált és elitista. Elitista, de azért alkalmanként emberséges is” (SEJO11, minőségi napilap); ez az álláspont azonban szembe megy a többiek véleményével. A munkatársakkal és vezetőkkel való kapcsolatot informálisnak és kollegiálisnak nevezték interjúalanyaink, személyes barátságokról ugyanakkor nem ejtettek szót. A válaszadók szerint a hírszerkesztőségek azonos arányban foglalkoztattak nőket és férfiakat, és kétharmaduknak fogyatékkal élő munkatársa is volt. Ugyanennyien gondolták úgy, hogy munkatársainak társadalmi és földrajzi összetétele sokszínű, de közel háromnegyedük szerint nem tükrözte kellőképpen a svéd társadalom politikai sokféleségét.

Azon a kérdésen, hogy a tudósításokat befolyásolják-e kívülről, a megkérdezettek alaposan elgondolkodtak, és végül sokféle választ adtak. Egyikük – többek nevében szólva – egyértelműen így nyilatkozott: „Senki sem avatkozik be a munkámba. Ha megpróbálnák, csak még határozottabban fordulnék szembe velük” (SEJO03, minőségi napilap). Mások elismerték, hogy „puha befolyást” lehet tapasztalni. Ezt különböző érdekcsoportok vagy magának a médiumnak a szerkesztési elvei okozzák:

„A vállalatunkat 50 százalékban két szakszervezet tulajdonolja. Nem szólnak bele, hogy miről írjunk, de figyelembe kell vennünk az őket érdeklő kérdéseket” (SEJO06, online híroldal).

„A vezető szerkesztőnk politikus, mégpedig abban az értelemben, hogy elkötelezett egyes partikuláris érdekek iránt. Így adódnak viták arról, hogy ez befolyásolja-e az általunk közölt híreket. Ezt azonban egyáltalán nem tudom bizonyítani. Feltételezem ugyanakkor, hogy ez az ember kapcsolatban áll a politikával, úgy értem, a politikai pártokkal” (SEJO11, minőségi napilap).

Egyik interjúalanyunk a külső nyomásgyakorlók csoportját „a Körként” jellemezte. Ez különböző politikai pártokból, think tankekből és a liberális-konzervatív establishmentből áll: „Sosem leszel vezető szerkesztő [az én lapomnál], ha nincs ilyen hátterved. Nem kényszerről vagy fenyegetésről van szó; a befolyásolás eszköze a kinevezés” (SEJO02, minőségi napilap). Ugyanezen megkérdezett azt mondta, hogy a Kör aktívan korlátozza a migrációval kapcsolatos információkat is.

Gyakorlatilag valamennyi svéd újságíró azért választotta ezt a munkát, hogy közvetlenül hozzájáruljon a valóság alakításához és formálásához. Néhány tipikus állítás szerint:

„Meg akarom változtatni a társadalmat. Ez az, ami örömet okoz, érdekes és fontos számomra. Tenni akarok a rossz dolgok ellen. Lehetőségem van írni, megszólítani az embereket. Egy-fajta erkölcsi parancs ez” (SEJO03, minőségi napilap).

„Az enyémnél jobb munkát kívánni sem lehet. Szakpolitikai javaslatokat megfogalmazni az egyik legnehezebb dolog a világon. A munkám rengeteg kihívással jár, ugyanakkor nagy szabadságot biztosít” (SEJO05, bulvárlap).

„A munkám legnagyobb jutalma az, ha valaki valamiről egy jó tudósítás miatt változtatja meg a véleményét” (SEJO08, minőségi napilap).

A hatásgyakorlás, sőt az aktivizmus tehát a svéd újságírók legfontosabb motívumai közé tartozik. Az írás szeretete és a személyes kíváncsiság kielégítése ugyanakkor csak másodlagos szempont. A nagyfokú elhivatottság okán a résztvevők szakmai céljaikat elsősorban a szemléletformáló szándékkal (*education*) jellemezték:

„Azt akarom, hogy az olvasó bölcsébbé váljon, és képes legyen több oldalról is megközelíteni egy adott kérdést. Nem kinyilatkoztatva vagy sugallva, hanem háttérinformációkat nyújtva vagy történetet mesélve, a megértést segítve” (SEJO04, hetilap).

„Információt akarunk szolgáltatni, több tudást kívánunk nyújtani. A szerepem akár a tanaré. Fontos, hogy vélemények helyett tényeket közöljünk” (SEJO10, elektronikus médium).

Különösen a magabiztos publicistákra volt jellemző, hogy politikai motívumokat is említettek:

„Célunk a nyilvánosságban zajló viták befolyásolása, valamint az, hogy az olvasókat ellássuk a szükséges információkkal, és több részletet osszunk meg velük az érintett témákról. Néha nincs szükség politikai szempontok megfogalmazására sem, mert már a témaválasztásnak is politikai jelentősége van” (SEJO06, online híroldal).

Többek szerint az újságírás akkor éri el leginkább célját, ha egyszerre jelenít meg tényeket és véleményeket úgy, hogy közben nem téveszti szem elől az igazságot sem. Néhányan esztétikai szempontokat is említettek:

„Elsősorban az igazmondásra és szépségre törekszem. ... Az igazságot annyira elegánsan akarom elmondani, amennyire csak lehet” (SEJO02, minőségi napilap).

„Olyan szöveget kell írni, amely egyszerre stílusos és informatív. Önmagában a szövegnek is értékesnek kell lennie” (SEJO07, bulvárlap).

A megkérdezettek közel háromnegyede azt mondta, sosem dönt kereskedelmi megfontolások alapján arról, hogy miről tudósít, 90 százalékuk pedig ismét a szemléletformálást hangsúlyozta. Azt ugyanakkor valamennyien elismerték, hogy ennek érdekében az olvasók érzelmeire is hatni kívánnak – legalábbis alkalmanként. A szerkesztési elveket túlnyomórészt a főszerkesztők és az egyes témákért felelős rovatvezetők határozzák meg.

A válaszadók hasonlóképpen gondolkodtak arról, hogy mi alkot egy „jó sztorit”. Az újságírás szakirodalomban szereplő kanonizált értékei (Lippmann 1922, Galtung & Ruge 1965) mellett a legtöbben célorientált, négylépcsős modellt említettek: az újságírói „horgot” (például a vonzó nézőpontot), az elemzést, az értékelést, valamint a jövőbeli kilátások ismertetését. Az alábbi idézet a többség véleményét összegzi:

„Az adott helyzet ismertetése vagy értékelése, a nyilvánvaló vagy a lehetséges következmények bemutatása. Érvek sorolása, azt alátámasztandó, hogy az adott fejlemény miért jó vagy rossz. Optimális esetben megoldási javaslatok vagy változtatási lehetőségek felmutatása” (SEJO06, online híroldal).

