

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

Bajomi-Lázár Péter, szerkesztő

ERIC KARSTENS – BARBARA KUZNIK – ROBERT MCNEIL

## Migráció és média Nyugat-Európa uniós tagállamaiban\*

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

\* Az eredeti, angol nyelvű tanulmány „Media practices related to migration and intra-EU mobility in the EU-15 Member States” címmel itt olvasható: [https://www.reminder-project.eu/wp-content/uploads/2018/05/with-cover\\_D11.1.pdf](https://www.reminder-project.eu/wp-content/uploads/2018/05/with-cover_D11.1.pdf) (utolsó letöltés: 2018. IX. 5.) – a szerk.

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

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

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

## 1. Előjáróban

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

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

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

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

---

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

## 1.1. Kutatási módszer

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 1.2. Gyakorlati korlátok

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

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

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

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

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

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

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

## 2. Országleírások

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

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

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

## 2.1. Az EU 15 politikai és médialátképe

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

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

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

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

## 2.2. Az Egyesült Királyság politikai és médialátképe

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

<sup>\*\*\*</sup> A Freedom House éves sajtószabadság-vizsgálataiban az egyes országokat a szabad (1–30 pont), a részben szabad (31–60 pont) és a nem szabad (61–100 pont) kategóriákba sorolja – a szerk.

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

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

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

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

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

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

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

### 2.3. Németország politikai és médialátképe

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

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

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

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

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

### 2.4. Olaszország politikai és médialátképe

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

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

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

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

## 2.5. Spanyolország politikai és médialátképe

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

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

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

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

## 2.6. Svédország politikai és médialátképe

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

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

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

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



### 3. Az Egyesült Királyság médiája

#### 3.1. Az újságírók

##### 3.1.2. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

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

Négy másik (két hetilapnál, egy műsorszolgáltatónál és egy online híroldal<sup>3</sup>nál dolgozó) nő ezzel szemben kifejezetten pozitív társadalmi környezetről számolt be.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 3.2. Az információforrások

### 3.2.1. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 3.3. Következtetések

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

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

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

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

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

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

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

A migrációs tudósításokat a következő technikai feltételek is befolyásolják:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 4. A német média

### 4.1. Az újságírók

#### 4.1.1. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### 4.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 4.2. Információforrások

### 4.2.1. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

Egy másik résztvevő a hírmédiával szembeni bizalmatlanságáról beszélt:

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

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

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

#### 4.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### 4.2.3. Következtetések

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 5. Az olasz média

### 5.1. Az újságírók

#### 5.1.1. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 5.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 5.2. Információforrások

### 5.2.1. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

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

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



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

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

### 5.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 5.3. Következtetések

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

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

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

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

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

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

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

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

## 6. A spanyol média

### 6.1. Az újságírók

#### 6.1.1. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Más a megoldáskeresést hangsúlyozta:

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

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

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

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

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

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

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

### 6.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 6.2. Információforrások

### 6.2.1. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

Két résztvevő a köz szolgálatának idealista felfogását képviselte:

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

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

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

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

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

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

### 6.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

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

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

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

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

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



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

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

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

Ennek megfelelően többen feladatuknak érezték a nyilvános vita korrigálását:

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

Ennek érdekében

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

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

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

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

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

### 6.3. Következtetések

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

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

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

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

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

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

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

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

## 7. A svéd média

### 7.1. Az újságírók

#### 7.1.1. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 7.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 5.2. Információforrások

### 7.2.1. Szakmai háttér

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

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

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

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

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

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

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

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

A szélsőjobboldali párt képviselője részletesen beszélt arról, hogy szervezetük

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

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

### 7.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 7.3. Következtetések

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 8.1. Az újságírók

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 8.2. Az információforrások

A célországokban vizsgált viszonylag kisszámú megkérdezett információforrás két csoportba sorolható:

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

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

## Irodalom

- Allen, William L., Scott Blinder & Robert McNeil (2018): Media reporting of migrants and migration. In: *World Migration Report 2018*. Geneva: International Organization for Migration.
- BARB [Broadcasters' Audience Research Board] (2017): <http://www.barb.co.uk/trendspotting/analysis/share-by-channel-2/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Bromley, Michael (2009): Media Landscape United Kingdom. European Journalism Centre, [http://ejc.net/media\\_landscapes/united-kingdom](http://ejc.net/media_landscapes/united-kingdom) (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Brüggemann, Michael (2014): Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames. *Communication Theory*, vol. 24, no. 1, pp. 61–82.
- CJEU (2017): Court of Justice of the European Union, Press Release No 121/17 (10 November 2016), related to case C-449/14 P: The Court confirms that the financing of the Spanish public television system (RTVE) is compatible with the rules of the EU regarding State aid.
- Colombo, Monica (2017): The Representation of the "European Refugee Crisis" in Italy: Domopolitics, Securitization, and Humanitarian Communication in Political and Media Discourses. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, vol. 16, nos. 1–2, pp. 161–178.
- Crawley, Heaven, Franck Duvell, Nando Sigona, Simon McMahon & Katharine Jones (2016): Unpacking a rapidly changing scenario: migration flows, routes and trajectories across the Mediterranean. *Unravelling the Mediterranean Migration Crisis. Research Brief No. 1*, <http://www.medmig.info/wp-content/uploads/2016/03/MEDMIG-Briefing-01-March-2016-FINAL-1.pdf> (utolsó letöltés: 2018. VII. 24.).
- Crawley, Heaven, Simon McMahon & Katherine Jones (2016): *Victims and Villains: Migrant Voices in the British Media*. Coventry: Centre for Trust, Peace and Social Relations, Coventry University.
- Cummings, Dominic (2017): How the Brexit referendum was won. *The Spectator*, January 9 2017 <https://blogs.spectator.co.uk/2017/01/dominic-cummings-brexit-referendum-won/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- DCMS (2016): Department for Culture Media and Sport: BBC Charter and Framework Agreement, <https://www.gov.uk/government/publications/bbc-charter-and-framework-agreement> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- DESTATIS (2016): Bevölkerung mit Migrationshintergrund um 8,5% gestiegen, [https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2017/08/PD17\\_261\\_12511.html](https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2017/08/PD17_261_12511.html) (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Die Zeit (2017): Caterina Lobenstein: Am Ende zählen die Jobs. *Die Zeit*, 17 October 2017, <http://www.zeit.de/2017/42/einwanderungsgesetz-fdp-fluechtlinge-deutschland> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- EJC [European Journalism Centre] (2017): Media landscapes, <https://medialandscapes.org> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Esser, Frank & Andrea Umbricht (2013): Competing models of journalism? Political affairs coverage in US, British, German, Swiss, French and Italian newspapers. *Journalism*, vol. 14, no. 8, pp. 989–1007.
- FRA (2016): Incitement in media content and political discourse in EU Member States. *European Union Agency for Fundamental Rights*, [http://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/image/document/2016-47/fra\\_media\\_and\\_incitement\\_paper\\_19752.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-47/fra_media_and_incitement_paper_19752.pdf) (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Freedom House (2017): Freedom in the World 2017, [https://freedomhouse.org/sites/default/files/FH\\_FIW\\_2017\\_Report\\_Final.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/FH_FIW_2017_Report_Final.pdf) (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Frontex (2018): Western Mediterranean Route, <http://frontex.europa.eu/trends-and-routes/western-mediterranean-route/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Galtung, Johan & Mari Holmboe Ruge (1965): The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, vol. 2, no. 1, pp. 64–91.
- Guardian (2017): Spain lacks capacity to handle migration surge, says UN refugee agency, <https://www.theguardian.com/world/2017/aug/17/spain-refugees-migrants-unhcr-warning> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Hallin, Daniel C. & Paolo Mancini (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Hänggeli, Regula (2012): Key factors in frame building: How strategic political actors shape news media coverage. *American Behavioral Scientist*, vol. 56, no. 3, pp. 300–317.
- Infratest Dimap (2017): Glaubwürdigkeit der Medien, <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/glaubwuerdigkeit-der-medien/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).

- Kollanyi, Bence, Lisa-Maria Neudert & Philip N. Howard (2017): *Junk News and Bots during the German Parliamentary Election: What are German Voters Sharing over Twitter?* Oxford University: Comprop Data Memo, September 2017.
- Krzyżanowski, Michał (2017): “We Are a Small Country That Has Done Enormously Lot”: The ‘Refugee Crisis’ and the Hybrid Discourse of Politicizing Immigration in Sweden. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, vol. 16, nos. 1–2, pp. 1–21.
- Lippmann, Walter (1922): *Public Opinion*. New York.
- Mancini, Paolo & Matteo Gerli (2018): Media Landscape Italy. European Journalism Centre, <https://medialandscapes.org/country/italy> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Markova, Eugenia & Sonia McKay (2013): Migrant Workers in Europe’s Media: Recruitment and employment. *Journalism Practice*, vol. 7, no. 3, pp. 282–299.
- Maurer, Peter (2017): In the grip of politics? How political journalists in France and Germany perceive political influence on their work. *Journalism*, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884917707139> (utolsó letöltés: 2018. VII. 24.).
- Media Reform Coalition (2015) Who Owns the UK Media? [http://www.mediareform.org.uk/wp-content/uploads/2015/10/Who\\_owns\\_the\\_UK\\_media-report\\_plus\\_appendix1.pdf](http://www.mediareform.org.uk/wp-content/uploads/2015/10/Who_owns_the_UK_media-report_plus_appendix1.pdf) (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Migration Observatory (2017a): Briefing, EU Migration to and from the UK, <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/resources/briefings/eu-migration-to-and-from-the-uk/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Migration Observatory (2017b): Briefing. Characteristics and outcomes of migrants in the UK labour market, <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/resources/briefings/characteristics-and-outcomes-of-migrants-in-the-uk-labour-market/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Migration Observatory (2017c): Brexodus? Migration and uncertainty after the EU referendum, <http://www.migrationobservatory.ox.ac.uk/resources/commentaries/brexodus-migration-and-uncertainty-after-the-eu-referendum/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Migration Watch (2011) Press release. “Immigration Petition Reaches 100,000 Signatures in Just One Week”, <https://www.migrationwatchuk.org/press-release/300> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Observer (2015): Clear out African Migrants, Lega Nord governor orders in stand-off with Rome. *The Observer*, June 2015 <https://www.theguardian.com/world/2015/jun/13/lega-nord-migrants-rome-stand-off-luca-zaia> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- OFCOM (2017): The OFCOM broadcasting code, [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0005/100103/broadcast-code-april-2017.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0005/100103/broadcast-code-april-2017.pdf) (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- RAJAR [Radio Joint Audience Research] (2017): [http://www.rajar.co.uk/listening/quarterly\\_listening.php](http://www.rajar.co.uk/listening/quarterly_listening.php) (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Reporters Without Borders (2017): Press Freedom Index, <https://rsf.org/en/ranking> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Reuters Institute (2016): UK newspapers’ positions on Brexit, <http://www.ox.ac.uk/news/2016-05-23-uk-newspapers-positions-brexit> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Schudson, Michael (1989): The sociology of news production. *Media, Culture & Society*, vol. 11, no. 3, pp. 263–282.
- Similarweb (2016): Top UK Media Publishers and Publications – Ranked for 2015, <https://www.similarweb.com/blog/index-top-u-k-media-publishers-and-publications-of-2015> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Statista (2017): Umfrage zu den wichtigsten Problemen für Deutschland 2017, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2739/umfrage/ansicht-zu-den-wichtigsten-problemen-deutschlands/> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Stonbely, Sarah (2015): The social and intellectual contexts of the US “Newsroom Studies.” *Journalism Studies*, vol. 16, no. 2, pp. 259–274.
- Thomaß, Barbara & Christine Horz (2019): Media Landscape Germany. European Journalism Centre, <https://medialandscapes.org/country/germany> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Triandafyllidou, Anna (2013): Migrants and the media in the Twenty-First Century: Obstacles and opportunities for the media to reflect diversity and promote integration. *Journalism Practice*, vol. 7, no. 3, pp. 240–247.
- UK Government (2016): Office for National Statistics [ONS], Population of the UK by country of birth and nationality: Annual Population Survey 2017, <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/internationalmigration/bulletins/ukpopulationbycountryofbirthandnationality/2016> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).
- Wadbring, Ingela & Jens Ohlsson (2017): Media Landscape Sweden. European Journalism Centre, <https://medialandscapes.org/country/sweden> (utolsó letöltés: 2018. I. 30.).

