

ROBERT McNEIL – ERIC KARSTENS

# Hogyan tudósít a média a migrációról és a mobilitásról? Összehasonlító vizsgálat

**Kutatásunk az Európai Unió Horizon 2020 programja által finanszírozott REMINDER projekt<sup>1</sup> részeként készült. Összehasonlító perspektívában, kilenc uniós tagország újságírói eljárásait elemezve azt vizsgáljuk, milyen tényezők formálják az újságírók migrációról és mobilitásról szóló tudósításait.<sup>2</sup> Arra is kíváncsiak vagyunk, hogy e tudósítások miként befolyásolják a migrációról és a mobilitásról szóló társadalmi vitát, és milyen általánosabb kérdéseket vetnek fel a szabad sajtó szerepéről és feladatairól, valamint a média és a demokrácia kapcsolatáról.**

## 1. Bevezetés

Kutatási jelentésünkben a REMINDER projekt 11. munkacsoportja által gyűjtött eredményeket összegezzük és elemezzük összehasonlító perspektívában. A migrációról és a mobilitásról szóló tudósítások gyakorlati aspektusát, valamint az újságírókat befolyásoló tényezőket vizsgáljuk. Arra is kíváncsiak vagyunk, hogy tudósításaik miként befolyásolhatják a migrációról folyó szélesebb körű társadalmi vitát, és milyen általánosabb kérdéseket vetnek fel a szabad sajtó szerepéről és feladatairól, valamint a média és a demokrácia kapcsolatáról.

A kilenc uniós tagországra kiterjedő elemzés e részének célja az, hogy világosabb képet nyerjen azokról a politikai, üzleti, intézményi, gyakorlati és szakmai tényezőkről, amelyek a hírszolgáltatást a különböző uniós tagországokban befolyásolják, és amelyek az unión belüli mobilitásról, valamint a harmadik országokból származó emberekről szóló tudósítások médianarratíváit formálják.

A 11. munkacsoport megállapításait a 8–10. munkacsoportok eredményeivel együtt érdemes tanulmányozni. Az utóbbiak a média tartalmát és a társadalmi attitűdöket vizsgálják, és arról igyekeznek képet alkotni, hogy milyen kapcsolat van az újságírás gyakorlata, a médiatartalom, a társadalmi attitűdök és a közpolitikai eredmények között. A REMINDER projekt átfogó megközelítése (az újságírókkal folytatott interjúk összevetése a médiafelületeiken megjelenő tartalommal) Michael Brüggemann (2014) módszertani elképzelésein alapul, amelyek az újságírói *frame-building* (értelmezésikeret-építés) praxisait vizsgálják: azokat a mechanizmusokat és folyamatokat, amelyek szerepet játszanak abban, ahogyan a média egyes témákat a társadalmi viták során keretez.

---

1 *Role of European Mobility and Its Impacts in Narratives, Debates and EU Reforms* – Az európai mobilitás és annak a közbeszédre, vitákra és az EU reformjára gyakorolt hatása (2017–2019), szerződésszám: 727072. E jelentés angol nyelvű változata 2018 májusában jelent meg a projekt honlapján ([www.reminder-project.eu](http://www.reminder-project.eu)) „Comparative report on cross-country media practices, migration, and mobility” címmel ([https://www.reminder-project.eu/wp-content/uploads/2018/08/Final-June-2018\\_with-cover.pdf](https://www.reminder-project.eu/wp-content/uploads/2018/08/Final-June-2018_with-cover.pdf)). A kutatócsoport levelezési címe: European Journalism Centre, Oranjeplein 106, 6224 KV Maastricht, Hollandia. A szerzők itt mondanak köszönetet e dolgozat kéziratához fűzött megjegyzéseikért Barbara Kuzniknak és Bajomi-Lázár Péternek.

2 Az angol *mobility* kifejezés egyaránt magában foglalja azt, amikor valaki az Európai Unión belül tanulási, és amikor munkavállalási céllal költözik másik országba, így – az egyébként kézenfekvőnek tűnő *munkaerő-áramlás* helyett – a magyar szövegben is megőriztük a mobilitás kifejezést. A *migráció* és a *migráns* kifejezés (az angol eredetiben: *migration* és *migrant*) kutatócsoportunk szándéka szerint e tanulmányban értéksemleges kifejezésként 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 konnotációjává vált, más nyelveken – például olaszul – kifejezetten semleges csengésű, az összegző tanulmányokban pedig nem tudtuk figyelembe venni az egyes országok eltérő nyelvhasználatát, hiszen ugyanakkor ragaszkodnunk kellett az egységes szóválasztáshoz is.

E kutatás alapja 221 újságíróval és információforrással készített félig strukturált interjú. Azt vizsgálja, hogy a különböző uniós országokban található szakmai kultúrák és célok, illetve nyomásgyakorlási kísérletek miként befolyásolják az újságírók témaválasztásait és az általuk épített narratívákat.

A kiválasztott nyolc ország – az Egyesült Királyság, Lengyelország, Magyarország, Németország, Olaszország, Románia, Spanyolország és Svédország – gazdasági, földrajzi és kulturális szempontból az Európai Unió keresztmetszetét nyújtja. Ezekhez hozzáadtunk még egy új tagországot, Szlovéniát, ahol a pilotkutatást végeztük, mert ez is használható és érdekes adatokat tárt fel. Az interjúkat írásos kérdőív egészítette ki.

E kutatási jelentés a nyugat- és a közép/kelet-európai országokat vizsgáló másik két elemzés (lásd a „Migráció és média Nyugat-Európában” és a „Migráció és média Közép/Kelet-Európában” című írásokat lapunk e számában – a szerk.) adataira támaszkodva a következő kérdésekre keres választ:

- Milyen az újságírás gyakorlata az Európai Unióban?
- Miként jelenik meg a migráció kérdése a médiában a különböző uniós tagállamokban?
- Hogyan függ össze a média tudósítási gyakorlata azzal a politikai közeggel, amelyben megjelenik?
- Milyen hatást gyakorolhatnak a különböző tudósítási gyakorlatok a demokratikus döntéshozatalra a vizsgált országokban?

E témák különösen fontosak egy olyan időszakban, amikor komoly nemzetközi aggodalom övezi az információk és narratívák fegyverként való bevetését különböző politikai, illetve geopolitikai célok elérése érdekében (Allenby 2016). Abban persze nincs semmi új, hogy a geopolitikai ügyekben explicit propagandakampányokat és a médiát befolyásoló finomabb eszközöket is bevetnek. Mindamellet a nemzetközi migráció több uniós tagállamban (így – a teljesség igénye nélkül – az Egyesült Királyságban, Németországban, Szlovéniában és Magyarországon is) fontos szerepet játszik mint kiemelkedő „médiasztori” és mint potenciális destabilizációs hatású közpolitikai kérdés. Ez pedig szükségessé teszi, hogy közelebbről is megvizsgáljuk a témával foglalkozó narratívákat alakító tényezőket.

A hírmédiának a mai demokratikus társadalomban betöltött idealizált – bár gyakran vitatott – felfogása szerint a média fontos szerepet tölt be a nagyközönség helyi, országos és nemzetközi folyamatokról való tájékoztatásában, a hatalmat gyakorlók elszámoltatásában, valamint az olyan ügyek felvetésében, illetve az azokhoz kapcsolódó oknyomozásban, amelyek a polgárokat érintik és foglalkoztatják. A valóságban azonban a média, illetve a média és a demokrácia kapcsolata összetettebb ennél. Egyrészt azért, mert szkepszis övezi a fenti idealizált médiafelfogást, és ennek kapcsán azt is, hogy voltaképpen mennyiben reális az az elvárás, hogy a világot „tökéletesen tájékozott” polgárok alkossák, akik világos politikai döntések meghozatala érdekében körültekintően fogyasztják a médiatermékeket (Ytre-Arne & Moe 2018). Másrészt azért, mert – ahogy a „Migráció és média Nyugat-Európában” és a „Migráció és média Közép/Kelet-Európában” című kutatási jelentések is szemléltetik – a médiatermékek nem vákuumban keletkeznek, hanem emberek gyártják őket, akik számos módon befolyásolhatók.

A befolyásolók körébe tartozhatnak például a vezető szerkesztők, a politikusok és a médiatulajdonosok, akik nyílt nyomást gyakorolhatnak az újságírókra (Olien et al. 2018). A befolyásolásnak lehetnek ennél kifinomultabb módszerei is: kialakulhat egyfajta intézményi felfogás arról, hogy „mi a dolgok menete”, illetve megjelenhetnek olyan munkahelyi normák és elvárások is, amelyek egy adott tudósítás témaválasztására és a téma megközelítésére vonatkoznak (Schudson 1989). Emellett szerepet játszhatnak a témaválasztásban és -keretezésben olyan gyakorlati tényezők is, mint a tudósítás hossza, a képek elérhetősége vagy a határidő szorítása: ezek is hatással lehetnek a tartalomra és annak részleteire, az interjúalanyok kiválasztására, valamint az egyéb olyan elemekre, amelyek a végleges terméket alakítják. Ezekon túl hatást gyakorolhatnak az újságírók munkájára a nézők vélt elvárásairól és az arról alkotott eltérő felfogások is, hogy mennyire fontos szempont egy tudósítás összeállítása során a tájékoztatás mellett a szórakoztatás. A hírértékről alkotott eltérő elképzelések – például arra nézve, hogy a tudósítás a tájékoztatás mellett feszültséget és konfliktust is közvetítsen-e – nagyon különböző végeredményekhez vezethetnek (lásd például Rosenstiel et al. 1999).

Mindez azt jelenti, hogy az újságírók még akkor is elfogultak lehetnek, hogy ezt nem veszik észre. Sőt, elfogultság még az olyan esetekben is előfordulhat, amikor tudatos erőfeszítést tesznek ennek elkerülése érdekében. Mindamellet

sok újságíró nem is abban látja saját szerepét, hogy pártatlanul tájékoztasson, hanem örül annak, ha a közpolitikai vita résztvevőjeként tekintenek rá. Egyik interjúalanyunk szerint:

„Mivel van ez a szakmai mítosz, amely azt várja az újságíróktól, hogy függetlenek legyenek a mindenkori hatalomtól, és hogy őrkdjenek annak képviselői felett a társadalom nevében, a baloldali [újságírók] elegánsabbnak tartják letagadni [a baloldal iránti rokonszenvüket], hiszen így azt mondhatják magukról, hogy ők a szakmai elvárásokat képviselik. ... Ez azonban a szakma presztízsét ássa alá. De azt is hozzá kell tennem: mi a fenének érdekelne engem egyáltalán, hogy egy balliberális személy mit gondol rólam?” (magyar újságíró).<sup>3</sup>

Az újságírók nem légüres térben gyártják az anyagokat. Az általuk előállított tudósításokat és tágabb narratívákat egyfelől a résztvevők alakítják: például az interjúalanyaik, „kontaktjaik”, az üzleti világ PR-szakemberei, kutatók, barátai, ismerősei és munkatársai, valamint az általuk fogyasztott médiatartalmak. Másfelől az olyan „környezeti” tényezők formálják, mint – a teljeség igénye nélkül – mindennapi tapasztalataik, a politikai és a társadalmi közeg, amelyben működnek, valamint saját társadalmi és gazdasági hátterük (White 1950).

E tényezőkből egy kritikus kérdés rajzolódik ki a demokrácia működésére nézve, és tanulmányunk ezt a kérdést szeretné behatóbban megvizsgálni. A szabad sajtót sokan a működőképes demokrácia egyik alapkövetelményének tekintik (Zielonka 2015), ezért az újságíró és az újságírás egy ország politikai színterének kulcsszereplőjévé válik. A legtöbb modern demokráciában elfogadott az a felvetés, hogy a szabadságjogokba beletartozik az egyének vagy csoportok arra vonatkozó joga is, hogy másokat meggyőzzenek egy adott kérdésben elfoglalt álláspontjukról (Strauss 1991). E koncepció Edward L. Bernays (1947) munkájában kristályosodott ki a leginkább, aki a következő állítást fogalmazta meg: „A szólásszabadság és annak demokratikus velejárója, a sajtószabadság csendben kiterjesztette szabadságjogainkat, amelyek immár magukban foglalják a meggyőzés jogát is.” Ezáltal az újságírók – és az általuk előállított médiatermékek – egyszerre válnak a különböző meggyőzési kísérletek alanyává és más potenciális szereplők kezében a meggyőzés aktoraiává. Ilyenformán összetett szerepet töltenek be az európai demokratikus folyamatokban. A REMINDER projekt kutatócsoportja e meggyőzési folyamatok feltárására tesz kísérletet azzal, hogy az összes vizsgált országban interjút készített olyan kulcsfontosságú információforrásokkal is, akiknek releváns szerepük van a migrációval kapcsolatban. A migráció témakörében ide tartoznak a kormányzat szóvivői, a civil szervezetek, a kutatóintézetek, valamint a politikai pártok képviselői.

Elemzésünk 221 interjúalany – a teljes minta 71 százalékát kitevő újságírók és a minta 29 százalékát alkotó információforrások (az angol eredetiben *source* vagy *influencer* – a ford.) – válaszain alapul. Őket a mindennapi szakmai praxisukról kérdeztük, hogy feltárjuk a meggyőzés különböző mediakontextusokban megnyilvánuló, sokszínű folyamatát, különös tekintettel a migrációs tematikára.

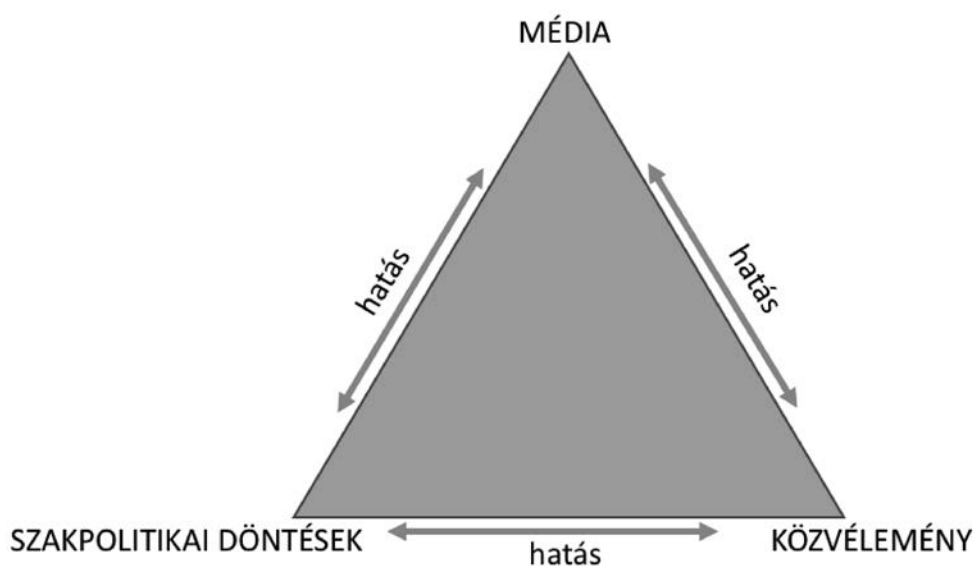
A migráció sok országban – így az itt vizsgált legtöbb országban is – a legvitatottabb, legmegosztóbb és politikailag legkényesebb ügyek közé tartozik a politikai és médiavitákban (Allen et al. 2017). Egyúttal olyan téma, amely újabb vízályok magvát ültetheti el a társadalomban (Finney & Simpson 2009). Ezért a migráció „lencséjén” keresztül különösen jól figyelhetjük meg azokat a külső és belső motivációkat, amelyek formálják azokat a médianarratívákat, amelyek ehhez a kiemelkedő jelentőségű, ugyanakkor igen érzékeny és vitatott témához kapcsolódnak.

Röviden: nyilvánvaló, hogy egy demokratikus társadalomban összetett és dinamikus kapcsolat áll fenn a média, a közpolitikai döntések meghozatala és a közvélemény között – az 1. ábra a több irányba mutató nyomások dinamikus halmazát jeleníti meg. Elemzésünk azokat a folyamatokat kísérli meg részletesebben felfejteni, amelyek révén egy adott területről – a migrációról és az unión belüli mobilitásról – szóló médiatartalmak generálódnak az Európai Unió kilenc vizsgált tagállamában. Ennek során a média gyakorlati működésének az egymással vetélkedő befolyások háromszögére kifejtett tágabb kihatásait vizsgáljuk meg.

3 Interjúalanyaink személyazonosságának védelmében egyes esetekben nem tüntetjük fel a médium jellegét.

1. ábra

A média, a közvélemény és a közpolitika közötti kapcsolat dinamikája



## 2. Újságírói munka a gyakorlatban

A munkacsoport két másik jelentésében („Migráció és média Nyugat-Európában”, „Migráció és média Közép/Kelet-Európában”) nyilvánvaló különbségeket találtunk a különböző országok újságíróinak tudósítási gyakorlatai között. E jelentések egyaránt vizsgálták a nyugati és a keleti uniós tagállamokat (egyfelől az „EU 15”-t képviselő Egyesült Királyságot, Németországot, Olaszországot, Spanyolországot és Svédországot, másfelől az „EU 10”-et képviselő Lengyelországot, Magyarországot, Romániát és Szlovéniát).

