

Feischmidt Margit – Zakariás Ildikó

Médiahatások és véleményformálás a menekültekkel szolidáris németországi magyarok körében

Ez a tanulmány a transznacionális szolidaritás és a közbeszéd összefüggéseit vizsgálja. Arra a kérdésre keres választ, hogy milyen kapcsolat van a médiafogyasztás, a menekültek iránti szolidaritás és a menekültekkel kapcsolatos vélemények kifejezése között olyan emberek esetében, akik két, jelentős eltéréseket mutató nemzeti médiatér hatásainak vannak kitéve, ráadásul maguk is transznacionális mozgásban vannak. A média hatását mind a hagyományos, mind a közösségi média esetében megvizsgáltuk. A szolidaritást kétféleképpen operacionalizáltuk: egyrészt a cselekvések szintjén (szolidáris cselekvésnek tekintve a Németországban végzett menekülteket segítő jótékonykodást, valamint fizetett munkát), másrészt az attitűdök szintjén, a menekültek segítésére irányuló véleményeket véve figyelembe. A Németországban élő magyarok körében végzett survey és interjú vizsgálat eredményei alapján azt az állítást fogalmazzuk meg, hogy a menekültekkel kapcsolatos szolidaritásnak a közvetlen segítő kapcsolatokon túlmutató, véleményformáló hatása van.

Kulcsszavak: Magyarország, média, menekültek, migráció, Németország, nyilvánosság, szolidaritás

1. Bevezetés és szakirodalmi kontextus

A munkaerőpiac megnyitása egy nemzetközileg mobil munkavállalói réteget hozott létre az Európai Unióban, miközben az Európán kívülről érkezőknek – akár gazdasági, akár politikai okból kényszerülnek elhagyni a hazájukat – delegitimációja zajlik sok országban. A differenciáló migrációs rezsimek (Boswell & Geddes 2011, Genova et al. 2015) ellentmondásokról terhes viszonyt eredményeztek a nemzetközi vándorok különböző kategóriái között, amivel eddig még kevés kutatás foglalkozott. Ezek a viszonyulások a versenyre, a konfliktusra és a szolidaritásra egyaránt mutatnak példákat. Kutatásunk az unió keleti, perifériális országaiból a nyugati és az északi (úgynevezett mag)országokba vándorló EU-s állampolgárok és az ugyanoda menekültként vagy menedékkérőként érkező harmadik országbeli állampolgárok viszonyát vizsgálja a médiahatás kontextusában. Konkrétabban azt, hogy a Németországban élő és dolgozó magyar állampolgárok vagy magyar származású német állampolgárok miként viszonyulnak az Európán kívülről érkező menekültekhez. Kutatásunkban megkülönböztetett figyelmet fordítunk a migránsok különböző kategóriái közötti – transznacionális – szolidaritásra, amely ennek a tanulmánynak is elsődleges témája.

Tekintettel a magyar és a német közbeszéd jelentős különbségeire, azzal a feltételezéssel élünk, hogy a transznacionális szolidaritás függ a fogyasztott média nyelvétől, vagyis attól, hogy valaki magyar vagy német nyelvű médiát fogyaszt (vagy esetleg mindkettőt fogyasztja). A média hatását mind a hagyományos, mind a közösségi média esetében megvizsgáltuk. A szolidaritást kétféleképpen operacionalizáltuk: egyrészt a cselekvések szintjén (szolidáris cselekvésnek tekintve a 2015-ben vagy utána Németországban végzett, menekültek segítő önkéntes, valamint fizetett munkát), másrészt az attitűdök szintjén, a menekültek segítésére irányuló véleményeket véve figyelembe.

A 2015 után Európába nagy számban érkező menekültekre eltérő módon ugyan, de a politika és a civil társadalom is megkülönböztetett figyelemmel reagált. Egyfelől a biztonsággal kapcsolatos kérdések kerültek középpontba, ami új politikai aktorokat hozott helyzetbe, különösképpen a politikai spektrum szélsőjobb oldalán. Másfelől a humanitárius segítségnyújtás az európai önkénteseknek és mozgalmaknak is új lendületet adott (della Porta 2018, Augustin & Jorgensen 2019, Feischmidt et al. 2019). A menekülteknek segítők egy része maga is rendelkezik migrációs tapasztalattal; kutatók ezt a jelenséget transznacionális szolidaritásnak nevezték el (Nowicka et al. 2017). Már korábbi kutatásokból tudtuk, hogy az újonnan érkezőknek nyújtott segítség a régebben érkezettek politikai aktivitását és szervezettségét erősíti (Hoffman et al. 2007, Weng 2015), sőt a fogadó társadalomban való integráció esélyeit is növeli (Handy & Greenspan 2009). Ez a megállapítás a Németországban élő magyarok vonatkozásában megerősítést nyert (Feischmidt & Zakariás é.n.).

Nyilvánvaló volt ugyanakkor a média szerepe is az úgynevezett „menekültválság” (Rajaram 2017, Cantat & Rajaram 2018, Pries 2019) képeinek létrehozatalában és menedzselésében. A magyarországi médianyilvánosságban 2015-től kezdve a szekuritizáció hegemóniája jellemző, ami marginalizálta a humanitárius keretezést (Melegh et al. 2019) és a félelmeket erősítette meg (Bernáth & Messing 2017, Simonovits 2017, Messing & Ságvári 2018). Ettől eltérően a németországi politika és média, amely létrehozta a *Willkommenskultur* fogalmát, a befogadást preferálta, amelynek érvei a humanitarizmustól a gazdasági haszonig terjednek (Holzberg 2018, Vollmer & Karakayali 2018, Wallaschek 2019). A közösségi média szerepe mind a félelmek és a gyűlöletbeszéd terjedésében, mind a szolidaritás működtetésében, az önkéntesek közötti kapcsolatfelvételben, az önkéntes munka megszervezésében volt (Nagy 2017).

Kapcsolódni akartunk a jótékonyosság és a szolidaritás vizsgálatában régóta fennálló vitához, amely a rászorulókra mint egyénekre irányuló személyes segítség közéleti hatásairól szól: az egyik álláspont a jótékonyosság depolitizáló hatását, a másik a közvetve érvényesülő közéleti hatását hangsúlyozza (Ticktin 2011, Eliasoph 2013). Korábbi munkánkban a menekültsegítés politikai-közéleti dimenzióját úgy definiáltuk, mint a nyilvános aktorokról, az azok által képviselt menekültpolitikákról alkotott véleményeket, elképzeléseket (Feischmidt & Zakariás 2018). Ebben a mostani cikkben a menekültek segítésének közéleti vonatkozásait kitérítjük: az egyéni elképzelések megfogalmazásán túl arra voltunk kíváncsiak, hogy ezeket az egyéni véleményeket mennyiben és milyen módon osztják meg az emberek szűkebb-tágabb társas környezetükben. Ezért megvizsgáltuk, hogy a szolidaritás vagy annak elutasítása miként függ össze azzal, hogy a válaszadó mennyire fejezi ki álláspontját mások felé. A véleménykifejezésnek több módját különböztettük meg: a közösségi médiában való kommunikációt, a civil szervezetekben vagy politikai akciók (tüntetések vagy petíciók) során történő állásfoglalást, valamint az informális vitát (ismerősökkel, ismeretlenekkel személyesen vagy a közösségi médián keresztül).

A vegyes módszerrel készült, kvantitatív, kérdőíves és kvalitatív, interjú adatokat egyaránt felhasználó kutatás eredményeit négy fejezetben mutatjuk be. A tanulmány itt záruló első fejezete a kutatás célját és tágabb szakirodalmi kontextusát hivatott bemutatni. Második fejezete a vizsgálat módszereit és adatait mutatja be a németországi magyarok körében a menekültekkel szolidárisak jellemzőire összpontosítva. A tanulmány harmadik fejezete a médiafogyasztás és a menekültekkel kapcsolatos attitűdök összefüggéseit vizsgálja bináris logisztikus regresszió segítségével. Negyedik fejezete – még mindig a médiafogyasztás kérdésénél maradva – a szolidaritásra fókuszál, a regressziós modelleken túl interjú adatok alapján rekonstruálva a menekülteket segítő jótékonykodás és fizetett munka típusait és ezeknek a médiahatásokkal való összefüggéseit. A tanulmány ötödik fejezete a szolidaritáshoz való viszony és a véleménykifejezés összefüggéseit mutatja be újfent előbb logisztikus regresszióra épülő modellek alapján, majd a szolidáris cselekvés közéleti hatásainak leírásába interjú adatokat is bevonva. A tanulmány összegzésében a transznacionális szolidaritás gyakorlatait és attitűdjének létrejöttét magyarazzuk, hangsúlyozva a média fontos, de a hagyományos és a közösségi média esetében eltérő hatását; továbbá kiemeljük a szolidaritás véleményformáló hatását. Azt állítjuk, hogy a szolidaritási cselekvés hatása nem merül ki az arra érdemesnek tekintettek megsegítésében, hanem a véleményformálás tágabb keretei közé is beágyazódik a civil szervezeteken és a hagyományos politikai akciókon (és kevésbé a közösségi médián) keresztül.