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

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

*Kepe Nóra és Bajomi-Lázár Péter fordítása*

## ABSTRACT

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

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

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

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

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

Bajomi-Lázár Péter

# Migráció és média Közép/Kelet-Európa uniós tagállamaiban

Az Európai Unió Horizon 2020 programja által finanszírozott REMINDER projekt<sup>1</sup> részeként készült kutatás újságírók és információforrásaik körében végzett fókuszcsoporthoz és személyes beszélgetések, valamint kérdőíves vizsgálatok segítségével azt igyekezett feltárni, miként tárgyalja a média a mobilitás és a migráció<sup>2</sup> kérdését négy közép/kelet-európai országban, köztük Lengyelországban, Magyarországon, Romániában és Szlovéniában. A kutatás eddig azt mutatta, hogy: 1. A vizsgált régiós országok hasonló történeti gyökerei ellenére a mobilitás és a migráció eltérő módon jelenik meg a médiában. 2. A bevándorlás 2015 óta fontos helyet foglal el ezeknek az országoknak a napirendjén, dacára annak, hogy ténylegesen kevés uniós túlról érkezett bevándorló és menekült marad a régióban. 3. A kivándorlás – ide érve az uniós országokba és az Unió kívüli országokba való költözést is – jellemzően legalább olyan fontos kérdésként jelenik meg, mint a bevándorlás, és komoly gazdasági és demográfiai következményeket von maga után. Bár az itt bemutatott eredmények kvantitatív értelemben nem reprezentatívak, a fókuszcsoporthoz a lehető legtöbbféle szervezetet képviselő újságírók és információforrások vettek részt. Ennek alapján óvatos következtetéseket vonhatunk le az egyes országokat és a régió egészét jellemző trendekről, és beazonosítsunk néhány olyan tényezőt, amely hatást gyakorol a hírgyártásra, és formálja a mobilitással és a migrációval kapcsolatos narratívákat és értelmezési kereteket. E kutatást a REMINDER-projekt kutatói a későbbiekben majd médiatartalom-elemzéssel egészítik ki. A vizsgálat feltáró jellegű, és nem célja, hogy normatív szempontból értékelje a mobilitással és a migrációval kapcsolatos médiadiskurzusokat.

**Kulcsszavak:** fókuszcsoport, migráció, mobilitás, keretezés, pluralizmus, sajtószabadság

## 1. Előjáróban

A REMINDER projekt 11. munkacsoportja azt vizsgálja, hogy a média miként tudósít a mobilitásról és a migrációról az Európai Unió kilenc tagállamában, és hogy milyen tényezők formálják tudósításait. Kutatási eredményeit a médiatartalmakat és a nagyközönség attitűdjeit vizsgáló 8–10. munkacsoportok eredményeivel együtt érdemes értelmezni. Célja az, hogy az újságírás gyakorlata, a média tartalma, a nagyközönség attitűdjei és a szakpolitikai

<sup>1</sup> *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)) „Media practices related to migration and intra-EU mobility in the EU-10 member states” címmel. „Előjáróban” című bevezető fejezete azonos a nyugat-európai kutatási jelentésével. A kutatócsoport levelezési címe: European Journalism Centre, Oranjeplein 106, 6224 KV Maastricht, Hollandia. Itt szeretném köszönetet mondani a kutatás következő résztvevőinek értékes segítségükért: Gasper Andrinek, Lucas Daniéls, Cecília Filep, Zoltán Gayer, John van Havere, Eric Karstens, Barbara Kuznik, Bianca Lemmens, Robert McNeil, Ivan Picart, Manuela Țimbolschi-Preoteasa, Andrei Schwartz, Renata Stefańska, Monika Szulecka, Adam Thomas. Az eredetileg angol nyelven írott dolgozatot saját fordításomban közlöm – B. L. P.

<sup>2</sup> Az angol *mobility* kifejezés egyaránt magában foglalja azt, amikor valaki az Európai Unió 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 Unió 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 konnotációjúvá 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.



döntések közötti kapcsolatokat térképezze fel. A projekt megközelítési módja – az újságírókkal készített interjúk és a médiumaik által közölt tartalom összevetése – azokra a Michael Brüggemann (2014) által javasolt módszertani ajánlásokra támaszkodik, amelyek az újságírók szövegkeretezési gyakorlatainak feltárására szolgálnak.

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

Ez a kutatás arra vállalkozik, hogy betöltse azt a hiányt, amely egyfelől a politikai aktorok értelmezésikeret-építésben játszott szerepére összpontosító (Hanggli 2012) tudományos elemzések (Brüggemann 2014), másfelől az intézményes normáknak, valamint a szerkesztők és a riporterek egyéni torzításainak és a szakmai felelősségről alkotott elképzeléseinek a tudósításokban játszott szerepét (Schudson 1989) fókuszba állító korábbi hírszociológiai munkák (Stonbely 2013) között van. Közelebbről: e munkacsoport azért jött létre, hogy pontosabb képet nyerjen azokról a politikai, gazdasági, intézményi, gyakorlati és technológiai tényezőkről, amelyek a hírgyártást befolyásolják, és amelyek az Európai Unión belüli és a harmadik országból induló mobilitás medianarratíváit és -kereteit formálják.

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

## 1.1. Kutatási módszer

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

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

Interjúalanyaink közt egyaránt voltak olyanok, akik a migrációról tudósítottak – köztük újságírók, publicisták, befolyásos online személyiségek – és olyan kulcsforrások is, akik az újságíróknak szolgáltattak információkat. E források között kormányzati dolgozók és *public relations* szakemberek, nemkormányzati és civil szervezeti aktivisták és szóvivők szerepeltek. Az interjúk többsége (több mint 70 százaléka) a migrációról tudósító újságírókkal készült, kisebbségük (valamivel kevesebb mint 30 százaléka) pedig az információforrásokkal. A terepmunka nagyobb része (58 százaléka) egyéni interjúkból, kisebb része (42 százaléka) fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetésekből állt. Az interjúk és a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetések ugyanazt a félig strukturált kérdéssort követték, noha az újságírók és az információforrások – eltérő szerepük okán – részben különböző kérdéseket kaptak.

Az újságírókkal készült interjúk célja annak az általános világképnek a feltárása volt, amelyet szerkesztőségük követ. Emellett igyekeztek azt a világképet is feltérképezni, amely fogyasztóikat (olvasóikat, nézőiket, követőiket, célmédiumaikat stb.) jellemzi. Az alábbi kérdésekre kerestünk választ:

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

A kérdések másik csoportja a szerkesztőségek és más munkahelyek kultúrájának és gyakorlatának feltárására szolgált. Olyan tényezőket igyekezett megismerni, mint:

- a vezetés stílusa,
- a munkaerő összetétele,
- a határidők nyomása,
- és a munkahely biztonsága és a rá leselkedő lehetséges veszélyek.

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

Az információforrásokkal készült interjúk hasonló kérdésekből álltak, mint az újságírókkal készült interjúk, ám az általuk képviselt szervezetek általános céljait, a médiához való közeledésük módját és specifikus célját is igyekeztek feltárni. Arról is megkérdeztük őket, hogy a média szükségletei miként befolyásolják az általuk összeállított információs anyagokat és sajtóközleményeket, azok milyen hangnemben és tartalommal készülnek, és hogyan időzítik közzétételüket.

Hogy a lehető legtermészetesebb és legnyíltabb válaszokat kapjuk, és hogy egyetlen releváns szereplő se maradjon ki a mintából, a terepmunkát a helyi nyelveken végeztük. Az eredményeket ugyanakkor minden országban angolra fordítottuk, hogy ezt az elemzést el tudjuk készíteni.\* Valamennyi válaszadónak anonimitást biztosítottunk.<sup>3</sup>

## 1.2. Gyakorlati korlátok

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

Érdemes ezért az alább olvasható eredményeket inkább a vizsgált országok médiagyakorlataiba nyert betekintésnek, mintsem pontos összképnek tekinteni, és e betekintést később további vizsgálatokkal bővíteni. A kutatócsoport mindamelllett rendelkezett az ahhoz szükséges kapcsolatokkal és hitelességgel, hogy a vizsgált országokban valamennyi újságíró-, információforrás- és médiatípushoz eljusson.

Fontos azt is figyelembe venni, hogy valamennyi válaszadó tudatában volt annak, hogy megőrizheti anonimitását, és hogy minden olyan információt, amely az egyes beszélők és az általuk elmondottak közötti kapcsolatot nyilvánvalóvá teszi, eltávolítottunk a harmadik fél által is hozzáférhető dokumentumokból. Ez egyben azt is jelenti, hogy egyes észrevételeiket inkább körülírtuk, mintsem szó szerint idéztük.

\* Az e kutatási jelentésben olvasható idézetek alapja tehát az eredeti kutatási jelentésben szereplő angol fordítás – A szerk.

<sup>3</sup> Ezért az idézeteknél csupán kódot használunk. A GEJO01 például egyes számú német újságírót (*German journalist 01*), a GESO01 egyes számú német információforrást (*German source 01*) jelöl, és így tovább – B. L. P.

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

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

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

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

E kutatást erősen befolyásolta a 2015-ös menekültválság, amely számos vizsgált országban a háttérbe szorította a migráció és a mobilitás összes többi kérdését, és így nagymértékben csökkentette például azoknak az eseteknek a számát, amikor a média az Európai Unión belüli mobilitásról tudósított. E szempontból figyelemre méltó kivételt jelentett az Egyesült Királyság.

## 2. Országleírások

A két – nyugat-európai és közép/kelet-európai – kutatási jelentés tehát összesen kilenc európai uniós tagországról szól. A mintában szereplő országokat úgy választottuk ki, hogy földrajzi, gazdasági és kulturális szempontból a lehető legjobban reprezentálják az Uniót. Két csoportra osztottuk őket: az egyikbe a régi, nyugat-európai tagországok (EU 15), a másikba a 2004 óta csatlakozott volt államszocialista tagországok (EU 10) kerültek. A két csoportot azért tárgyaljuk külön, hogy kezelni tudjuk az egyes országok eltérő média- és politikai látképéből fakadó különböző hagyományokat és tapasztalatokat.

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

### 2.1. Az EU 10 politikai és médialátképe

Ez a fejezet előbb a kutatási jelentésben tárgyalt országok politikai helyzetét tekinti át, majd a négy választott ország politikai és médialátképét írja röviden le, hogy vázolja azt a kontextust, amelyben a mobilitás és a migráció kérdése az elmúlt években megjelent.