A többi vizsgált országra nem volt jellemző az efféle konstruktív és megoldásközpontú szemlélet.

Ez másik interjúalanyunk a fentiek mellett az érzelmi aspektus fontosságát is megemlítette: „Az igazán jó sztori egyszerre hat az emberek lelkére és a rendszerre” (SEJO11, minőségi napilap). Mások inkább az újságírás deliberatív, pluralista aspektusára hívták fel a figyelmet, amennyiben „a [jó] téma érdekes, és sokféle véleményt és forrást jelenít meg” (SEJO04, hetilap), és fontosnak tartották az alaposan átgondolt érvelést. Egyikük visszatért az igazság kérdéséhez is: „Minden esetben az igazság egy olyan szeletét kell feltárnunk, amelyről azelőtt még nem tudósítottunk” (SEJO02, minőségi napilap).

Az újságírók azt mondták, hasonló arányban használják a különböző forrásokat munkájuk során, de érzékelhetően előnyben részesítették a tudományos és az elsődleges információforrásokat, míg a kormány, a nemkormányzati szervezetek és a think tankek szóvivőit hátrébb sorolták. Ez némiképp eltér attól, hogy melyik intézményben mennyire bíznak: négyötödük a kormányzati sajtóanyagokat és a kutatókat, háromnegyedük a szóvivőket tartotta megbízható információforrásnak. A nemkormányzati szervezetek, a think tankek és az elsődleges források kapcsán azonban azt mondták, információkat érdemes alaposan ellenőrizni.

A már említett szemléletformáló szándék újra felmerült akkor, amikor elképzelt célközönségükről kérdeztük az újságírókat. Többségük szerint közepesen vagy magasan iskolázott személyekről van szó, akik szomjaznak az információt, és elkötelezettek a társadalmi ügyek iránt:

„A tehetősebb közép- és felsőosztálybeliek, akik átlátják és megértik a dolgokat, és elemzésekre kíváncsiak. Kicsit többet akarnak tudni a dolgokról, tényeket akarnak. És persze mosolyogni is” (SEJO02, minőségi napilap).

„Intelligens, talán nem tud mindent, de kész tanulni” (SEJO05, bulvárlap).

Több válaszadónk kifejezetten utalt az összes korosztályra és a nemek kiegyensúlyozott arányára, miközben néhányan azt is megjegyezték, hogy őket inkább az idősebb korosztály követi. Mások a döntéshozókat említették, akiknek „hatalmuk és egyes területeken alapos tudásuk van: ilyenek a kutatók, a közsférában dolgozók” (SEJO05, bulvárlap), valamint az aktivisták. Egy szakszervezethez kapcsolódó médium és egy közszolgálati műsorszolgáltató alacsony jövedelmű, alacsony képzettségű embereket is sejtett közönségének soraiban.

7.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

A svéd újságírók egyetértettek azzal az állítással, hogy az európai migráció általában hasznos. Többek szerint az Európai Unió egészének gazdaságilag is kedvez. Az unión belüli migráció által okozott problémák kapcsán a megkérdezettek semlegesek maradtak, ugyanakkor elismerték, hogy vannak megoldásra váró ügyek, ám ezek egyike sem igazán fontos kérdés. Több mint négyötödük szerint a migráció nagyon fontos téma, ugyanakkor kevesebb mint egyötödük gondolta ezt kifejezetten az Unión belüli mobilitásról. A többiek változó érdeklődést tanúsítottak a kérdés iránt.

Interjúalanyaink sokféleképpen definiálták a migránsokat. Egyesek például az elvándorlás kiváltó oka és a bevándorlás óta eltelt idő alapján jellemezték a migráció természetét:

„Migráns az, aki azért lépi át a határt, hogy új életet kezdjen – de nem turista, diák vagy idénymunkás” (SEJO04, hetilap).

„Külföldön született. ... De tíz év után már nem tekinthető bevándorlónak” (SEJO01, minőségi napilap).

Többek szerint a migráns gyűjtőfogalom, amelyet általában akkor használnak tudósításaik során, amikor olyan emberről volt szó, „aki Szíriából, Afganisztánból vagy Romániából jött. Ritkábban Németországból vagy Belgiumból” (SEJO06, online híroldal). Egyikük szerint „a migráns tehát [tipikusan] olyasvalaki, akinek valamilyen problémája van, vagy nehéz helyzetben van” (SEJO11, minőségi napilap), de hozzátette, hogy a saját médiuma igyekezett elkerülni ezt a kliséket. Az általános definíció kulcsa eszerint az, hogy az adott személy jogi, gazdasági vagy más szempontból ellentmondásos helyzetben van. Csupán egy svéd megkérdezett idézett (némileg pontatlanul) jogi definíciót.

Amikor az újságírók migránsokra alkalmazott szókészletére kérdeztünk rá, válaszaik ismét a „migráns mint problémaforrás”-narratívát tükrözték. Egyikük diagnózisa szerint:

„EU-s bevándorlókon általában a Bulgáriából vagy Romániából származó romákat értjük, de a kifejezés vonatkozhat egy francia származású irodalom szakos egyetemi hallgatóra is” (SEJO04).

Egy másik megkérdezett pedig arra hívta fel a figyelmet, hogy:

„Nyelvi küzdelem zajlik a migránsok helyes megnevezéséről, mert a kérdés ellentmondásos. A legjobb példa a fiatal afgán menedékkérő: gyerekek, fiatalnak, fiatal felnőttnek vagy »szakállas gyerekek« nevezük? A válasz attól függ, mennyi konfliktus van az adott csoport körül” (SEJO06, online híroldal).

Két válaszadó amellet érvelt, hogy kerülendő a látszólag semleges szóhasználat:

„A problémát azok az EU-s bevándorlók okozzák, akik nem dolgozni jönnek: ilyenek például a szervezett bűnözői hálózatok tagjai és a kéregetők. Minek kellene őket neveznünk? Néhányan a »szegény uniós bevándorló« kifejezést használják, de ez nem szerencsés, mert könnyen kialakul az a kép, hogy minden uniós munkavállaló ingyenélő” (SEJO05, bulvárlap)

Mások fontosnak tartották, hogy nyelvhasználatuk csökkentse az előítéleteket, és hogy az egyes emberekre, ne pedig egy csoport tagjaira fókuszáljanak:

„Nagyon fontos, hogy például az »illegális« szót ne használjuk. Ez ugyanis sosem semleges. Az egyénre kell koncentrálnunk, és mindenkor tisztában kell lennünk az általunk használt szavak és fogalmak súlyával” (SEJO08, minőségi napilap).