2. Adatok és módszerek

Kvantitatív adataink online felmérésből származnak.¹ A mintavétel két fázisban történt. A kutatás első fázisában azonosítottuk a Németországban élő vagy dolgozó magyarok Facebook-csoportjait. A kutatás második szakaszában e csoportok adminisztrátorainak küldtünk levelet, amelyben felvételünket kértük az adott csoportba, vagy az adminisztrátor adott engedélyt a kutatási kérdőív közzétételére a csoport oldalán. Százhusz csoportot sikerült ezen a módon azonosítanunk, amelyek esetén a tagok száma száz és százezer között volt. A kérdőívet 2017 júniusa és augusztusa között három alkalommal helyeztük el hetven olyan közösség Facebook-felületén, amely ehhez hozzájárult. A végső minta 639 választ eredményezett.²

Ezzel egy időben, részben ezt követően Berlinben és Münchenben végeztünk terepmunkát az ott élő magyar diaszpóra körében. A terepmunka eddig megvalósult első szakaszában olyan emberekkel készítettünk interjút, akik önkéntesként vagy fizetett munka formájában személyes kapcsolatba kerültek Európán kívülről érkező menekültekkel.³

2.1. A kvantitatív és kvalitatív minta jellemzői

A minta 30,2 százaléka vett részt a menekültekkel vagy a bevándorlókkal kapcsolatos jótékonykodásban élete során; a legtöbben (a teljes minta 27,2 százaléka) az úgynevezett „migrációs válság” alatt vagy után. Németországban (vagy ott is) a teljes minta 26 százaléka, Magyarországon (vagy ott is) a teljes minta 15 százaléka volt ilyen. A jótékonyági tevékenységben szerepet vállalók között 115 fő (18 %) vett részt az önkéntes munkában (a többiek pénzt vagy más javakat adományoztak). Ötvenöt személy (a teljes minta 8,6 százaléka) vett részt a menekültek támogatásával kapcsolatos fizetett munkában Németországban (lásd a melléklet 1. táblázatát).⁴

Németországi magyar mintánk (lásd a melléklet 2. táblázatát) objektív társadalmi helyzetére a magas iskolai végzettség (44 százalékuk legalább egy felsőoktatási diplomával rendelkezik, és mindössze 2,5 százalékuknak van csak általános iskolai végzettsége) és a munkaerő-piaci aktivitás jellemző (a felmérés időpontjában 90 százalékuk Németországban dolgozott, a munkanélküliek a válaszadók mindössze a minta 2 százalékát tették ki). Szocioökonómiai helyzetével válaszadóink nagy többsége rendkívül elégedett volt (77 százalékuk meglehetősen elégedett vagy teljesen elégedett volt életkörülményeivel, 71 százalékuk meglehetősen vagy teljesen elégedett a jelenlegi munkájával, és 81 százalékuk meglehetősen elégedett volt németországi általános életszínvonalával). A migráció személyes okait illetően a válaszadók nagy része elsősorban gazdasági okokra hivatkozott.⁵

Tizenhat interjúalanyunk közös jellemzője ugyancsak a magas (felsőfokú) iskolai végzettség és az, hogy a migráció utáni helyzetükkel elégedettek. Ezen túl az élettörténeteknek három típusa rajzolódott ki a tizenöt interjúból. Az első típust a késő Kádár-korszakban vagy az 1990-es évek elején kivándorolt, vagyis 30–40 éve Németországban élő, ötvenes vagy annál idősebb személyek alkotják, akik életüket a sikeres integráció perspektívájából beszélik el. A második típus a vonzóerőknél erősebbnek mondta a magyarországi taszító erők hatását. Olyan fiatal, illetve

1 A célcsoportot 18 éves vagy annál idősebb személyek alkották, akik legalább öt évig éltek Magyarországon, és akik a kutatás idején Németországban éltek, vagy az idejük legalább felét Németországban töltik, és akik magyarul beszélnek (ez a kérdőív nyelve).

2 A külföldiek központi nyilvántartása szerint Németországban a 2017 decemberében tartózkodó (legalább három hónapra lakóhellyel rendelkező) magyar népesség (207 ezer fő) nemi szerkezete férfi túlsúlyt (61 %) mutat, korszerkezete pedig a 20–45 éves korosztály túlsúlyát (Destatis.de). Életkor és a németországi tartózkodás időtartama tekintetében a mi 639 főből álló németországi magyar mintánk nagyon hasonló szerkezetű. Nem úgy a nemi megoszlása: mintánkban a nők erősen túlreprezentáltak (62,8 %).

3 A terepmunka második szakasza még hátravan. Ebben a németországi magyar munkavállalók különböző csoportjait és azok réteg-, illetve szakmaspecifikus tapasztalatait, továbbá a migráció egyéb társadalmi, kulturális és politikai következményeit kívánjuk majd feltérképezni.

4 A minta reprezentativitásának hiánya miatt ezeket az arányokat nem tudjuk arra használni, hogy megbecsüljük a menekültek segítségének mértékét a németországi magyarok körében (a magyarországi segítők arányát egy ezer fős országos reprezentatív mintán lásd Zakariás 2016; németországi lengyelek körében 2016-ban lásd Nowicka et al. 2016; Németországban egy 2017-es országos reprezentatív lakossági mintán: Kiess et al. 2018).

5 A megkérdezettek 83 százaléka válaszolta, hogy a jobb munkalehetőség reményében költözött Németországba, 77 százalékuk Magyarországra reménytelen gazdasági helyzete miatt, 36 százalékuk pedig adósságrendezés vagy egy nagyobb beruházás reményében.

középkorú személyekről van szó, akik szakmai pályafutásukat Magyarországon kezdték, többségükben a médiában, a kulturális iparban vagy a szociális ágazatban. Kivándorlásukat annak következményeként fogják föl, hogy elveszítették munkájukat vagy a hitüket abban, hogy a munkájuknak – az értelmezésükben rossz irányt vett közalapok miatt – Magyarországon értelme volna. Kivándorlásuknak elsősorban politikai motivációt tulajdonítanak. A harmadik típusba a 25 és 35 év közötti fiatalok tartoznak, akik jó német nyelvtudással, sok esetben német szakos diplomával rendelkeznek, és a német munkaerőpiac bizonyos szegmenseinek szívó hatására költöztek. Többnyire az oktatással kapcsolatos piaci vagy állami intézményekben kaptak állást, amelyek bérezése alacsonyabb a német közoktatásban kínált béreknél, ezért nem vonzó a németeknek, de jóval magasabb a magyarországi tanári béreknél, ezért vonzó a szakirányú végzettséggel és német nyelvtudással rendelkező magyaroknak.

A legrégebben Németországba érkezett interjúalanyaink jól beilleszkedtek, de sokat beszélnek arról, hogy ez nehéz és hosszú folyamat volt. Az utóbbi években bevándoroltak a helyi társadalomban, különösen a nagyvárosok multikulturális kerületeiben érzik otthon magukat, azon túli kapcsolódásaik gyengébbek, és leginkább ahhoz a közvetítői közeget kapcsolódnak, amely a menekültellátás körül szerveződik. A különbség nagyobb részt a bevándorlás óta eltelt idő nagyságával függ össze. A hasonlóságok ennél fontosabbak, az élettörténetek közös elemét az interkulturális vagy multikulturális tapasztalatok jelentik, amelyek vagy a korai szocializáció során, vagy a felsőfokú tanulmányok, illetve a munkához kapcsolódó transznacionális mobilitás révén íródtak bele interjúalanyaink világképébe. Ezekhez az élményekhez, továbbá a migrációs helyzetből adódó nehézségekkel való megküzdés tapasztalataihoz kapcsolódnak a menekültekkel kapcsolatos tapasztalatok, amelyekről a tanulmány következő részében fogunk írni.

2.2. Médiafogyasztás és véleménykifejezés: a vizsgált regressziós modellek

A médiafogyasztásnak mint a menekültkérdéssel kapcsolatos tájékozódás forrásának két formáját vizsgáltuk. A hagyományos média fogyasztását, illetve annak a nyelvét egy ötértékű változóval mértük.⁶ A hagyományos médiafogyasztás mellett a közösségi médiahasználatot is mértük, rákérdezve a magyar nyelvű és a német nyelvű közösségi médiára mint a tájékozódás forrására.⁷

A menekültkérdéssel kapcsolatos vélemények kifejezését is vizsgáltuk, külön figyelmet fordítva a civil szerveződésben való részvételre, a menekültekkel kapcsolatos kollektív cselekvésre, valamint a közösségi médiára.⁸ Az első két változót az alacsony esetszámok miatt összevontuk, létrehozva egy véleménykifejezés civil keretek közt bináris változót (A válaszok gyakoriságát a teljes mintában lásd a melléklet 3. táblázatában).

A menekültek segítségével kapcsolatban két fontos bináris változó volt: a fent már említett németországi jótékonykodás, illetve a menekülteket segítő fizetett munka tapasztalata. Ezen túlmenően a menekülteket segítő jótékonykodással kapcsolatos attitűdöket a jótékonykodásban részt nem vevők körében is vizsgáltuk egy olyan kérdéssel, amely a jótékonykodásból való kimaradás négyféle indokát tartalmazta: a jótékonykodással való egyetértés és a menekülteket segítő jótékonykodás elutasítása mellett az egyéni felelősségek hárítása és a téma iránti közömbösség közül kellett a válaszadónak a hozzá legközelebb álló álláspontot kiválasztania (lásd a melléklet 1. táblázatát).