A magyarországi kutatást Bajomi-Lázár Péter, Gayer Zoltán és Filep Cecília végezte, a lengyelországit Renata Stefańska és Monika Szulecka, a romániai Andrei Schwartz és Manuela Țimbolschi-Preoteasa, a szlovéniai pedig Barbara Kuznik és Gasper Andrinek. A fókuszcsoporthoz beszélgetéseken és az interjúban részt vevőknek anonimitást biztosítottunk. A válaszadók létszámát az 1. táblázat mutatja.

1. táblázat  
A válaszadók létszáma a vizsgált országokban

	Magyarország	Lengyelország	Románia	Szlovénia	Összesen
Újságírók	13	20	13	7	53
Információ-források	5	8	5	6	24
Összesen	18	28	18	13	77

A válaszadók alacsony létszáma és a kutatási módszer miatt e kutatási szakaszban csupán kvalitatív jellegű következtetéseket vonhatunk le. Mivel azonban az egyes országszakértők arra törekedtek, hogy a meghívott újságírók és az információforrások a lehető legpontosabban reprezentálják a helyi sajátosságokat, az összegyűjtött adatok alapján óvatos általánosításokat is megfogalmazhatunk – úgy az egyes országokra, mint a regionális trendekre nézve.

## 2.2. A politikai kontextus

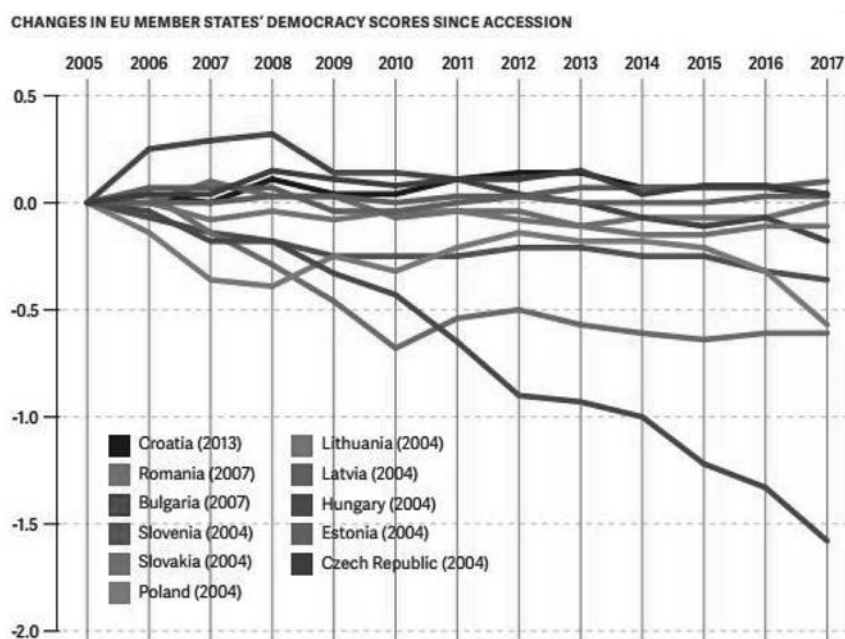
Szemben Nyugat-Európával, amely évtizedek óta célterülete az Európán kívülről érkező migránsoknak és menekülteknek, Közép/Kelet-Európa elsősorban tranzitória volt – és az is csupán az elmúlt néhány évben. Ez ugyanakkor nem jelenti azt, hogy ezekben az országokban a migráció kérdése ne foglalt volna el fontos helyet a politika, a média és a közvélemény napirendjén. Egyes e dolgotban tárgyalt országok – különösen Magyarország és Lengyelország – példája azt mutatja, hogy a migráció fontos kérdéssé válhat migránsok nélkül is, és hogy az Európai Unió kívülről érkező tömeges migráció híján is nagy lehet az idegengyűlölet mértéke (Hunyadi & Molnár 2016).

A migrációról szóló vitát ugyanakkor abban a történelmi kontextusban érdemes értelmezni, amelyet a (gyakran erőszakkal kikényszerített) tömeges népvándorlás jellemez. A régió országainak 19. és 20. századi történelme viharos volt: egymást követő politikai rendszerváltások, területváltozások és idegen – török, osztrák, német és szovjet-orosz – megszállások jellemezték. Ezek nagy része tömeges népmozgást és különböző nemzeti-etnikai kisebbségek megjelenését vonta maga után. Bulgáriában például nagy létszámú török, Romániában magyar, Litvániában orosz kisebbség él, és szinte valamennyi országban nagy számban élnek cigányok és kisebb számban zsidók, e kisebbségek pedig gyakorta az etnikai alapú előítéletek céltáblái. Egyetlen olyan ország van a régióban, amely nemzeti és etnikai szempontból homogén: Lengyelország.

Közép/Kelet-Európa országait nagymértékben érinti az Európán belüli mobilitás vagy – az ő szemszögükből – az emigráció is. Amióta 2004-ben (Csehország, Észtország, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Magyarország, Szlovákia és Szlovénia), 2007-ben (Bulgária és Románia) és 2014-ben (Horvátország) csatlakoztak az Európai Unióhoz, a volt államszocialista országok polgárainak milliói költöztek Nyugat-Európába jobb iskola vagy munka reményében. Körülbelül húszmillió ember hagyta el Közép/Kelet-Európát (vagyis kétszer annyi, mint Magyarország összlakossága, és fele annyi, mint Lengyelországé), arányuk pedig egyes országokban – például Szlovéniában – elérte a tíz százalékot. Különösen a fiatalok és az iskolázottak körében nagy az elvándorlás mértéke, ami az anyaállamokban növekvő munkaerőhiányhoz és korosodó népességhez vezetett (Parikh 2017).

Bár az Európai Unió felvette Közép/Kelet-Európa volt államszocialista országait a tagjai közé, a demokrácia ma is törekény némelyikben, így különösen Magyarországon és Lengyelországban (lásd az 1. ábrát).

1. ábra  
Demokráciaindikátorok, 2008–2017



Forrás: Freedom House Nations in Transit

Az elmúlt száz év gyakori és nemegyszer drámai politikai változásai arra utalnak, hogy a politikai pártok – köztük a kormányon lévők is – Közép/Kelet-Európában kevésbé voltak képesek arra, hogy beágyazódjanak a társadalomba. A magas választói illékonyosság, az alacsony taglétszám, a pártokba vetett közbizalom alacsony mértéke, valamint a pártoknak – a nyugat-európai pártokkal összevetve – gyakori szakadása és összeolvadása ugyancsak arról tanúskodik, hogy nem tudták stabilizálni helyzetüket (Biezen 2000, Lewis 2001, Jungerstam-Mulders 2006). Az elmúlt évtizedekben a hatalmat gyakorló pártok gyakran folyamodtak populista és nacionalista retorikához azért, hogy szavazatokat gyűjtsenek és megszilárdítsák pozíciójukat – ezt mutatja Franjo Tuđman példája Horvátországban, Jarosław Kaczyński Lengyelországban, Orbán Viktor Magyarországban és Vladimir Mečiaré Szlovákiában.

Közép/Kelet-Európában a populizmus és a nacionalizmus gyakran egyet jelent a migráció- és az Európa-ellenes érzelmek felkorbácsolásával, amire a lakosság egy része fogékonyak tűnik (vö. Juhász & Molnár 2016). A politikai elitnek egy része üzeneteit a közvetett vagy közvetlen nyomás alá vont és pártpolitikai célokat szolgáló média, kulturális intézmények, iskolák és templomok révén kommunikálja a választóknak. Mivel e társadalmak többsége ideológiailag erősen polarizált vagy fragmentált, az efféle üzenetek nemegyszer heves ellenállást váltanak ki a lakosság egy részében, ami a közvetítésükre felhasznált intézményeket az ideológiai küzdelem céltáblájává teszi – egyebek mellett a migráció kérdésében is.

A közép/kelet-európai médiát az újságírói eszmények és a gyakorlat közötti nagy távolság jellemzi. Míg a legtöbb újságíró az elvek szintjén elkötelezett a pártatlanság normája iránt, a tulajdonképpeni tudósításokat az ideológiai és a pártpolitikai elkötelezettség jellemzi (bővebben lásd Bajomi-Lázár 2017a). Kevés olyan médium van, amely gazdaságilag és politikailag független volna, ugyanakkor sok olyan, amely politikai erőkhöz kötődik – igaz, többnyire csupán informálisan és kevésbé átlátható módon –, és nem a közérdeket képviseli, hanem partikuláris ügyeket és értelmezési kereteket igyekszik érvényesíteni.

E kutatási jelentés – a helyi szakértők által végzett terepmunkára támaszkodva – azt igyekszik feltárni, hogy az újságírók és az információforrások miként közelítettek a mobilitás és a migráció kérdéséhez négy kiválasztott közép/kelet-európai országban. Az Európai Unió Horizon 2020 programja által finanszírozott REMINDER projekt részeként készült; ennek célja a munkaerő-áramlás hatásainak és azoknak a folyamatoknak a leírása, amelyek ez ügyben a politikai beszédet és a közvéleményt formálják (lásd REMINDER 2017; lásd még az 1. lábjegyzetet).

### 2.2.1. Lengyelország politikai és médialátképe

Lengyelországnak körülbelül 38 millió lakosa van. Közülük mintegy 2,1 millió költözött Nyugat-Európába az uniós csatlakozás óta (The Economist 2017). A régió legtöbb országával szemben itt nem nőtt meg a menedékkérők száma a 2015-ös menekültválság alatt, így az országra inkább az Ukrajnából érkezett vendégmunkások jelenléte gyakorolt hatást. A migránsok és a menekültek alacsony száma ellenére a migráció kérdése meghatározza a közbeszédet. Különösen az integráció – jelesül az iszlámmal kapcsolatos kulturális konfliktusok – kérdése merül gyakran fel. A European Social Survey szerint az idegengyűlölet aránya a lengyelek körében 2015 és 2016 között 18-ról 25 százalékra nőtt (Juhász & Molnár 2016).

Az elmúlt években gyökeresen átalakult Lengyelország politikai és médialátképe. A konzervatív-populista Törvény és Igazság párt 2015-ös választási győzelme után tömeges demonstrációk fogadták a kormány egyes intézkedéseit, így egyebek között a nemkormányzati szervezetek ellen folytatott kampányt, az oktatási intézmények felügyeletének centralizálását és az alkotmánybíróság feletti politikai ellenőrzés intenzívebbé válását. A politikai polarizáció mértéke megnőtt (Freedom House 2016). Az új országgyűlési többség első lépései között új médiatörvényt fogadott el, és így átvette a közszolgálati média feletti közvetlen politikai ellenőrzést (Reporters Without Borders 2017, Glowacki 2017). A Riporterek Határok Nélkül szerint Lengyelország a világ sajtószabadság-listájának 54. helyén állt 2017-ben; ez hét helynyi romlást jelent 2016-hoz képest. A Freedom House ugyancsak leminősítette Lengyelországot, amelyet immár a „részben szabad sajtójú” országok közé sorolt (Freedom House 2017).

Bár Lengyelországot közvetlenül nem érintette a 2015-ös migrációs válság, az Európai Uniónak a menekültek elosztását célzó programja (amelyet a Polgári Platform párt által vezetett korábbi kormány még támogatott) az egyik legvitatottabb kérdéssé vált. A közbeszéd sokat foglalkozott azoknak a bevándorló munkásoknak a lengyel gazdasági életben játszott szerepével is, akiknek többsége Ukrajnából érkezett, és akiknek létszáma becslések szerint eléri a másfél milliót. E bevándorlók – akiknek jelenlétét korábban az ország gazdasági szükségleteivel indokoltak – a közbeszédben egyre inkább a gazdasági biztonságot és a lengyel polgárokat fenyegető veszélyként jelentek meg.