„[A migránsokat] elsősorban egyénként próbálom láttatni, ... hogy az olvasó az egyedi embert lássa bennük” (SEJO11, minőségi napilap).

Amikor kifejezetten az Európai Unió belüli szabad mozgásról érdeklődünk, hangsúlyosabbá váltak a jogi szempontok. Sokak véleményét foglalja össze az alábbi megállapítás:

„Az uniós polgároknak joguk van ahhoz, hogy Svédországba jöjjenek. A migránsok másik kategóriát jelentenek. Vannak állampolgári és vannak emberi jogok. Hogy melyik vonatkozik rád, attól függ, svéd állampolgár, uniós polgár vagy másvalami vagy-e” (SEJO02, minőségi napilap).

Egy másik megkérdezett hozzátette, hogy „az EU-n kívülről érkező bevándorlók vagy menekültek, vagy illegálisan tartózkodnak itt” (SEJO09, elektronikus médium).

A kutatásban részt vevők az uniós bevándorlók kérdését a munkaerő-piaci lehetőségek vagy a rossz életkörülmények értelmezési keretében vizsgálják, bár a személyes motivációk – például a határokon átnyúló családi kapcsolatok – is szempontot jelentenek. Egy résztvevő azt mondta, hogy a bevándorlókról tudósítva főleg

„...svédországi munkaerő-piaci helyzetükről, a jóléti és szociális ellátórendszerhez való hozzáférésükről, az őket érő rasszizmusról, nem pedig romániai vagy bulgáriai helyzetükről [beszélünk]” (SEJO06, online híroldal).

Ez arra enged következtetni, hogy az Unión belüli szabad mozgás csak akkor kerül napirendre, ha az érintett szereplők Kelet- vagy Délkelet-Európából érkeznek. Fontos téma – a koldulást betiltását tervező törvény kontextusában – a román/roma koldusok kérdése. Egyes megkérdezettek ugyanakkor azt hangsúlyozták, hogy az Unión belüli szabad mozgásról pozitív értelmezési keretben tudósítanak.

Az Unión kívülről érkező bevándorlók kérdése – amennyiben nem menedékkérőkről van szó – a svéd újságíróknak nem tűnt fontosnak. Sokan azt mondták, szinte sosem tudósítanak a migráció e fajtájáról, és ha mégis, akkor elsősorban munkaerő-piaci szempontból vizsgálják a kérdést. „A globalizáció pozitív erő. Ritkán írunk róla negatívan. A munkaerő-áramlás üdvözlendő fejlemény” (SEJO02, minőségi napilap). Néhányan utaltak az e csoporttal kapcsolatos jogi és adminisztratív ügyekre is: a meghívásukkal és az elszállásolásukkal kapcsolatos nehézségekre, az eljárási hibák miatt való kiutasításukra, valamint arra, a szegénység által hajtott migrációt is munkaerő-áramlásként álcázzák.

Azt, hogy a svéd újságírók milyen értelmezési keretben ábrázolják a menedékkérők és menekültek kérdését, jól illusztrálja a következők állítás:

„Az egyik nézőpont magát az utazást vizsgálja. Azt, ahogy valaki biztonságos országba megy, és ott tartózkodási engedélyért folyamodik. A másik nézőpont a menekültek számát vizsgálja: hány menekültet kellene – vagy nem kellene – Svédországnak befogadnia. A harmadik nézőpont gazdasági természetű, és a migráció költségeit tárgyalja” (SEJO06, online híroldal).

A további válaszok közvetlenebbül utalnak a menekülthelyzet körül kialakult konfliktusokra. Például: „A svéd migrációs politika nem volt fenntartható, ezért a problémákkal kellett foglalkoznunk. [Az ország] túllépte befogadóképességének határait” (SEJO05, bulvárlap).

Emellett foglalkoztak magával a közéleti vitával is, az úgynevezett „*ásiktkorridor*”-ral, vagyis mindazokkal a menekültek és menedékkérők kapcsán kialakult véleményekkel és megközelítési módokkal, amelyeket a közvélemény Svédországban érvényesnek fogad el.

5.2. Információforrások

7.2.1. Szakmai háttér

Svédországban az öt megkérdezett információforrás jól fedi az érintett szervezeteket. A megkérdezettek között volt kutató, vállalkozásbarát think tank, menekültügyekre szakosodott ügyvédi iroda, baloldali szakszervezet és szélsőjobboldali párt képviselője is. Valamennyien 35 és 59 év közötti, többségében vezető pozícióban dolgozó férfiak voltak. A képviselt intézményeket kormányzati vagy állami forrásból, tagdíjából, alapítványi támogatásból vagy önálló üzleti tevékenységből finanszírozták.

A résztvevők megosztottak voltak abban a kérdésben, hogy milyen média határozza meg a leginkább a migrációról szóló vitát Svédországban. Többen a közösségi médiát nevezték dominánsnak, nem utolsósorban azért, mert azt a legkülönbélebb véleményvezérek (újságírók, politikusok stb.) használták. Mások a tágabb értelemben vett digitális

médiát említették, beleértve a politikai pártok és aktivisták által üzemeltetett honlapokat is. Megint mások az újságoknak és a televízióknak tulajdonították a főszerepet. Egy válaszadó szerint az országban nagy „szükség van a migráció miatt felgyülemlett intellektuális és érzelmi feszültség megbeszélésére” (SESO02, think tank).

A kutatásban részt vevők egybehangzóan azt állították, hogy nagy tisztelet és megbecsülés övezi munkájukat. Egyikük megemlítette, hogy munkájuk megítélését a politikai polarizáció is befolyásolja.

Szakmai motivációként a személyes érdeklődést, valamint a politika és a társadalom befolyásolását említették. Egyikük azt mondta, „ez a munka rendkívül jól illik hozzám, nem is tudom, mi máshoz kezdenék” (SESO01, magántulajdonú szervezet), egy másik megszólaló pedig a tudomány által biztosított szabadságot hangsúlyozta. Ami a vélemények megváltoztatásának szándékát illeti, az egyik interjúalanyunk azt mondta, „célom az, hogy a társadalmat egy bizonyos irányba tereljem” (SESO02, think tank), egy másik pedig azt, hogy munkája nem más, mint „egy politikai kérdés megfogalmazása” (SESO04, nemkormányzati szervezet).