### 2.1. Migrációs tematikák

A migrációs tematika az újságírók szemében valamennyi országban intenzív viták tárgya, egyúttal átpolitizált és lényeges kérdés – igaz, országonként eltérő mértékben. A legtöbb országban az újságírók általában a menekültügyre, illetve a menekültekre összpontosítanak, főként a 2014 óta Európán átáramló menekültáradat miatt nagy visszhangot kiváltó ügyek miatt. A vizsgálatban részt vevő újságírók többségénél a bevándorlással kapcsolatos narratívák középpontjában általában a szegények mobilitása és a fogadó országok, illetve az azok népességeire kifejtett hatás áll – még akkor is, ha azok egyébként nem a menekültkérdéshez kapcsolódnak.

Az Egyesült Királyságban az Unión belüli mobilitás nagyobb horderejű közpolitikai téma (amire egyébként a brexit-népszavazás fényében számítani lehetett), mint a többi vizsgált országban (lásd még Allen 2016). A többi vizsgált országban az uniós polgárok mobilitása ritkán jelent meg a bevándorlásról szóló tudósításokban, bár Svédországban hangsúlyosan utaltak a szegényebb tagországokból származó kéregetőkről szóló narratívákra is. Több vizsgált országban az Unión belülről érkező migránsokat nem is „migránsként” tartják számon.

A migránsok körében a legkevésbé élesen körülhatárolt csoportot azok az Unión kívülről érkezők alkotják, akik nem menekültek vagy menedékkérők voltak. Valamennyi vizsgált országra igaz, hogy az újságírók jelentős része egyáltalán nem vagy nehezen tud felidézni olyan, a migrációval összefüggő témát az adott országban folyó diskurzusok közül, amely nem a humanitárius kérdésekhez vagy az Unión belüli szabad mozgáshoz kapcsolódna.

Az új tagállamokban – különösen Romániában – a kivándorlás gyakrabban merül fel kulcstémaként az újságírók körében, mint a többi vizsgált országban. Az arra vonatkozó elképzeléseket azonban, hogy a migrációval kapcsolatos

történetek valójában miről szólnak, a bevándorlással, a menekültekkel és a menedékjoggal kapcsolatos kérdések uralják. Ez egyaránt áll az új tagországokra és a régi tagországok többségére.

A migrációhoz kapcsolt tematikák és főbb keretek további, a különböző országok újságíróinak felvetésein alapuló bontása a 3. fejezetben olvasható.

## 2.1. Autonómia vs. kormányzati és üzleti nyomás

Az általunk folytatott vizsgálat eltér a médiarendszerek különbségeinek feltárására irányuló korábbi erőfeszítésektől, például Daniel C. Hallin és Paolo Mancini (2004) munkájától. Megközelítésünk abban különbözik ezektől, hogy az egyes országok újságíróinak és újságírásának mai praxisából indul ki, ahelyett, hogy kiindulópontként arra a politikai és üzleti közegre összpontosítana, amelyben ennek működésük keretei kialakultak.

E megközelítéssel a vizsgált országokban egy sor olyan gyakorlatot tudtak azonosítani, amely alapján felvázolhatjuk az újságírásra gyakorolt politikai befolyásolás egy lehetséges tipológiáját:

1. *Irányított kapcsolat (directive relationship)*: Ebben az esetben a kormányzati befolyás vagy akár beavatkozás mindennapos, az újságírói munka normálisnak (bár nemkívánatosnak) tekintett része, amely potenciálisan nagymértékben csökkentheti az újságírói munka hatékonyságát. Ez Magyarországon és Lengyelországban terjedt el, valamint Romániában is tapasztalható:

„Mindent megtettek annak érdekében, hogy elhallgattassanak bennünket. ... A hirdetőinket gyakorlatilag megfenyegették, vagy félnek a fenyegetéstől. ... Az állami hirdető az országgyűlési választás másnapján mondták fel hirdetési szerződéseiket” (magyar újságíró).

„A mai napig azt hittem, hogy biztos állásom van, itt fogok megöregedni és meghalni. A szerencsések egyikeként nekem rendes munkaszerződésem van. De miután a kormány bejelentette a média dekoncentrációját szolgáló törvényt, elkezdtünk aggódni, hogy elveszíthetjük az állásunkat vagy a függetlenségünket” (lengyel újságíró).

2. *Összejátszáson alapuló kapcsolat (collusive relationship)*: Ebben az esetben a kormányzat befolyása inkább közvetetten, mintsem közvetlenül érezhető; például az újságírók arra vonatkozó feltevéseiben ölt testet, hogy milyen jellegű politikai értelmezést várnak tőlük vezető szerkesztőik, tulajdonosaik vagy más felsővezetőik. Ez gyakori a brit sajtóban, Olaszországban, Spanyolországban, Romániában és Szlovéniában:

„Tudatában vagyunk annak, hogy kik tartoznak a tulaj haveri körébe – és ő sok befolyásos embert ismer –, és [ismerjük] az ellenségeit is” (Egyesült Királyság, bulvárlap).

„A politikai pártok nyilvánvalóan ide tartoznak ... Szerintem a Konzervatív Párt konkrét dolgokat ad a számba, és előfordul, hogy egy-egy álláspontot azért képviselünk, mert egy miniszter ezt kérte tőlünk, vagy valami más, hasonló oknál fogva. Emellett azt gyanítom – bár erről nincs pontos tudomásom –, hogy az újság vezető embereinek vannak olyan kapcsolataik bizonyos helyeken, amelyekből következik, hogy a dolgokat egy adott módon kell tálni” (Egyesült Királyság, napilap).

„A külügyi rovat nincs nyomás alatt, mert nem áll az érdeklődés középpontjában. De a belpolitikai rovat iránt nagy az érdeklődés, és ott nagyon durva a kormány részéről érkező nyomás” (Spanyolország, minőségi napilap).

3. *Reaktív kapcsolat (responsive relationship)*: Ebben az esetben egyáltalán nincs vagy csak kevéssé van olyan érzésük az újságíróknak, hogy az alapvető PR-stratégiák – azaz a sajtónyilatkozatok és interjúk – hatásán túl a politikai

szereplők megpróbálnák befolyásolni az újságírók döntéseit vagy magatartását. Ez jellemzi az Egyesült Királyságban a napilapokon kívüli médiát, Németországot és Svédországot:

„Sokan próbálnak befolyásolni, de tényleg van-e befolyásuk? Nehéz lenne megmondani. A civilek pénzt akarnak, szeretnek jelentéseket és elemzéseket készíteni, amelyeket ők prezentálnak, ez része a küldetésüknek. Szükségük van a figyelemfelkeltésre és az anyagi támogatásra. Az európai uniós intézmények az adófizetők pénzéből működnek, onnan viszonylag kevés elemzést kapok. Úgy tűnik, vannak belső jelentéseik, amelyeket újságíróként szívesen olvasnék. Az ENSZ szervei érdekesebbek, ők többet kommunikálnak” (Svédország, rádió).

„Lehet, hogy a PR-osok próbálnak befolyásolni [minket], de nem tudom, hogy ennek eddig volt-e bármi hatása” (Németország, minőségi napilap).

E folyamatokat a vizsgált országokban különbözőképpen élik meg az újságírók. A Magyarországról és Lengyelországról szóló elemzésekből az derül ki, hogy a kilenc vizsgált országból ebben a kettőben a leginkább irányított a média. Ezeket Románia követi, bár a román esetben az irányítás kevésbé nyílt szankciókban és fenyegetésekben ölt testet. Egy román újságíró a következő példát említette:

„A televíziócsatornákat általában a háttérből tartják nyomás alatt a politikai érdekkörök. A mi szerkesztőségünkben sem más a helyzet. Hogy pontosabb legyek, egy bizonyos politikai pártról beszélek. Általában kormányzati oldalon” (Románia, televízió).

Bár itt kifejezetten kormányzati beavatkozásról beszél az interjúalany, a lengyel és magyar esettel szemben ebből nem következik az, hogy valamilyen politikai eredmény elérése érdekében a kormányzat közvetlen nyomást gyakorolna.

Szlovéniában, Spanyolországban, Olaszországban és az Egyesült Királyságban a migrációhoz kapcsolódó média-tartalmak az üzleti megfontolások és a vezető munkatársak, illetve a tulajdonosok pártos felfogásának bonyolult összjátéka folytán alakulnak ki. Olaszországban és az Egyesült Királyságban ez különösen annak függvénye, hogy milyen jellegű médiumnak dolgozik az újságíró. Az Egyesült Királyságban a napilapok nyitottabbak a politikai narratívák közvetítésére, míg az elektronikus és az online médiumok kevésbé. Olaszországban ez jellemzően fordítva van, azaz a televíziók gyártanak populista és megosztó anyagokat, míg az újságok megfontoltabb, kiegyensúlyozottabb cikkeket közöltek.

Németországban és Svédországban elismerik, hogy külső források – köztük a kormányzatot és az üzleti világ szereplőit – a javaslatok szintjén igyekeznek befolyásolni az újságírás tartalmát, de nem nagyon merült fel arra utaló bizonyíték, hogy külső szervezetek komoly hatást gyakorolnának a médiára. Egyúttal gyakran egyfajta hagyományos mértékletesség alakítja az újságírói gyakorlatokat és az ebből eredő tartalmakat – és ez talán a radikálisabb hangokat is elfojtja.

### 2.3. Egyéb tényezők

A szerkesztőségek sokszínűségének hiánya feltűnő tényező volt valamennyi vizsgált országban. A legtöbb esetben ez az etnikai és a kulturális sokszínűség hiányát jelentette, és az Egyesült Királyságban a migrációról szóló tudósításokban a nemek közötti egyensúly hiánya is megjelenik, ez tehát kissé „férfias” témának tűnik. A kulturális és az etnikai sokszínűség hiánya befolyásolhatja a migrációs témájú tudósításokat (Gemi et al. 2013, Markova & McKay 2013). Bár az nem egyértelmű, hogy vannak-e nemek szerinti különbségek a témára összpontosító tudósítási gyakorlatokban, találtunk arra utaló adatokat, amelyek cáfolják azt a felvetést, hogy a férfiak és nők eleve máshogy közelítenének a tudósításokban megjelenő témákhoz (Hanzitsch & Hanusch 2012).

### 3. Az interjúk tanulságai az egyes országokban

A következő részben röviden összefoglaljuk a „Migráció és média Nyugat-Európában” és a „Migráció és média Közép/Kelet-Európában” című kutatási jelentések országspecifikus megállapításait, képet alkotva az adott országban uralkodó újságírói normákról – úgy általában, mint konkrétan, a migrációról szóló tudósítások területén. (Az egyes országok migrációs tudósítási gyakorlatait részletesebben lásd az említett jelentésekben.)

#### 3.1. Nyugat-Európa (az „EU 15”)

##### 3.1.1. Egyesült Királyság

Az Egyesült Királyságban az újságírói munka magas szinten professzionalizálódott, de olykor agresszív. A legszembetűnőbb kutatási eredményünk e téren a megkérdezettek elmondásaiból egyes újságok szerkesztőségében kirajzolódó, gyakran igen autokratikus, sőt időnként agresszív légkör – szemben a többi médium nyugodtabb, az egymás iránti kölcsönös tiszteleten alapuló légkörével. A napilapoknál dolgozó újságírók érzékelhetően kevesebb pozitív érzést tápláltak munkájuk iránt, mint a többi médiumtípusnál dolgozó munkatársaik:

„A napilap olyan, mint a hadsereg. Kivezényled a sereget, hogy szerezze meg a zászlót, de nem folytathatsz vitát velük arról, kell-e az a zászló. Egyszerűen összeomlana az egész” (Egyesült Királyság, minőségi napilap).

„A főszerkesztőtől kezdve mindenki nyitott és barátságos. Végeredményben a vezetők hozzák meg a végső döntést arról, milyen témákkal foglalkozunk, de újságíróként mindenképpen azt érzékeljük, hogy valós hatásunk van a dolgokra, figyelnek ránk. Nagyon együttműködő és kollegiális a légkör” (Egyesült Királyság, elektronikus médium).

A megkérdezett brit újságírók általában nagyon motiváltak, és élvezik munkájukat, dacára annak, hogy a társadalom kedvezőtlenül ítéli meg az újságírói szakmát. Sokan azt vallottak, hogy bár személy szerint megbecsültnek érzik magukat, az újságírás általános megítélése inkább negatív. Többen azzal kapcsolatban is aggályokat fogalmaztak meg, hogy a munkájukat félreértik, illetve hogy azok, akik bírálják őket, nem értik meg a nehézségeket, amelyekkel szembesülnek. Az általuk azonosított nyomásgyakorlási formák között szerepelt az arra vonatkozó elvárás, hogy milyen gyorsan kell egy tudósítást leadni, és mennyi részletet és árnyalást kell a tudósításokban elhelyezniük ahhoz, hogy lekössék a közönség figyelmét, és hogy tudósításaik „hírdemesek” legyenek.

A brit újságírók célkitűzései között gyakran szerepelnek erkölcsi motivációk, de ezek mellett, illetve helyett megjelenik az is, hogy az újságírásra különböző egyéb sikerek forrásaként tekintenek. Az „erkölcsi motiváció” abban nyilvánul meg, hogy az újságírók olyan célokat fogalmaznak meg, mint a visszaélések feltárása, a kiszolgáltatottakért és az elnyomottakért folytatott küzdelem, az emberek demokratikus döntéshozatalban való megsegítése, valamint az, hogy a világot valamilyen formában „jobb helyé” tegyék. A siker különböző formáinak elérése iránti instrumentális vágy olyan célokban nyilvánul meg, mint a vezető hírek/exkluzív „sztorik” megszerzése, a tudósításoknak a kiadvány lehető legelőkelőbb helyén való megjelentetése, az elképzelhető legnagyobb hatás kifejtése vagy a szerkesztő tetszésének elnyerése. Egyes újságírók a két célhalmaz közötti egyensúlyról beszéltek, míg mások inkább az egyikre összpontosítottak – a másik rovására.

A kérdésre nyíltan válaszolva a legtöbb (de nem az összes) brit újságíró azt mondta, hogy autonóm módon működhet, és nem érzékel olyan nyomást, amely arra sarkallná, hogy egy bizonyos meghatározott módon végezze munkáját. Mindamellett részletesebb válaszaikból egy sor olyan tényező rajzolódott ki, amely mind az általuk feldolgozott témák választását, mind tudósításaik tartalmát alakíthatja. Ez inkább az újságokra áll, mint a többi médiatípusra.

Néhányan úgy vélték, hogy inkább a tulajdonos elképzelt alakja, mint a tényleges tulajdonos befolyásolja őket. Mások már-már ösztönösen ismerik médiumuk álláspontját és céljait, ami esetükben azzal a felismeréssel párosul, hogy az adott álláspontnak ellentmondó tudósítások nem nyernék el a vezetés tetszését. Néhány brit újságíró a vezető

munkatársak – a főszerkesztő vagy más vezető szerkesztők – nézőpontjának és adott esetben elfogultságának közvetlen hatására is rámutatott.

A válaszadók többsége szerint a „migráns” általános fogalmába beletartoznak mind az Unión belüli mobilitásban érintettek, mind a harmadik országokból származók, mind pedig a menekültek és a menedékkérők. A bulvárlapok újságírói a többi médiatípus munkatársaihoz képest hajlamosabbak voltak a migránsokat általános, átfogó kategóriaként és negatív módon ábrázolni. A megkérdezett újságírók körében uralkodó felfogás szerint nincs objektív különbség az Európai Unióból és az Európai Uniót kívülről származó migránsok között, eltekintve azoktól a jogoktól, amelyeket az első csoport tagjai élveznek. Egyikük a „médiakonvenció” szerepét emelte ki: eszerint egy kifejezés vagy tematika rendszeres használata normalizálja azt, növelve annak valószínűségét, hogy a továbbiakban is használni fogják.

Az újságírók által azonosított kulcstematikák az Unióból származó migránsokról szóló tudósítások kapcsán a következők voltak: a munka, a létszám (általában az a kérdés, hogy nincsenek-e túl sokan), a brexit, valamint a migránsoknak a közszolgáltatásokra és az államháztartásra kifejtett hatása. E témákból akár az is kiolvasható, hogy az utalás szintjén megjelenik bennük az Európai Unióból származó migránsok vélelmezett alacsony jövedelmi státusza. A bulvársajtóban dolgozó újságírók közül néhányan az Uniót belüli migránsok szociális segélyekhez való hozzáférést olyan témaként azonosították, amely különösen érdekli lapjukat.

Az Európai Uniót kívülről érkező migrációhoz kapcsolódó tematikák kevésbé szembeötlően egyértelműek, de a következőkre terjedtek ki: a munka (elsősorban a szakképzett munkaerő), a tanulmányi és a családgyesítési migráció, valamint a rendészeti és a biztonsággal kapcsolatos kérdések, amelyek gyakran az illegális migrációhoz és az integráció témaköréhez kapcsolódnak. Az országos/regionális bulvárlapok újságíróinak válaszaiban a menekültek és a menedékkérők sokszor negatív színben tűntek fel; gyakran megkérdőjelezték menedékkérelmük legitimitását – bár nem csak az övékét. Azok, akik a menekültekről és a menedékkérőkről geopolitikai kontextusban írnak, hajlamosabbak eltávolodni a kérdéskör emberi aspektusától.