### 2.2.2. Magyarország politikai és médialátképe

Magyarország népessége közel tízmillió fő, ebből becslések szerint mintegy félmillió költözött Nyugat-Európába az ország uniós csatlakozása óta. 2015-ig a migráció kérdése nem volt napirenden. Ekkor azonban közel 180 000 menekült lépett az ország területére; főleg Afganisztánból, Iránból, Pakisztánból és Szíriából indultak útnak. Bár közülük csupán néhány ezren maradtak néhány hétnél tovább Magyarországon, s nagy többségük továbbutazott Nyugat-Európába, a migráció ügye 2015 óta fontos helyet foglal el a politika, a média és a közvélemény napirendjén. A European Social Survey szerint a magyar népesség körében az idegengyűlölet aránya – amelyet az előítéletesség és az úgynevezett „jóléti sovinizmus” aggregált mérőszáma jelez (Derex é.n.) – a következő évre 45-ről 54 százalékra nőtt (Juhász & Molnár 2016).

Amióta a 2010-es országgyűlési és önkormányzati választások győzelmet hoztak a nemzeti konzervatív Fidesznek és kereszténydemokrata pártszövetségeseinek, amelyek a 2014-es országgyűlési választást is megnyerték, a kormány a „korbács és kalács” médiapolitikáját követte (Bajomi-Lázár 2017b), politikailag instrumentálta a közszolgálati média egészét és a kereskedelmi médiumok egy részét – így a köztéri plakátokat is –, ezeket pedig saját üzeneteinek terjesztésére használta (Bajomi-Lázár & Horváth 2013, Freedom House 2017). Vidéken az ellenzéki pártok hangja ezért kevésbé hallható, bár ez alól fontos kivételt jelent számos online hírforrás és az RTL Klub, s a kritikus média általában erősebb Budapesten is (Urbán et al. 2017). Az újságíró-társadalmat ideológiai és politikai törésvonalak szabdadják, a tudósítások pártosak, s a kompromatizsurnalizmus széles körben elterjedt gyakorlattá vált (Sipos 2013). Az elmúlt években a társadalmi polarizáció fragmentációba fordult: Orbán Viktor miniszterelnök és korábbi szövetségese, a médiaoligarcha Simicska Lajos közti konfliktus (Dunai 2017) óta a jobboldali médiumok egy része támogatja, más része bírálja a kormányt.<sup>4</sup>

4 A kutatási jelentést 2018 tavaszán, az április 8-ai választások előtt zártam le, így az azóta bekövetkezett politikai változásokat nem tárgyalom – B. L. P.

A hatalmat gyakorló kormány mindamellett ideológiai hegemóniára tett szert a médiában, valamint az oktatási és a kulturális intézményekben. A Riporterek Határok Nélkül nevű médiaszabadság-figyelő szervezet világranglistáján Magyarország 2010-ben még a 23. helyen, 2017-ben azonban már csak a 71. helyen állt (Reporters Without Borders 2017). A szintén sajtószabadság- és demokráciafigyelő Freedom House ma a „félíg szabad” országok közé sorolja Magyarországot, olyan országok mellett, mint Bulgária, Románia és Szerbia (Freedom House 2017).

A legtöbb volt államszocialista országhoz hasonlóan 2015-ig Magyarország sem találkozott tömeges bevándorlással, s az előítéletek legfontosabb céltábláját a hazai cigány és – kisebb részben – a zsidó közösségek jelentették. Amikor azonban 2015 nyarán bevándorlók ezrei lépték át az ország határát mindössze néhány nap leforgása alatt, majd a budapesti Keleti pályaudvar környékén és a város más részein tumultuózus jelenetekre került sor, a kérdés azonnal a lapok címlapjára és a hírműsorok élére került. A magyar kormány nem nyújtott érdemi humanitárius segítséget a migránsoknak és a menekülteknek, és hátráltatta a segítségükre siető nemkormányzati szervezetek erőfeszítéseit is. Mi több, már 2015 elején költséges migrációellenes „tájékoztató kampányt” indított, amelyet független elemzők „propagandakampánnyként” jellemeztek (Bátorfy 2017, Máriaş et al. 2017). A kampány része volt egy olyan „nemzeti konzultáció” is, amely irányított kérdéseket használt, és így sajátos értelmezési keretű új ügyet tűzött a média napirendjére. A kampány során valamennyi migráns jelölésére – így a menekültekére és a menedékkérőikére is – a „migráns” kifejezést használták, függetlenül az érintettek jogi státusától, származási országától és személyes körülményeitől. A „migráns” szó – amely számos nyelven semleges csengésű – a magyar füleknek idegenül hat. A kampány azt sugallta, hogy számos migráns nem más, mint potenciális terrorista, és azt állította – bizonyítékok nélkül –, hogy a migrációt (s annak részeként az illegális határátlépést) Soros György magyar származású milliárdos-filántróp és az ő alapítványai által finanszírozott civil szervezetek támogatják.

### 2.2.3. Románia politikai és médialátképe

Romániában mintegy 22 millió ember él; a magyar kisebbség körülbelül másfél millió főt tesz ki. Az elmúlt száz évben Románia elsősorban forrásország volt, vagyis a tömeges emigráció jellemezte (Focus Migration 2017). Célországként bosnyák menekültek tömegét fogadta az 1990-es évek elején, az elmúlt években pedig észak-afrikai és közép-keleti menekülteket fogadott be. Az Európai Unióhoz 2007-ben csatlakozott, s ezután román polgárok tömege költözött Nyugat-Európába. Számuk az Eurostat (2017) adatai szerint 1 328 000 volt, így Romániát ma elsősorban forrásországnak tekintik.

A demokrácia – egyebek mellett a kormányzati döntéshozatal átláthatósága és elszámoltathatósága és a civil társadalom felé való nyitottsága – sokat javult az elmúlt években Dacian Cioloş technokrata kormánya alatt. A médiára azonban ma is gyakran nehezedik politikai és gazdasági nyomás, s e kettő nemegyszer oligarchikus tulajdonviszonyok formájában ötvöződik. Az Európai Parlament megbízásából készült tanulmány a politikai erővel összefonódó médiumok arányát 50 százalék fölé becsülte (Bárd & Bayer 2016). A Riporterek Határok Nélkül a globális sajtószabadság-lista 46. helyére helyezte az országot 2017-ben; ez néhány helynyi javulást jelentett a korábbi évekhez képest (Reporters Without Borders 2017). A Freedom House 2017-es sajtószabadság-jelentése szerint a román sajtó „részben szabad”.

Mivel Románia elsősorban forrásország – Lengyelország után Közép/Kelet-Európában innen emigráltak a legtöbben Nyugat-Európába (Eurostat 2017) –, a migrációról szóló viták zöme a román munkavállalókat Nyugat-Európában érő diszkriminációról és az emigráció hazai demográfiai következményeiről szól. Ami a bevándorlást illeti: a lakosság többsége ma ellenzi az Európai Unió által javasolt elosztási kvóta gondolatát, amely szerint Romániának is be kellene fogadnia bevándorlókat. Az INSCOP kutatóintézet (2016) vizsgálata szerint 2016 márciusában a lakosság 84,6 százaléka ellenezte a bevándorlást.

### 2.2.4. Szlovénia politikai és médialátképe

Mindössze kétmillió lakosával a népességet tekintve Szlovénia a legkisebb a vizsgált országok közül. A hivatalos adatok szerint a külföldön élő szlovének száma 250 000 és 400 000 közé tehető (Slovenia 2017).

Politikailag Szlovénia eltér a régiós trendektől: a vizsgált országok közül itt szilárdult meg a legjobban a demokrácia (lásd fentebb az 1. ábrát). A Freedom House *Nations in Transit* (2017) jelentése ugyanakkor azt rögzíti, hogy csökkent

a centrista pártokba vetett bizalom, és nőtt a populista és szélsőséges politikai erők támogatottsága. E fejleményben szerepet játszhattak azok a kaotikus jelenetek, amelyeket a 2015-ös menekültválság hozott magával a „nyugat-balkáni folyosón” fekvő Szlovéniában, és amelyek tömeges migrációellenes demonstrációkat váltottak ki. E megmozdulásokat támogatta az akkor legerősebb ellenzéki párt, a Szlovén Demokrata Párt is.

Ami a médialátképet illeti: a kis piac korlátozza a média sokszínűségét és minőségét, különösen azért, mert az állami szubvenciók és hirdetési keretek elosztása egyenlőtlen, amit elemzők a politikai nyomásgyakorlás eszközeként tekintenek (Milosavljević & Smokvina 2017). A Riporterek Határok Nélkül mindamellett a globális sajtószabadságlista 37. helyére sorolta Szlovéniát, ami a korábbi évekhez képest javulást jelentett (Reporters Without Borders 2017), a Freedom House (2017) pedig a „szabad sajtójú” országok közé sorolta az országot, Közép/Kelet-Európa egyik legjobb pontszámával. A politikai és a médialátkép a jobb-/baloldali-törésvonal mentén polarizált (Milosavljević 2016). A szlovéniai terepmunkát végző kutatócsoport arról számolt be, hogy a kutatás időpontjában ellenzékben lévő politikai szereplők határozottan bírálták a média fősodrat – amelyet sokan baloldali orientációjúnak tartanak –, mert az állítólag torzítva számolt be a migrációs válságról (lásd még Association of Journalists of Slovenia 2016).

Ami a migrációt illeti, Szlovénia egyszerre forrás-, tranzit- és célország. Korábban számos gazdasági menekültet fogadott be az egykori Jugoszlávia államaiból, az 1990-es években pedig ugyanonnan háborús menekülthullámnak adott otthont. 2015 októbere és 2016 januárja között határait mintegy 423 000 olyan menekült lépte át, akiknek többsége Afganisztánból, Irakból és Szíriából indult útnak (International Migration Outlook 2016). A média nagy terjedelemben számolt be a migráció kérdéséről, amely kérdés meglehetősen heves vitákat kavart. A kormány előbb humanitárius segítséget nyújtott a migránsoknak és a menekülteknek, ám később az ország határainak lezárása mellett döntött, és csak azokat engedte át, akik nyilvánvalóan humanitárius segítségre szorultak.

### 2.2.5. Régiós áttekintés

A 2. táblázat a négy vizsgált ország demokráciaindikátorait foglalja össze a 2017-es Freedom House *Nation in Transit*-jelentések alapján.

2. táblázat  
Demokráciaindikátorok 2017-ben  
(a magasabb pontszám kisebb teljesítményt jelent)

	Lengyelország	Magyarország	Románia	Szlovénia
<b>Demokratikus kormányzás</b>	3,25	4,25	3,50	2,25
<b>Civil társadalom</b>	1,75	2,75	3,00	2,00
<b>Független média</b>	3,00	4,25	4,25	2,50
<b>Összesített demokráciaindex</b>	2,57	3,54	3,39	2,04

Forrás: Freedom House *Nations in Transit*

A 2. táblázat azt mutatja, hogy a vizsgált országok közül a médiaszabadság és a demokrácia Szlovéniában szilárdult meg a legjobban, és Magyarországon a legkevésbé (miközben a médiaszabadság ugyanolyan törékeny Romániában is). A legtöbb demokráciaindikátor szempontjából Lengyelország és Románia e két ország között helyezkedik el.



### 3. A lengyel média

A lengyelországi kutatást 2017 augusztusa és novembere között végeztük. Húsz újságíró és nyolc információforrást kérdeztünk meg. Egy – írásban válaszoló – újságíró kivételével valamennyivel személyes interjút készítettünk. Az információforrások közül öt fókuszcsoportos beszélgetésben vett részt, a többiek személyesen interjúvoltunk meg.