A médiafogyasztás és a szolidaritással kapcsolatos állásfoglalás kapcsolatát bináris logisztikus regresszióval vizsgáltuk. E többváltozós statisztikai módszer alkalmas arra, hogy egyes háttértényezők hatását a többi modellbe vont háttérváltozó hatásától elkülönítve, azok hatását kiszűrve vizsgálja. Az első három modell azt vizsgálta, hogy a tájékozódás különféle formáitól, valamint a tájékozódás nyelvétől miként függ a németországi menekülteket segítő jótékonykodás (M1), a németországi menekültellátásban való fizetett munka (M2), valamint

6 Milyen típusú médiát fogyaszt (nyomtatott és internetes újságok, tévé, rádió)? Válaszkategóriák: Főként magyar nyelvű médiát; Főként német nyelvű médiát; A magyar és a német nyelvű médiát is figyelem; Számos nyelven figyelem a médiát; Nem követem a médiát.

7 A két darab bináris változót egy négyértékű változóba vontuk össze.

8 38. Szokta-e a menekültekről alkotott véleményét elmondani másoknak? Válassza ki az összeset, amely érvényes. Válaszlehetőségek: egyesületben, civil szervezetben, vallási közösségben / közösségi médiában (pl. Facebook), internetes fórumokban / blogokban/tüntetésen, petícióban. (Megjegyzés: a személyes kapcsolatokra és a hagyományos médiára is rákérdeztünk, de az alacsony szórással miatt ezeket kihagytuk az elemzésből.)

a menekültekre irányuló jótékonykodást támogató attitűd (M3). A médiafogyasztás hatását úgy vizsgáltuk, hogy kiszűrtük belőle az alapvető szociodemográfiai háttérváltozókat (nem, korcsoport, iskolázottság, migráció időszaka). Kiszűrtük továbbá a németországi társadalmi tőke és a magyarországi társadalmi tőke hatását, hogy a közösségimédia-használat változó lehetőleg minél inkább az információátadás komponensét mérje, és kevésbé a különféle transznacionális társas kapcsolatokat, személyes kötődéseket és azok sűrűségét. Modelljeinkbe továbbá a magyarországi pártpreferenciákat is bevontuk mint a menekültek iránti szolidaritási formák vélhetően egyik legmeghatározóbb háttérváltozóját.

A második három modell a menekültekkel kapcsolatos véleménykifejezés különféle formáira irányult. Vizsgáltuk a menekültekkel kapcsolatos vélemény kifejezését a közösségi médiában (M4), civil szervezetben vagy tüntetésen, petícióban (M5), valamint vizsgáltuk a vélemények kifejezését ambivalens társas helyzetekben, ellenvélemények megjelenése mellett, vagyis a viták felvállalását (M6). A demográfiai alapváltozók (nem, korcsoport, iskolázottság, migráció ideje) mellett mindhárom modellbe bevontuk a magyarországi pártpolitikai preferenciákat, a kibocsátó és a befogadó társadalomban felhalmozott társadalmi tőke hatását, valamint az egyén németországi életére vonatkozó strukturális tényezőkkel kapcsolatos elégedettségét.

3. A szolidaritás társadalmi háttértényezői

A vizsgált három modell eredményeit az 1. táblázat (a szignifikáns háttértényezőket) valamint a melléklet 4. táblázata tartalmazza (az összes háttértényezőt, vagyis a teljes modellt).

1. táblázat

A menekültek iránti szolidaritás háttértényezői: M1, M2, M3 bináris logisztikus regressziós modellek (regressziós együttható, standard hiba és esélyhányados), csak a szignifikáns együtthatók feltüntetve * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

	M1: Filantrópia Németországban				M2: Alkalmazott a menekültsegítésben Németországban				M3: Segített vagy segített volna a menekülteknek			
	B	S.E.	EH		B	S.E.	EH		B	S.E.	EH	
Nem (ref: férfi)					0.78	0.39	2.18	*				
Korcsoport (ref: 55+)												
18-34	-1.82	0.44	0.16	**					-1.71	0.43	0.18	**
Iskolázottság (ref: főiskola, egyetem)												
Általános, középisk, szakiskola	-0.78	0.27	0.46	**	-1.2	0.44	0.3	**				
Migráció időszaka (ref: 2010 vagy előtt)												
2015 - 2017	-0.83	0.4	0.44	*								
Pártpreferenciák Magyarországon (ref: Fidesz)												
Baloldali ellenzék	1.65	0.48	5.21	**					1.87	0.4	6.48	**
Egyéb									1.26	0.54	3.53	*
Nem tudja	1.05	0.5	2.85	*					1.12	0.4	3.07	**
Nem szavazna	1.11	0.49	3.05	*					0.8	0.39	2.23	*
Társadalmi tőke Németországban	0.59	0.13	1.81	**	0.47	0.18	1.6	**	0.51	0.12	1.66	**
Tájékozódás – Hagyományos média (ref: csak magyar)												
csak német nyelven	1.81	0.53	6.1	**	2.63	1.12	13.81	*	1.29	0.5	3.63	*

A németországi jótékonykodásban való részvétel (M1) esetén azt találtuk, hogy az 55 évnél idősebbekhez képest a 18–34 évesek esélye, valamint a hosszabb ideje, 2011 előtt érkezőkhöz képest a felmérést megelőző két évben érkezők esélye kisebb a jótékonykodásra. Az iskolázottsággal kapcsolatos pozitív kapcsolatot, amelyet a jótékonykodással és az önkénteskedéssel kapcsolatban számos kontextusban kimutattak már, ebben a vizsgálatban is megtaláltuk; a felsőfokú végzettséggel rendelkezőkhöz képest az alacsonyabb végzettségűek esélye a menekülteket segítő jótékonykodásra jelentősen kisebb. A pártpolitikai preferenciák hatását illetően a baloldali ellenzéki válaszadók esélye a jótékonykodásra a kormánypártiak esélyének többszöröse. Míg a jobboldali ellenzéki válaszadók nem különböztek szignifikánsan az utóbbiaktól, a bizonytalanok és a szavazást elutasítók igen: jóval nagyobb volt körükben a jótékonykodás esélye, mint a kormánypárti válaszadók körében. A menekültekkel kapcsolatos jótékonykodási akciókban való részvétel esélyét a Magyarországról származó emberek esetében a németországi kapcsolatok és az elismertség, vagyis az integrációval együtt növekedő társadalmi tőke jelentékenyen növeli.⁹

Az általunk készített interjúk segítettek közelebbről is megismerni ezt az összefüggést. Főként középkorú és annál idősebb, a német társadalomban beilleszkedett, nem egy esetben német házastárssal élő, munkahelyen és informális kapcsolatok terén magukat el- és befogadottnak érző nők és férfiak beszéltek szívesen arról, hogy a 2015-ös válsághelyzetben milyen humanitárius akciókban vettek részt. Motivációik között elsősorban morális érvek szerepeltek: anyagi helyzetüket, lehetőségeiket és világnézetüket (kozmpolita humanitarizmusukat vagy keresztény könyörületességüket) említették. A környezetükben látott mintákat, vagyis a szolidáris cselekedeteket Németországban kísérő társadalmi elismerést is említették. Egy hatvanas éveiben járó üzletasszonnyal egy magyar nyelvű istentiszteleten találkoztunk. Az azt követő interjúban visszautalt az ott hallottakra:

És én úgy gondolom, hogy ha az embernek valamije van – a prédikáció erről szolt –, hogy a talentumokkal hogy sáfárkodunk, és én úgy gondolom, hogyha az embernek talentumai vannak, fordíthatod úgy, ahogy akarod, szóval ha az embernek ez van, akkor ez valamire kötelez. Éppen ezért én úgy gondoltam, és mind a mai napig úgy gondolom, hogy ha látsz egy olyan helyzetet, ahol te tehetsz valamit, akkor ezt tedd meg. Ha fordul hozzád olyan, akinek segítségre van szüksége, és te tudsz rajta segíteni, akkor azt tedd meg...

Egyesek 2015-ben kezdődött és azóta is fennálló kapcsolatban vannak menekült családokkal vagy személyekkel. A hosszú távú elkötelezettség a támogatásnak vagy gondoskodásnak egy kvázi családi formáját hozza létre.¹⁰ A személyes migrációval vagy meneküléssel kapcsolatos élmények, akár csak a kapcsolat személyes jellege (szülői vagy nemi szerepek, például női vagy szülői gondoskodás) itt kerülnek az elbeszélés előterébe.

A fentebb már idézett asszony arról is beszélt, hogy egy szír férfival, majd annak családjával létrejött, rendszeres látogatásokból álló és az ügyintézésben, munkakeresésben nyújtott segítségben megnyilvánuló viszony nem rendkívüli az életükben. Korábban lengyel és erdélyi menekülteknek segítettek hasonlóképpen. Interjúalanyaink között voltak olyanok, akik nem egyedül jótékonykodtak, hanem mások által létrehozott segítőkcsoporthoz csatlakoztak. Egyik interjúalanyunk ezt professzionális szinten teszi: egy menekülteket segítő és kulturális közvetítő feladatokat ellátó egyesületet működtet, az utóbbi években ötven alkalmazottal, akiknek nagy része – az egyesület vezetőjéhez hasonlóan – maga is menekültként érkezett Németországba.