Ezzel összhangban a válaszadók többsége azt mondta, a médiával való kommunikáció során célja a hatásgyakorlás és a nyilvános vita moderálása:

„Azért csinálom, hogy népszerűsítsem az álláspontomat egy adott ügyben” (SESO01, magántulajdonú szervezet).

„Közpénzből finanszírozott kutatóként kötelességem továbbadni a birtokomban lévő információt és tudást, részt venni a vitában, és ellensúlyozni a szélsőségesebb álláspontokat” (SESO03, kutató).

A szélsőjobboldali párt képviselője részletesen beszélt arról, hogy szervezetük

„...kritikus a hagyományos médiával szemben. Mivel azonban a média nem kerülhető meg, kénytelenek vagyunk foglalkozni vele. A média befolyásol, ugyanakkor maga is befolyásolható. ... A közösségi média sokkal szélsőségesebb, mert gyakran a hagyományos médiában zajló vitákra reagál” (SESO05, politikai párt).

A résztvevők – bár egyikük sem volt hivatásos újságíró – egy „jó sztori” építőelemeinek ismertetése során nagyjából a szakirodalomban kanonizált hírfaktorokat említette: „Aktualitás, érintettség, konfliktus, ismert nevek” (SESO02, think tank); „váratlanság” (SESO03, kutató). Az egyik megkérdezett a filmekre jellemző drámai felépítést emelte ki, mondván, hogy „egy jó történetbe bevezetés, konfliktus, fordulópont és realizmus kell, és nem látványos celebekre van szükség” (SESO04, nemkormányzati szervezet).

7.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése

Ötből négy svéd megkérdezett általában pozitívan vélekedett a migrációról. Ugyanakkor közel kétharmaduk úgy érezte, az nem feltétlenül jelent kedvező lehetőséget a befogadó társadalomnak, és ugyanennyien bizonytalanok voltak annak megítélésében, hogy maguknak a migránsoknak kedvező lehetőséget jelent-e. Amikor arról kérdeztük őket, hogy a migráció fontos téma-e számukra, kétharmaduk azt mondta, nagyon fontos. Ugyanakkor egyötödük hasonlóképpen vélekedett az Unión belüli mobilitásról is; a résztvevők többsége ezt közepesen vagy kis mértékben tartotta fontosnak.

Annak ellenére, hogy többen röviden és tömören definiálták a migráns fogalmát, például úgy, hogy „migráns egyszerűen az, aki elhagyta szülőhazáját, hogy máshol kezdjen új életet” (SESO01, magántulajdonú szervezet), azonnal világossá vált, hogy a migránsokat valamennyien a nem uniós polgárokkal, különösen a menekültekkel és a menedékkérőkkel azonosítják.

„A migránsok az Unión kívülről jönnek. Szíriából. A vendégmunkások nem migránsok, csak idénymunkások. A migránsok a menedékkérők, a papírok nélküli idegenek” (SESO04, nem-kormányzati szervezet).

Az egyik interjúalany kifejezetten a bizonyos stockholmi külvárosokban nagy sűrűségben élő közel-keleti és afrikai bevándorlókra utalt.

A résztvevők az Unión belüli mobilitásra egyszerűen nem migrációként gondoltak, vagy jogaik alapján tettek különbséget a migránsok különböző csoportjai között: „Az EU-n kívülről érkező migránsoknak nincs joguk itt lenni. Az EU-s migránsok szabadon mozoghatnak, és jogukban áll itt tartózkodni” (SESO01, magántulajdonú szervezet). Egy másik forrás hozzátette: „Az EU-s bevándorlók általában problémamentesek. A nem EU-sok menekültek” (SESO02, think tank), és a problémás uniós migránsok között külön megemlítette a roma kéregetőket. A szélsőjobboldali párt képviselője a kérdés kulturális aspektusára fókuszált, és azt mondta: minél nagyobb a kulturális különbség, annál több problémát okoz a migráció, bármely formájáról is legyen szó.

Egy kivétellel valamennyi megkérdezett azt mondta, nyelvi választásait „az elfogadott terminológia” (SESO02, think tank) vezérli, és arra törekszik, hogy „mindig világos legyen, hogy a migráció vagy a bevándorlás melyik fajtájáról van szó” (SESO03, kutató). A szövelezés máskor az információforrás szándékától függött:

„Ha a védelemnyújtás szükségességét akarom hangsúlyozni, »menekült«-et mondom. Ha általánosabb kérdéstről beszélek, arról, hogy milyen okok sarkallnak valakit arra, hogy Európába jöjjön, akkor »migráns«-t” (SESO01, magántulajdonú szervezet).

Az interjúalanyok többféleképp keretezték az Európai Unión belüli migrációt. Hárman a szabad mozgásra hivatkoztak; ezek egyike azt is kiemelte, hogy:

„... igyekszem emlékeztetni a közönséget a mozgásszabadság okára, arra, hogy Európán belül oda mehessen az ember, ahol jobb életet élhet. Ez így is történt, bár a vita nem ezt tükrözi” (SESO01, magántulajdonú szervezet).

Két másik interjúalanyunknak elsősorban negatívumok jutottak eszébe az Unión belüli mobilitásról. Egyikük szerint a kelet- és a délkelet-európai bevándorlók „felforgatják a munkaerőpiacot” (SESO04, nemkormányzati szervezet). Másikük szerint szervezete nem foglalkozott az uniós migránsokkal, „kivéve, ha az utcán koldulnak vagy betörnek hétvégi házaikba” (SESO05, politikai párt).

A megkérdezettek az Európai Unión kívülről érkezők esetében nem tettek kifejezetten világos különbséget azok között, akik menekültként vagy menedékkérőkként érkeztek, és azok között, akik nem. Válaszaik között mindkét kérdésnél átfedések voltak. Az egyik fontos értelmezési keretet a közös uniós határellenőrzés és általában a közös migrációpolitika jelentette:

„A kérdést sokszor úgy jelenik meg, mint az EU jövőjét befolyásoló ügy. Hogyan kezelje az EU a határellenőrzést? ... 2015-ben nagy változás volt a migrációs politikában Svédországban és Európában. Az emberek védelméről az uniós határokon kívül kell gondoskodni, de hogyan lehet ezt megoldani? (SESO01, magántulajdonú szervezet).