Szinte egyetlen brit újságíró sem mondta azt, hogy az üzleti körök közvetlen vagy nagy hatást gyakorolnának munkájára. Mindamellet az üzleti tényezőket gyakran azonosították olyan elemként, amelyet – legalábbis közvetetten – határozottan észben tartottak munkájuk során. Az üzleti szempontok olykor abban a felismerésben öltöttek testet, hogy tudósításaikat jóvá kell hagynia egy másik – általában vezető – munkatársnak, aki a hirdetési és a közönségpiacon tartja a szemét. A válaszadók kis csoportja annak a lehetőségét is felvetette, hogy a hirdetőket közvetlenül próbálják befolyásolni a tudósításokat.

### 3.1.2. Németország

A kutatásunk válaszadói által felvázoltak szerint a német médiakörnyezetre a leginkább a következők jellemzők: a témák mértéktartó megközelítése, széleskörű állásbiztonság, megbecsülés a közönség és a munkatársak körében, valamint magas szintű munkahelyi elégedettség.

A megkérdezett német médiászakemberek gyakorlati, napi szintű munkakörnyezetére vonatkozó tapasztalataiból az rajzolódik ki, hogy ebben az országban a „reaktív” felfogás dominál a média és a kormány közötti kapcsolatban. A német újságírókat magas fokú autonómia és a külső befolyásoktól való mentesség jellemzi – ez a médiavállalatok belső vezetésére éppúgy vonatkozik, mint a külső – politikai vagy üzleti – szereplőkre. Ez azonban nem azt jelenti, hogy ezeket az újságírókat ne befolyásolnák a politikai, az üzleti és más szervezetek által konstruált értelmezési keretek (lásd Hänggli 2012), hanem azt, hogy nem érzik úgy, hogy manipulálnák őket. Mindamellet kutatási eredményeinkből az derül ki, hogy az újságírók témaválasztással kapcsolatos döntéshozatali folyamataira nagyobb hatást gyakorol az, hogy a tágabb nyilvánosságban mi van éppen napirenden, mint amit beismerni hajlandóak:

„Nyilvánvalóan az összes lobbista megpróbál befolyásolni minket, kezdve a környezetvédőkkel, akik napi szinten küldenek nekünk emaileket, de ott vannak a nagyvállalatok is, az autógyárak, a politikusok, az olvasók – ők mind szeretnének befolyásolni minket. Erre azonban nem szabad pusztán negatívumként tekinteni, mert a lobbizásnak van tájékoztató jellege is – és nekünk szükségünk van az információkra, tehát én ezt mind megnézem” (Németország, bulvárlap).



Technikai szempontból nézve a német média jellemzően arra összpontosít, hogy olyan távolságtartó és visszafogott nyelvezetet használjon, amely megvédi a vádtól, hogy szenzációhajhász módon mutat be komoly híreket. Ez érzékelhető német interjúalanyainknak a migrációról szóló tudósításokban használt terminológiájában, mint például a nagyon steril hatású „Person mit Migrationshintergrund” szófordulatban (magyarul „migrációs háttérrel rendelkező személy”; a fogalom nem mondja ki specifikusan, hogy az adott személy valaha migrált-e), valamint a menekültek jogi státusára való, javarészt technikai jellegű fókuszálásban is. A témáról szóló tudósításokhoz tartozó illetén megközelítések ugyancsak hatással vannak a média által előállított értelmezési keretekre.

A válaszadóinknak az Európai Unió belülről érkező, magas jövedelmű migránsokra és az Unió kívülről érkező, szakképzett migránsokra vonatkozó, technokratikus és munkaerőpiac-orientált jellemzései éles kontrasztban állnak a szegényebbként érzékelt csoportok – például az etnikai kisebbségek és az alacsony jövedelmű uniós tagállamokból érkező migránsok – gyakran sokkal negatívabb ábrázolásával.

A 2015-ös menekültválság és az azt követő évek növelték a német újságíróknak a migrációval és a mobilitással kapcsolatos kritikai tudatosságát. Az interjúalanyainkkal folytatott beszélgetéseikből az rajzolódott ki, hogy egyértelműen tisztában vannak a migrációhoz kapcsolódó sokféle árnyalattal és a migrációval kapcsolatos terminológia finomságaival. Ez a német szerkesztőségekben zajló viták, valamint az önreflexió intenzitását tükrözi.

A mintában szereplő médiszakemberek által szem előtt tartott üzleti megfontolásokból az rajzolódott ki, hogy az általuk gyártott tartalom célközönséget döntően a középkorú és jól képzett szakemberréteg alkotja. Ez megjelenik abban is, hogy inkább a média ismeretterjesztő szerepére összpontosítanak, mintsem a szenzációkra, ugyanakkor megmagyarázza a radikális hangok hiányát is. Elképzelhető ugyan, hogy ez utóbbi csak a mi mintánkra jellemző sajátosság, mégis valószínűbb, hogy a német média egészét jellemzi. Egyúttal azonban vizsgálatunk arra enged következtetni, hogy folyamatban lehet egyfajta elmozdulás a negatívabb ábrázolások irányába, amelyben a kulturális különbségekre és a „Willkommenskultur”, azaz a menekültek érkezéséhez való szívélyes hozzáállás negatív hatásaira összpontosítanak.

### 3.1.3. Olaszország

A megkérdezett olasz újságírókat sajátos ellentmondás jellemezte: egyszerre van jelen bennük a munkájukba és annak alapvető értékeibe vetett erős hit és a médiaiparral kapcsolatos pesszimizmus és cinizmus. E kettőség formálhatja azokat az üzleti, intézményi, gyakorlati és technikai tényezőket is, amelyek viszont hatást gyakorolhatnak a migrációról szóló tudósításokra is. Hozzáállásukat szemlélteti a következő két idézet is:

„Nem a pénzért csinálom. Nagy szenvedély van bennem, és szeretek azok hangja lenni, akik különben nem kapnak megszólalási lehetőséget” (Olaszország, televízió).

„Bár úgy érzem, tiszteletben tartanak és értékelnek, nem érzem magam támogatva” (Olaszország, hírügynökség).

Intézményi szinten – és annak ellenére, hogy a szóbeszéd szerint az újságírás Olaszországban nagyon bizonytalan és alulfinanszírozott (különösen a szabadúszó újságírók esetében) – a kutatásunkban részt vevő újságírók viszonylagos biztonságban érezték az állásukat. Legtöbbjük inkább szenvedélyből dolgozik újságíróként, mintsem a megélhetés okán, és bár úgy érzi, személy szerint megbecsülik, hangsúlyozza, hogy az újságírásba vetett közbizalom mértéke csökkent.

Bár válaszadóink általában elégedettek munkahelyi környezetükkel, keveseknek jutott eszébe arról a „jó”, a „barátságos” vagy a „konstruktív” jelző. Többen igen komoly aggályokat fogalmaztak meg médiumuk vezetőinek szakmai-sága kapcsán.

A napi működési gyakorlat kapcsán a megkérdezett olasz újságírók jelentős mértékű vezetői irányításról – időnként beavatkozásról – tettek említést. Emellett belső és külső befolyásolási kísérletekről számoltak be – az előbbiekről például a tulajdonosok, az utóbbiakról például a politikai pártok, a katolikus egyház, a vállalatok és a szakszervezetek részéről. E befolyásolási kísérletek hatást gyakorolhatnak újságírói autonómiájukra, így téma- és értelmezésikeret-választásaikra is.

Vannak olyan technikai tényezők is, amelyek a megkérdezett olasz újságírók szerint befolyásolhatják a migránsokról szóló tudósítások keretezését. Ezek közé tartozik az az elvárás, hogy érzelmi hatást váltsanak ki közönségükből, illetve általában véve a Földközi-tengeren át Olaszországba tartó migráció dinamikája és szerepe. Olaszországnak a Földközi-tengeren keresztül érkező menekültek és más migránsok fogadásában játszott szerepe egyúttal azzal is együtt jár, hogy számos interjúalanyunk a migráció és a menekültügy szakírójaként dolgozik, ami önmagában is hatással lehet a témához fűződő kapcsolatára. E tényezők következtében az újságírói munka összességében a szegénységgel vagy a menekültkérdéssel összefüggő migrációs témákra összpontosít, és nem a migráció más formáira – például az unión belüli mobilitásra.

Az újságírók igen kevésbé bíznak a kormányzati információforrásokban. Sőt, a kutatásból az derül ki, hogy az olasz újságírók az adott médium politikai irányultságától függetlenül általában inkább szimpatizálnak a migránsokkal és különösen a menekültekkel, valamint véleményeik megfogalmazása során tendenciaszerűen hajlanak a hátrányos helyzetű csoportok melletti kiállásra.

A megkérdezettek nagy vonalakban uniópárti felfogást vallanak, többnyire támogatják az Európai Unión belüli mobilitást, társadalmi hatást igyekeznek kiváltani, és fontosnak tartják a hátrányos helyzetű csoport érdekeinek védelmét.

Mint említettük, a megkérdezett újságírók olyan helyzetéről számoltak be, amelyben az autonómiájukat némileg csökkenti a különböző érdekcsoportok befolyása és saját vezetőik irányítása. Az újságírókra kifejtett gyakorlati hatáson túl ezt üzleti szempontból is meg lehet közelíteni, hiszen tulajdonosaik és vezető szerkesztőik döntései gyakran arra a célcsoportra vonatkoznak, amelyet profitorientált médiafelületeik elérni kívánnak. E médiumok egyfelől minél több embert igyekeznek megszólítani, másfelől azonban tartanak attól, hogy elidegenítsék hirdetőiket és tulajdonosaikat. Mindamellet nem egyértelmű az összefüggés, illetve annak dinamikája egyfelől a közönség által igényelt tartalmak, másfelől azoknak a jelentős mértékben átpolitizált olasz médiumok által való előállítására között.

Elemzésünket a 2018-as olasz parlamenti választás előtt írtuk, amely hatással lehet az ország médiavilágának dinamikájára.

### 3.1.4. Spanyolország

A kutatásunkban részt vevő újságírók a hagyományos értelemben vett, klasszikus újságírást Spanyolországban válságban lévő iparágként jellemezték. Számos médiaszervezet egyszerre küzd gazdasági nehézségekkel, a pártosság következményeivel, valamint a kormányzat és a nagyvállalatok általi, feltételezett manipulációból eredő problémákkal: „Rossz a hírünk, és megérdemljük. A média felületesen tudósított, és túlságosan átpolitizálódott. Az embereknek az a benyomásuk, hogy hazudunk” (Spanyolország, hírportál).

Intézményi szinten ez az újságírói hitelesség elvesztésének, a közbizalom megrendülésének percepciójában nyilvánul meg, ami számos médiumban megnehezítette a munkakörülményeket és rontotta a szerkesztőség légkörét. Egyúttal azonban egy sor olyan új, független médiafelület jelent meg, amely a jelek szerint sikeresen kerülte el e problémákat. Igaz, ezek jellemzően kevesebb embert érnek el, mint a hagyományos médiumok (például az újságok, a rádiók és a televíziók). Sok újságíró állása igen bizonytalan.

A tudósításokat potenciálisan befolyásoló tényezők között több válaszadó említette a hirdetőket, a kormányzati szereplőket és a politikai pártok által kifejtett külső nyomással kapcsolatos aggályait. Mindamellet egyetlen újságíró megjegyzésétől eltekintve – szerinte a spanyol kormány proaktívan igyekszik minimalizálni a menekültválságról szóló tudósításokat – nem egyértelmű, hogy a politikai és az üzleti körök által a fősodorbeli médiafelületekre gyakorolt nyomás pontosan miként ássa alá az újságírók jóhiszemű erőfeszítéseit. E nyomásgyakorlási kísérletek és az említett intézményes nehézségek dacára az újságírók büszkének munkájukra, és magas etikai szinten igyekeznek végezni azt.

Technikai szempontból a megkérdezett spanyol újságírók különösen hajlottak arra, hogy az érzelmekre apellálva váltsanak ki közönségükből reakciót – tudva ugyanakkor azt is, hogy ezt tényszerű tudósítással kell ellensúlyozniuk. Többen is hangsúlyozták, hogy céljuk a közönség felvilágosítása, a társadalmi viták megbízható információkkal való segítése, és egyesek annak a vágyuknak is hangot adtak, hogy a társadalmi változás aktív elősegítői legyenek.

A nyelvhasználatot a spanyol újságírók fontos kérdésnek tekintik, felismerve, hogy a „migráns” szó a kulturális különbségek, valamint a problémák szinonimájává vált, amennyiben sokan a „muszlim” szinonimájaként használják. A megkérdezettek körében alacsony szintű a kormányba vetett bizalom, míg az Európai Unió támogatottsága erős.

Válaszadóink itt is azt mondták, hogy az üzleti megfontolások nem játszanak nagy szerepet a munkájukban. A megkérdezett újságírók közül sokan nem tudták pontosan megmondani, kiket tekintenek célközönségük tagjainak.

### 3.1.5. Svédország

A svéd újságírók által elmondottakból a fent ismertetett német helyzetre emlékeztető stabil környezet rajzolódik ki, azzal a különbséggel, hogy a svéd mintában manifesztebb volt a kampányjellegű célok megvalósítására való hajlam. A svéd mintában az átlagnál nagyobb arányban szerepeltek vezető újságírók, ami némiképp befolyásolhatja kutatási eredményeinket is.

Intézményes szempontból nézve: a svéd újságírók biztonságban érzik állásukat, és az az érzésük, hogy általában – de nem teljesen körűen – köztisztélet övezi munkájuk. A szerkesztőségeket kellemes munkahelyi környezetnek tekintik.

A megkérdezett svéd újságírók körében gyakorlati problémaként merült fel a médiatulajdonosok – köztük a szakszervezetek és az egyéb szervezetek – közvetett befolyása, valamint a médiumok vezető munkatársai és a politikai pártok közötti személyes összefonódás. A vezető szerkesztők kulcsszerepet töltenek be annak eldöntésében, hogy mely sztoriknak kell utánajárni, illetve melyek jelennek meg. E megfigyelések ellenére a megkérdezett újságírók igen nagyfokú autonómiával rendelkeznek, és értékrendjükben fontos szerepet játszik a tárgyilagos tudósítás elve.

A tudósítások építőelemeivel kapcsolatos technikai tényezők között szerepel az újságírás esztétikai dimenziójára való összpontosítás, valamint egyfajta, sokak által osztott felvilágosító (*educational*) – már-már aktivista jellegű – motiváció is. Ez abban nyilvánul meg, hogy a megkérdezett válaszadók közül sokan a migránsokkal kapcsolatos ellenérzések csökkentésére törekednek.

Mindamellet a problematikus elemekre összpontosító témák terjedtek el mind az európai uniós polgárok unión belüli migrációjáról szóló tudósításokban (aminek fő okaként gyakran az új tagállamok viszonylagos szegénységét jelölték meg), mind a menekültekről szóló híradásokban. Egyes, a jelek szerint jellegzetesen svéd szófordulatok, kifejezések – például a „szakállas gyermekek” kifejezés egyes menedékkérők leírására – szintén kihathatnak arra, hogy a svéd társadalom miként értelmez bizonyos ügyeket.

A svéd újságírók általában nagyon bíznak kormányukban, de az üzleti megfontolások nem foglalnak el fontos helyet ágendájukon. Sokan beszéltek arról, hogy a munkájukban nagy szerepet kap az újságírói kutatómunka és a közönség tudásának bővítése, az igaz információk átadása. A szemük előtt lebegő közönség azonban többnyire az ország elitjéből állt – csak a közszolgálati és a szakszervezeti médiumok tűzték ki kifejezett célul a széles körű publikum megszólítását.

## 3.2. Közép/Kelet Európa (az „EU 10”)

### 3.2.1. Lengyelország

A migráció szempontjából Lengyelország egyszerre forrás-, tranzit- és fogadóország. Következésképpen a migráció fontos helyen szerepel mind a közbeszéd, mind a média napirendjén, különösen 2015 óta. A kulcstémákat e téren az integráció, a menedékkérőket érintő humanitárius problémák, valamint az Európai Unió kvótaterve jelentik.

A keresztény és konzervatív irányultságú újságírók általában a kormányzat álláspontját osztják ebben a kérdésben, és nagy vonalakban negatívan viszonyulnak a migrációhoz, támogatva annak korlátozását, míg a liberális újságírók inkább humanitárius oldalról közelítenek a témához: „Nincsenek illúzióim a média működésével kapcsolatban. ... A médiumok egyfajta terméket előállító vállalkozások. De egyúttal »para-politikai« entitások is” (Lengyelország, újságíró).