A menekülteknek végzett önkéntes munka okai között a médiahatást vizsgálva azt találtuk, hogy a csak németországi médiát (tévét, rádiót, újságokat) fogyasztók esélye a jótékonykodásra többszöröse a csak magyarországi médiát fogyasztókénak, függetlenül a demográfiai háttérváltozóktól, a pártpolitikai preferenciáktól, a németországi és a magyarországi társadalmi tőke nagyságától. Noha az időbeli változást nem követő, szinkron adatfelvétel oksági kapcsolatokat csak közvetve tesz hozzáférhetővé, ez az eredmény arra utal, hogy a német médiával való

9 A megkérdezetteket arra kértük, hogy értékeljék a németországi kapcsolataik erősségét arra a kérdésre válaszolva, kiknek a segítségére számíthatnak, ha nehézségük támad (válaszlehetőségek: német barátok és ismerősök, német hatóságok, német civil szervezetek és bevándorló barátok), és hasonlóképpen magyarországi kapcsolataik erősségére is rákérdeztünk. Mindkét választ egyetlen komponenssé aggregáltuk.

10 A német nyelv ennek a viszonynak a megnevezésére használja a *Patenschaft* fogalmát.

kapcsolat a Németországban élő magyaroknál a menekültekkel kapcsolatos jótékony cselekvést növeli, függetlenül attól, hogy milyen médiát fogyasztanak, és milyen politikai preferenciákkal rendelkeznek. A magyar média ugyanakkor pont ellentétes hatást vált ki.

Ezt az összefüggést nem találtuk meg a közösségi médiából való tájékozódás esetében. Sőt, azt találtuk, hogy a csak magyar nyelven tájékozódó válaszadóktól nem különböztek a csak németül, mindkét nyelven, vagy egyik nyelven sem tájékozó válaszadók.

A média hatásáról interjúalanyaink maguk is hasonlóképpen vélekedtek. A Németországban élő magyarok és közöttük különösen a menekültekkel szolidárisak szemléletét abból vezették le, hogy nincsenek kiszolgáltatva a magyarországi, egyoldalú és ellenségre fókuszált médiának. Gondolkodásukra sokkal inkább a német média és közbeszéd van hatással. A német sajtó – akárcsak a német politikát – magasabbra értékeli, amit egyrészt a vélemények pluralizmusával, másrészt a domináns diskurzusok erkölcsi értékével magyaráztak. Egyikük így fogalmazott:

Tehát én úgy gondolom, hogy Magyarországon nem jutnak el ezek a hírek az emberekhez. Szóval itt napilapot járatunk, a politikai műsorokat, ha az emberek nézik, vagy olvassák... Egy érdekes dolog, bocsánat ezt nagyon szeretem elmondani, ha valaki kezdi az idegengyűlölettel, egy nagyon érdekes dokumentumfilm volt egyszer a tévében egy kis brandenburgi faluról, ahol fog épülni egy ilyen Heim a menekülteknek, és iszonyat, hogy mi történt, hogy mindenki, nem, nem, nem, mégis megtörtént, odarakták a menekülteket. Egy év múlva visszamentek a forgatók, és egyszerűen, tényleg libabőrös lettem, amikor beszéltek arról, hogy hogy befogadták őket és hogy segítik őket, és azok, akik ellene voltak, miután megismerték ezeket az embereket, meg a sorsokat, hogy hogy megváltozott a véleményük. Tehát ezért mondom azt, hogy Magyarországon nagy szájjal puffognak a menekültek ellen, hát egyet nem ismernek.

A németországi magyarok közösségi médiafelületein végzett megfigyeléseink azt mutatták, hogy azok nemcsak nyelvükben, de – ami a migráció megítélését illeti – szemléletükben is a Magyarországon domináns diskurzusokhoz állnak közelebb, mint a németországihoz. A kutatás kérdőívének elhelyezését követően több olyan komment született ezeken a közösségi oldalakon, amelyek nagy része vitatta a migrációkutatás jogosultságát, és sérelmezte az azonos „migráns” kategória használatát a németországi magyarokra és az Európán kívülről érkezőkre. Az elutasítás a magyarországi közmédia és kormányzati politika szekuritizációs diskurzusának toposzait használta. Hasonló megállapítást fogalmaztak meg az ebben a közösségimédia-térben élő interjúalanyaink is, utalva a németországi magyarok megosztottságára a menekültekhez való viszony terén, valamint a közösségi média szerepére a véleménybuborékok kialakulásában:

Hát valahol a kettő között, tehát biztos, hogy találkoznak olyanokkal, akik toleránsabbak, és biztos hogy látnak olyan újságcímeket, képeket az interneten, amik arra próbálnak buzdítani, hogy segíts, működjél együtt és érezz együtt, de egyrészt a nyelvtudás nem valószínű, hogy megvan, másrészt ha az meg is van, a Facebook, amin ők leginkább tájékozódnak, ugye ingyenes kvázi, maga a Facebook is olyan tartalmakat dob föl, amit egyébként is keresel, vagy amit egyéni szinten is fogyasztasz jó eséllyel. Mondjuk vegyük azt, hogy van egy új bevándorló magyar család, nekik szükségük van valakire, aki segít ügyeket intézni... Ez előtt három évvel fordultak hozzám, segíts, segítettem, de onnantól kezdve, hogy látják, hogy én ilyen „migránsimogató” vagy mit tudom én milyen vagyok, most épp hogy fogalmaznak, csúnya szavakat fogok mondani, idézek: „mingránssz*pó”, tehát vannak mindenféle változatos kifejezések, amiket megkaptam, akkor inkább ahhoz a magyarhoz fognak inkább fordulni, aki harminc éve itt él, és az NDK-ban volt annak idején vendégmunkás, és itt maradt, és aztán feleségül vett egy német nőt, és adott esetben futballhuligán és neonáci, tehát hogy ő az, aki hasonlít, és közben meg tudja adni azt a segítséget, amire neki szüksége van. És persze eltúloztam, sok ember van persze a két véglet között, de az ő szempontjából én vagyok szélsőséges, az én szempontomból meg a másik.

Mindeddig a menekülteknek önkéntesen segítők, a németországi jótékonyági akciókban részt vevők vagy maguk is ilyeneket szervezők tapasztalatairól beszéltünk. A továbbiakban a fizetett munka formájában történő szolidáris cselekvést vesszük górcső alá. Vizsgálatunkban azt találtuk, hogy a menekülteket segítő ellátórendszerben szerzett munkatapasztalat a válaszadó nemével, az iskolázottsággal, a németországi társadalmi tőkével, valamint a hagyományos médiafogyasztás nyelvével mutat összefüggést (M2). A nők esélye jelentősen nagyobb a fizetett munka formájában végzett szolidáris cselekvésre, mint a férfiaké. Ez valószínűleg azt tükrözi, hogy – általában a szociális és a pedagógiai szakmákhoz hasonlóan – a németországi menekültellátáson belül is jellemző e szakmák női felülreprezentáltsága. A menekülteket segítő munkavállalás összefügg az iskolai végzettséggel – nem meglepő módon, hiszen e pozíciók többsége megköveteli a felsőfokú végzettséget. A háttértényezők közül a németországi társadalmi tőke is kapcsolatban állt a menekültellátásban való munkavállalással, szignifikánsan növelve a németországi menekültsegítő munka esélyét.

Interjúink alapján azt tudjuk mondani, hogy két területen gyakori a Magyarországról származó munkavállalók jelenléte. Az egyiket a menekülteknek szervezett nyelvi programok, nyelviskolák jelentik, amelyek alkalmazottai többnyire frissen végzett német szakos tanárok vagy jó német nyelvtudással rendelkező egyéb diplomások. A másikat a menekültszállók és az integrációs programok jelentik, amelyek magyar alkalmazottai többnyire szociális területen végeztek felsőfokú tanulmányokat, de korábban más területeken dolgoztak Németországban. Interjúalanyaink szakmai és karrierszemponatok mellett humanitárius motivációkkal is rendelkeznek, úgy érzik, új munkakörükben hasznos és elismert munkát végeznek. Egyikük így beszélt a haszontalan (de jól fizetett) és hasznos (de rosszabbul fizetett) munka közötti váltásról:

Én 2015-ben kezdtem, 2015 előtt is foglalkoztam már menekültekkel Berlinben, családgondozó voltam, Magyarországon úgy mondanák, hogy ilyen gyermekjóléti szolgálatnál, ott voltak menekült ügyfeleink, de én 2015-ben tudatosan váltottam át a menekültes szakmára, mert akkor erre nagyon nagy igény volt. ... Olyan is volt, hogy a főnököm is volt menekült volt, akinek nem volt diplomája, szakmai diplomája, de még érettségije sem, csak ebből a világból jött, és akkor így átlátta.

A médiafogyasztásra közelítve azt látjuk, hogy a mintázat nagyon hasonló a jótékonyág modelljében találtakhoz. A hagyományos média (a tévé, a rádió, a nyomtatott és az online újságok) esetében a csak német nyelvű média fogyasztása többszörösére emeli a csak magyar nyelvű médiafogyasztáshoz képest a menekültsegítő munka esélyét. Ez az összefüggés nem mutatkozott meg a közösségi média használata és nyelve esetében.