Felmerültek munkaerő-piaci tényezők is. Az egyik interjúalanyunk szerint:

„Mi elsősorban azokkal foglalkozunk, akik illegálisan tartózkodnak Svédországban, amit mi teljes mértékben ellenzünk. Ha azonban munkaerő-piaci migrációról van szó, mint az IT szektor vagy a gyógyászat esetében, akkor üdvözljük az új, például Indiából érkező munkaerőt” (SESO05, politikai párt).

Másik interjúalanyunk a szakszervezetek szempontjából vizsgálta a magasan képzett, az Unión kívülről érkezett bevándorlók kérdését, és a svédországi kollektív bértárgyalásokat említette.

A menekültek és a menedékkérők esetében további, komplexebb szempontok is megfogalmazódtak. A politikai párt képviselője például ezt mondta:

„Abban hiszek, hogy a probléma a legjobban helyben kezelhető, ott, ahol a konfliktus kialakult, nem pedig úgy, hogy egy mezőn sebtében felállított házakban szállásoljuk el a menekülteket” (SESO05, politikai párt).

A szakszervezet képviselője szerint különbséget kell tenni a szegénység okán útnak induló migránsok, illetve a háború elől menekülők között.

7.3. Következtetések

A svéd újságírók szerint a svéd médiahelyzet a németországihoz hasonlóan stabil, ám a megkérdezettek körében érzékenyebb a kampánycélok követése. Ezt magyarázhatja az is, hogy interjúalanyaink között felülreprezentáltak voltak a vezető pozícióban dolgozók.

Intézményi szempontból az újságírók nem tartanak állásuk elvesztésétől, és általában – de nem egyöntetűen – elismertnek érzik munkájukat. A munkakörülményeket barátságosnak, a nemi arányokat és a munkatársak társadalmi háttérét tekintve kellően változatosnak tartották, ám azt mondták, a kulturális és az etnikai sokféleség nem érvényesül (vö. Markova & McKay 2012).

A mindennapi működést befolyásoló tényezők között a kutatásban részt vevők megemlégették a tulajdonosok – a szakszervezetek vagy más intézmények – közvetett befolyását, valamint a vezetők és a politikai pártok közötti személyes kapcsolatokat. A vezető szerkesztők kulcsszerepet játszanak annak eldöntésében is, hogy milyen ügyekről számoljanak be. Ennek ellenére a megkérdezettek nagyfokú önállóságról és az objektív tájékoztatás iránti elkötelezettségükről adtak számot.

Azok a technikai körülmények, amelyek befolyásolhatják a történetmesélés módját, magukban foglalják az esztétikus tudósításra való törekvést és a szemléletformálás – esetenként az aktivizmus – szempontját is. Az utóbbit számos megkérdezett szerint a migráció negatív olvasatának visszaszorítása indokolja. Mindamellett a problémamatematika visszatérőnek tűnik az uniós polgárok bevándorlásáról és a menekültekről szóló migrációs tudósításokban is; az uniós polgárok bevándorlását gyakran ábrázolják úgy, hogy azt egyes új tagállamok relatív szegénysége hajtja. Néhány tipikusan svéd fogalom – például az egyes bevándorlókra alkalmazott „szakállas gyerek” fogalma – szintén meghatározhatja egyes kérdések sajátosan svéd értelmezését. A svéd újságírók általában a kormányzat iránti nagyfokú bizalomról számoltak be.

A megkérdezett újságírók munkáját nem üzleti szempontok határozták meg; inkább az alapos újságírói feltárómunkára, a tudás – különösen a hiteles információ – átadására törekedtek. A célközönséget mindamellett speciális összetételűnek tekintették, amelyet az ország elitjei alkotnak. Csak a közszolgálati és a szakszervezetek által tulajdonolt médiumok törekedtek szélesebb társadalmi célcsoport elérésére.

A svéd *információforrások* válasza arra utalnak, hogy a migráció kérdésében a politikai környezet meglehetősen polarizált. Bár ez közvetlenül nem befolyásolja interjúalanyaink magánéletét és munkáját, a jelenséget egyértelműen érzékelik. Elsősorban azért vesznek részt a közéleti vitában, hogy azt egy bizonyos irányba tereljék – ez az irány mindig az adott szervezet szakmai küldetésétől függ –, és tudatában vannak annak, hogy a hagyományos és a közösségi média miként működik ebben a kontextusban.

Válaszadóink szerint Svédországban a migrációt – politikai meggyőződésre való tekintet nélkül – leginkább a menekültekkel, valamint a Közel-Keletről vagy Afrikából érkező bevándorlókkal azonosítják. A különbség az értelmezési keretben rejlik, aszerint, hogy a jelenséget a mozgásszabadság, a humanitárius segítségnyújtás, a támogatott munkaerő-áramlás kontextusában tárgyalják-e, vagy pedig az országba való illegális belépésként, a határok biztonságának vagy a munkaerőpiac szétesésének kontextusában.

8. Média és migráció Nyugat-Európában: Összegzés és következtetések

A kutatási jelentés egésze azt mutatja, hogy az újságírók napi munkáját számos olyan intézményes, gyakorlati, technikai és üzleti tényező határozza meg, amely – a politikai és a gazdasági környezet függvényében – országról-országra változik. E tényezőket – vagy akár az olyan fontos információforrások szerepét, mint a kormány, a nemkormányzati szervezetek, a think tankek, az üzleti és más aktorok – nem szabad figyelmen kívül hagynunk, amikor azt vizsgáljuk, melyik értelmezési keret válik általánossá a migrációról szóló médiavivákban.

8.1. Az újságírók

Az újságírók valamennyi nyugat-európai uniós tagállamban idealista elképzeléseket vallanak az újságírói hivatásról. Magukat gyakran jellemzik úgy, hogy szemléletformáló szándék hajtja őket, magas etikai elvárásokat követnek, sőt a társadalom megváltoztatására törekednek. Ugyanakkor azonban szinte valamennyien azt tapasztalják, hogy csökken a munkájukba vetett bizalom, és romlik a hírszektor általános reputációja.

A régi uniós tagország között azonban lényeges különbségek is vannak. Az újságírás gazdasági körülményeit tekintve Németországban, Svédországban és az Egyesült Királyságban azt látjuk, hogy kedvezőek a munkafeltételek és biztosak az állások – kivételt csupán a brit bulvárlapok jelentenek, mert ezeknél az újságírók nagy nyomásról és agresszív munkakörülményekről számolnak be. Ugyanakkor úgy látszik, Olaszországban és Spanyolországban a hírköszisztémát nem a kiszámítható pénzügyi helyzet és a közönség hírkéréslete, hanem az újságírók elkötelezettsége és áldozatkészség tartja fenn.