A migráció témakörében sokat beszélnek a Lengyelországba való bevándorlásról, bár több újságíró a Lengyelországból más országokba – elsősorban az Európai Unió tagországaiba – történő kivándorlást is tematizálja ennek következményeivel együtt, különös tekintettel a brexitre. A migrációs narratívák jellemzően a menekültekre és a szegények mobilitására összpontosítanak, míg a biztonságra fókuszáló narratív keretek fókuszában az elmúlt évek nyugat-európai terrortámadásai állnak. A vallási és az etnikai különbségekre mint az Unióból származó és az Unión kívüli migránsok közötti kulcskülönbségekre mutatnak rá, ami azt jelzi, hogy a lengyel újságírók narratívájában – akárcsak a magyar újságírók narratívájában (lásd alább) – a többi vizsgált országban tapasztaltnál erősebben jelennek meg a „faji” elemek:

„Elborzaszt az egyes médiumokban tapasztalható menekültellenes gyűlöletbeszéd, valamint bizonyos események torz tálalása, amikor menekülteket tesznek felelőssé helyiek elleni támadásokért. Egyes médiumok meggyőzik az embereket, hogy a menekült potenciális terrorista, feka/arab (*brudas*), paki (*ciapaty*), aki betegségeket terjeszt stb.” (Lengyelország, újságíró).

Az újságírók eltérő politikai nézőpontjai a migrációs tematika kapcsán nagyon különböző reakciókat váltanak ki a közönségből, ami visszahat az újságírók önképére is. Akik a migráció kapcsán elutasító álláspontra helyezkednek – csakúgy, mint a magyar minta hasonló szereplői – gyakran az abban megnyilvánuló nagyobb szabadságra utalnak, hogy „őszinték” lehetnek a közönséggel, szemben azokkal, akik olyan, „liberálisabb” médiakörnyezetben mozognak, mint például Németország. Mindamellet egy újságíró, aki együttérző hangnemű tudósításokat készített egy muszlim menekültről, megjegyezte, hogy a cikkére érkező nyilvános reakciók sokszor ellenségesek voltak.

A megkérdezett információforrások azt hangsúlyozták, hogy a migrációról szóló nyilvános vita tájékozatlan és elfogult. Ezt részben azzal a feszült légkörrel magyarázták, amelyet a kormány gerjesztett, amikor megkísérelte átvenni a közmédia irányítását, és a külföldi tulajdonarány korlátozásával „újra-lengyelesíteni” igyekezett a kereskedelmi média jelentős részét.

Összehasonlító perspektívában mindamellet azt mondhatjuk, hogy a migráció kevésbé fontos téma Lengyelországban, mint Magyarországon, és az erről szóló viták is kevésbé fűtöttek.

### 3.2.2. Magyarország

Magyarországon az újságíró-társadalom alapvetően a politikai törésvonalak mentén tagolódik. Az újságírók arra vonatkozó percepciójában, hogy a kormányzati nyomástól mentesen tudnak-e dolgozni, igen nagy szerepet játszik saját politikai és társadalmi helyzetük. A konzervatív és a kormánypárti médiumok munkatársai esetében viszonylag nyílt munkahelyi környezetről beszélhetünk, míg azok, akik liberális vagy más kormánykritikus médiumoknál dolgoznak, gyakran számoltak be nehéz és bizonytalan helyzetről: „Vannak olyan vállalatok, amelyek hirdetnének nálunk, de leszóltak nekik [felülről, a politikai szférából], hogy ne tegyék” (magyar újságíró).

A kormánykritikus újságírók által használt migrációs keretek azt sugallják, hogy a magyar kormány a migráns szót erősen negatív konnotációkkal itatta át. Ezek az újságírók egy olyan, államilag támogatott migránsellenes kampányról számolnak be, amely óriásplakátokat, újsághirdetéseket, televíziócsatornákat és egy színlelt „nemzeti konzultációt” használt, 2015-ben (még a menekültek tömeges érkezését megelőzően) kezdődött, és a mai napig folyamatosan tart. Egyes beszélgetőpartnereink szerint e kampány már a menekültek érkezése előtt a félelem légkörét teremtette meg Magyarországon. Ezek az interjúalanyaink általánosságban úgy festették le a kormányzati propagandát, hogy az a menekülteket potenciális terroristaként bélyegzi meg, és ezzel jelentős mértékben átalakította a közvéleményt és -viselkedést.

Ezzel szemben a kormánypárti médiában dolgozó újságírók és a kormányzathoz kapcsolódó információforrások szerint e médiumok pusztán „reális” képet nyújtanak a tömeges bevándorlásról, amely képet Brüsszel elnyomni igyekszik, mivel képtelen felismerni, hogy a jelenség komoly veszélyt jelent az európai és a keresztény értékekre nézve:

„Az EU politikai elitjének elképesztően naiv és önsorsrontó megközelítése felel az egész válságért. Ebben a csatában azt szeretném elérni, hogy a realista nézetrendszer kerüljön domináns helyzetbe Európában” (magyar think tank képviselője).

„Németország, Franciaország és az »európai mag« más országai a saját munkaerőpiaci és demográfiai problémáikat úgy akarják megoldani, hogy cselekedeteiket humanitárius akcióknak állítják be, ami felháborító. Merkel és a többiek egy napon a történelem ítélőszéke előtt vonják felelősségre” (magyar újságíró).

Ez a nézőpont azt sugallja, hogy Orbán Viktor miniszterelnök és kormánya annak érdekében kívánja átalakítani az európai politikát, hogy az Európai Unióban tudatosuljon: beláthatatlan következményekkel járó veszély fenyegeti. A kormányzati propagandakampány célja a közvélemény felrázása. Van egy másik, alternatív felfogás is, amely szerint Magyarországon a bevándorlás mértéke minimális, ezért nem jelent komoly veszélyt az országra nézve, ugyanakkor azonban a gyors ütemű kivándorlás komoly probléma. Ezt az álláspontot a kormányzattal szemben kritikus újságírók fogalmazzák meg, annak elismerése mellett, hogy a közbeszédet a kormányzat keretezi, azt üzenve, hogy Magyarországot elárasztja a „migránsválság”.

### 3.2.3. Románia

Románia ma a migráció szemszögéből elsősorban forrásország, hiszen több mint egymillió állampolgára dolgozik Nyugat-Európában. Az újságírók és a médiumok általában a kivándorlásra összpontosítanak. Gyakran vizsgált kérdés a brexit, a román munkásokat (valamint általában a kelet-európaiakat) a fogadóországokban érő hátrányos megkülönböztetés, valamint a tömeges emigráció okozta hazai problémák: „Mi olyan ország vagyunk, amely rengeteg migránst termel. Ezért a témához kapcsolódó perspektívánk mindig befelé fog nézni, Romániára fog összpontosítani” (Románia, online).

Ugyanakkor azonban a fenti témák nem foglalnak el fontos helyet a politikai napirenden, mivel valamennyi jelentős politikai erő támogatja az Európai Unión belüli szabad mozgást. Magyarországgal és Lengyelországgal szemben itt kevesebb jel utal olyan nyomásgyakorlásra, amely arra kényszerítené az újságírókat, hogy a migrációról vagy más témákról meghatározott módon tudósítsanak.

Ennek megfelelően a bevándorlás nem annyira átpolitizált téma, és nincsenek olyan nacionalista vagy szélsőséges politikai pártok, amelyek ezt a kérdést hangsúlyoznák (bár az elmúlt években nőtt az idegenellenesség mértéke a románok körében). Mindamelllett a közpolitikai vitákban és a médiatudósításokban megjelenik a menekültkvóta, a Fekete-tengeren keresztül zajló embercsempészet, az illegális határátlépés, a bevándorlás potenciális kulturális és gazdasági hatása, valamint a terrorizmus kérdése is.

Adataink egyértelműen azt mutatják, hogy a migráció témaköre kapcsán erősen megkülönböztetik az Unión belüli mobilitást az Unión kívülről érkező migrációtól. Míg az előbbi általában úgy ábrázolják, mint a szakképzett munkaerő áramlását, az utóbbihoz inkább a gazdasági szükségletek vagy humanitárius problémák értelmezési keretében közelítenek.

Összességében a híreknek nagyobb szerepük van, mint a mélyelemzéseknek – ez a helyzet minden vizsgált új uniós tagországra jellemző volt. A megkérdezett információforrások szerint a román sajtó és média egy része negatívan tudósít a migrációról, ami azzal jár, hogy egyes románok úgy látják: „A migránsok hódító hordaként jelennek meg, és az életünket, az egészségünket, a szabadságunkat, a munkahelyünket stb. veszélyeztetik” (Románia, nemzetközi szervezet).

Összességében azt mondhatjuk az újságíróknak a témához kapcsolódó szemléletéről, hogy „nemzeti”, belülré irányuló fókusz van, míg információforrásaink esetében a „humanitárius” perspektíva az erősebb.

### 3.2.4. Szlovénia

Szemben a többi vizsgált új tagállammal, szlovén interjúalanyaink azt mondták, hogy országukban a migrációs diskurzus az emberi jogi kérdésekre összpontosul, s azon belül elsősorban a külföldi származású dolgozók jogainak védelmére. Az összes vizsgált új uniós tagország közül a szlovén hasonlított leginkább az EU 15 országainak mintázatához

– különösen Spanyolországéhoz és Olaszországéhoz. Állami beavatkozásra kevés jel utalt, bár néhány interjúalanyunk aggályokat fogalmazott meg egyes külső befolyásolási kísérletek kapcsán. Ezek forrásai olyan homályos figurák voltak, akiket az újságírók nem tudtak közelebbről megnevezni. Mindamellet egyértelműen komoly aggodalom volt érzékelhető az újságírás pénzügyi fenntarthatóságát illetően – ami a viszonylag kicsi szlovén piac egyik velejárója:

„A kritikusoknak egy fontos pontban igazuk van. Be kell ismerni, a média minősége gyengébb, mint korábban volt. Frustráló, hogy már nincs hatásunk a társadalomra, mert ők [az olvasók] már nem vesznek komolyan minket. Nem bíznak bennünk. Néha az a benyomásom, hogy az újságírás küldetése elveszett, néha az az érzésem, hogy már teljesen eltűnt” (Szlovénia, minőségi napilap).

Az Unió belüli mobilitás kérdését valamennyi megkérdezett újságíró pozitívan szemléli, sőt, néhányan egyáltalán nem is tekintik migrációnak.

Annak ellenére, hogy a 2015-ös migrációs hullám Szlovéniát is érintette mint a „nyugat-balkáni folyosó” részét, a migrációról szóló viták itt sokkal kevésbé tűnnek hevesnek és átpolitizáltak, mint a régió többi országában. Az újságírók humanitárius nézőpontja a menekültek és menedékkérők kapcsán sokkal nyilvánvalóbb, mint a többi új tagállamban. Amint az egyik szlovén újságíró utalt rá, ez azzal függhet össze, hogy a volt Jugoszláviában frissebb a háborús konfliktus emléke, mint a többi vizsgált országban.

Mindamellet a migrációs diskurzusban is megjelennek a politikát és a média szerkezetét jellemző törésvonalak. Így a baloldali média általában humanitárius szempontból közelít a migrációhoz, míg egyes jobboldali médiumok a jelenség árnyoldalaira összpontosítanak. Elemzésünk a 2018-as választások előtt készült, amely kihatással lehetett az országban tapasztalt médiadinamikára.

## 4. Összehasonlító elemzés

Következő fejezetünk összehasonlító szempontból vizsgálja a fókuszcsoportokban és interjúkban részt vevő 221 újságíró és információforrás válaszait, azokra az esetekre korlátozva az elemzést, amikor jelentős különbségek mutatkoztak a kilenc vizsgált ország, az EU 15 és az EU 10 országai, vagy a nemek között.

### 4.1. Az újságírói szakma

#### 4.1.1. Reputáció

Az új tagállamokban a válaszadók többsége úgy nyilatkozott, hogy érzésük szerint az újságírásnak jó a reputációja, míg a nyugati válaszadóknak kevesebb mint a fele érezte így. Ugyanakkor azonban a nyugati újságírók közül sokan egyfajta ambivalenciát éreznek a nyilvánosságban a szakmájukkal szemben, amely mindig az adott pillanatban uralkodó körülményeknek van kiszolgáltatva. Reputációjukat a legpozitívabbnak a román, a szlovén és a lengyel újságírók érezték, őket svéd és olasz kollégáik követték. A másik véglet Spanyolország: itt a legtöbb válaszadó erős ellenérzéseket tapasztalt a szakma iránt.

E megállapítások összhangban állnak azokkal a közelmúltban felmerült nyilvános vitákkal, amelyek során Németországban és az Egyesült Királyságban bíralták az újságírókat, kétségbe vonva a médiaipar hitelességét és etikusságát. Ezzel szemben az új uniós tagállamok nem tapasztaltak hasonló válságot a médiát érintő közfelfogásban. Ahogy a „Migráció és média Nyugat-Európában” című kutatási jelentés kifejti, valószínűleg a spanyol újságírást sújtó gazdasági válság is hatott a szakmát érintő általános attitűdökre.

A minőségi napilapok újságírói érzékelik a legmagasabb szintű társadalmi megbecsülést, őket követik az elektronikus médiumok munkatársai, ami azt sugallja, hogy a hagyományos médiaműfajok képviselői még mindig a bizalmat élvező intézmények közé tartoznak, míg az új médiafelületeknek még dolgozniuk kell a közönség bizalmáért. A legtöbb

országra igaz, hogy a válaszadók szerint a minőségi napilapok szerkesztőségeiben a legbarátságosabb a munkahelyi környezet, ezeket követik a hibrid és az elektronikus médiumok szerkesztőségei. Azokban az országokban, ahol vannak bulvárlapok – különösen az Egyesült Királyságban, bár különböző formákban más országokban, például Lengyelországban és Németországban is –, ott ezeket magas adrenalin-szinttel járó, kompetitív, férfiak által dominált légkör jellemzi. Egyes újságírók szeretik az efféle dinamikus környezetet, mások kellemetlennek tartják, és stresszforrásként érzékelik.

#### 4.1.2. Motiváció és állásbiztonság

A nőkkel összehasonlítva a férfiak között körülbelül kétszeres volt azoknak a válaszadóknak az aránya, akik azt vallották, hogy a munkájukat azért szeretik, mert kielégíti a kreatív munka iránti igényüket, és hogy ez hozza meg számukra a személyes kiteljesedés érzését. A férfiak és a nők közötti szakadék akkor is megjelent (bár kisebb mértékben), amikor azokat néztük, akiket az oknyomozói szerep vagy a sajtó társadalmi örökutya szerepe vonzott. A férfiak gyakran említettek politikai és ideológiai motivációkat, míg a nőknél ezek igen ritkák voltak. E válaszokból az rajzolódott ki, hogy az újságírás egyes aspektusait még mindig egyfajta „machismo” és „bravado” felfogás övezi, amely az ügyek, a botrányok oknyomozók általi feltárásának hagyományos dicsőítésével függ össze. E felfogás alapvetően kompetitív módon közelít az újságíráshoz. A válaszadó nők hozzávetőlegesen mindössze fele akkora arányban találták saját szerkesztőségüket barátságos légkörűnek, mint a férfiak, és férfitársaikkal szemben ritkábban érezték úgy, hogy a feletteseik bíznak képességeikben.

Összességében interjúalanyaink válaszai szerint az újságírói pályára lépésben a régi és az új uniós tagállamokat összehasonlítva az előbbieket esetében nagyobb szerepet játszik a szakmai kreativitás és kibontakozás, mint az új tagállamokban. Hasonlóképpen, az EU 15-ben dolgozó újságírók nagyobb arányban hangsúlyozták az újságírás oknyomozói aspektusát, mint az EU 10-ban dolgozó kollégáik. Mindamellet ezek az általános megfigyelések nem alkalmazhatóak egyetemesen az említett régiókra; szórásuk jelentős mértékben függ az adott országtól is. Így például a kreatív megközelítést Lengyelországban, Németországban és az Egyesült Királyságban említették a legtöbben (a válaszadók körülbelül egyharmada). Hasonló arányban vallották a spanyol és magyar újságírók, hogy legfőbb motivációjuk az, hogy befolyásolják a világot. Utánuk szlovén és legyen kollégáik említették ezt a leggyakrabban.

A német válaszadók további okok sokaságát jelölték meg, mint például a kíváncsiságot vagy azon vágyukat, hogy olyan csoportot tudjanak támogatni, amely különben nem képviselteti magát kellőképpen a nyilvánosságban. A román és a svéd újságírók említették a leggyakrabban, hogy az újságírás gyermekkori álmuk volt.

A német, a lengyel és a svéd megkérdezettek mintegy harminc százaléka számolt be arról, hogy a szerkesztőségének vezetése nagyon megbízik a munkatársakban. A magyar megkérdezettek majdnem fele szerint (ez sokkal magasabb arány, mint bármely másik vizsgált országban) szerkesztősége az új dolgok kipróbálására biztatja, és dicséretben részesíti őket.