A jótékony segítségnyújtásról alkotott vélemény modellje (M3) nagyon hasonló eredményt ad, mint a jótékonykodásban való cselekvő részvétel modellje: a korcsoport, a magyar országos pártpolitikához való viszony és a németországi társadalmi tőke megléte összefügg a jótékonykodás iránti attitűdökkel. A médiahasználat tekintetében pedig a média nyelve a hagyományos média esetében áll kapcsolatban, a közösségi médiánál viszont nem függ össze a menekülteket segítő jótékonykodás iránti attitűdökkel.

4. A szolidaritáshoz való viszony és a véleménykifejezés különböző formái

Korábban azt találtuk, hogy a menekülteket segítő jótékonyág nemcsak önmagában egy segítő gesztus, hanem egy politikai álláspont nyilvános megfogalmazásává, a menekültekhez, illetve a politikai-kormányzati szereplőkhöz való viszony nyilvános kifejezésének eszközévé is válik. Azt is bemutattuk, hogy a segítségnyújtás tapasztalata, illetve imperatívusza miként vezet rá e nyilvános szereplőkről és a politikákról korábban nem gondolkodó embereket közéleti-politikai állásfoglalások megfogalmazására (Feischmidt & Zakariás 2018). Ebben a fejezetben e képet bővítjük: arra teszünk kísérletet, hogy feltérképezzük, válaszadóink a menekültügyről alkotott véleményeiket mennyiben és miként *közvetítik különböző nyilvánosságokban*, és e véleménykifejezés hogyan függ össze különböző társadalmi háttértényezőkkel, különösen a menekültsegítéshez fűződő viszonyal.

A vizsgált három modell pontos eredményeit a 2. táblázat (a szignifikáns háttértényezőket), valamint a melléklet 5. táblázata (az összes háttértényezőt, vagyis a teljes modellt) tartalmazza. A menekültkérdéssel kapcsolatos vélemény kifejezése a közösségi médiában (M4) összefügg az elemzésünk középpontjában álló jótékonykodáshoz való viszony változóval (hogyan miként, azt alább fejtjük ki bővebben), valamint a nem, a korcsoport és a társadalmi tőke változókkal is. A nők esélye a vélemény kifejezésre szignifikánsan alacsonyabb a férfiakénál. Meglepő módon a legidősebb korcsoporthoz képest bármely más korcsoportba tartozó válaszadók esélye is szignifikánsan kisebb arra, hogy a menekültkérdéssel kapcsolatos véleményüket a közösségi médiában közvetítsék, vagyis a legidősebbek a legaktívabb véleményközvetítők a közösségi médiában. A németországi társadalmi tőke pozitív összefüggést mutat a vélemények kifejezésével a közösségi médiában.

A jótékonykodással kapcsolatos álláspont terén azt találtuk, hogy a gyakorlatban segítőtől sem a segítséssel egyetértők, sem a segítséget elutasítók, sem pedig a felelősséget hárítók nem különböznek. Egyedül az indifferensek – akik azt jelölték, hogy nem foglalkoztak a kérdéssel – mutattak alacsonyabb közösségi médiaaktivitást. Ez azt jelenti, hogy a menekülteknek aktívan segítők és a szolidaritást elutasítók hasonló intenzitással vannak jelen a közösségi médiában, vagyis a kétféle vélemény – illetve fogalmazhatunk úgy is, a vélemények két véglete – nagy eséllyel hasonló mértékben jelenik meg a közösségi médiában.

A civil mezőben való részvétel vagy politikai állásfoglalás – a véleménykifejezés civil szervezetben vagy részvétel a témával kapcsolatos tüntetésen, petíció aláírásában (M5) – a nem, a korcsoport, az iskolázottság, a szavazási hajlandóság, a németországi társadalmi tőke változókkal mutatott összefüggést, valamint a jótékonykodáshoz való viszonyulás változóval. A nők esélye a férfiakhoz képest és a 35–55 évesek esélye az idősebbekhez képest szignifikánsan kisebb a véleményalkotásra civil keretek között. A legfeljebb középfokú végzettség szintén kisebb civil véleménykifejezéssel járt együtt, mint a felsőfokú végzettség.

A jótékonykodáshoz való viszony esetében azt találtuk, hogy azoknak, akik részt vettek Németországban menekültek segítő adományozásban vagy önkéntességben, szignifikánsan nagyobb az esélyük civil véleményalkotásra – nem csupán azoknál, akik indifferensek, hanem azoknál is, akik akár felelősséget hárítók, akár elutasítók a jótékonykodással. A jótékonykodók civil véleménykifejezésének esélye szignifikánsan nagyobb továbbá azok körében is, akik – bár maguk nem segítettek – egyetértenek e tevékenységgel, azonosulnak a céljaival. Ezzel az összefüggéssel sikerült rávilágítanunk arra, hogy a szolidaritási cselekvés hatása nem merül ki az arra érdemesnek tekintettek megsegítésében, hanem a véleményformálás tágabb keretei közé is beágyazódik: a civil szervezeteken és a hagyományos politikai akciókon (és nem a közösségi médián) keresztül.

Az álláspontok megosztása egy polarizált nyilvánosságban óhatatlanul vitákhoz vezet, sőt a meggyőzés lehetősége csak a vitákon keresztül valósulhat meg. A vita felvállalása (akár személyes interakciókban, akár a közösségi médiában) (M6) a korcsoport, az iskolázottság, a strukturális tényezőkkel való elégedettség, a magyarországi politikával kapcsolatos álláspont és a jótékonykodással kapcsolatos viszony változókkal mutatott összefüggést. Az alacsonyabb iskolázottság és a strukturális tényezőkkel való nagyobb elégedettség a viták ritkább felvállalásával járt együtt, csakúgy, mint a pártpreferencia bizonytalansága vagy a magyarországi országgyűlési választásokon való részvétel elutasítása.

Az elemzésünk fókuszában álló változó, a jótékonykodáshoz való viszony esetében azt találtuk, hogy a viták felvállalásának esélye a gyakorlatban segítők és az ezzel egyetértők körében a legmagasabb; ennél sokkal alacsonyabb a jótékonykodást elutasítók, valamint az egyéni felelősséget hárítók körében; végül – nem meglepő módon – a téma iránt indifferensek körében a legalacsonyabb. Ezzel az eredménnyel a segítséssel egyetértők körében egy cselekvési formát találtunk. Azok, akik maguk nem jótékonykodtak, de egyetértenek a tevékenységgel, ha segítő tettekkel nem is, de viták formájában mégis cselekszenek: hasonlóképpen, mint a segítők, és sokkal inkább, mint az elutasítók, maguk is alakítják, formálják a közbeszédet.

A segítők és az elutasítók közti különbséget illetően is érdekes ez az eredmény. Tükrözheti a befogadó diskurzus hegemoniáját hétköznapi interakciókban; jelezheti a szándékot, hogy a befogadó diskurzusokat közvetítsék olyan társadalmi terekbe, amelyek a menekültek és a szolidaritást jellemzően elutasítják; vagy jelentheti azt, hogy a segítségnyújtás imperatívusza sokkal mélyebben átélt és reflektáltabb pozíció, mint az elutasítás. E hipotéziseket a felmérés adataival nem tudjuk ellenőrizni, a kvalitatív interjúink, a segítőkkel készült interjúk azonban sokat elárulnak e viták tartalmáról és lefolyásáról.

2. táblázat

A menekültekkel kapcsolatos vélemények kifejezésének háttértényezői: M4, M5, M6 bináris logisztikus regressziós modellek (regressziós együttható, standard hiba és esélyhányados), csak a szignifikáns együtthatók feltüntetve * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

	M4: Vélemény kifejezése közösségi médiában				M5: Vélemény kifejezése civil szervezetben, petícióban, tüntetésen				M6: Vita			
	B	S.E.	EH		B	S.E.	EH		B	S.E.	EH	
Nem (ref: férfi)	-0.53	0.25	0.59	*	-0.66	0.32	0.52	*				
Korcsoport (ref: 55+)												
Adathiány	-1.19	0.48	0.3	*								
18-34	-1.56	0.47	0.21	**								
35-44	-1.27	0.44	0.28	**	-1.28	0.53	0.28	*	-1.08	0.46	0.34	*
45-54	-1.24	0.47	0.29	**	-1.24	0.56	0.29	*				
Iskolázottság (ref: főiskola, egyetem)												
Általános, középisk, szakiskola					-0.81	0.37	0.44	*	-0.47	0.24	0.62	*
Strukturális helyzettel való elégedettség									-0.23	0.11	0.8	*
Pártpreferenciák Magyarországon (ref: Fidesz)												
Nem tudja									-0.85	0.38	0.43	*
Nem szavazna	-0.56	0.46	0.57		-1.38	0.59	0.25	*	-0.84	0.37	0.43	*
Társadalmi tőke Németországban	0.27	0.14	1.3	*	0.45	0.17	1.57	**				
Filantropia (ref: segített)												
Segített volna, ha tud					-2.11	0.58	0.12	**				
Elutasítja a segítséget					-1.2	0.53	0.3	*	-0.73	0.35	0.48	*
Nem az egyének feladata					-1.16	0.46	0.31	*	-0.64	0.3	0.53	*
Nem foglalkozott	-1.36	0.5	0.26	**	-1.37	0.52	0.25	**	-1.66	0.33	0.19	**

Gyakran családtagok, rokonok, barátok között alakulnak ki, és hatással vannak a személyes kapcsolatokra. A viták-ról szóló beszámolóknak további közös elemük a menekültet soha nem látott pozíciója és a megszólalás hitelességét a menekültekkel való rendszeres találkozásból merítő beszélői pozíció, illetve az a dramaturgia, amelyet a kettő közötti feszültség határoz meg:

Amit utálok, tehát hogy így azt érzem otthon, mindig az volt a mondanivaló, hogy két dologhoz mindenki ért Magyarországon, van a foci, a politika, én azt gondolom, hogy a harmadik most a menekültügy. Tehát megtaláltuk azt a harmadikat, amihez mindenki nagyon ért, úgy hogy nulla köze van hozzá, és menekültet se látott életében. Hát gyakorlatilag a nagyanyámmal vitatkozom menekültkérdésről, aki életében egy menekültet se látott, de meg van róla győződve, hogy iszonyatosan veszélyesek és bűnözők és terroristák. Hát nála átment egy az egyben. Szóval mama élnék még szerinted, ha bármelyik közveszélyes, vagy nem tudom mi lenne, és a Volksschulén is egyetlen egy esetünk van, egyetlen tanárnőt próbált meg egyetlen valaki molesztálni az elmúlt 5 évben.