A megkérdezettek másképp élik meg az újságírókra nehezedő külső nyomást is. A németek és a svédek egyfelől elismerik, hogy a politikai és az üzleti körök közvetett befolyást gyakorolnak az újságírókra, a vezető szerkesztőkre és a médiumokra, másfelől azonban van szerkesztői autonómiájuk. Az Egyesült Királyság e téren középen helyezkedik el: újságírói nagyfokú személyes autonómiáról számolnak be, de elfogadják médiumaik, főszerkesztőik vagy tulajdonosaik politikai irányvonalát. Olaszországban tapintható a médiumok inherens pártossága, amely politikai és üzleti kapcsolataikkal áll összefüggésben, Spanyolországban pedig úgy érzik az újságírók, hogy a kormány – különböző vállalatokkal egyetűtt – közvetlenül és nyíltan manipulálja a híreket.

Ami a migrációt illeti, úgy fest, hogy az olasz újságírók – a keretfeltételektől és a körülményektől függetlenül – erősen azonosulnak a migránsokkal mint „vesztésekkel”. A svédek ezzel szemben a „magasból” tekintenek a kérdésre, és a migrációban elsősorban politikai ügyet látnak. A brit média is politikai megközelítésben tárgyalja a kérdést, csak még hangsúlyosabban; lényegében valamennyi tudósítás politikai állásfoglalást tartalmaz.

Az újságírók az Egyesült Királyság kivételével valamennyi országban – de különböző mértékben – három csoportba sorolják a migrációt:

1. A magasan képzett vagy hiányszakmában dolgozók mobilitása, akár az Európai Unión belülről, akár harmadik országból jönnek.
2. A jobb élet reményében való migráció (amelyet általában „szegénységi migrációnak” is neveznek), függetlenül attól, hogy az érintettek a fejlődő országokból, Észak-Afrikából vagy olyan uniós tagállamokból érkeznek, mint Bulgária és különösen Románia.
3. A háború és zavargások által sújtott országokból, különösen Szíriából érkező menekültek és menedékkérők, akiknek szabadságát és életét etnikai, vallási vagy más természetű megkülönböztetés veszélyezteti. E csoport tagjairól valamennyi interjúalanyunk azt feltételezte, hogy harmadik országból indultak útnak.

Az egyes csoportok iránt különböző mértékben érdeklődik a média. Az első csoportról szinte sosem tudósít, még ott sem, ahol nagy számban vannak jelen. A tudósításokat és az újságírók hírértékről és relevanciáról vallott felfogását a másik két csoport dominálja. Az, hogy az utóbbi két csoport közül melyikről van gyakrabban szó, az adott ország helyzetétől függ. A német média még mindig sokat foglalkozik a menekültekkel, míg Olaszországban és Spanyolországban a földközi-tengeri migráció a kulcskérdés. Svédországban újabban nagy az érdeklődés a „szegénység által hajtott migráció” és annak a bűnözésre és a közterületi zaklatásokra gyakorolt hatása iránt. Az észak- és a nyugat-európai országokból való kivándorlást a megkérdezettek egyszer sem említették.

Bár a fenti csoportosításból önmagában még nem derül ki, hogy a tudósítók rokonszenveznek-e a migrációval, pártatlanok, vagy ellenségesek vele szemben, azt megállapíthatjuk, hogy elsősorban az érdeklői őket, hogy a migránsok másságuk miatt eltérnek-e a társadalom többi tagjától, és/vagy problémát jelentenek-e. A migránsok motivációival, hátterével és jogaival kapcsolatos szempontok csak ezután merülnek fel – ha egyáltalán felmerülnek. Ezzel együtt a menekülteket több szimpátia övezi, mint a „szegénység miatt bevándorlókat”. A spanyol újságírók ugyanakkor kiemelték, hogy nagy érdeklődéssel tudósítanak a menekültek származási országainak helyzetéről is.

A legjobban a már említett Nagy-Britannia üt el a többi országtól. A brit újságírók jellemzően minden migránst ugyanazzal a mércével mérnek: milyen hatást gyakorol a brit munkaerőpiacra, jóléti rendszerre és kulturális identitásra? Ez kimondatlanul azt is jelentette, hogy elsősorban az Európai Unió más tagállamaiból – különösen a kelet-európai országokból – érkező munkavállalókra fókuszálnak. A második helyen a menekültek és a harmadik országokból érkezők szerepelnek, olyan értelmezési keretben, amely megkérdőjelezi követeléseik legitimitását. Az Egyesült Királyságban az újságírók többsége fontosabbnak tartja a szigetország és az Unió többi tagállama közötti különbséget, mint a migránsok érzékelt „mátságát”.

Kutatási eredményeink rendre felvetik az újságírás és a politikai napirend kölcsönhatásának kérdését. Az újságírók túlnyomó többsége a szemléletformáló szándékot és az etikai megfontolásokat hangsúlyozta, mégis úgy tűnik, gyakran a más társadalmi szereplők – a politikusok, az uralkodó közhangulat és a lakossági perpciók – által felvetett témák és problémák vezetnek őket. Továbbra sem világos, hogy az újságírók mennyiben tartják magukat önálló napirend-meghatározó szereplőnek, vagy csak reflektálnak a létező véleményekre és felerősítik azokat. Az Egyesült Királyságban a bulvárlapok e téren is kivételt jelentenek. E médiumok tudósítói gyakran hangot adnak annak az elvárásuknak, hogy ők formálják a közvéleményt, s ne az a médiát.

8.2. Az információforrások

A célországokban vizsgált viszonylag kisszámú megkérdezett információforrás két csoportba sorolható:

1. Németországban, Olaszországban és Spanyolországban a megkérdezettek szemléletformáló és szabályozó szerepre törekednek, igyekeznek árnyalni a társadalomban és a médiában a bevándorlásról kialakult képet, és moderálni a migrációs vitát. Gyakran említették, hogy az emberi tényezőt kell előtérbe helyezni, függetlenül az adott migráns származásától és jogi státusától. Érdekes módon az állami szektorban dolgozó spanyol és olasz információforrások azt mondták, az emberek kedvezőtlenül ítélik meg a köztisztviselőket, ám az, hogy a migrációs kérdés a közelmúltban ismét az előtérbe került, új szakmai küldetést adott nekik, s ugyanakkor szakértőként és aktív cselekvőként élvezett társadalmi megítélésük is javult.
2. Az Egyesült Királyságban és Svédországban ugyanakkor interjúalanyaink inkább politikai aktorként tekintenek magukra, függetlenül attól, hogy hol állnak: támogatják-e a migrációt és az integrációt, vagy sem. Az Egyesült Királyságban néhányan kifejezetten azt mondták, céljuk a hazai lakosság értékeinek és identitásának megőrzése.