Az állásbiztonság tekintetében egyértelműen szakadék tátong az új és a régi uniós tagállamok között. Az előbbieken sokkal kevesebb újságíró érzi úgy, hogy nagy vagy akár viszonylagos biztonságban van az állása, mint az utóbbiakban. Ez nagy valószínűséggel a közép/kelet-európai média gazdasági és politikai szempontból kiszámíthatatlanabb helyzetének köszönhető. Ez is olyan területnek bizonyult, ahol nagy eltérés mutatkozott a nemek között, a férfiak ugyanis általában nagyobb mértékben érezték biztonságban állásukat, mint a nők. Ez egyébként korrelálni látszik a szerkesztőségi légkörrel kapcsolatos válaszokkal is.

Németországban, Lengyelországban, Romániában, Magyarországon és Olaszországban az újságírók által vallott szakmai célok között gyakran szerepelt a tájékozott társadalmi viták elősegítése és a megbízható, pontos tájékoztatás. Svédországban és az Egyesült Királyságban az újságírók azt is kiemelték, hogy bizonyos mértékig hajlamosak a saját véleményüket is bevinni a közbeszédbe. Az újságírás közpolitikát befolyásoló volta, illetve a mindenkori hatalmat az igazsággal szembevitő szerepe a magyar válaszadók között bizonyult a legnépszerűbbnek (minden harmadik így nyilatkozott), őket e téren a svédek és az olaszok követték.

### 4.1.3. A közönséghez fűződő kapcsolat

A brit válaszadók fele érzékeli úgy, egy „tranzakciókon” alapuló kapcsolat (*transactional relationship*) áll fenn közte és a közönség között, azaz kiszolgálja a nagyközönség tájékoztatásra vonatkozó igényét, ahelyett, hogy egy „közösségi” kapcsolat (*community relationship*) kiépítésére törekedne vele, vagyis a közönséggel közös nézőpontot képviselne, a közönség nevében szólalna fel, és vezetné azt. Ezzel szemben a szlovén, a spanyol, a magyar és a lengyel újságírók mintegy harmada úgy látja, hogy olyan közönséget szolgál, amellyel közös értékeket és meggyőződéseket képvisel. Érdekes módon egyetlen német válaszadó sem említette a közösség-típusú kapcsolatot közönségével, ami arra utalhat, hogy Németországban nagyobb a távolság az újságírók és közönségük között, mint más országokban.

A magyar, a spanyol és az olasz újságírók közül nagyjából minden harmadik hangsúlyozta azt, hogy a közönség megszólítása érdekében a tudósításokban személyes elemnek (*human interest component*) kell lennie.

### 4.1.4. Befolyásolás

Német válaszadóink túlnyomó többsége szerint senki nem tud kívülről hatást gyakorolni a munkájukra, bár a fennmaradó kisebbség elismerte, hogy egyes lobbisták időnként sikeresen befolyásolhatják tudósításaik irányát. A németeket e téren a britek követték: közöttük a megkérdezettek fele vallotta, hogy munkáját senki nem befolyásolja kívülről, míg a válaszadók másik fele a vezető szerkesztőknek, a kormánzatnak, a mindenkori hatalomnak – a közönséget is ideértve – vagy azok valamilyen kombinációjának tulajdonított befolyást. A svéd újságírók reflektáltak a legalaposabban erre a kérdésre, és olyan tényezőket említettek a befolyásolás potenciális forrásaként, mint a hagyományos hálózatok „puha hatalma” (*soft power*), a társadalmilag elfogadott vélemények, a lobbicsoportok, valamint a munkaerő felvételében érvényesülő szokások. Mindez arra utal: a svéd újságírók pontosan tudatában vannak annak, hogy az újságírás nem társadalmi vákuumban zajlik, hanem kulturális és politikai kölcsönhatások hálózatában.

A magyar, a lengyel és a román újságírók körében a válaszadók mintegy harmada érezte úgy, hogy munkája során teljesen mentes a külső befolyásoktól. Számos megkérdezett magyar interjúalany emelte ki, hogy a hirdető is nagy hatást gyakorolhatnak az újságírói munkára, ami egyúttal kimondatlanul arra is utal, hogy sok hirdető erős pártpreferenciával bír és/vagy közel áll a kormányhoz. A magyar újságírók majdnem húsz százaléka vallotta azt, hogy közvetlenül befolyásolja munkáját a kormány. Ez az arány azonban még magasabb volt Spanyolországban, ahol a válaszadó újságírók harmada számolt be a kormányzat közvetlen befolyásáról, dacára annak, hogy válaszaikban kevesebb konkrét adat utalt erre, mint magyar és lengyel kollégáik esetében. Emellett Magyarország után Spanyolországban volt a legmagasabb azok aránya, aki a hirdetők részéről is nagymértékű befolyást érzékelt.

## 4.2. A migrációval kapcsolatos nézőpontok

Sok országban hangsúlyozták azt az újságírók, hogy technikailag korrekt szöveggel igyekeznek élni a migrációs témáról szóló tudósításokban, illetve a politikai korrektség és az elfogulatlanság érdekében próbálják elkerülni a negatív konnotációjú kifejezéseket. Különösen a svéd válaszadók között figyeltünk meg magas szintű tudatosságot azzal kapcsolatban, hogy a különböző nyelvi fordulatok milyen társadalmi hatással lehetnek az adott kontextusban. Az átlagtól legkiválóbb eltérés e téren Spanyolországban volt megfigyelhető, ahol a válaszadók harminc százaléka vallotta azt, hogy a munkáltatói írják elő a tudósítások szóhasználatát. Hozzávetőlegesen minden negyedik brit újságíró mondta azt, hogy „világos” kifejezéseket akar használni, ami arra utalhat, hogy negatív töltetű kifejezéseket szándékozik használni azokban az esetekben, amikor valamely üzenetet gyorsan és ambivalenciától mentesen kíván közvetíteni.

A legtöbb országban a migráció gazdasági mozgatórugóit tekintették a legfontosabbnak. Ezeket a válaszadók mintegy ötven százaléka jelölte meg Spanyolországban, Olaszországban és Magyarországon, valamint – kevésbé gyakran – Lengyelországban és az Egyesült Királyságban. A menedékjog iránti valós igényt főleg Lengyelországban, Romániában, Spanyolországban és az Egyesült Királyságban említették gyakran, ami annyiban talán meglepő, hogy



Németországhoz, Olaszországhoz, Magyarországhoz, Svédországhoz vagy Szlovéniához képest ezeket az országokat viszonylag kevésbé érintette a menedékkérők áramlata, akár mint tranzitországot, akár mint a menekültkérelem színhelyeként szolgáló befogadóországot.

Az alábbiakban a tudósításokat vizsgálva három fő kategóriába soroljuk a migránsokat:

- az Európai Unió belüli migránsok;
- harmadik országok állampolgárai, akik nem menekültek vagy menedékkérők;
- menekültek és menedékkérők.

#### 4.2.1. Európai Unió belüli mobilitás

Az Unió belüli mobilitással kapcsolatos nézőpontokat gyakran befolyásolják az adott ország belpolitikai szempontjai. Romániában például döntően a román kivándorlók szemszögéből és nem a Romániába történő bevándorlás szempontjából viszonyulnak az Európai Unió belüli mobilitás kérdéséhez, míg Lengyelországban a brexit, valamint a menekülteknek a tagállamok között történő elosztásával kapcsolatos konfliktus kérdése dominál ebben a témakörben. Németországban az új tagállamokból érkező, úgynevezett „szegénységi migráción” van a hangsúly. Az Egyesült Királyságban az Unió belüli migráció összességében is erősen a figyelem homloktérében van, a brexittel, a lakhatási körülményekkel, valamint a jelenség szociális vonzataival együtt. Az Egyesült Királyság a tekintetben különleges, hogy az uniós országokból való bevándorlás került a fókuszba – míg például Szlovéniában egyetlen újságíró sem tekintette az Európai Unióban szabadon mozgó polgárokat automatikusan migránsoknak, ami más országokban is megfigyelhető volt az újságírók egy kisebb, de figyelemre méltó létszámú csoportjánál.

#### 4.2.2. Harmadik országok állampolgárai (kivéve a menekülteket és menedékkérőket)

A harmadik országok állampolgárai (legalábbis azok, akiknek ilyen jogi státusuk van) ritkán kerültek fel releváns vagy fontos témaként. A német újságírók felhívták a figyelmet a társadalomban a török és az arab népességgel kapcsolatban élő aggodalmakra. Az Egyesült Királyságban a családgyesítéssel kapcsolatos migráció és a külföldi diákok kérdése jelent meg, mint a közönség érdeklődésére számot tartó ügy, de egyiknél sem találtunk arra utaló jelet, hogy ezek nyomasztó problémát jelentenének.

#### 4.2.3. Menekültek és menedékkérők

A menekültek és a menedékkérők, akik a kutatás idejében kiemelkedő helyen szerepeltek az érintett országok napirendjén, erősebb és differenciáltabb reakciókat váltottak ki. Németországban, Svédországban és az Egyesült Királyságban számos válaszadó (a megkérdezettek mintegy harminc százaléka) érezte úgy, hogy számos eltérő tudósítói nézőpont létezik a menekültek és menedékkérők kapcsán, ami lényegében lehetetlenné teszi, hogy az újságírók által kusza tematikus halmazként megélt jelenség egy-két konkrét aspektusára lehessen koncentrálni. Az érintett témák közé tartoznak a következők: a menekültek száma, az integráció és a belpolitikai témák, a humanitárius jogok, a bűnözés és egy sor egyéb kérdés – ezek mind viszonylag egyenlő szerepet játszottak. Magyarországon és Lengyelországban a menekülttémát gyakran az Európai Unió áttelepítési politikájával, a kulturális és a vallási különbségekkel, valamint a biztonság és a terrorizmus narratívájával együtt említették. Ezek kapcsán mindkét országban a konzervatív és/vagy kormánypárti újságírók sora adott hangot a meggyőződésének, hogy a „nyugati” sajtó eufemisztikus, és nem osztja azt a „realista” felfogást, miszerint az iszlám (a menekültválság által) Európa létét veszélyezteti.

## 5. A média gyakorlati működése és a politikai napirendek elősegítése

Az elmúlt években sokan hozták fel azt a jelenséget, hogy egy ország társadalmi vitáiban – mind a közösségi, mind a hagyományos médiában – külső szereplők (kereskedelmi entitások, ellenséges kormányok, politikai érdekcsoportok) tudatosan, bomlasztási céllal használnak bizonyos narratívákat. Egyebek között az az állítás fogalmazódott meg, hogy az orosz kormány erőfeszítéseket tett a média és a közösségi média befolyásolására az Egyesült Királyság brexit-népszavazása (Wintour 2018, Kahn 2017), valamint az Egyesült Államokban tartott 2016-os elnökválasztás előtt (Shane 2018). Ugyanakkor a nacionalista pártok széleskörű térnyerését részben a migrációról szóló propaganda és a politizált médiatartalmak megjelenésének tulajdonítják Németországban, Lengyelországban, Ausztriában, Olaszországban, Svédországban, az Egyesült Királyságban és számos más országban (Wodak & Krzyżanowski 2017).

A migrációról szóló vitákat azzal a céllal lehet bevetni, hogy gerjesszék a közösség félelmeit a „külföldi invázióval” (Hitchens 2013), a terrorizmussal (Budapest Times 2016), a bűnözéssel (Spiegel Online 2018), illetve az emberek életét érintő egyéb vallási, kulturális és gazdasági hatásokkal kapcsolatban. Ezért e viták nyilvánvaló célpontjai a média „fegyverként” való felhasználásának (*weaponisation of the media*).

Ezért az újságírás gyakorlati működésének vizsgálata egy sor európai országban lehetővé teszi számunkra annak feltárását is, hogy a különböző tudósítási gyakorlatok mennyiben jelenthetnek akár akadályt, akár lehetőséget azok kezében, akik politikai célok megvalósítására kívánják felhasználni a médiát.

E tanulmány bevezetőjéből és első fejezeteiből komplex és alapvetően emberi médiakörnyezetek képe rajzolódik ki: valamennyi általunk vizsgált ország esetében megállapíthatjuk, hogy a médiatartalmakat gyártó egyének munkájukba magukkal viszik a reálitás egyfajta konstrukcióját, és ennek keretében dolgoznak. Ezt a realitáskonstrukciót mind a nemzeti közeg, mind az általuk megismert narratívák formálják.

Elemzésünk emellett rávilágít arra a nyilvánvaló tényre is, hogy minden egyes újságíró egyedi és bonyolult, egymással versengő nyomásgyakorlási kísérleteknek kitett helyzetben működik. Az e közegben létrehozott újságírói termékeket egyebek között a következő tényezők alakítják: saját preconcepcióik az újságírói szerepről; a munkahelyükként szolgáló médium természete, valamint annak helye a társadalom sajátos politikai kontextusában; a migráció és az Európai Unió belüli mobilitás természete, amelyet az őket körülvevő világ is formál.

Mint mindenki másra, úgy az újságírókra is számos olyan különböző tapasztalat és narratíva hat, amelyet életük során olvastak, hallottak vagy láttak, akár magánemberként, akár munkájuk során. E narratívák alakulásában szerepet játszanak azok a kulcsfontosságú információforrások is (köztük azok, akiket e kutatás során meginterjúváltunk), akik a saját céljaik érdekében versengenek az újságírók figyelméért. Formálják őket azok a médiatartalmak is (akár hírek, akár szórakoztató tartalmak), amelyeket maguk az újságírók is fogyasztanak. Hatást gyakorol rájuk saját politikai irányultságuk, és befolyásolják őket a szerkesztők elképzeléseire, kívánságaira vonatkozó elképzeléseik, valamint a közpolitikai viták is.

Az újságírók tehát az alábbi kereteken belül működnek: (1) nemzeti kontextusban, (2) kereskedelmi kontextusban, valamint (3) politikai kontextusban. E dimenziók mindegyike alapvetően befolyásolhatja, hogyan közelít az újságíró a migráció kérdéséhez. A továbbiakban ezért kutatási jelentésünkben e kontextusokat elemezzük.

### 5.2.1. Nemzeti kontextusok

Ha kutatási eredményeinket nemzeti szemszögből vizsgáljuk, egyértelműen látszik, hogy a különböző országokban egymástól eltérő nemzeti normák alakítják az újságírás gyakorlatát. Németországban és Svédországban a médiaipar magas szinten professzionalizódott, a sajtó tevékenységét iratlan etikai szabályzat irányítja, amely a mérsékelt hangnemet részesíti előnyben a szenzációhajhászattal szemben, és nagy vonalakban a liberális világfelfogás felé hajlik.

Az Egyesült Királyság médiája hasonlóképpen professzionalizálódott, ám az ország legbefolyásosabb napilapjainál viszonylag agresszív szerkesztőségi kultúra alakult ki, amely a „keményen és gyorsan” megközelítést tükrözi, és gyakran szélsőségesebb, mint amit Németországban vagy Svédországban megfigyelhetünk.

Spanyolországban az érzelmi alapú tudósítás élvez elsőbbséget, és az üzleti és a politikai nyomás bizonytalan légkört teremt sok újságíró körül. Olaszország helyzete – mint a Líbiából a Földközi-tengeren át érkező migrációs útvonal legfontosabb fogadóországa – külön a migrációra szakosodott tudósítói műfajt hozott létre.

A szlovén és a román média az új demokráciákra jellemző autokratikus közelmúlt kontextusában működik, ám ezekben az – etnikai és nemzeti értelemben heterogén – országokban vizsgálatunk idején a populista migrációellenes narratívák általában nem eresztettek mély gyökeret (bár már mindkét országban egyértelműen megjelentek). A megkérdezett újságírók nagy vonalakban uniópárti és némileg liberális irányba hajló felfogást vallanak magukénak. Hasonlóságok annak ellenére tapasztalhatók, hogy a két ország teljesen másfajta autokratikus tapasztalatra tekint vissza: Romániában Ceaușescu rezsimje totalitárius volt, míg Jugoszláviában Tito rendszere viszonylag liberális. Spanyolországhoz hasonlóan e két ország médiakörnyezetét is jelentős mértékű üzleti és politikai nyomás, valamint bizonytalan környezet jellemzi.

A lengyel és – különösen – a magyar újságírók ennél bonyolultabb helyzetben dolgoznak. Lavírozniuk kell egyfelől a kormányzat egyre keményebben autokratikus, a média irányítását célzó törekvései, másfelől a biztonságra és a muzulmán-keresztény civilizációk összecsapására épülő narratívák között. Ezeknek az országoknak az újságírói így egy „kormánypárti” és egy „kormányellenes” álláspontokra leszűkített keretrendszerben működnek, ami alapvetően határozza meg a migrációs kérdéshez kapcsolódó megközelítésüket is.

A korábban, a 2.1. fejezetben vázolt irányított/összejátszáson alapuló/reaktív-spektrum alapján is szemügyre vehetjük a nemzeti normákat. Elemzésünkéből az derül ki, hogy az *irányított kapcsolat* sokkal erősebben jelenik meg az új tagállamok tudósítói gyakorlatában – ahol a demokratikus intézményrendszer és a szabad sajtó még csak viszonylag rövid ideje működik –, mint az itt vizsgált régi tagállamokban. Ugyanakkor azonban az *összejátszáson alapuló kapcsolat* is megjelent a vizsgált országok többségében (a kilencből ötben). A politikával összejátszó média kétértelműbb környezetet eredményez, és vélhetően több lehetőséget kínál a narratívák politikai célból való kihasználására, mint a *reaktív kapcsolat*ként jellemezhető helyzet.