Kevés kontaktom van. És szerintem a távolság miatt itt nem megy annyira az agymosás. De azt látom h otthon mennyire megy. Az édesapám kocsmáros. Naprakész, h hol akartak betörni hazánkba illegális migráncok. A 7. Kerület külső részén. Érted. Soha

nem látott külföldit, effektíve. A Nefelejcs utcában. Na mindegy. De ez mehetne máshogy is. Biztos máshogy is megy. Az édesapám, vettünk neki repülőjegyet, és foglaltunk szállást. És meglátogattam minket anyósommal meg apósommal közösen. Eljöttek ide. Tavaly ősszel. És apukám először volt Nyugat-Európában életében. Ő egy igazi kétkezi munkásember. Azzal a kérdéssel akasztott hasba indulás előtt, h hozzak-e sört. ... Mesélte, h a Sonnenallén, ami a hipszter főutca Neuköllnben, utazott az M41en, és felszállt egy migráncs kinézetű nő, öt gyereke volt, és nyomogatta a mobilját. És mondta, hogy milyen normálisan nézett ki. Mondom, vannak még csodák, apukám. [Nevet.]

A történetek kimenete nem mindig ilyen pozitív, illetve könnyed. A beszámolók gyakran szólnak arról, hogy a „menekültkérdésben” megnyilvánuló véleménykülönbség vezetett személyes kapcsolatok megromlásához, sőt bizonyos esetekben megszűnéséhez. Kvalitatív adataink tehát a regressziós elemzés eredményeit árnyalják: bemutatják, hogy eltérő vélemények konfrontációja esetén kerülnek előtérbe a szolidaritási cselekvések tapasztalatai, vagyis a meggyőzési potenciáljuk vélhetően igen magas. A személyes példák egyeseket meggyőznek vagy legalábbis elgondolkodtatnak, más esetekben a személyes példákban látott elkötelezettség az elkerülő stratégiát lehetetlenné teszi:

Remélem, hogy meg fog változni. Kell egy pár év. A háború után biztos, hogy itt se volt úgy. Ez az iszlámfélelem ez valami borzasztó. Nem tudom, én csak láttam egy pár ilyen óriásplakátot. Én őszintén szólva bevallom neked, én nem is nagyon megyek haza. Van egy pár barátom, aki már nem barátom. Amikor megtudtam, hogy menekültekkel foglalkozom, akkor lekerültem a... azt vettem észre, hogy például akartam írni a Facebook-Messengeren valakinek, és már nem volt a barátaim között. És akkor néztem, hogy akkor írok neki Skype-on.

6. Összegzés

Korábbi munkánkban, a 2015 nyarán Magyarországon létrejött menekülteket segítő civil humanitárius kezdeményezéseket elemezve azt vizsgáltuk, hogy a segítség gyakorlata és a menekültekről, a menekültek segítéséről vagy elutasításáról alkotott elképzelések miként kapcsolódnak össze. Ebben a tanulmányban az egyéni attitűdök és a segítő gyakorlatok viszonyának kutatását a kommunikáció–információfogyasztás és információ-termelés kontextusával bővítettük (a németországi magyarok körében): arra fókuszáltunk, hogy az informálódás módja és csatornái miként hatnak a segítségnyújtásra, illetve arra, hogy a segítségnyújtásban való részvétel, valamint az arra vonatkozó attitűdök miként hatnak a vélemények megosztására, annak különböző módjaira az egyének szűkebb-tágabb társas környezetében.

A Németországban élő vagy dolgozó magyarok körében egyrészt megvizsgáltuk a jótékony segítségnyújtásról alkotott – támogató vagy elutasító – véleményeket, a menekülteket segítő gyakorlatokat, a jótékonykodásban való részvételt, illetve a fizetett munkaként végzett segítséget. Másrészt célunk volt rámutatni, hogy milyen médiahatások játszanak szerepet a szolidáris attitűd kialakulásában (és elutasításában). Harmadrészt azt vizsgáltuk, hogy a szolidaritás gyakorlataiban megfogalmazódó véleményeket milyen formában fejezik ki a formális vagy informális nyilvánosságban.

Kvantitatív vizsgálatunk azt mutatta, hogy a menekültekkel kapcsolatos jótékonyosság a magasabb korról, a bevándorlás óta eltelt idővel, a németországi kapcsolatokkal és befogadottsággal, a baloldali politikai preferenciákkal, valamint a fogyasztott média nyelvvel mutatott pozitív összefüggést; a fizetett munkaként gyakorolt szolidaritás pedig a válaszadó nemével, az iskolázottsággal, a németországi társadalmi tőkével, valamint azzal, hogy a német vagy a magyar hagyományos médiát fogyasztja-e a válaszadó.

Interjúink segítségével rámutattunk arra, hogy a jótékonyosság gyakorlataiban a magyarországi születésű emberek a német társadalom mintáihoz illeszkednek. Egyesek érvelésében azonban megjelenik egy plusz elem:

az üldözés és a migránsként való küzdelem mint sorsközösség. A szolidaritás fizetett formáiként interjúinkkal kétféle típust azonosítottunk: a német nyelvtudásukat értékesítőket és a szociális területeken dolgozókat.

A médiahatás tekintetében a hagyományos és a közösségi média eltérő szerepét találtuk. A hagyományos média esetében azok, akik csak németül olvastak újságot, néztek tévét vagy hallgattak rádiót, sokkal nagyobb eséllyel vettek részt a segítségben (játékonyságban vagy fizetett munkában) vagy vallották a menekültek segítségének fontosságát, mint azok, akik csak magyarul fogyasztották a médiát. Ilyen jellegű összefüggést ugyanakkor a közösségi média mint tájékozási forrás esetében nem mutattunk ki; a média nyelve nem állt kapcsolatban a segítségnyújtással és az arról alkotott véleményekkel. Ez arra utalhat, hogy a közösségi médiában nem képződik le direkt módon a hagyományos médiát jellemző diskurzusok szerkezete: az „információs buborékok” lehetővé teszik, hogy a hagyományos nyilvánosságban marginális ideológiák és diskurzusok hangsúlyosabban, akár dominánsként jelenhessenek meg.

A véleménykifejezés különféle formáit tekintve azt találtuk, hogy ezek jelentős mértékben függenek a menekültek segítségével kapcsolatos álláspontoktól, ám az összefüggés mintázata nagyon különbözik a közösségi média, a civil cselekvések (civil szervezetben való véleménykifejezés, petíció, tüntetés) vagy a vita esetében (személyesen vagy közösségi médiában). A közösségi médiában a játékonyság, az azzal egyetértők, a segítséget elutasítók és az egyéni felelősséget hárítók nem mutattak szignifikánsan különböző aktivitást; egyedül a téma iránt közömbös válaszadók számoltak be alacsonyabbról. A véleménykifejezés esélye civil keretekben a játékonyság között sokkal nagyobb, mint bármely más csoportban: akár a segítséssel elviekben azonosulók, ám abból a gyakorlatban kimaradók között, akár az elutasítók, a felelősséget hárítók vagy a téma iránt közömbösek között. A személyesen vagy a közösségi médiában felvállalt vita esetében a segítséssel elviekben egyetértők nem különböztek a játékonyságtól. A többi alcsoport azonban igen: az elutasítók, a felelősség-hárítók és a közömbösek körében a vita esélye sokkal alacsonyabb, mint a játékonyság körében. Ez arra utal, hogy a játékonysággal egyetértők között a segítségben való gyakorlati részvétel a szolidáris cselekvéseknek csak az egyik formája – egy másik lehetséges cselekvési forma a vita, az elutasító véleményekkel való konfrontáció, amely a civil cselekvésekben egyébként részt nem vevők között is gyakori.