A migráció kapcsán német interjúalanyaink határozott különbséget tettek a menekültek különböző csoportjai – különösen a menedékkérők és más migránsok – között. A spanyolok, az olaszok és a britek ugyanakkor hajlottak arra, hogy minden bevándorlót egyformának tekintsenek. Svédországban a legfontosabb törésvonal inkább a menekültek és a szegénység miatt útnak indulók között húzódott. Az Unión belüli mobilitás – az Egyesült Királyság kivételével – szinte sehol nem tematizálódott problémaként, ám ez alól kivételt jelentettek a kevésbé fejlett országokból, főképp Bulgáriából és Romániából érkező bevándorlók.

Irodalom

- Allen, William L., Scott Blinder & Robert McNeil (2018): Media reporting of migrants and migration. In: *World Migration Report 2018*. Geneva: International Organization for Migration.
- BARB [Broadcasters' Audience Research Board] (2017): <http://www.barb.co.uk/trendspotting/analysis/share-by-channel-2/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Bromley, Michael (2009): Media Landscape United Kingdom. European Journalism Centre, http://ejc.net/media_landscapes/united-kingdom (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Brüggemann, Michael (2014): Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames. *Communication Theory*, vol. 24, no. 1, pp. 61–82.
- CJEU (2017): Court of Justice of the European Union, Press Release No 121/17 (10 November 2016), related to case C-449/14 P: The Court confirms that the financing of the Spanish public television system (RTVE) is compatible with the rules of the EU regarding State aid.
- Colombo, Monica (2017): The Representation of the "European Refugee Crisis" in Italy: Domopolitics, Securitization, and Humanitarian Communication in Political and Media Discourses. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, vol. 16, nos. 1–2, pp. 161–178.
- Crawley, Heaven, Franck Duvell, Nando Sigona, Simon McMahon & Katharine Jones (2016): Unpacking a rapidly changing scenario: migration flows, routes and trajectories across the Mediterranean. *Unravelling the Mediterranean Migration Crisis. Research Brief No. 1*, <http://www.medmig.info/wp-content/uploads/2016/03/MEDMIG-Briefing-01-March-2016-FINAL-1.pdf> (utolsó letöltés: 2018. VII. 24.).
- Crawley, Heaven, Simon McMahon & Katherine Jones (2016): *Victims and Villains: Migrant Voices in the British Media*. Coventry: Centre for Trust, Peace and Social Relations, Coventry University.
- Cummings, Dominic (2017): How the Brexit referendum was won. *The Spectator*, January 9 2017 <https://blogs.spectator.co.uk/2017/01/dominic-cummings-brexit-referendum-won/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- DCMS (2016): Department for Culture Media and Sport: BBC Charter and Framework Agreement, <https://www.gov.uk/government/publications/bbc-charter-and-framework-agreement> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- DESTATIS (2016): Bevölkerung mit Migrationshintergrund um 8,5% gestiegen, https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2017/08/PD17_261_12511.html (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Die Zeit (2017): Caterina Lobenstein: Am Ende zählen die Jobs. *Die Zeit*, 17 October 2017, <http://www.zeit.de/2017/42/einwanderungsgesetz-fdp-fluechtlinge-deutschland> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- EJC [European Journalism Centre] (2017): Media landscapes, <https://medialandscapes.org> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Esser, Frank & Andrea Umbricht (2013): Competing models of journalism? Political affairs coverage in US, British, German, Swiss, French and Italian newspapers. *Journalism*, vol. 14, no. 8, pp. 989–1007.
- FRA (2016): Incitement in media content and political discourse in EU Member States. *European Union Agency for Fundamental Rights*, http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-47/fra_media_and_incitement_paper_19752.pdf (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Freedom House (2017): Freedom in the World 2017, https://freedomhouse.org/sites/default/files/FH_FIW_2017_Report_Final.pdf (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Frontex (2018): Western Mediterranean Route, <http://frontex.europa.eu/trends-and-routes/western-mediterranean-route/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Galtung, Johan & Mari Holmboe Ruge (1965): The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, vol. 2, no. 1, pp. 64–91.
- Guardian (2017): Spain lacks capacity to handle migration surge, says UN refugee agency, <https://www.theguardian.com/world/2017/aug/17/spain-refugees-migrants-unhcr-warning> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Hänggeli, Regula (2012): Key factors in frame building: How strategic political actors shape news media coverage. *American Behavioral Scientist*, vol. 56, no. 3, pp. 300–317.
- Infratest Dimap (2017): Glaubwürdigkeit der Medien, <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/glaubwuerdigkeit-der-medien/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).