#### 3.1. Az újságírók

##### 3.1.1. Szakmai háttér

Az újságírók mintájának összeállítása során a kutatócsoport azzal a nehézséggel szembesült, hogy a jobboldali újságírókkal jellemzően nehezebb volt kapcsolatba lépni, mint a baloldaliakkal, és az előbbieket a kutatásba is nehezebb volt bevonni. Az interjúk baráti légkörben készültek. A résztvevők ugyanakkor fontosnak tartották, hogy biztosítsuk anonimitásukat. Az újságírók mintája reprezentatív volt abban az értelemben, hogy a lengyel médialátkép valamennyi fontos szegmensét képviselte, beleértve a baloldali, a jobboldali és a szélsőjobboldali újságírókat és médiumokat is. Reprezentálta a médiaplatformok sokaságát is, így egyaránt szerepelt benne a nemzeti hírügynökség, különböző napi- és hetilapok, televíziócsatornák, rádióállomások és online hírportálok képviselője is.

A legtöbb megkérdezett úgy gondolta, hogy az újságírás társadalmi presztízse magas Lengyelországban – legalábbis azok körében, akiknek adnak a véleményére. Ugyanakkor néhányan azt is hozzátették, hogy e presztízs az elmúlt években romlott. Megjegyezték azt is, hogy a média és a politika világa ma polarizáltabb, mint korábban. Egyikük így fogalmazott:

„Az egyik csoport nem áll szóba bizonyos újságok, televíziócsatornák és rádióállomások munkatársaival, a másik csoport nem nyilatkozik más újságok, televíziócsatornák és rádióállomások munkatársainak” (PLJO01, hetilap).

Másikuk a romló presztízst a növekvő polarizációhoz kapcsolta:

„A média erősen bevonódott a politikai konfliktusba, talán túlságosan erősen is, és nézetem szerint gyakran állást foglal valamelyik fél mellett. [Az újságírók] egyre gyakrabban viselkednek úgy, mint akik nem is újságírók, hanem PR-szakemberek, politikusok *spin doctorai*, sőt választáskampány-aktivisták. Az újságírói szakma ezért értékelődött le” (PLJO03, minőségi napilap).

Ugyanakkor azonban valamennyi újságíró arról számolt be, hogy a szerkesztőségi légkör baráti és szabad, feletteseik pedig ritkán avatkoznak be a szerkesztőségi tartalomba – ha egyáltalán beavatkoznak. Külső aktorok részéről sem találtak nyomásgyakorlási kísérletekkel. Pontosabban: több újságíró is azt mondta, hogy *más médiumokat* talán érhet nyomás, de a sajátjuk nem ilyen. A katolikus orientációjú médiumok a katolikus egyház és közönségük elvárásait követik, és egy újságíró megemlítette azt is, hogy a hirdető is igyekezik nyomást gyakorolni a szerkesztőségekre.

Ami az állásbiztonságot illeti, ezt a megkérdezett újságírók túlnyomó többsége „nagyon biztosnak”, „biztosnak” vagy „inkább biztosnak” minősítette, és nem tartott munkája elvesztésétől.

Amikor szakmai motivációikról kérdeztük őket, az egyik újságíró a „kíváncsiságot” említette, két másik pedig „az igazság elmondásának” motívumát. További motivációként említették „az emberek okítását”, „a közvélemény és így maga a valóság befolyásolását”, „a világon valaminek a megváltoztatását” és „a hatás gyakorlását”. Egyik interjúalanyunk megemlítette a semlegességre törekvő újságírás hanyatlását és a vélemény-újságírás előretörését is:

„Csak azokra a tényekre hivatkoznak, amelyek megfelelnek nekik, azokat pedig, amelyek nem, nem veszik tudomásul. Gyakori a megbízhatatlan újságírás és a valóság ideológiai vízióknak való alárendelése. Sokat beszélnek az »identitás-újságírásról«. A hetilapoknak egyértelmű politikai irányvonaluk, ideológiai és politikai identitásuk van, és arra összpontosítanak. ... Az újságírók azt írják, amire a közönségüknek szüksége van. Politikusként viselkednek” (PLJO05, hetilap).

Összességében az ügyeket képviselő újságírás gyakoribb szerepfelfogásnak tűnik, mint a semlegességre törekvő újságírás. Az ideológiailag motivált újságírók úgy érezték, munkájuk „küldetés”, „hivatás” vagy „felelősségvállalás”.

Mindamellettt amikor szakmai céljaikról faggattuk őket, számos újságíró mondta azt, hogy célja az embereket „releváns”, „hiteles”, „objektív”, „igaz” és „megbízható” információkkal ellátni, és „mindkét felet megkérdezni”. Ez a nyilvánvaló ellentmondás összhangban áll azzal a régi és közkeletű bölcsességgel, hogy az „objektivitás” nem más, mint az, amit az emberek igaznak hisznek.

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

A migráció kontextusában megvitattott legfontosabb ügyek között szerepelnek Lengyelország munkaerő-piaci szükségletei (mert mintegy másfél millió ukrán munkavállaló dolgozik az országban), a brexit kérdései (mert mintegy egymillió lengyel dolgozik az Egyesült Királyságban), a Nyugat-Európában élő lengyel munkavállalók elleni diszkriminatív intézkedések, a külföldön élő lengyeleket (főként áldozatként) érintő bűnügyek, a bevándorlók által Nyugat-Európában elkövetett terrortámadások, az Európa „iszlamisálódásához” kapcsolódó jelenségek és a migránsokhoz kötődő egyedi kuriózumok. Egyes médiumok – profiljuk függvényében – tárgyalnak olyan külügyeket is, mint Európa migrációs politikája, az emberkereskedelem, valamint az olyan háborús övezetekben történő események, mint Csecsenföld, Ukrajna és Szíria. Ez utóbbiakkal azért foglalkoznak, hogy tágabb értelmezési keretbe helyezték a migráció kérdését.

Az újságírók jellemzően a legkülönbözőbb kifejezéseket használják a migránsok leírására. Ilyen a „gazdasági migráns”, a „klímamigráns”, az „újonnan érkezett”, a „külföldi”, a „menekült”, a „menedékkérő” és az „idegen” (*obcokrajowiec*). Lengyelországban a „migráns” szónak nincs negatív konnotációja. A legtöbb szerkesztőségnek nincsenek kimondott irányelvei a szóválasztásra nézve, és a használatban lévő különböző kifejezések behelyettesíthetőek egymással. Egyes újságírók igyekeznek inkább személyekről, mint homogén csoportokról írni, hogy elkerüljék az általánosításokat és megőrizték semleges és objektív pozíciójukat. A lengyelországi terepmunkát végző kutatócsoport szerint a migránsok leírására használt kifejezések három csoportba sorolhatók:

1. A jobboldali újságírók azt mondják, nincsenek speciális szavaik a migránsok helyzetének leírására.
2. A baloldali újságírók azt mondják, igyekeznek elkerülni az olyan érzelmi töltetű és negatív konnotációjú kifejezéseket, mint a „migrációs hullám” és a „migránsok beözönlése”, mert nem szeretnék, ha a migrációról Lengyelországban folyó vita túlfűtötté válna.
3. A bulvársajtó és -média munkatársai azt mondják, szándékosan írnak emocionális és szenzációs nyelven annak érdekében, hogy felkeltsék közönségük érdeklődését, mert csak az ilyen nyelvezet hat azokra az emberekre, akik egyébként nem olvasnának.

E három típus mellett egy szélsőjobboldali hetilap újságírója azt is elismerte, hogy a migránsokról írva szándékosan használ olyan, politikailag inkorrekt kifejezéseket, mint a *bisurmani* (a muszlimok megnevezésére használt régi, megvető lengyel szó). Ugyanakkor azonban egy másik újságíró ezt mondta:

„Nem ismerjük a nyelvüket, csak azokkal kommunikálunk, akik beszélnek angolul, így felülreprezentáljuk a képzett és kulturált, jó modorú embereket. Csak velük tudunk kommunikálni. Ezért kissé torz képet festünk [a migránsokról]. Van azonban számos olyan migráns is, aki nem beszél angolul, iskolázatlan, szerény ember” (PLJO14, elektronikus médium).

A szóválasztás – legalább részben – múlhat azon is, hogy 1. Észak-Afrikából és a Közép-Keletről, 2. Ukrajnából, Oroszországból vagy Fehéroroszországból érkezőkről, illetve 3. Nyugat-Európában élő lengyelekről van-e szó. Általában különbséget tesznek tehát egyfelől az észak-afrikai és közép-keleti, másfelől az ukrajnai bevándorlók között. A második csoport tagjaiban a „sajátjainkat”, „nem kívánt, fiatalabb testvéreinket” látják (PLJO03, minőségi napilap); az utóbbi kifejezést az oroszokra és a fehéroroszkra is használják. Több újságíró is megjegyezte, hogy a különböző országokból útnak induló migránsokat különböző motivációk hajtják. Ők különbséget tesznek egyfelől az Unión belül a jobb oktatás vagy állás reményében helyet változtatók, másfelől az Európán kívülről, háborús övezetekből érkezett migránsok között. Megjegyezték azt is, hogy a lengyel nagyközönség általában különbözőképpen látja a migránsok különböző – eltérő jogi, társadalmi, vallási, etnikai és kulturális hátterű – csoportjait. Az uniós migránsokról általában kedvező képet alkot, ám ugyanezt már nem lehet elmondani azokról, akik Észak-Afrikából vagy a Közel-Keletről érkeztek.

Az egyes médiumok politikai orientációja – úgy tűnik – hatást gyakorol arra, hogy miként tudósítanak a mobilitásról és a migrációról. A baloldali médiumok és egyes katolikus orgánumok humanitárus nézőpontból tudósítanak a menekültekről, és beszámolnak például arról, hogy milyen körülmények között élnek a menekülttáborokban. A szakosodott médiumok elsősorban a menekültek kapcsán felmerülő jogi és politikai kérdésekről – köztük az Európai Uniónak a bevándorlók elosztását célzó programjáról – írnak. A jobboldali média a muszlim bevándorlást civilizációs, kulturális vagy biztonsági fenyegetésként írja le, a terrorizmus lehetséges veszélyeiről ír, és gyakran tudósít a Nyugat-Európába tartó ellenőrizetlen bevándorlás negatív következményeiről.

Míg a legtöbb megkérdezett újságíró igyekszik gondosan különbséget tenni a migránsok különböző csoportjai között, és szem előtt tartja a migráció humanitárius aspektusát, egyikük arról az „összeesküvés-elméletéről” beszélt, amely (mint látni fogjuk) Magyarországon is elterjedt. Ott ugyanis a kormánypropaganda azt állítja, hogy a „migrációs projekt” mögött az amerikai milliárdos-filantrop Soros György áll, akinek célja Európa destabilizálása. Ez a „Soros-narratíva” megjelenik néhány – elsősorban jobboldali – lengyel médiumban is. Az egyik megkérdezett a migrációs projekt lehetséges kiötlőjeként nevezte meg Sorost, így érvelve:

„Nem hiszem, hogy spontán jelenségről lenne szó. Ez egy projekt, gondosan ki van találva és meg van szervezve. Kihhasználja, hogy Európában sokan a propaganda rabjaivá váltak. ... [Soros] személyes célja persze más kérdés, de ez a művelet bizonyosan destabilizálja Európát” (PLJO07, hetilap).