Egyértelmű, hogy a politika és a média közötti *irányított kapcsolat* közvetlenebb lehetőséget kínál a különböző narratívák – például a migrációhoz kapcsolódó narratíva – politikai célú kihasználására. Különösen a magyar kormány közelmúltban kifejtett tevékenységét, azaz a migrációellenes médiatartalmak aktív támogatását indokolt olyan erőfeszítésnek minősítenünk, amely a kérdés jobboldali politikai megközelítésének társadalmi támogatottságát hivatott erősíteni. A gyakorlatban ez lényegét tekintve az Orbán Viktor pártja, a Fidesz támogatására való buzdítást jelenti. Alig vitatott állítás, hogy a sajtó szabad működésébe való kormányzati beavatkozás problematikus (Zielonka 2015). Mindamellet az országokban, ahol a médiaszabályozás, illetve az önszabályozás helyi rendszerei nem képesek a sajtószabadság megvédésére – különösen akkor, amikor a média a közönség megerősítés iránti igényét elégíti ki (Bajomi-Lázár 2017) –, komoly kihívást jelent az olyan szupranacionális mechanizmusok kidolgozása, amelyek megakadályozhatják az ilyen jellegű beavatkozásokat (Bárd & Bayer 2016).

Ugyanakkor az államnak a szabad sajtó működésébe való jól látható beavatkozása alááshatja a kormányt támogató médiába vetett bizalmat is. A Reuters Intézet *Digital News Report 2017* című kutatási jelentése szerint Közép/Kelet-Európában sokkal alacsonyabb a médiába vetett bizalom szintje, mint Nyugat-Európában vagy Észak-Európában (Newman et al. 2017). A Reuters Intézet tanulmánya arra is rámutat, mennyire polarizált a média Közép/Kelet-Európában, ami gyakran a médiába vetett általános közbizalom, illetve az egyén által választott médiumba vetett bizalom közötti különbségben is megnyilvánul (a vizsgált országok közül Magyarországon volt a legnagyobb a szakadék a kettő között). Ez felveti azt a lehetőséget, hogy nagyobb közbizalmat élveznek azok a névleg „független” médiumok, amelyek a gyakorlatban összejátszanak a politikai intézményekkel, és így a politikai befolyásolás kifinomultabb formáját fejthetik ki, mivel az emberek az általuk generált tartalmakat kisebb valószínűséggel tekintik propagandának, és nagyobb valószínűséggel objektív híradásnak.

A politikai intézmények és a médiumok közötti, *összejátszáson alapuló kapcsolat* bonyolult szabályozási kérdéseket vet fel, és szokatlan dilemmával szembesíti azokat a közpolitika-alkotókat, akik mértéktartó és ésszerű vitát szeretnének folytatni a migrációról. Közbelépjenek-e annak érdekében, hogy leállítsanak vagy lebeszéljenek egy médiumot arról, hogy az egy adott témához – például a migrációhoz – kapcsolódó témákat vagy narratívákat kövessen, hiszen ez valószínűleg „irányításnak”, így pedig problematikus kormányzati beavatkozásnak számít majd? Ugyanakkor azonban abból a Bernays nevével fémjelzett nézetből kiindulva, amit a „meggyőzéshez való jog”-nak nevezhetünk (Bernays 1947), és amely valóban egy szabad társadalom alapvető ismérve, nehéz volna amellet érvelni, hogy egy médiatulajdonosnak ne lenne joga arra, hogy a saját politikai nézeteit fejtse ki egy kereskedelmi médiumon keresztül (mindaddig, amíg az adott nézetek nem minősülnek gyűlöletbeszédnek). Ennélfogva azt is nehéz volna megindokolni,

hogy egy adott médiumnál dolgozó újságírók miért nem gyárthatnak anyagokat úgy, ahogyan azok véleményük szerint pozitív fogadtatásra lelnek mind a szervezetben, amelynél dolgoznak, mind a célközönség körében.

A kormányzat és a média közötti *reaktív kapcsolat* ideálisabbnak tűnhet a demokratikus folyamatok szempontjából, mivel nagyobb mértékű sajtószabadságot nyújt, valamint az *irányított* és az *összejátszáson alapuló* kapcsolatokhoz képest kevesebb lehetőséget kínál arra, hogy nagy hatalommal rendelkező egyének politikai céljaik előmozdítására használják a médiát. Mindamellett reaktív kapcsolatban is kialakulhat olyan helyzet, amelyben a társadalom bizonyos rétegei úgy érzik, az adott ország újságírói közösségében uralkodó társadalmi és politikai attitűdök alakítják az egész ország közbeszédét. Ahogy később bővebben kifejtjük, az emberektől elszakadt, az elitek által alakított médiadiskurzusról szóló elképzelés a migrációs téma kontextusában erősen jelen volt az Egyesült Királyságban a brexit-vita során, és megjelent a Németországban nemrég felbukkant „Lügenpresse”, azaz „hazug sajtó” narratívában is.

### 5.2.2. Kereskedelmi kontextus

A kereskedelmi médiumok esetében inkább számíthatunk arra, hogy nagyobb szabadságot élveznek, mint az irányított kapcsolatban működő, államilag finanszírozott média. Vannak azonban olyan mechanizmusok, amelyek révén a kormányzat rá tudja erőltetni akaratát e médiumokra. Visszatarthatja például a hozzájuk érkező reklámköltést, biztosíthatja vagy korlátozhatja a kulcsszereplőkhöz vagy az információkhoz való hozzáférést, illetve üzleti, pénzügyi, jogi vagy más természetű nyomást gyakorolhat a médiatulajdonosokra. Minden ilyen befolyásolási kísérletre találunk példát – bár eltérő mértékben – a megkérdezett újságírók válaszaiban. Ugyanakkor az is igaz, hogy önmagában az állami finanszírozás sem jelent automatikus kormányzati beavatkozást. Sok államilag finanszírozott médium – például a BBC vagy a svéd és a német közszolgálati média – igen szigorú felügyeleti rendszerben működik, amely korlátozza a kormányzati beavatkozás lehetőségét (további részletekért lásd például a BBC etikai kódexét), csökkentve az irányított vagy az összejátszáson alapuló kapcsolat kialakulásának esélyét.

Elemzésünkben arra utal: nagyon kevés újságíró ismeri nyíltan el, hogy az általa gyártott anyagok készítésében kereskedelmi szempontok is szerepet játszanának. Az állam által vagy másként finanszírozott nem-kereskedelmi média esetében ez elvileg reális képet festhet az újságírásról, ám a kereskedelmi médiumoknál dolgozó újságírók esetében nem indokolatlan azt feltételezni, hogy tudatában vannak az adott médium üzleti céljainak. Az itt dolgozó újságírók válasza arra utalnak, hogy bár az egyes tudósításokat nem kereskedelmi célokat követve készítik, az eladás, a hirdetés és a közönség általi fogadtatás kérdése sosem áll távol a gondolkodásuktól. Interjúalanyaink közül sokan kiemelték szerkesztőiknek vagy vezetőiknek azt az elvárását, hogy anyagaikat egy bizonyos módon készítsék, általában abból a felismerésből indulva ki, hogy feletteseiket munkájuk kereskedelmi vonatkozása érdekli.

A kereskedelmi elem többféleképpen is teret kínál a migrációs narratíváknak és ezáltal maguknak a migránsoknak, amelyek és akik így olyan kereskedelmi tartalom részévé válnak, amelyet a közönség megnyerésére, illetve megtartására használnak. Több kutatás is rámutatott, hogy a migrációhoz kapcsolódó tartalmak a migránsokat sokszor a hazai lakossághoz képest „másnak”, gyakran egyenesen fenyegetésként ábrázolják (Allen et al. 2017). Ez ismét felveti azt a bonyolult kérdést, hogy a migrációs tartalmat mi generálja: a létező társadalmi aggodalom, a politikai retorika, maga a médiatudósítás, vagy – a legvalószínűbb verzió szerint – mindezek valamilyen kombinációja (lásd 1. ábrát fentebb).

A sajtószabadság fontossága – mint említettük – problematikusá teszi a migrációs narratíva kereskedelmi célú kihasználására adható szabályozói válaszokat. Hogyan dönthető el, hol van az a pont, ahol a legitim problémafelvetés a téma cinikus, kereskedelmi célú kizsákmányolásába csap át? Mit tegyen a médiaszabályozó a médiumok mindazon hírgyártási döntései kapcsán, amelyek révén egyébként hiteles tudósítások felhasználása vagy elhelyezése – rendszerességük és előkelő helyen való szerepeltetésük okán – növekvő aggodalmat ébreszthet a közönségben?

Bár a migrációhoz kapcsolódó híradások tudatos használata a célból, hogy aggályokat vagy felháborodást keltsenek az emberekben – ami a vizsgálatunkban részt vevő egyes médiumok esetében stratégiai döntésnek tűnik, bár ezt egyetlen újságíró sem ismerte el nyíltan – néhány médiumnak kereskedelmi szempontból hasznos lehet, e gyakorlat ugyanakkor kockázatot is jelent az egyes egyénekre, csoportokra és általában a társadalmi kohézió egészére nézve.

### 5.2.3. Politikai kontextus

Azok a politikai kontextusok, amelyekben az újságírók a migrációról és az Európai Unión belüli mobilitásról tudósítanak, egyaránt kapcsolódnak a nemzeti és az üzleti környezethez (például a tudósításukban szereplő belföldi vita keretéhez vagy saját médiumuk álláspontjához), az újságírók egyéni meggyőződéséhez, valamint az őket befolyásolni próbáló érdekcsoportok (források) képességeihez.

Ez a kontextus nagy vonalakban megfelel annak a képletnek, amit Robert M. Entman (2007) vázolt fel, és amelyet alább írunk le. Entman képlete a keretezésben megnyilvánuló elfogultság (*framing bias*) kialakulásához vezető folyamatot írja le az Egyesült Államok kontextusában. A politikai hírek részrehajlását azokból az interakcióból vezeti le, amelyek a kormányzati és az ellenzéki PR-csapatok egymással folytatott versengése generál, és amelyre hatást gyakorol a piaci verseny, az újságíróknak a politikai játszmáról vallott elképzelése, személyes ideológiája, valamint több más független változó is:

$$NS = F + [S_{WH} X (B_E + B_M + B_I)] - [S_O X (B_E + B_M + B_I)] + E$$

$NS$  = egy adott hír részrehajlása

$F$  = az észlelt tények;

$S_{WH}$  = a kormányzat hírmenedzsereinek szakértelme;\*

$S_O$  = az ellenzék hírmenedzsereinek szakértelme;

$B_E$  = a politikai játszma értelmezéséből eredő elfogultság hatása a döntéshozatalra;

$B_M$  = a piaci versenyből eredő elfogultság hatása a döntéshozatalra;

$B_I$  = az egyéni ideológiából eredő elfogultság hatása a döntéshozatalra;

$E$  = az esemény kontextusa és más független változók.

*Forrás: Entman (2007) alapján.*

A legtöbb általunk megkérdezett *érdekcsoport* (azaz információforrás) általában inkább támogatta vagy inkább ellenezte a migrációval kapcsolatos kormányzati álláspontot (és így Entman képlete szerint vagy az  $S_{WH}$  vagy az  $S_O$  csoportba tartozott). Ez alapján elemzésünk arra utal, hogy az Entman által vázolt modell kiterjeszhető az általunk vizsgált kilenc országra is. Mindamellet elemzésünk nagy mértékben segítheti mindazon komplex tényezők jobb megértését, amelyek a „politikai játszma” értelmezéséből, a „piaci versenyből” vagy a „személyes ideológiából” (a  $B_E$ -es,  $B_M$ -es és  $B_I$ -es csoportokból) eredő elfogultságot eredményezik.

A *politikai játszma értelmezése* különösen Magyarországon és Lengyelországban foglalja magában a kormányzó párt álláspontjának felismerését (jelen esetben a migrációról), valamint azt, hogy az újságíró hajlandó-e azt támogatni, de legalábbis kedvező színben láttatni, illetve elutasítani, és így szembenézni az ezzel járó negatív következményekkel. A többi általunk vizsgált országban ez a kérdés kevésbé látszott foglalkoztatni az újságírókat. Az Egyesült Királyságban a „politikai játszma értelmezése” nagy vonalakban a brexitről és a migráció korlátozásának támogatásáról szólt, míg a legtöbb más országban az adott országnak az unióba 2015-ben érkező menedékkérő- és menekült-áramlatokkal kapcsolatos reakcióhoz kapcsolódott. Az újságíróknak az a természetes törekvésük, hogy a problémákra összpontosítsanak, ami valamennyi országban ajtót nyitott a migrációt övező negatív narratívák térnyerése előtt – felkínálva a téma kihasználásának lehetőségét a szélsőjobboldali pártoknak (Wodak & Krzyżanowski 2017), akár azt is lehetővé téve, hogy a jelenséghez ellenségesen viszonyuló kormányzatok közkommunikációjukat, PR-stratégiájukat tudatosan az aggodalmak növelésére használják, és politikai céloktól vezérelve bátorítsák a migrációval szemben

\* Az eredetiben WH a White House-t, azaz a Fehér Házat jelöli – a ford.

ellenséges hangokat – adott esetben beleértve ebbe a politikai destabilizáció általános célját is (Shane 2018). Adatok támasztják alá, hogy a 2016-os amerikai választás során a Trump-kampány (BBC 2016) és a brexitet sürgető kilépési kampány is igen hatékonyan használta a negatív migrációs narratívákat politikai céljai érdekében (Cummins 2017).

Az Entman által vázolt *piaci versenyt* már részletesen tárgyaltuk a „Kereskedelmi kontextus” című alfejezetünkben.

Az *ideológia* elem arra vonatkozik, hogy az újságírók saját ideológiai álláspontja hatást gyakorolhat az általuk előállított tartalomra. Elemzésünk azonban arra utal, hogy a korábban kifejtettekkel összhangban az adott ország által nyújtott kontextus – vagyis a média gyakorlati működését érintő országspecifikus normák sora – szintén kritikus szerepet játszik abban, hogy az újságíró milyen nézőpontból közelít a migráció témájához (vagy bármely más témához).

Innen nézve akkor, amikor megérteni igyekszünk, hogy milyen következményekkel járnak a különböző migrációs narratívák az egyes uniós tagállamokban, az adott országok *újságírói normáinak* hatását is figyelembe kell vennünk. Az adott ország kontextusa, valamint az ebben kialakult újságírói gyakorlat különböző mértékű nyitottságot nyújt és különböző típusú lehetőségeket teremthet a narratívák politikai célú kihasználására:

„Újságíróként próbáljuk kielemezni, mit csináltunk rosszul [vagyis miért lett az AfD-nek és a Pegidának ekkora hatása] ... Úgy érzem, hogy [Németország] keleti részén jelentős deficitet mutatnak a demokratikus attitűdök, ami együtt jár általában a média és különösen a közszolgálati média [rossz] reputációjával. Nehéz megértenem, miért él ilyen negatív kép az emberekben [a médiáról], különösen a közszolgálati médiáról. Ha az utca emberét kérdezem, teljesen abszurd válaszokat kapok. Ő úgy véli, mi minden reggel megkapjuk a közvetlen napiparancsot a kormánytól, amely előírja, miről kell tudósítanunk. És lehetetlen meggyőzni az embereket arról, hogy ez nincs így” (Németország, televízió).

Ezt komolyan kell venni: a mintánkban szereplő kilenc ország közül többen is láttunk példát olyan tudatos erőfeszítésekre, amelyek a migrációs narratívákat politikai célokra kívánják felhasználni. Az Egyesült Királyságban a migrációs narratívák fontos – akár döntő (Spectator 2017) – szerepet játszottak a választóknak az Európai Unióból való kilépés mellett határozó döntésében. Magyarországon a média migrációs narratívái növelték a Fidesz, valamint Orbán Viktor miniszterelnök egyre idegengyűlölőbb és autokratikusabb törekvéseinek támogatottságát. Németországban pedig a PEGIDA (Patriotische Europäer Gegendie Islamisierung Des Abendlandes – Patrióta Európaiak a Nyugat Iszlamisálódása Ellen) a német médiának a migrációs téma iránt tanúsított mérsékelt megközelítését igyekszik „hazugsággént” beállítani (Dick 2016), hogy így gerjesszen negatívabb társadalmi reakciókat a muszlimok bevándorlásával szemben. A migrációellenes narratívák komoly szerepet játszottak a jobboldali populista pártok sikeres szereplésében a közelmúltban tartott olasz és szlovén választások során is.

## 6. A média megközelítési módjai és a migrációs tapasztalatok közötti összefüggések

Interjúinkban nem sok jel utalt arra, hogy az adott országban tapasztalt migráció valós szintje összefüggésben állna a róla szóló tudósítások mennyiségével vagy jellegével. Erre utalt például az, hogy a román média a menedékkérelmekre fókuszál, valamint az, hogy a brit média kevés érdeklődést mutat az Európai Unión kívülről érkező migráció iránti.