- Kollanyi, Bence, Lisa-Maria Neudert & Philip N. Howard (2017): *Junk News and Bots during the German Parliamentary Election: What are German Voters Sharing over Twitter?* Oxford University: Comprop Data Memo, September 2017.
- Krzyżanowski, Michał (2017): “We Are a Small Country That Has Done Enormously Lot”: The ‘Refugee Crisis’ and the Hybrid Discourse of Politicizing Immigration in Sweden. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, vol. 16, nos. 1–2, pp. 1–21.
- Lippmann, Walter (1922): *Public Opinion*. New York.
- Mancini, Paolo & Matteo Gerli (2018): Media Landscape Italy. European Journalism Centre, <https://medialandscapes.org/country/italy> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Markova, Eugenia & Sonia McKay (2013): Migrant Workers in Europe’s Media: Recruitment and employment. *Journalism Practice*, vol. 7, no. 3, pp. 282–299.
- Maurer, Peter (2017): In the grip of politics? How political journalists in France and Germany perceive political influence on their work. *Journalism*, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884917707139> (utolsó letöltés: 2018. VII. 24.).
- Media Reform Coalition (2015) Who Owns the UK Media? http://www.mediareform.org.uk/wp-content/uploads/2015/10/Who_owns_the_UK_media-report_plus_appendix1.pdf (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Migration Observatory (2017a): Briefing, EU Migration to and from the UK, <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/resources/briefings/eu-migration-to-and-from-the-uk/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Migration Observatory (2017b): Briefing. Characteristics and outcomes of migrants in the UK labour market, <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/resources/briefings/characteristics-and-outcomes-of-migrants-in-the-uk-labour-market/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Migration Observatory (2017c): Brexodus? Migration and uncertainty after the EU referendum, <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/resources/commentaries/brexodus-migration-and-uncertainty-after-the-eu-referendum/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Migration Watch (2011) Press release. “Immigration Petition Reaches 100,000 Signatures in Just One Week”, <https://www.migrationwatchuk.org/press-release/300> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Observer (2015): Clear out African Migrants, Lega Nord governor orders in stand-off with Rome. *The Observer*, June 2015 <https://www.theguardian.com/world/2015/jun/13/lega-nord-migrants-rome-stand-off-luca-zaia> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- OFCOM (2017): The OFCOM broadcasting code, https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0005/100103/broadcast-code-april-2017.pdf (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- RAJAR [Radio Joint Audience Research] (2017): http://www.rajar.co.uk/listening/quarterly_listening.php (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Reporters Without Borders (2017): Press Freedom Index, <https://rsf.org/en/ranking> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Reuters Institute (2016): UK newspapers’ positions on Brexit, <http://www.ox.ac.uk/news/2016-05-23-uk-newspapers-positions-brexit> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Schudson, Michael (1989): The sociology of news production. *Media, Culture & Society*, vol. 11, no. 3, pp. 263–282.
- Similarweb (2016): Top UK Media Publishers and Publications – Ranked for 2015, <https://www.similarweb.com/blog/index-top-u-k-media-publishers-and-publications-of-2015> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Statista (2017): Umfrage zu den wichtigsten Problemen für Deutschland 2017, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2739/umfrage/ansicht-zu-den-wichtigsten-problemen-deutschlands/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Stonbely, Sarah (2015): The social and intellectual contexts of the US “Newsroom Studies.” *Journalism Studies*, vol. 16, no. 2, pp. 259–274.
- Thomaß, Barbara & Christine Horz (2019): Media Landscape Germany. European Journalism Centre, <https://medialandscapes.org/country/germany> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Triandafyllidou, Anna (2013): Migrants and the media in the Twenty-First Century: Obstacles and opportunities for the media to reflect diversity and promote integration. *Journalism Practice*, vol. 7, no. 3, pp. 240–247.
- UK Government (2016): Office for National Statistics [ONS], Population of the UK by country of birth and nationality: Annual Population Survey 2017, <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/internationalmigration/bulletins/ukpopulationbycountryofbirthandnationality/2016> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Wadbring, Ingela & Jens Ohlsson (2017): Media Landscape Sweden. European Journalism Centre, <https://medialandscapes.org/country/sweden> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).

West, Ed (2013): Groupthink: Can we trust the BBC on immigration? *New Culture Forum*, <http://www.newcultureforum.org.uk> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).

Yougov (2017) How left or right wing are UK newspapers? <https://yougov.co.uk/news/2017/03/07/how-left-or-right-wing-are-uks-newspapers/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).

Kepe Nóra és Bajomi-Lázár Péter fordítása

ABSTRACT

Media practices related to migration and intra-EU mobility in the EU-15 Member States

This report presents the findings from a survey of journalists as well as a selection of their sources in government and civil society in Germany, Italy, Spain, Sweden, and the United Kingdom. It aims to develop a clearer understanding of the commercial, institutional, practical, and technical factors that affect news production and shape media narratives and frames around EU mobility and Third-Country Nationals (TCN) in different EU countries. Findings indicate that in all of the countries, journalists tend to have an idealistic view of their own profession. However, confidence in the sustainability of their jobs is much greater in the North than the South. Germans and Swedes acknowledge structural political and business influence on their work, but generally assert their editorial autonomy, whereas Italians are wary of built-in partisanship in their media sphere, and Spanish feel that the news are directly manipulated by the powers that be. The UK takes a middle position, where many journalists yield to the perceived political leaning or mission of their outlet. Across the board, journalists look at migration through the prism of "otherness" or even "problem," typically framed by their country's most immediate current concerns or public agendas, such as the admission of refugees and other TCNs in Germany and Sweden, migration across the Mediterranean in Italy and Spain, and intra-EU worker mobility in the UK. Hence, skilled workers receive hardly any journalistic attention at all, while perceived "poverty migration" and refugees dominate journalists' perception of news value and relevance. The journalists claim to have educational and ethical intentions, yet at the same time they appear to be driven by topics and controversies raised by other social actors.

Eric Karstens médiatudományt tanult Kölnben és Berlinben, majd 1992 és 2004 között különböző televíziócsatornáknál töltött be vezető pozíciót, és egyebek mellett *A televízióvezetés gyakorlati útmutatója* című, német nyelven megjelenő kézikönyv kiadója volt. 2004 óta szabadúszó üzletfejlesztési tanácsadó a média és az újságírás területén. Emellett a hollandiai Maastrichtban non-profit alapítványi formában működő European Journalism Centre finanszírozási tanácsadója és kutatási koordinátora; feladata egy olyan fenntartható, etikus és innovatív modell kidolgozása, amely ösztöndíjak, rendezvények, szakmai képzés és médiafejlesztés révén segít kidolgozni a jövő újságírási stratégiáját.

Barbara Kuznik újságíró, szociológus. Bölcsész- és társadalomtudomány szakot végzett Szlovéniában, majd a berlini Freie Universitätén az Europäische Journalisten Fellowship ösztöndíjas kutatója volt. Előbb a szlovén közszolgálati média és más médiumok újságírójaként és szerkesztőjeként, majd Berlinben a Da Vinci médiavállalat szerkesztőjeként és Brüsszelben szabadúszó kommunikációs tanácsadóként dolgozott. Az elmúlt években a European Journalism Centre munkatársaként elsősorban szakmai képzések és más olyan események szervezésében vett részt, amelyek célja az európai újságírók támogatása és összekötése volt.

Robert McNeil az Oxfordi Egyetemen működő Oxford Migration Observatory igazgatóhelyettese és a Centre on Migration, Policy and Society kutatója. 2010-ben megkezdett tudományos munkája előtt újságíróként dolgozott különböző brit lapoknak, és különféle nemkormányzati szervezetek médiamegjelenését és közkapcsolatait gondozta. A média és a migráció témájában tart előadásokat. Emellett társszerzőként jegyzi az ENSZ részeként működő International Organisation for Migration gondozásában 2018-ban megjelent *World Migration Report* „Tudósítások a migránsokról és a migrációról” című fejezetét.