Egy másik válaszadó szerint a Közép-Keletről érkező migránsok célja az, „hogy Európából a saría-törvényt követő kalifátus váljon, és hogy kiirtsák azokat, akik nem muszlimok” (PLJO20, online hírportál). Egy harmadik újságíró szerint „kulturális összeecsapás” zajlik (PLJO07, hetilap); szerinte a migránsok nem tolerálnak más kultúrákat, és nem tisztelik a befogadó országok törvényeit.

## 3.2. Az információforrások

### 3.2.1. Szakmai háttér

Az összesen nyolc véleményvezérből (*influencer*) öt nemkormányzati, három pedig kormányzati szervezetet képviselt. Az előbbieket nagy része a migránsok integrációjának segítésére és emberi jogainak védelmére törekszik. Feladatuknak tekintik azt is, hogy kapcsolatot tartsanak a médiával, és releváns információkat nyújtsanak az újságíróknak. A kormányzati szervezetek a gazdasági kérdésekre összpontosítanak, és olyan szakpolitikai megoldások kidolgozásához nyújtanak segítséget, amelyeknek a bevándorlók társadalmi integrációjának előmozdítása a célja.

Ami a képviselt csoportok társadalmi presztízsét illeti, egyfajta bizonytalanság mutatkozik e téren. Legtöbb interjúalanyunk nem tudta megmondani, hogyan értékeli munkáját a társadalom. Egyik válaszadónk különbséget tett azok között, akik kedvezőnek tekintik tevékenységüket, azok között, akik szerint tevékenységük kedvezőtlen

hatású volt, valamint azok között, akik semleges álláspontot képviselnek e téren. Másikuk – hasonló szellemben – azt mondta, reputációjuk attól függ, kit kérdeznek meg róla.

Amikor szakmai motivációikról kérdeztük őket, az információforrások „a sztereotípiák elleni küzdelmet”, „a hamis információk cáfolatát”, „az objektív, sokoldalú információ közlését”, „a tudatosság felkeltését”, „a nyilvános vita befolyásolását”, „a média megbízható információkkal való ellátását” és annak elérését említették, hogy „a migránsok hangja is hallatsszon a médiában”. Az olyan humanitárius szempontokat is megemlítették, mint a migránsok segítése és tájékoztatása – igaz, sokkal ritkábban.

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

Az információforrások az Unión belülről és az Unión kívülről érkezők helyváltoztatása és migrációja kontextusában munkaerő-piaci és jogi kérdéseket említettek. Az utóbbiak között hozták fel azt is, hogy különbséget kell tenni az eltérő jogi státusú migránsok között. A migráció által generált biztonsági kérdésekre csak futólag utaltak.

A véleményvezérek szövegeikben tudatosabbnak tűntek, mint az újságírók. Szem előtt tartják a migránsok jogi státusát, különbséget tesznek menekültek és menedékkérők, illetve az uniós és az Unión kívüli állampolgárok között. A különböző országokból érkező migránsok közti kulturális különbségekre is ritkábban hivatkoztak, mint az újságírók, és még ezekben az esetekben is azt hangsúlyozták, hogy kerülni kell az általánosításokat, hiszen kulturális különbségek akár egyetlen országon vagy régióon belül is lehetnek; például a muszlimok sem alkotnak homogén csoportot.

A megkérdezett információforrások némelyikének célja az, hogy „pozitív képet” fessen a migránsokról. Ugyanakkor azt is hozzátették, hogy a médiát nem a „pozitív történetek” érdeklik, hanem a „szenzáció” és a „dráma”, és hajlamos „fekete-fehér” képet festeni az ügyekről, miközben állást is foglal. (Itt érdemes megjegyezni: az újságírók is beszéltek arról, hogy a médiát jobban érdeklik a „negatív”, „szenzációs” sztorik.) Az egyik véleményvezér így fogalmazott:

„A médiának pozitív történeteket kell nyújtani, a migráció pozitív aspektusait kell megmutatni, pozitív érzelmeket kell kelteni. Példákat mutatni, szép dolgokat mutatni, felhívni a figyelmet arra, hogy a migránsok is fizetnek adót, és hogy mi segítettük őket adóbevallásuk elkészítésében, hogy a kórházakban is dolgoznak külföldiek stb.” (PLSO03, NGO).

Az interjúk összességében azt mutatják, hogy az információforrások az ideológiai törésvonalak mentén kevésbé megosztottak – más szóval: kevésbé polarizáltak –, mint az újságírók.

### 3.3. Következtetések

A migráció Lengyelországban komplex kérdés, amennyiben – szemben más közép/kelet-európai országokkal – Lengyelország egyszerre forrás-, tranzit- és célország. Ennek okán a migráció kérdése fontos helyet foglal el a közvélemény napirendjén, különösen a 2015-ös migrációs hullám óta (amelyről a média nagy terjedelemben tudósított, de amely egyébként éppen Lengyelországot nem érintette). A legfontosabb ügyek között az integráció, a menedékkérők humanitárius problémáinak kérdése és az Európai Uniónak a bevándorlók elosztását célzó programja szerepel. A migrációval kapcsolatos aggodalmak nőttek a terrortámadásokról szóló tudósítások nyomán – ezek pedig az elmúlt években rendszeresen érkeztek Nyugat-Európából.

A megkérdezett információforrások azt hangsúlyozták, hogy a migrációról szóló nyilvános vita szakmai színvonala alacsony, amit a túlfűtött hangulat okozhatott – ez utóbbit pedig a kormánynak a közmédia ellenőrzését és a magánmédia „repolonizálását” a külföldi tulajdoni arány korlátozásával elérni kívánó erőfeszítései keltik. Ugyanakkor azonban a migráció kérdése sokkal kevésbé hangsúlyos Lengyelországban, mint Magyarországon (lásd alább), s a róla folyó viták is kevésbé kiélezettek.

A lengyelországi migrációs diskurzus lehetséges hatásait nem könnyű felbecsülni. A terepmunkát végző kutatócsoport jelentésében az áll, hogy az újságíróktól és az információforrásoktól gyakran elvárják, foglaljanak állást a migráció mellett vagy ellen, a nagyközönség különböző csoportjai pedig jellemzően olyan „információs buborékokban” (*filter bubbles*) élnek, amelyekben a világnézetükkel szembemenő információk már nem érik el őket, és csak olyan adatokkal találkozhatnak, amelyek megerősítik már létező véleményüket. A médiában megjelenő információk jellemzően a negatív történésekre összpontosítanak.

## 4. A magyar média

A magyarországi kutatást 2017 szeptemberében és októberében végeztük. Tizenhárom újságírót és öt információforrást kérdeztünk meg. Kilenc újságíró fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetésekben vett részt, a többivel telefonon, személyesen vagy skype-on készítettünk interjút. Az információforrások közül kettőt személyesen, hármat telefonon vagy skype-on interjúvoltunk meg.

### 4.1. Az újságírók

#### 4.1.1. Szakmai háttér

Az újságírók mintájának összeállításánál a kutatócsoportnak a magyar újságíró-társadalom szélsőséges fragmentáltságával kellett szembenéznie. Úgy döntöttünk, hogy a mintába nem veszünk be egyetlen vidéken élő újságírót sem, mert a megyei napilapok elsősorban Budapesten lévő szerkesztőségekben előállított tartalmakat tesznek közzé, különösen a belpolitikai kérdésekkel foglalkozó oldalaikon. Ettől eltekintve azonban a minta a média valamennyi platformját magában foglalta. A független újságírás Magyarországon inkább kivétel, mintsem szabály, a migrációról és a mobilitásról szóló tudósítások által felkínált értelmezési keretek pedig elsősorban az újságírók és szerkesztőségek ideológiai álláspontjától függenek. A médiumok politikai pozícióját és összefonódását tekintve a minta egyaránt tartalmazott „baloldali-liberális”, „jobboldali-kormánykritikus” és „jobboldali-kormánypárti” újságírókat.

A megkérdezett újságírók szinte kivétel nélkül szóba hozták a magyar újságíró-társadalom szélsőséges megosztottságát, és legtöbbször úgy vélték, a szakma társadalmi presztízse csekély. Egyikük így fogalmazott:

„Ciklusról ciklusra olyan »médiaháborúk« dúltak, amelyek elleheteltették az újságírók közti párbeszédet, és képtelenné tették az újságíró-társadalmat arra, hogy közös álláspont mellett álljon ki” (HUJO05, online).

Ami a munkakörülményeket illeti: a baloldali-liberális újságírók több ízben említettek olyan kormányzati intézkedéseket, amelyek célja az ő „elhallgattatásuk” volt. Egyikük külön megemlítette az anyagi bizonytalanságot mint szakmai sajátosságot. Másikuk pedig megjegyezte, hogy „az egész szakma tart a jövőtől, és bizonytalanságban él” (HUJO06, minőségi napilap).

Amikor arról kérdeztük őket, szakmailag mi motiválta őket abban, hogy az újságírói pályára lépjenek, azt mondták: felelősséggel tartoznak azért, hogy az embereket tájékoztassák, képessé téve őket a jó döntések meghozatalára. Néhányan azt is megemlítették, hogy ez a pálya lehetőséget teremt „sok ember megismerésére”, valamint arra, hogy „hatást gyakoroljanak” a társadalomra. A „kíváncsiságot” mint motivációt is többen említették.

Tudósítási normáik közt többen megemlítették a „pontosságot”, a „korrektséget”, a „tényszerűséget”, a „függetlenséget”, a „hitelességet”, a „teljességet” és a „kerekséget” mint a jól megírt riport legfőbb jellemzőit. Többen hozzátették azt is, hogy egy jó „sztori” alapja mindig valamilyen „konfliktus”.

#### 4.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése s a hozzájuk kapcsolódó attitűdök

A média napirendjét meghatározza a Magyarországra és Európába áramló tömeges bevándorlás kérdése, míg a Magyarországról Nyugat-Európába tartó kivándorlás kérdése alig vagy egyáltalán nem kerül szóba. Ez nem tükrözi a valóságot; azt tudniillik, hogy kevés bevándorló szándékozik Magyarországon letelepedni, miközben az elmúlt években magyarok tömegei költöztek Nyugat-Európába egy jobb élet reményében.

A migráció és a mobilitás leírására használt szavak választását egyfajta koncepcionális bizonytalanság jellemzi, amennyiben a különböző médiumok eltérő kifejezéseket használnak ugyanazoknak az embereknek a leírására, így egyaránt alkalmazzák rájuk a „migránst”, a „bevándorlót”, a „menedékkérőt” és a „menekülteket”. Az egyik újságíró így fogalmazott: „A szavak kezdik elveszíteni a jelentésüket. A magyar közönség olyan nagy mértékben befolyásolt, hogy a szavak ma már nem ugyanazt jelentik [mint régen]” (HUJO03, elektronikus média). A szóválasztás gyakran a domináns értelmezési keret tudatos választását is tükrözi, és megkönnyíti a beszélő ideológiai pozíciójának beazonosítását. Egy másik újságíró például így fogalmazott:

„Mi inkább a »menekültek« szót használjuk, mert bár a »migráns« szó angolul korrekt, de magyarul kettévált, a migráns az ellenség, aki majd megöl minket, ezért mi a »menekülteket« használjuk ... lehetne használni a »migráns« kifejezést, de attól, hogy felhasználták a kormányzati propagandában, attól kényes” (HUJO11, elektronikus média).