Irodalom

- Agustin, Óscar G. & Martin Bak Jorgensen (2019): *Solidarity and the Refugee Crisis in Europe*. Palgrave Macmillan.
- Bernáth, Gábor & Vera Messing (2016): *Infiltration of political meaning production: security threat or humanitarian crisis? The coverage of the refugee 'crisis' in the Austrian and Hungarian media in early autumn 2015. Research Report*. CEU, Budapest. <https://www.ceu.edu/sites/default/files/attachment/article/17101/infiltrationofpoliticalmeaningfinalizedweb.pdf>.
- Bernáth Gábor & Messing Vera (2015): Bedarálva. Menekültekkel kapcsolatos kormányzati kampány és a tőle független megszólalás terepei. *Médiakutató*, 16. évf. 4. sz. 7–17. o.
- Cantat, Céline (2016): Rethinking Mobilities: Solidarity and Migrant Struggles Beyond Narratives of Crisis. *Intersections. East European Journal of Society and Politics*, vol. 2, no 4, pp. 11– 32.
- della Porta, Donatella, ed. (2018): *Solidarity Mobilizations in the 'Refugee Crisis' Contentious Moves*. Palgrave Macmillan.
- Eliasoph, Nina (2013): *The Politics of Volunteering*. Cambridge: Polity Press.
- Feischmidt, Margit, Ludger Pries & Céline Cantat (2019): *Refugee Protection and Civil Society in Europe*. Palgrave Macmillan.
- Feischmidt Margit & Zakariás Ildikó (2018): Játékonyság és politika. A menekülteknek nyújtott közvetlen segítség közéleti hatásai. *Politikatudományi Szemle*, 27. évf. 2. sz. 55–83. o.
- Feischmidt Margit & Zakariás Ildikó (é.n.): *Transnational solidarity in a differential migration system. The actions, motivations and the structural position of refugee-solidarian Hungarians in Germany* (kézirat, elbírálás alatt).
- Boswell, Christina & Andrew Geddes (2011): *Migration and Mobility in the European Union*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Genova, Nicholas De, Sandro Mezzadra & John Pickles (2015): New Keywords: Migration and Borders. *Cultural Studies*, vol. 29, no.1, pp 55–87.
- Handy, Femida & Itay Greenspan (2009): Immigrant Volunteering: A Stepping Stone to Integration? *Non-Profit and Volunteer Sector Quarterly*, vol. 38, no. 6, pp. 956–982.
- Holzberg Billy, Kristina Kolbe & Rafal Zaborowski (2018): Figures of Crisis: The Delineation of (Un)Deserving Refugees in the German Media. *Sociology*, vol. 52, no. 3, pp. 534–550.
- Kiess, Johannes, Christian Lahusen & Ulrike Zschache (2018): Solidarity Activism in Germany: What Explains Different Types and Levels of Engagement? In: Christian Lahusen & Maria T. Grasso (eds.): *Solidarity in Europe. Palgrave Studies in European Political Sociology*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Melegh Attila & Sárosi Annamária (2016): Magyarország bekapcsolódása a migrációs folyamatokba: történeti-strukturális megközelítés. *DEMOGRÁFIA*, 58. évf. 4. sz. 221–265. o.
- Melegh Attila, Anna Vancsó, Márton Hunyadi & Dorottya Mendyl (2019): Positional Insecurity and the Hegemony of Radical Nationalism. Migration and Justice in the Hungarian Media. *The International Spectator*, vol. 54, no. 3, pp. 54–71.
- Messing, Vera & Bence Ságvári (2018): *Looking behind the Culture of Fear. Crossnational Analysis of Attitudes towards Migration*. Budapest: Friedrich-Ebert-Stiftung Regional Project „Flight, Migration, Integration in Europe”, [2018]. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/budapest/14181.pdf>.
- Nagy, Zsófia (2016): Repertoires of Contention and New Media: The Case of a Hungarian Anti-billboard Campaign. *Intersections. East European Journal of Society and Politics*, vol. 2, no. 4, pp. 109–133.
- Nowicka, Magdalena, Lukasz Krzyzowski & Dennis Ohm (2017): Transnational solidarity, the refugees and open societies in Europe. *Current Sociology*, vol. 67, no. 3, pp. 383–400.
- Pries, Ludger (2019): Introduction: Civil Society and Volunteering in the So-Called Refugee Crisis of 2015 – Ambiguities and Structural Tensions. In: Margit Feischmidt, Cecile Cantat & Ludger Pries (eds.): *Refugee Protection and Civil Society in Europe*, pp. 1–23. Palgrave Macmillan.
- Rajaram, Prem K. (2016): Whose Migration Crisis? *Intersections. East European Journal of Society and Politics*, vol. 2, no. 4, pp. 5–10.
- Simonovits Bori (2016): Mass-Migration Related Fear in Contemporary Hungary: The Social Basis of Realistic and Symbolic Threats. In: *The Social Aspects of the 2015 Migration Crisis in Hungary*, TÁRKI, www.tarki.hu/hu/news/2016/kitekint/20160330_refugees.pdf.
- Ticktin, Miriam (2011): *Casualties of Care. Immigration and the Politics of Humanitarianism in France*. Berkley, Los Angeles & London: University of California Press.
- Vandervoordt, Robin & Gert Verschraegen (2019): Subversive Humanitarianism and Its Challenges: Notes on the Political Ambiguities of Civil Refugee Support. In: Margit Feischmidt, Cecile Cantat & Ludger Pries (eds.): *Refugee Protection and Civil Society in Europe*, pp. 101–128. Palgrave Macmillan.
- Weng, Suzie S. & Justin S. Lee (2015): Why Do Immigrants and Refugees Give Back to Their Communities and What Can We Learn from Their Civic Engagement? *Voluntas*, vol. 27, no. 2, pp. 509–522.
- Vollmer Bastian & Serhat Karakayali (2018): The Volatility of the Discourse on Refugees in Germany, *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, vol. 16, nos. 1–2, pp. 118–139.
- Wallaschek, Stefan (2019): The Discursive Appeal to Solidarity and Partisan Journalism in Europe’s Migration Crisis. *Social Inclusion*, vol. 7, no. 2, pp. 187–197.
- Zakariás Ildikó (2016): A menekültek civil segítése – Attitűdök és morális érvek, *Regio*, 24. évf. 4. sz. 61–84. o.
- Zakariás Ildikó & Feischmidt Margit (é.n.): ‘We are that in-between nation’ - Discourses of performance of Hungarian migrants working in institutions of refugee accommodation in Germany (kézirat, elbírálás alatt).

Melléklet

1. táblázat

Önkéntes és fizetett munka a menekültek támogatásában – menekült-támogatók alminta

	Válaszadók száma	% (N=639)
Filantropia (adományozás vagy önkéntesség) a menekültek javára Magyarországon vagy Németországban	193	30.2
Filantropia (adományozás vagy önkéntesség) a menekültválság idején vagy utána	174	27.2
Filantropia Németországban	168	26.3
Önkéntesség Németországban	115	18.0
Filantropia Magyarországon	95	14.9
Fizetett munka a menekültek javára Németországban	55	8.6
Fizetett munka a menekültek javára Magyarországon	12	1.9
Jótekonyság iránti attitűd (a jótekonyságban részt nem vevők körében)		% (N=392)
• Segítettem volna, ha lett volna rá lehetőségem	95	24.2
• Azért nem, mert elutasítom a migránsok segítségét	84	21.4
• Azért nem, mert szerintem nem a hétköznapi embereknek, hanem az államnak (egyháznak, segélyszervezeteknek) kell segítenie	115	29.3
• Azért nem, mert nem foglalkoztam ezzel a kérdéssel	98	25.0

2. táblázat

Válaszadók neme, kora, iskolázottsága, érkezésének ideje és foglalkoztatottsága

	%	N
Nem		635
Férfi	37.2	
Nő	62.8	
Életkor-kategóriák		557
18–24	4.8	
25–34	35.5	
35–44	30.3	
45–54	19.9	
55–64	6.5	
65+	2.9	
Iskolai végzettség		546
Max. általános iskola	2.0	
Középiskola, szakiskola	46.9	
Főiskola vagy egyetem	41.2	
Posztgraduális képzés	9.9	
Érkezés időszaka		426
1962–2010	19.2	
2011–2014	45.1	
2015–2017	35.7	
Munkaerőpiaci helyzet		639
Teljes munkaidőben dolgozik	52.0	
Részmunkaidőben vagy alkalmilag	18.2	
Dolgozik, de nem jelölte a kereteket	15.0	
Nem dolgozik	14.9	

*3. táblázat
Tájékozódás forrásai és véleménykifejezés változók*

	%	N
Milyen típusú médiát fogyaszt (nyomtatott és internetes újságok, tévé, rádió)? (N=638)		638
Főként magyar nyelvű médiát	16.0	
Főként német nyelvű médiát	8.2	
A magyar és a német nyelvű médiát is figyelem	44.2	
Számos nyelven figyelem a médiát	24.6	
Nem követem a médiát	7.1	
Milyen forrásokból tájékozódik a menekülthelyzettel kapcsolatban?		639
Közösségi médiából (csak német nyelven)	5.2	
Közösségi médiából (csak magyar nyelven)	18.5	
Közösségi médiából német és magyar nyelven	31.5	
Sem német, sem magyar nyelven nem tájékozódik a közösségi médiából	44.9	
Szokta-e a menekültekről alkotott véleményét elmondani másoknak?		639
Jelölte: közösségi médiában (pl. Facebook), internetes fórumokban	19.7	
Szokta-e a menekültekről alkotott véleményét elmondani másoknak?		639
Jelölte: 1) egyesületben, civil szervezetben, vallási közösségben vagy 2) tüntetésen, petícióban	14.1	
Részt vett a menekültkérdéssel kapcsolatos vitákban a családtagjaival, ismerőseivel, személyesen vagy a közösségi médiában.		633
Jelölte	56.1	