Mindamellet a gyors változást minden országban „jó sztorinak” – és ezáltal tudósításra érdemesnek – tartják, csakúgy, mint a kormányzat kudarcaként értékelt lépéseit. Így aligha meglepő, hogy a migránsok beáramlása a „kontrollvesztés” fogalmával párosul, és olyan általános téma, amelyről valamennyi vizsgált ország újságírói szerint érdemes beszámolni (lásd még Allen & Blinder 2018). Az, hogy az újságírók a kérdéshez inkább humanitárius, inkább technokratikus vagy inkább biztonságközpontú perspektívából közelítenek, a tágabb nemzeti kontextustól, a tudósításhoz való általános megközelítéstől, valamint az újságíró alkalmazó médiumtól függ.

Ez a jelenség ugyanakkor rávilágít egy olyan alapvető kérdésre is, amelyet nem szabad figyelmen kívül hagynunk. A valós események és azoknak a nemzeti és nemzetek feletti hatóságok általi kezelése az egyetlen elengedhetetlen része a média tudósításainak, függetlenül az adott ország kontextusától, a médium típusától és minden egyéb

tényezőtől. Így az is a migrációról szóló negatív tudósítások elsődleges katalizátorának tekinthető, hogy az Európai Unió és tagállamainak kormányai kudarcot vallottak abban, hogy fenntartható és széles körben támogatott megoldásokat alkalmazzanak a kontinensen 2015-ben és azután átáramló menedékkérő tömegek kezelésére. Itt adott volt a gyors változás és a hatékony válaszok hiányának kombinációja.

Hasonlóképpen: az uniós állampolgárok létszámának rohamos növekedése az Egyesült Királyságban az Európai Unió 2004-es és 2007-es bővítése után valóságos és látványos változás volt. Az olyan hathatós válaszok elmaradása akár az Egyesült Királyság kormánya, akár az Európai Unió részéről, amelyek azt mutatták volna, hogy irányított és ellenőrzött folyamatról van szó, ebben az esetben is aggályokat keltett a gyors változások és a hatékony megoldások hiányának együttállása miatt.

A német médiának a migránsok érkezése kapcsán megmutatózó, kezdetben befogadó reakciója, amely a második világháborút követő „erkölcsi megújuláshoz” kapcsolódó igényt (Wood 2017), valamint egy általánosabb nemzeti kötelezettségről alkotott felfogást tükrözhetett, számos interjúalanyunk szerint időközben komoly aggályokba csapott át, mert kimerült az ország befogadóképessége (lásd még Vollmer & Karakayali 2017). Ez ismét arra utal, hogy a gyors változás és a hatékony megoldások hiányának kombinációja alapvető aggodalmak forrásává válik. Bár a gyors változást – a migránsok érkezését – kezdetben általában pozitív fejleményként fogadták Németországban, az intézményeknek az integrációs megoldások biztosítása terén utóbb érzékelt kudarcra aláásta ezt az érzést.

Túl ezeken az általános jellegű következtetéseken, valószínűnek látszik az is, hogy az adott országban jelen lévő migránsok valós számánál nagyobb mértékben befolyásolják a tudósítások tartalmát a fent már leírt tényezők, vagyis azok a nemzeti, üzleti és politikai normák, amelyek az újságírók perspektíváját formálják, valamint az összejátszáson alapuló vagy reaktív kapcsolatok a média és a kormány között, kiegészülve az aktuálisan zajló folyamatok gyorsaságával és aggályos kezelésével.

Mindez azonban nem jelenti azt, hogy a számoknak ne lenne jelentőségük. A trendek és a változások – különösen a migránsok beáramlása és létszámuk növekedése – egyértelműen aggodalmakat keltenek, ami a tudósításokban is tükröződik. Ám az, hogy e jelenségeket mennyire ábrázolják országos válságként (mint például Magyarországon az áthaladó menedékkérők vagy az Egyesült Királyságban az unióból származó vendégmunkások helyzete kapcsán), illetve kedvező fejleményként (mint kezdetben Németországban a menedékkérők érkezését vagy Svédországban az uniós vendégmunkások beáramlását), vagy éppen semleges, pártatlan módon (mint a legtöbb országban az uniós országokból való bevándorlást, valamint az olyan, Unión kívüli migránsok érkezését, akik nem menekültek vagy menedékkérők), döntően három tényezőtől múlik: az uralkodó normákon, a kormányzat és a média közötti kapcsolatokon, valamint azon, hogy a gyors változás kezelését hatékonynak vagy hatástalannak tekintik-e.

Egyszerűbben fogalmazva: azt a migránsok száma határozza meg, hogy miről tudósít a média, ám azt, hogy miként tudósít, már az újságírói normák, a kormányzat és a média közötti kapcsolatok, valamint az adott helyzet kezelésével kapcsolatos elvárások szabják meg.

## 7. Következtetések

Craig Newmark, a Craigslist online apróhirdetési portál alapítója a hiteles médiát a „demokrácia immunrendszerének” nevezte (Newmark 2017), ami lényegében azt jelenti, hogy az újságírók a rendszer „antitestei”. Amikor rendeltetésszerűen működnek, segítik a demokratikus folyamat működését, és biztosítják, hogy a rendszer egyéb alapvető alkotóelemei – a közpolitika-alkotók és a nyilvánosság – is megfelelően működjenek. Ám éppen úgy, mint az immunrendszer antitestei, az újságírók is működhetnek előre nem látható módon: néha nem valós problémákat vesznek célba, sőt néha a rendszer jóindulatú vagy nélkülözhetetlen elemeit támadják, tévesen problémaként azonosítva azokat.

A REMINDER projekt 11. munkacsoportjának elemzése voltaképpen azt igyekezett feltárni, hogy ezek az antitestek hogyan és miért működnek úgy, ahogyan azt különböző helyzetekben teszik.

Az mindenképpen biztató, hogy az újságírók elsődleges motivációja valamennyi médiakörnyezetben egyértelműen az, hogy tényszerűen tudósítsanak, a hatalom képviselőit felelősségre vonják, és az igazságot keressék – még akkor is, ha tudjuk, hogy a nyilvánosan vallott értékek nem mindig válnak gyakorlattá. A legtöbb esetben (bár korántsem mindig) politikailag független szereplőként tekintenek magukra, olyasvalakiként, akiknek fontos funkciójuk van a demokratikus értékek megőrzésében.

Tényleges szakmai döntéseik és munkájuk valósága azonban gyakran bonyolultabb, mint ez az idealizált önkép. Az újságírók saját országaik hagyományaiba és narratíváiba beágyazva dolgoznak, magukkal hordozzák egyéni előítéleteiket és hiedelmeiket, gyors tempóban kell dolgozniuk, és kevés idejük jut arra, hogy megértsék az árnyalatokat, korlátozott terjedelmű anyagokat kell gyártaniuk olyan nyelven, amely azok számára is érthető, akiknek nincsenek ismereteik az adott témáról, esetleg politikailag elköteleződött médiumoknak dolgoznak, olyan tulajdonosoknak, akiknek üzleti céljaik vagy személyes elfogultságaik vannak, továbbá alkalmazottak is, akiknek egyre kompetitívobb és bonyolultabb médialétkörben kell megőrizniük az állásukat.

Azt látjuk tehát, hogy a médiumok – pontosabban azok az újságírók, akik a „tömegmédia” emberi valóságát alkotják – bonyolult, dinamikus és interaktív rendszerek részei. Munkájuk minden pillanatban reflektál arra a nemzeti környezetre, amelyben konstruálódik, a közönségre, amelyet kiszolgál, valamint a politikai kontextusra, amelynek maguk is alkotórészei.

Ezek az emberi valóságok azt illusztrálják: az arról vallott idealizált elgondolások, hogy az újságírásnak milyenek „kellene” lennie, gyakran naivak és túlságosan optimisták. Akár a politika, az üzlet, a tudomány vagy bármilyen más emberi tevékenység, a hírgyártás is rendezetlen, pontatlan, néha rossz döntések terhelik, s személyes szeszélyek foglya. Ez a dolgok természetes és normális állása, amelyet – bár magától értetődőnek látszik – ez a kutatás is megerősít.

Vannak azonban olyan tényezők is, amelyek aggodalomra adnak okot:

- Egyes tagállamok kormányai egyre jobban törekednek arra, hogy irányító kapcsolatot alakítsanak ki a médiával, korlátozva annak szabadságát.
- Számos komoly médium nagy költségcsökkentési nyomással néz szembe, és az üzleti megtérülésre és a könnyű sikerre kell összpontosítania – a komoly tudósítás helyett. Ebben a helyzetben egy olyan, lefelé tartó populista verseny alakulhat ki, amelyben a média aligha lesz képes arra, hogy az erős „immunrendszer” szerepét töltsse be az európai demokratikus folyamatokban.
- Ha egyes tagállamok nem igyekeznek növelni a média pluralizmusát, akkor nem valószínű, az újságírók lesznek képesek arra, hogy új ötletek és politikai megoldások kidolgozását segítsék elő, s megkönnyítsék az állampolgári döntéshozatalt.

A médiaszabályozással és a cenzúrával kapcsolatos bonyolult kérdéseket egy-egy konkrét ügy vizsgálata világíthatja meg. Különösen igaz ez akkor, ha olyan, politikailag kiemelkedően fontos témáról van szó, mint a migráció és az Európai Unió belüli mobilitás. Ugyanakkor annak elfogadása, hogy a sajtószabadság ára az, hogy a szabad sajtó nem működik tökéletesen, nem ok arra, hogy ne vizsgáljuk meg e tökéletlen működés okait, és – lehetőségeinkhez képes – ne igyekezzünk azokat orvosolni.

## Irodalom

Allen, William (2016): *A Decade of Immigration in the British Press. Migration Observatory report*. University of Oxford & COMPAS.

Allen, William, Scott Blinder & Robert McNeil (2017): Media Reporting of Migrants and Migration. In: International Organisation for Migration: *World Migration Report 2018*, <https://www.iom.int/wmr/world-migration-report-2018> (utolsó letöltés: 2018. IX. 6.).

Allen, William L. & Scott Blinder (2018): Media independence through routine press-state relations: Immigration and government statistics in the British press. *The International Journal of Press/Politics*, vol. 23, no. 2, pp. 202–226.

Allenby, Braden R. (2016): In an age of civilizational conflict. *Jurimetrics*, vol. 56, pp. 387–406.

Bajomi-Lázár, Péter. (2017): Between Neutrality and Engagement. Political Journalism in Hungary. *Central European Journal of Communication*, vol. 10, no. 1, pp. 48–63.

Bárd, Petra & Judit Bayer (2016). A Comparative Analysis of Media Freedom and Pluralism in the EU Member States. *European Union DG Internal Policies*. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/571376/IPOL\\_STU\(2016\)571376\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/571376/IPOL_STU(2016)571376_EN.pdf) (utolsó letöltés: 2018. IX. 6.).

BBC (2016): Donald Trump: Mexico will pay for wall, '100%', September 1, <https://www.bbc.co.uk/news/election-us-2016-37241284> (utolsó letöltés: 2018. IX. 6.).



- Bernays, Edward L. (1947): The engineering of consent. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 250, no. 1, pp. 113–120.
- Brüggemann Michael (2014): Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames. *Communication Theory*, vol. 24, no. 1, pp. 61–82.
- Budapest Times (2016): Door slammed in EU's face. March 19, <https://www.budapesttimes.hu/2016/03/19/door-slammed-eus-face> (utolsó letöltés: 2018. IX. 6.).
- Olien, Clarice N., Donohue, George A. & Phillip J. Tichenor (1995): A Guard Dog Perspective on the Role of Media. *Journal of Communication*, vol. 45, no. 2, pp. 115–132.
- Cummings, Dominic (2017): How the Brexit referendum was won, *The Spectator*, January 9.
- Dick, Wolfgang (2015): Lying press: Germany's misleading media? *Deutsche Welle*, October 30, <http://www.dw.com/en/lying-press-germanys-misleading-media/a-18816438> (utolsó letöltés: 2018. VI. 19.).
- Entman, Robert M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of communication*, vol. 57, no. 1, pp.163–173.
- Finney, Nissa & Ludi Simpson (2009): *"Sleepwalking to segregation?" Challenging myths about race and migration*. Bristol, UK & Portland, US: Policy Press.
- Gemi, Eda & Iryna Ulasiuk & Anna Triandafyllidou (2013): Migrants and media newsmaking practices. *Journalism Practice*, vol. 7, no. 3, pp. 266–281.
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2004): *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hänggli, 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.
- Hanitzsch, Thomas & Folker Hanusch(2012): Does gender determine journalists' professional views? A reassessment based on cross-national evidence. *European Journal of Communication*, vol. 27, no. 3, pp. 257–277.
- Hitchens, Peter (2013): How the invasion of immigrants into every corner of England has made a mockery of PM's promise to close the door, *Mail on Sunday*, March 31.
- Kahn, Jeremy (2017): U.K. Probes Russian Social Media Influence in Brexit Vote, *Bloomberg News*, November 2.
- Markova, Eugenia & Sonia McKay (2013): Migrant Workers in Europe's Media: Recruitment and employment. *Journalism Practice*, vol. 7, no. 3, pp. 282–299.
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Antonis Kalogeropoulos, David Al Levy & Rasmus Kleis Nielsen (2017): *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Oxford: Reuters Institute.
- Newmark, Craig A. (2017): Trustworthy Press Is the Immune System of Democracy, [https://www.huffingtonpost.com/craig-newmark/a-trustworthy-press-is-th\\_b\\_6187836.html](https://www.huffingtonpost.com/craig-newmark/a-trustworthy-press-is-th_b_6187836.html) (utolsó letöltés: 2018. VI. 19.).
- Rosenstiel, Tom, Carl Gottlieb & Lee Ann Brady (1999): Local TV News: What works, what flops, and why. *Columbia Journalism Review*, vol. 37, no. 5 pp. 65.
- Schudson, Michael (1989): The sociology of news production. *Media, Culture & Society*, vol. 11, no. 3, pp. 263–282.
- Shane, Scott (2018): When Spies Hack Journalism, *The New York Times*, May 12.
- Spiegel Online (2018): Is There Truth to Refugee Rape Reports? 17 January, [www.spiegel.de/international/germany/is-there-truth-to-refugee-sex-offense-reports-a-1186734.html](http://www.spiegel.de/international/germany/is-there-truth-to-refugee-sex-offense-reports-a-1186734.html), (utolsó letöltés: 2018. IX. 6.).
- Strauss, David A. (1991): Persuasion, autonomy, and freedom of expression. *Columbia Law Review*, vol. 91, no. 2, pp. 334–371.
- Vollmer, Bastian & Serhat Karakayali (2018). The volatility of the discourse on refugees in Germany. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, vol. 16, no. 1–2, pp. 118–139.
- White, David Manning (1950): The 'gate keeper': A case study in the selection of news. *Journalism Bulletin*, vol. 27, no. 4, pp. 383–390.
- Wintour, Patrick (2018): Russian bid to influence Brexit vote detailed in new US Senate report, *The Guardian*, January 10.
- Wodak, Ruth & Michał Krzyżanowski (2017): Right-wing populism in Europe & USA. *Journal of Language and Politics*, vol. 1, no. 14 (online megjelenés: 2017. IX. 13.).
- Wood, Steve (2017): Rebranding the Nation: Germany's Image Politics. *International Politics*, vol. 54, no. 2, pp. 161–181.
- Ytre-Arne, Brita & Hallvard Moe (2018): Approximately Informed, Occasionally Monitorial? Reconsidering Normative Citizen Ideals. *The International Journal of Press/Politics*, vol. 23, no. 2, pp. 227–246 .
- Zielonka, Jan (2015): Introduction: Fragile democracy, volatile politics, and the quest for a free media. In: Jan Zielonka (ed.): *Media and Politics in New Democracies. Europe in a Comparative Perspective*. Oxford University Press.

## Függelék: A nyílt, online közvélemény-kutatás eredményei

Online közvélemény-kutatásunk célja az volt, hogy az országok jóval szélesebb köréből gyűjtsünk információkat. A cél mind a 28 európai uniós tagállam volt, nem pusztán az a kilenc, amelyet részletesen vizsgáltunk. A terjedelmesebb vizsgálattal az e kutatási jelentésben, valamint a „Migráció és média Nyugat-Európában” és a „Migráció és média Közép/Kelet-Európában” című tanulmányokban leírt megállapításokat kívántuk összehasonlító vizsgálatnak alávetni. Közvélemény-kutatásunk ugyanakkor nem reprezentatív. A résztvevők kiválasztása önkéntes jelentkezésen alapult: célközönségünket e-mailos promóciós kampány révén, illetve a European Journalism Centre közösségimédia-felületein keresztül igyekeztünk elérni. A résztvevőket semmilyen formában nem szűrtük, és a mintákat sem vetettük őket össze az adott országok újságírói ökoszisztémájával. Ennek eredménye az, hogy az egyes nemzetek képviselői nagyjából egyenlő létszámban – tehát nem arányosan – jelentek meg a teljes mintában, amely egyébként az egész Európai Unióra és néhány egyéb országra is kiterjedt.