Az újságírók azt is megjegyezték, mégpedig ideológiai pozíciójuktól függetlenül, hogy a „migráns” szó alkalmatlan a jelenség leírására. Ennek oka – mint arra némelyikük kritikusan rámutatott – az, hogy a kormány „elhasználta”, és így negatív konnotációt kapott. Többségük azt is hozzátette, hogy igyekszik kerülni a kifejezés használatát.

## 4.2. Az információforrások

### 4.2.1. Szakmai háttér

A magyar társadalmat fragmentált pluralizmus jellemzi, amely nagyjából hasonló módon szabdalja az újságíró- és a civil társadalmat. A minta összeállítása során a kutatócsoportnak nehézséget jelentett a kormánypárti interjúalanyok verbuválása. A kutatók velük nem, csupán asszisztenseikkel tudtak közvetlenül és személyesen kapcsolatba lépni; többségük pedig nem válaszolt a kutatócsoport ismételt, telefonos és emailés megkeresésére. A minta végül négy, a kormánnyal szemben kritikus és egy kormányzati *think tank* képviselőjét foglalta magában. A megkérdezett információforrások a társadalom- és a bölcsészettudomány, illetve az újságírás világából érkeztek.

Az információforrások egyetértettek abban, hogy társadalmi presztízsük magas. Ám azok közül, akik nem viszonyultak ellenségesen a migrációhoz, többen azt is megjegyezték, hogy a közelmúltban a kormánypropaganda céltáblájává váltak; a kormányzati üzenetek szerint ugyanis aktív szerepet játszottak a migráció elősegítésében. 2017 októberében például Földi László, az Információs Hivatal volt művelleti igazgatója azt mondta az Echo TV-ben:

„Most háború van. Ezek az emberek kollaboránsok, háborús bűnösök, hazaárulók. ... Embercsempész a háborúban nem embercsempész, hanem ... gyakorlatilag szabotőr, akinek nincs jogállása. Magyarul ő szabadon likvidálható” (444 2017).

Amikor a kutatócsoport szakmai motivációikról kérdezte őket, az információforrások azt hangsúlyozták, hogy hisznek az általuk képviselt ügyben, és bíznak abban, hogy befolyásolni tudják a társadalmi folyamatokat. Feladatuknak a nagyközönség korrekt, torzításoktól mentes, átfogó tájékoztatását, valamint az érintettek (a menekültek és a magyar hatóságok) közötti mediálást tartották, utalva a kormánypárti média által a migrációról festett kedvezőtlen képre. Megjegyezték azt is, hogy a migrációról folyó nyilvános vita irracionális jellegű és túlfűtött, és hogy egyes médiumok bulvármódszerekkel számoltak be a migráció kérdéséről. Egyikük így fogalmazott: „Tények, adatok, és egy jó kép: ezzel lehet hidat verni az olvasók és a tények közé” (HUSO02).

#### 4.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése s a hozzájuk kapcsolódó attitűdök

Akárcsak az újságírók, az információforrások is megjegyezték, hogy magyarul a „migráns” szó negatív konnotációja miatt problematikus. Egyikük ezt mondta:

„Igyekszem elkerülni a »migráns« szó használatát. Ha valaki meg akarja érteni a 21. század nem szokványos népvándorlásait, a »menekült« és a »migráns« közti különbségtételt nem lehet tartani. Mindenki nyomás hatására hagyja el szülőföldjét. Ám az, hogy ki számít menekültnek és ki nem, szubjektív ítélet kérdése” (HUSO05).

Egy másik véleményvezér pedig azt mondta, hogy a migráció kérdése sokkal fontosabb helyet foglal el a média napirendjén, mint azt a migránsok száma indokolná.

#### 4.3. Következtetések

Az újságírók és az információforrások narratíváit ugyanabba a két csoportba sorolhatjuk:

*A kormányval szemben kritikus narratíva* szerint a negatív konnotációjú „migráns” szót a kormány vezette be a magyar nyelvbe, amikor a köztéri plakátokon, a rádióban és a tévében gyűlöletkampányt indított 2015 elején, azaz még a válság kirobbanása előtt. E kampány a félelem légkörét teremtette meg – már azelőtt, hogy a migránsok fizikai értelemben átlépték volna a határt. Amikor menekültek tömegei érkeztek Budapestre, a helyi lakosság személyesen is találkozhatott velük. Ekkor számos olyan nemkormányzati csoport jött létre, amely humanitárius segítséget kívánt nyújtani nekik. Más szavakkal: a budapesti lakosság első reakciója a menekültek elfogadása és segítése volt. A kormányzati propaganda (Bajomi-Lázár & Horváth 2013, Bátorfy 2017, Freedom House 2017, Máriás et al. 2017) – így a déli határra építendő fal népszerűsítése is – azonban már működött ekkor. Ettől kezdve már csak kevés menekült érkezett Budapestre, mert többségüket Magyarország déli határáról közvetlenül az ország Ausztriával közös nyugati határára szállították. A kormányzati propaganda – amely kitért a kormánynak az Európai Unióval és annak menekültkvótájával kapcsolatban megfogalmazott álláspontjára is, és amely teljesen elzárkózott a menekültek befogadásától – tehát félelmet és a menekültekkel szemben ellenséges érzéseket keltett a lakosság körében. A menekülteket potenciális terroristaként tüntette fel, és megváltoztatta a nagyközönség gondolkodását és viselkedését.

*A kormányhoz lojális narratíva* szerint a migrációs kérdés „realista” megközelítését elnyomja „Brüsszel”, nem véve tudomást arról, hogy a hagyományos keresztény és európai értékeket fenyegető veszélyről van szó. Az egyik véleményvezér így fogalmazott:

„Az EU politikai elitjének elképesztően naiv és önsorsrontó megközelítése felel ezért az egész válságért. Ebben a csatában azt szeretném elérni, hogy a realista nézetrendszer kerüljön domináns helyzetbe Európában” (HUSO05).

E narratíva szerint Orbán és kabinete az európai politika megváltoztatására törekszik annak érdekében, hogy az Unió vegye észre: beláthatatlan következményekkel járó veszély les rá. A kormány által indított tájékoztató kampány célja az, hogy erre hívja fel a választók figyelmét.

A migrációs kérdés értelmezései tehát tükrözik a magyar társadalmat – így az újságíró- és a civil társadalmat – megosztó ideológiai törésvonalakat, és tükrözik azt a túlfűtött légkört, amely a migráció kérdését övezi, és amelyet a kormány bevándorlási politikája és a kormánypárti média kampánya táplál. Azt is jelzik, hogy a 2018-as országgyűlési választás közeledtével a migráció kérdése fontos helyet foglal el a politika, a média és a közvélemény napirendjén, dacára annak, hogy – mivel Magyarország tranzitország – kevés migráns maradt ténylegesen az országban. A két fő narratíva között kevés az átfedés. A migráció kérdése politikai kérdéssé vált, amelyet a kormány a választók érzelmeinek megragadására és mozgósítására használt, miközben kevés figyelem övezte a tényeket és a racionális érveket.

Bár a kormánypárti médiumok és maga a kormány ismételt migrációellenes üzeneteinek pontos hatását nehéz felbecsülni, az kétségtelennek tűnik, hogy ezek az üzenetek *valamilyen* hatást gyakoroltak a közvéleményre és -viselkedésre. Azoknak az aránya, akik elutasítják az „idegeneket”, szignifikáns mértékben nőtt 2014 és 2016 között. Az idegengyűlölet szintje különösen magas volt a kormányzó Fidesz és az ellenzéki Jobbik választói között. Jellemzőbb volt a kevésbé iskolázottakra is (TÁRKI 2016). Néhány olyan incidens, amelyről a sajtó is beszámolt, szintén a kampány hatékonyságára utal. 2015 júniusában például megverték egy fiatalembert Szegeden, mert menekültnek nézték (Index 2015). 2017 októberében pedig egy Őcsény nevű falu vendégház-tulajdonosának kellett lemondani arról a tervéről, hogy menekült nőket és gyerekeket nyaraltasson, miután a helység lakossága tiltakozott, és megrongálta az autóját (Index 2017). Bár a helyiek személyesen még sosem találkoztak menekültekkel, az Index videofelvételén a velük készült interjúk egyfajta *morális pánikot* jeleznek: a nagyközönség egy része a migrációt Magyarországra és a magyarokra nézve fenyegető veszélyként érzékeli, nem utolsósorban azért, mert a migránsok más kulturális és vallási közegekből jönnek.

A kormánnyal szemben kritikus médiumok és a migráció kérdéséhez humanitárius perspektívából közelítő civilek álláspontja kevés hatást látszott gyakorolni a közbeszédre. Igaz, a kormánykritikus médiumok számukat és közönségelérésüket tekintve rosszabb helyzetben vannak, s ez is magyarázhatja korlátozott hatásukat. Kétségtelenül azonban vannak ilyenek is, és intenzív – ha mégoly emocionális hangvétellű – vita zajlik a kormányzati és a kormánnyal szemben kritikus pozíciók képviselői között.

## 5. A román média

A romániai kutatást 2017 augusztusa és októbere között végeztük. A vizsgálatban tizenhárom újságíró és öt információforrás vett részt. (Az újságírók közül kettő ugyanazt a médiumot képviselte, de különböző pozícióban és feladatokkal: az egyik szerkesztőként, a másik riporterként dolgozott.) Az újságírók a médiaplatformok széles skáláját képviselték, így a mintában szerepelt távirati iroda, újság, rádió, televízió és online híroldal is. Nagy többségük – kettő kivételével – sok embert elérő médium munkatársa volt. A mintában szereplő médiumok között egyaránt voltak hír- és véleményközlő orgánumok. Az információforrások mintája is reprezentatív abban az értelemben, hogy magán- és közszervezetek is szerepelnek benne, s valamennyi a migráció kérdésével foglalkozott.

### 5.1. Az újságírók

#### 5.1.1. Szakmai háttér

A mintában szereplő újságírók a legkülönbözőbb szakmai és vezetői tapasztalattal rendelkeztek, s – az egyszerű újságírótól a főszerkesztőig – karrierjük különböző szakaszaiban jártak. Ketten mondták azt, hogy politikatudományi iskolát végeztek, és szakmájukat többen is „szenvedélyként” emlegették.

A kutatás során a román média fősodranak legkülönbözőbb orgánumait vizsgáltuk. Mivel ezek főleg a városi lakosságot szólították meg, a válaszadók úgy vélték, közönségük a közepes jövedelemmel rendelkező, iskolázottabb rétegből kerül ki. Talán ez magyarázza azt is, hogy célcsoportjuk homogénebbnek tűnt, mint a többi vizsgált közép/kelet-európai országban.

A legtöbb újságíró szerint szakmájuk „magasra értékelt”, „sokra tartott” és „respektált”, legalábbis azok körében, akiknek adtak a véleményére. Egyikük azonban azt is elmondta, hogy sokan nem szívesen állnak szóba velük. Másikuk szerint a szakmát kevésre tartották. Egy harmadik újságíró nem akart válaszolni a kérdésre.

A megkérdezettek többsége szerint szerkesztősége centrista pozíciót képviselt, egyikük pedig azt mondta, nincs politikai pozíciója. Egy másik újságíró szerint orgánumának politikai pozíciója attól függött, hogy éppen mely politikai párt(ok) volt(ak) hatalmon. Egy további újságíró feletteseit „szakmailag felkészületlen politikai báboknak” nevezte (ROJO04, elektronikus média), vagyis szerinte politikailag nem voltak függetlenek. Ez összhangban van egyfelől azzal



a tapasztalattal, hogy az országban a média nagy részét politikai célokra használják, másfelől azzal, hogy számos médium pártosan tudósít – ez utóbbi jelenség nemcsak Romániára, hanem a régió szinte egészére jellemző.