4. táblázat

A menekültek iránti szolidaritás háttértényezői: M1, M2, M3 bináris logisztikus regressziós modellek (regressziós együttható, standard hiba és esélyhányados)

	M1: Filantrópia Németországban				M2: Alkalmazott a menekültsegítésben Németországban				M3: Segített vagy segített volna a menekülteknek			
	B	S.E.	EH		B	S.E.	EH		B	S.E.	EH	
Nem (ref: férfi)	0.14	0.25	1.15		0.78	0.39	2.18	*	0.24	0.23	1.27	
Korcsoport (ref: 55+)												
Adathiány	-0.45	0.46	0.64		0.25	0.74	1.28		-0.31	0.48	0.74	
18–34	-1.82	0.44	0.16	**	-0.35	0.69	0.70		-1.71	0.43	0.18	**
35–44	-0.41	0.41	0.66		0.42	0.65	1.52		-0.63	0.43	0.53	
45–54	-0.01	0.43	0.99		-0.03	0.68	0.97		-0.24	0.45	0.79	
Iskolázottság (ref: főiskola, egyetem)												
Adathiány	-0.10	0.34	0.91		-0.39	0.45	0.68		0.07	0.32	1.07	
Általános, középisk, szakiskola	-0.78	0.27	0.46	**	-1.20	0.44	0.30	**	-0.45	0.25	0.64	
Posztgraduális	-0.31	0.39	0.74		-0.42	0.51	0.66		-0.31	0.44	0.73	
Migráció időszaka												
2011–2014	-0.35	0.35	0.71		-0.45	0.48	0.64		-0.09	0.36	0.91	
2015–2017	-0.83	0.40	0.44	*	-1.05	0.60	0.35		0.05	0.39	1.06	
Adathiány	-0.10	0.35	0.90		-0.56	0.48	0.57		-0.13	0.37	0.87	
Pártpreferenciák Magyarországon (ref: Fidesz)												
Baloldali ellenzék	1.65	0.48	5.21	**	-0.30	0.56	0.74		1.87	0.40	6.48	**
Jobboldali ellenzék	-0.01	0.62	0.99		-2.02	1.13	0.13		-0.13	0.46	0.88	
Egyéb	1.19	0.63	3.29		-0.23	0.79	0.79		1.26	0.54	3.53	*
Nem tudja	1.05	0.50	2.85	*	-0.61	0.60	0.54		1.12	0.40	3.07	**
Nem szavazna	1.11	0.49	3.05	*	0.08	0.57	1.08		0.80	0.39	2.23	*
Társadalmi tőke Magyarországon	-0.03	0.12	0.97		0.16	0.16	1.18		0.02	0.11	1.02	
Társadalmi tőke Németországban	0.59	0.13	1.81	**	0.47	0.18	1.60	**	0.51	0.12	1.66	**
Tájékozódás: Hagyományos média (ref: csak magyar)												
Csak német nyelven	1.81	0.53	6.10	**	2.63	1.12	13.81	*	1.29	0.50	3.63	*
Magyar és német nyelven	0.64	0.41	1.89		1.87	1.06	6.50		-0.19	0.32	0.83	
Számos nyelven	0.81	0.43	2.25		1.93	1.08	6.89		0.39	0.36	1.48	
Nem követem	0.30	0.68	1.35		0.98	1.46	2.67		-0.46	0.50	0.63	
Tájékozódás: Közösségi média (ref: csak magyar nyelven)												
Csak német	0.56	0.54	1.75		-0.35	1.30	0.71		-0.54	0.53	0.58	
Magyar és német	0.46	0.36	1.58		1.42	0.79	4.13		0.04	0.32	1.04	
Sem magyar sem német	0.41	0.34	1.51		1.32	0.78	3.74		-0.03	0.29	0.97	
Constant	-2.12	0.81	0.12		-5.48	1.54	0.00		-0.44	0.71	0.64	

5. táblázat

A menekültekkel kapcsolatos vélemények kifejezésének háttértényezői: M4, M5, M6 bináris logisztikus regressziós modellek (regressziós együttható, standard hiba és esélyhányados)

	M4: Vélemény kifejezése közösségi médiában				M5: vélemény kifejezése civil szervezetben, petícióban, tüntetésen				M6: vita			
	B	S.E.	EH		B	S.E.	EH		B	S.E.	EH	
Nem (ref: férfi)	-0.53	0.25	0.59	*	-0.66	0.32	0.52	*	-0.35	0.21	0.70	
Korcsoport (ref: 55+)												
Adathiány	-1.19	0.48	0.30	*	-0.88	0.57	0.41		-0.88	0.50	0.42	
18–34	-1.56	0.47	0.21	**	-0.91	0.55	0.40		-0.71	0.46	0.49	
35–44	-1.27	0.44	0.28	**	-1.28	0.53	0.28	*	-1.08	0.46	0.34	*
45–54	-1.24	0.47	0.29	**	-1.24	0.56	0.29	*	-0.82	0.47	0.44	
Iskolázottság (ref: főiskola, egyetem)												
Adathiány	-0.49	0.40	0.61		-0.88	0.49	0.41		-0.18	0.31	0.83	
Általános, középisk, szakiskola	-0.38	0.29	0.69		-0.81	0.37	0.44	*	-0.47	0.24	0.62	*
Posztgraduális	-0.04	0.47	0.96		-0.36	0.54	0.70		0.36	0.44	1.44	
Migráció ideje (ref: 2010 vagy előtte)												
2011–2014	-0.16	0.40	0.85		-0.73	0.46	0.48		-0.10	0.35	0.90	
2015–2017	-0.19	0.44	0.83		-0.96	0.54	0.38		-0.55	0.37	0.57	
Adathiány	-0.04	0.38	0.96		-0.66	0.43	0.52		-0.08	0.35	0.92	
Strukturális helyzettel való elégedettség	-0.16	0.12	0.85		-0.19	0.16	0.82		-0.23	0.11	0.80	*
Pártpreferenciák Magyarországon (ref: Fidesz)												
Baloldali ellenzék	0.32	0.43	1.38		-0.31	0.50	0.73		-0.08	0.38	0.92	
Jobboldali ellenzék	0.32	0.45	1.38		-0.64	0.62	0.53		-0.03	0.39	0.97	
Egyéb	0.61	0.57	1.85		0.19	0.67	1.21		-0.54	0.51	0.58	
Nem tudja	-0.57	0.48	0.57		-0.67	0.55	0.51		-0.85	0.38	0.43	*
Nem szavazna	-0.56	0.46	0.57		-1.38	0.59	0.25	*	-0.84	0.37	0.43	*
Társadalmi tőke Magyarországon	-0.10	0.12	0.91		0.04	0.15	1.05		-0.11	0.10	0.90	
Társadalmi tőke Németországban	0.27	0.14	1.30	*	0.45	0.17	1.57	**	0.11	0.11	1.11	
Filantropia (ref: segített)												
Segített volna, ha tud	-0.39	0.36	0.68		-2.11	0.58	0.12	**	-0.36	0.31	0.70	
Elutasítja a segítséget	0.06	0.40	1.06		-1.20	0.53	0.30	*	-0.73	0.35	0.48	*
Nem az egyének feladata	-0.52	0.37	0.59		-1.16	0.46	0.31	*	-0.64	0.30	0.53	*
Nem foglalkozott	-1.36	0.50	0.26	**	-1.37	0.52	0.25	**	-1.66	0.33	0.19	**
Constant	1.37	0.70	3.93		2.41	0.84	11.09		3.04	0.69	20.86	

Abstract in English

Media effects and opinion formation among Hungarian living in Germany and solidarising with refugees

The paper analyses the relationship between transnational solidarity and the public. It seeks to explore the relationships between media consumption, refugee solidarity and the expression of related opinion among people exposed to two different national media spaces and themselves trans-nationally mobile. The effect of both legacy and social media has been examined. Refugee solidarity has been operationalised both as practices (either philanthropic aid or paid work helping refugees in Germany) and as attitudes, taking into consideration opinions regarding refugee supporting practices. Based on a quantitative survey and qualitative interviews conducted among Hungarians living in Germany, it finds that, through its capacities of shaping the public, refugee solidarity has implications beyond immediate helping relations.

Keywords: Germany, Hungary, media and publicity, migration, refugees, solidarity

Feischmidt Margit tudományos tanácsadó a Társadalomkutató Központ (korábban MTA TK) Kisebbségkutató Intézetében, egyetemi docens a Pécsi Tudományegyetem Média és Kommunikációtudományi Intézetében, főszerkesztője az *Intersections. East European Journal of Society and Politics* című szakfolyóiratnak.

Zakariás Ildikó tudományos munkatárs a Társadalomkutató Központ (korábban MTA TK) Kisebbségkutató Intézetében. PhD fokozatát a Budapesti Corvinus Egyetemen szerezte szociológiából. Fő kutatási témája a migráció, az etnicitás, a nacionalizmus, a civil társadalom és a jótékonyosság. Disszertációjának átdolgozott változata *Jótevény nemzet. Szolidaritás és hatalom a kisebbségi magyarok segítésében* címmel 2018-ban jelent meg a Kalligram Kiadó Regio Könyvek sorozatában.