A kérdőívet sikeresen kitöltő 238 résztvevő 83 százaléka újságíró volt, a többiek pedig nemkormányzati szervezeteket és tudományos műhelyeket képviseltek. Szakmai önmeghatározásuk általában két oknál fogva lehet hiteles. Egyfelől azért, mert olyan közleményeink útján jutottak el a kérdőívhez, amelyeket szakmabelieknek, azaz újságíróknak küldtünk, és amelyek jellemzően nem jutottak el a nagyközönséghez. Másfelől azért, mert válaszaik nagyrészt összhangban voltak az újságírói kompetenciákkal és szakmai gyakorlattal.

A közvélemény-kutatásnak sikerült jó egyensúlyt elérnie a nemek terén. Korát tekintve a legtöbb résztvevő 25 és 54 év között volt. Az elektronikus média munkatársainak aránya 31 százalékot tett ki, a megkérdezettek további 42 százaléka minőségi napilapnál, 36 százaléka online hírportálnál, 3 százaléka pedig bulvárlapnál dolgozott.

A résztvevők toborzásának és önkiválasztásának legnagyobb hátulütője az, hogy az így kapott minta nem fedi olyan széleskörűen a politikai spektrumot, amilyenre a kilenc ország személyes fókuszcsoportjainak összeállítása és interjúalanyainak kiválasztása során tudatosan törekedtünk. Ahogy alább bővebben kifejtjük, az eredményekből az derül ki, hogy a válaszadók elsősorban többsége pozitívan vagy legalábbis konstruktív hozzáállással viszonyul a migrációs ügyek összességéhez. Bár a kilenc országra kiterjedő mintánkból az derül ki, hogy az európai újságírók többsége is hasonlóan gondolkodik, az online közvélemény-kutatás mégis jelentős mértékben torzítani látszik ebben az irányban.

### Az újságírói szakma

A válaszadók túlnyomó többsége azt vallotta, hogy munkahelyének légköre nem agresszív. Még így is maradt azonban 24 százalék, aki azt állítja, hogy legalább időnként szembesül agresszív viselkedéssel. A válaszadók fele barátnak tekinti kollégáit, ám 77 százalék szerint erős a munkahelyi hierarchia, és 62 százalék erős kompetitív nyomást érez a szerkesztőségben vagy a tágabb újságírói közösségben. A válaszadók 70 százaléka véli úgy, hogy a többi foglalkozáshoz képest az újságírás kisebb állásbiztonságot nyújt.

Válaszóinkat nagymértékű „felelősségetika” jellemzi, amelybe beletartozik az is, hogy akár a vonakodó közönséget is felvilágosítsák. Majdnem kétharmaduk – 65 százalékuk – érezte erkölcsi kötelességének az olyan tudósítások közzétételét, amelyeket fontosnak tartott, függetlenül attól, hogy a nagyközönség igényt tart-e ezekre vagy sem; 64 százalékuk értett egyet azzal a felfogással, hogy időnként az olvasókat és a nézőket arra kell buzdítani, hogy fogják fel egy adott téma fontosságát; és 63 százalékuk gondolta úgy, hogy egyedül eldöntheti, a közönségnek tudnia kell-e egy adott sztoriról vagy sem. Alig akadt köztük olyan, aki azt mondta volna, csak utasításokat teljesít, vagy hogy nála prioritást élvez az, amit a közönség kíván.

Az újságírók viszonylag nagyfokú bizalmat tanúsítottak az elsődleges források (27 %) és a tudományos kutatók (26 %) iránt, ugyanakkor azonban sokan fenntartásuknak adtak hangot a kormányzati sajtónyilatkozatok (48 %) és a kormányzóvivők (49 %) kapcsán.

### A migrációval kapcsolatos nézőpontok

A migrációs tudósítások hírértékével kapcsolatban fontosnak tartották a tényorientáltságot és az ügyek pontos megragadását (80–90 %). Meglepő módon a válaszadók 83 százaléka a konstruktív újságírásnak nevezett megközelítést (*constructive journalism*) részesítette előnyben – ez az arány megközelítőleg sem tükrözi a módszer

európai médiumok körében való elfogadottságát. A konstruktív újságírás olyan újságírói eljárás, amely a jó gyakorlatokról és a problémák lehetséges megoldásairól szóló tájékoztatásra helyezi a hangsúlyt, és ezt visszafogott, kimért nyelvhasználattal ötvözi. Ezzel összhangban a „konfliktus” és a „probléma” kereteket viszonylag alacsony fontosságúnak értékelték (44–45%). A válaszadók 61 százaléka ismerte el, hogy a tudósításoknak az érzelmekre is hatniuk kell (lásd a 2. ábrát).

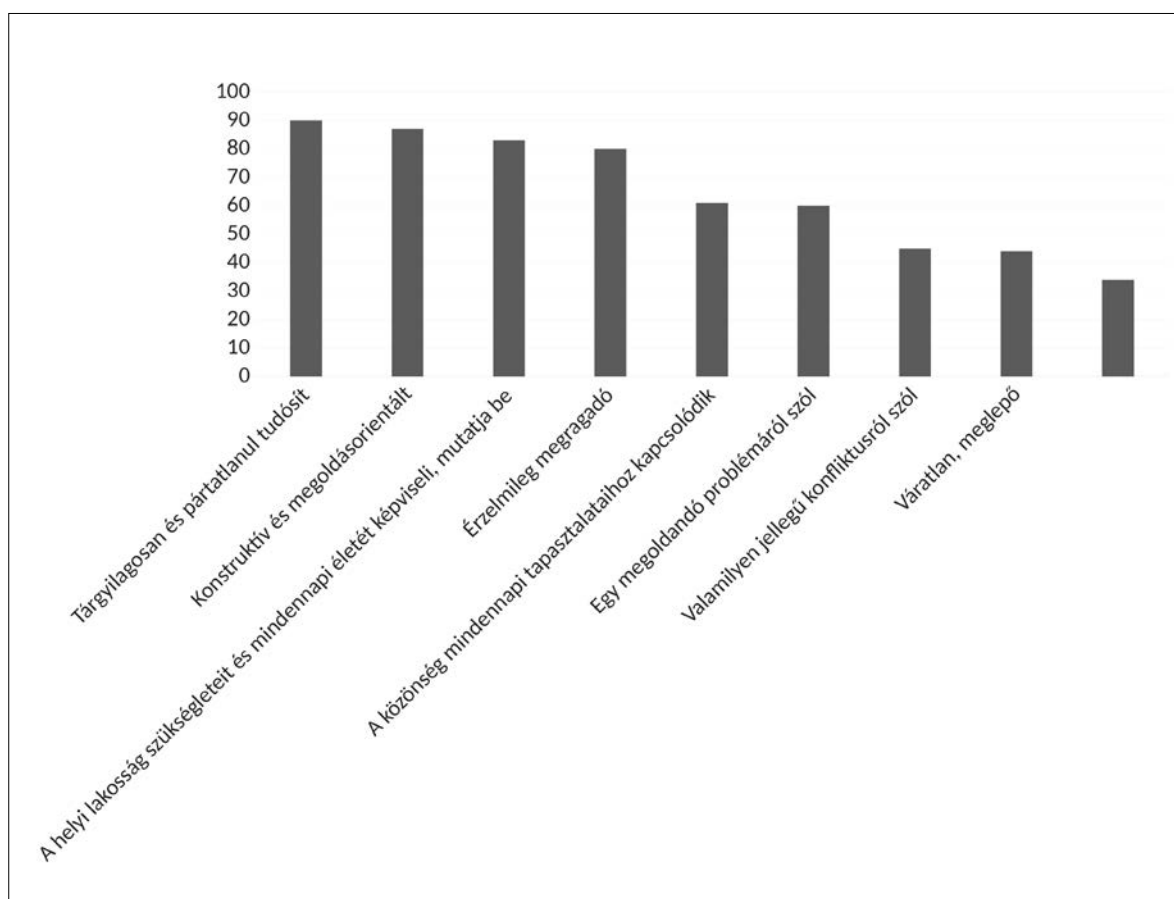
A válaszadók jóval sokszínűbb szóhasználattal jellemezték az Európai Unió belüli mobilitásban érintetteket (uniós polgárok: 14 %; dolgozók: 12 %; bevándorlók: 12 %; uniós migránsok: 11 %; európaiak: 10 %), mint a harmadik országokból érkező migránsokat (migránsok és menekültek: 52 %; bevándorlók: 17 %).

Saját tudósításaik legfontosabb elemeinek válaszaikban a tiszteletet és kölcsönös megértést, valamint a migránsokat a fogadóországokban érő hátrányos megkülönböztetést tartották (80 százalék), míg a legkevésbé fontosnak a kulturális hatásokat, a nemzetbiztonságot és a bűnözést nevezték, bár ezeket a kereteket is 50 százalékuk említette meg.

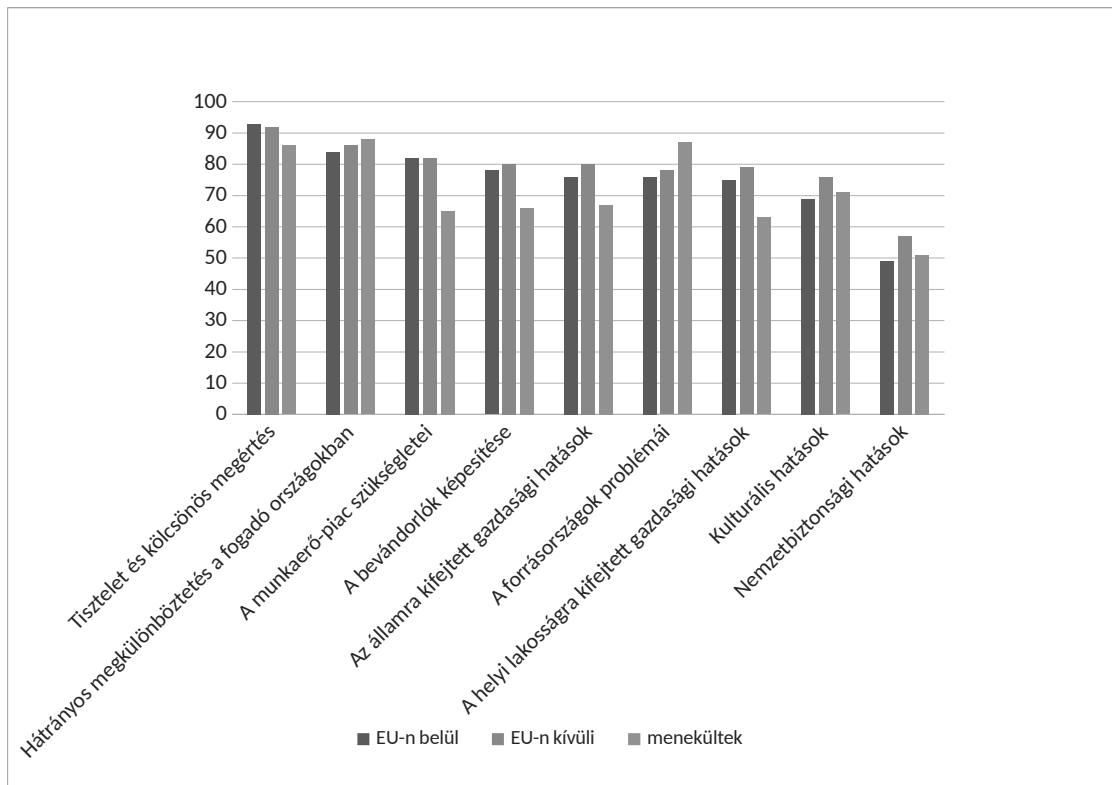
A menekültek és a menedékkérők esetében a származási országukban fennálló helyzetet tartották a legfontosabbnak, ami egyúttal a szakmai készségeik vélt relevanciájának, a fogadóország munkaerő-piaci helyzetének és a menekültek gazdasági hatásának ritkább hangsúlyozásával is együtt járt. Ez arra utal, hogy válaszaikban a menekülthelyzetet elsősorban humanitárius perspektívából szemlélik, míg más migránsok esetében jobban figyelnek a gazdasági és a munkaerő-piaci helyzetre (lásd a 3. ábrát).

A megkérdezettek pozitívan viszonyulnak az Európán belüli mobilitáshoz, amit sem gazdasági, sem más szempontból nem tekintenek nehéz kérdésnek. Válaszaik ugyanakkor arra utalnak, hogy tudatában vannak azoknak a nehézségeknek, amelyeket a másik országba költöző uniós polgároknak a gyakorlatban kell leküzdeniük. Nagyon kevesen azonosultak a „migráció mint probléma” narratívával (lásd a 4. ábrát).

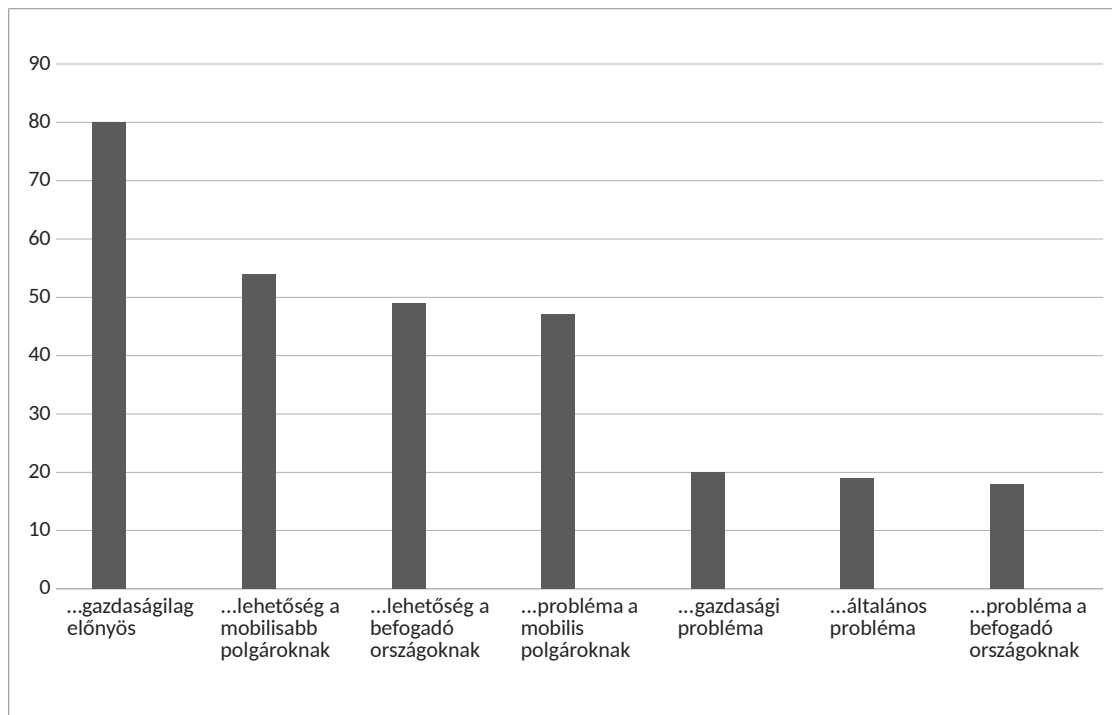
2. ábra  
A migrációról szóló tudósítások (százalékban)



3. ábra  
A migránsok különböző csoportjaival kapcsolatos narratív keretek



4. ábra  
Az európai mobilitás (százalékban)



## ABSTRACT

### **Comparative report on cross-country media practices, migration, and mobility**

This paper looks at the practices of media in the reporting of migration and intra-EU mobility in a set of EU member states – Germany, Hungary, Italy, Poland, Romania, Slovenia, Spain, Sweden, and the UK. It compares national traditions in the practice of journalism, looking at journalists' self-described practices in generating stories about the various forms of migration, the newsroom and professional cultures in which they are immersed, and the broader environments in which journalism happens. It identifies that migration policy is highly politicised in all of the sampled countries. It shows differing levels of political intervention in the reporting of migration, and three broad types of political interaction between government and news journalists, which create a spectrum of government/media relationships ranging from the strongly and obviously controlling; to influence that may be strongly felt, but that is subtler and which occurs behind-the-scenes; to the largely hands-off. It also shows that migration narratives differ by country depending on recent migration experiences and the political salience of key aspects of migration. In most of the countries surveyed, the actual migrant stock was not a major factor shaping migration coverage. Further, it considers how the relationships between government approaches to media, commercial contexts, the national norms and traditions within journalism in the member states and migration as an issue combine to affect journalism practice, and wider public debates about migration.

**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 lapoknál, illetve különféle nemkormányzati szervezetek médiamegjelenését és közkapcsolatait gondozta. A média és a migráció témájában tart előadásokat. 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.

**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 nonprofit alapítványi formában működő European Journalism Centre finanszírozási tanácsadója és kutatási koordinátora; feladata egy olyan fenntartható, etikus és innovatív modell kidolgozása, amely ösztöndíjak, rendezvények, szakmai képzések és médiafejlesztés révén segít kidolgozni a jövő újságírási stratégiáját.