Ami a szerkesztőbizottsági légkört illeti: ezt a legtöbb újságíró „barátiaként”, „kollegiálisként” és „kellemesként” írta le. Két újságíró azonban a vezetés és az újságírók közötti elhúzódó konfliktusokról számolt be, de részletesebb magyarázattal nem szolgált. Ugyanakkor azonban két válaszó kivételével a nagy többség utalt külső aktorok – politikusok és politikai pártok – által gyakorolt nyomásra is, ami ugyancsak megfelel a nemzetközi sajtószabadság-figyelő szervezetek romániai helyzetértékelésének. Az újságírók túlnyomó többsége biztonságban érezte a munkáját.

Amikor szakmai motivációikról faggattuk őket, az újságírók „a köz szolgálatát”, „a társadalmi hatás gyakorlását”, „a közönség igazságról való tájékoztatását”, „a közbeszéd befolyásolását” és „a köz felvilágosítását” említették meg. Egyikük így fogalmazott: „Harcolni akarok a rendszer ellen, amelyet gyakran látok rossznak és piszkosnak” (ROJO06, online híroldal). Egy másik pedig azt mondta: „Hiszek abban, hogy a dolgokat jobbra lehet fordítani” (ROJO10, elektronikus média).

A tudósítások gyakorlatával kapcsolatban a megkérdezettek azt mondták, hogy „helyes”, „semleges”, „objektív”, „igazságos”, „pontos” és „releváns” tájékoztatást kívánnak nyújtani, a híreket és a napirenden szereplő közügyeket megfelelő kontextusban igyekeznek prezentálni, és „a probléma valamennyi oldalát” (ROJO04, online híroldal) be akarják mutatni, vagyis céljuk az angol-amerikai pártatlan újságírás normáinak követése. Ez ellentmondani látszik annak az általános képnek, amely szerint a román médiumokat politikai összefonódások jellemzik, és amely szerint politikai célokra használják őket. Az egyik válaszó azt is megjegyezte, hogy „egyes tudósításokban fontos szerepet játszanak az érzelmek is” (ROJO04, elektronikus médium).

### 5.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése s a hozzájuk kapcsolódó attitűdök

A migrációról beszélve az újságírók a be- és a kivándorlást is fontos ügyként nevesítették. Egyik válaszó szerint a migráció kérdése legalább három terület metszéspontján helyezkedik el:

„Részben kapcsolódik az intézmények – a rendőrség, a határőrség – munkájához ... részben a politikai döntéshozatalhoz, így az elnöki adminisztrációhoz, a kormányhoz és a parlamenthez ... részben pedig nemzetközi vonatkozása van, amennyiben kapcsolódik a brüsszeli ügyekhez is” (ROJO01, online híroldal).

A legtöbb újságíró egymással behelyettesíthető szinonimaként használta a „migráns”, a „bevándorló”, a „menedékkérő” és a „menekült” kifejezést, és világosan különbséget tett a ki- és a bevándorlás között. Megjegyezték, hogy azok, akik az Unión belüli mobilitásban érintettek, iskolázottabbak és azonos kulturális hátterűek van – szemben azokkal, akik az Európai Unión kívülről érkeztek. A migránsokat rendszerint sajátos körülményeik kontextusában definiálták, így olyan embereknek tekintették őket, akik háború sújtotta területről indultak útnak, politikai üldöztetés vagy a klímaváltozás hatásai elől menekültek, illetve jobb anyagi körülményekre vágytak. Néhányan arra is felhívták a figyelmet, hogy gondosabban kell különbséget tenni a „migránsok” és a „menekültek” között.

A migránsok kontextusában számos megkérdezett hozott fel humanitárius szempontokat, és utalt azokra a nehéz körülményekre, amelyek otthonuk elhagyására kényszerítették őket. Az egyik így fogalmazott: „A reménytelenség elől menekülő embereknek tekintem őket” (ROJO04, elektronikus médium). Egy másik azt mondta: „Igyekezem annyi empátiával megközelíteni a kérdést, amennyivel csak lehetséges” (ROJO05, online híroldal). Egy harmadik ugyanakkor arra hívta fel a figyelmet, hogy a migráció aggodalomra is okot adhat: „Ha olyan vidékről jönnek, mint Afganisztán és más veszélyes helyek, problémákat okozhatnak. Kérdés az is, hogy milyen a jogi státusuk” (ROJO02, online híroldal).

Mindamellet az újságírók elsősorban nemzeti szemszögből közelítettek a kérdéshez. Az egyik megkérdezett kifejezetten arra utalt, hogy „román perspektívánk van” (ROJO02, online híroldal). Egy másik pedig ezt mondta: „Olyan ország vagyunk, amely sok migránst »termel«. A perspektívánk ezért mindig belső, és Romániára fókuszál” (ROJO05, online híroldal).

## 5.2. Az információforrások

### 5.2.1. Szakmai háttér

Az információforrások egyfelől olyan civil és szakmai szervezeteket képviseltek, amelyek a migráció kérdésére szakosodtak, és amelyek kutatással és érdekképviselettel foglalkoztak, másfelől olyan állami szervezeteket, amelyek feladata a migrációs politika gyakorlatba való átültetése volt. Többségük ugyanakkor olyan emberekkel foglalkozott, akik harmadik országból érkeztek Romániába, és jóval kisebb figyelmet fordítottak a Nyugat-Európába költözött román állampolgárokra.

Amikor elismertségükről kérdeztük őket, az információforrások egybehangzóan azt mondták, hogy munkájukat tisztelet övezi. Többen azt is hozzátették, hogy „élvezik” és „szenvedéllyel” képviselik azt a humanitárius ügyet, amelyért dolgoztak, és hogy munkájukat „nemes vállalkozásnak” tekintik.

Amikor szakmai motivációikról faggattuk őket, az információforrások azt hangsúlyozták, céljuk az, hogy „hatást gyakoroljanak a társadalomra”, „váltottassanak a dolgokon”, „tájékoztassák és felvilágosítsák az embereket”, „küzdjenek a hamis információk ellen”, „empátiát keltsenek a nagyközönségben a migránsok iránt”, és „befolyásolják a [migrációs] politikát”. Valamennyien támogatták az Európai Unión belüli szabad mozgást, és egyikük sem említett olyan problémákat, amelyeket a bevándorlás generálhat.

### 5.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése s a hozzájuk kapcsolódó attitűdök

Az információforrások által megemlített legfontosabb kérdések közé tartozott a Romániában élő, de az Uniótól kívülről érkezett migránsok elleni gyűlöletbeszéd és a Nyugat-Európában élő román emigránsok diszkriminációja – őket, mint egyik interjúalanyunk megjegyezte, nemegyszer „rabszolgaként kezelik” (ROSO03, NGO). A migránsok mindkét csoportja esetében azonos volt a céljuk: megvédeni emberi jogukat, azaz – ahogyan egyikük fogalmazott – „elsősorban emberiességi perspektívából közelítünk a kérdéshez” (ROSO01, nemzetközi szervezet).

Az információforrások kivétel nélkül arra törekedtek, hogy a hazai és a nemzetközi jogszabályokat követve különbséget tegyenek a „migránsok” és a „menekültek” között. Azt mondták: az előbbieket jobb életkörülményeket keresnek, de később visszatérhetnek szülőföldjükre, míg az utóbbiakat kényszerítették annak elhagyására. Különbséget tettek továbbá egyfelől azok között, akik az Európai Unión belül költöztek másik országba, másfelől azok között, akik az Uniót kívülről indultak útra, és megjegyezték, hogy a két csoport motivációi különbözhetnek. Az első csoport esetében további különbséget tettek a nyugatról keletre, illetve az ellenkező irányba tartó utazók között. Semleges nyelvet igyekeztek használni, hogy így lépjenek fel a 2015-ös migrációs válság után tapasztalt gyűlöletbeszédrel szemben.

Egyes információforrások elégedetlenek voltak a román sajtó és média migrációról szóló tudósításaival, különösen azért, mert szerintük a média hajlamos volt összekeverni a különböző csoportokat, és kedvezőtlen képet festett róluk. Azt is megjegyezték, hogy a tudósításoknak alapos dokumentáción kellene alapulniuk, érthető kontextusban kellene ábrázolniuk a jelenséget, kerülniük kellene a túlzásokat, és nem volna szabad pánikot kelteniük. Egyikük szerint a médiában két pólus volt tapasztalható: „Az egyik pólus nacionalista, az elutasítás és a gyűlölködés nyelvén szólal meg, [míg] a másik pólus a humanista, emberi jogi alapú szemléletet képviseli” (ROSO01, nemzetközi szervezet). Megjegyzendő, hogy hasonló jelenséget tapasztaltunk Magyarországon – ám e jelenség Romániában kevésbé markáns.

## 5.3. Következtetések

Mivel Románia ma elsősorban forrásország – több mint egymillió román állampolgár dolgozik Nyugat-Európában – a média elsősorban a kivándorlás kérdésére összpontosít. A brexittel kapcsolatos ügyeket, a román (és általában a közép/kelet-európai) munkások nyugat-európai diszkriminációját, a tömeges kivándorlás által otthon okozott demográfiai problémákat tárgyalja – vagyis elsősorban nemzeti szempontból közelít a kivándorlás kérdéséhez. A romániai országjelentés szerzői ugyanakkor azt is megjegyzik, hogy a fenti kérdések nem foglalnak el kulcshelyet a politikai napirenden, és valamennyi fontos politikai párt és politikus támogatja az Európai Unión belüli szabad mozgás eszméjét.

A bevándorlás sem kiemelkedően fontos téma, hiszen nincsenek olyan nacionalista vagy szélsőséges politikai pártok vagy mozgalmak, amelyek elég erősek lennének a kérdés napirenden tartásához (bár az idegengyűlölet mértéke az elmúlt években nőtt a román állampolgárok körében). Ez azonban nem jelenti azt, hogy sosem folynának viták a menekültkvótáról, a Fekete-tengeren zajló emberkereskedelemlről, az illegális határátkelésről, a bevándorlás potenciális kulturális és gazdasági hatásáról és a terrorizmusról. Összességében a tudósítások jellemzőbbek voltak, mint a részleteket feltáró elemzések.

Az információforrások szerint a román sajtó és média kedvezőtlen képet fest a migrációról, ami azzal jár, hogy egyes emberek Romániában

„...arról beszélnek, hogy a migránsok hódítók hordájaként érkeznek az országba, és fenyegetést jelentenek életünkre, egészségünkre, szabadságunkra, munkánkra stb. nézve” (ROSO05, nemzetközi szervezet).

Az újságírók perspektíváját összességében *nemzetiként*, míg az információforrásokét *humanitáriusként* írhatjuk le.

## 6. A szlovén média

A szlovéniai kutatást 2017 júliusában végeztük. A hét megkérdezett újságíróból öt fókuszcsoportos beszélgetésen vett részt, kettővel személyes interjú készítettünk. Az újságírók mintája a médiaplatformok széles skáláját reprezentálja: a megkérdezettek napi- és hetilapoknak, rádióállomásoknak és televíziócsatornáknak, valamint egy online híroldalnak dolgoztak. Az információforrások mintája hat emberből állt, és abban az értelemben szintén reprezentatív volt, hogy a megkérdezettek nemkormányzati és kormányzati szervezeteket egyaránt képviseltek.

### 6.1. Az újságírók

#### 6.1.1. Szakmai háttér

Az újságírók túlnyomó többsége – saját meghatározása szerint – mérsékelt baloldali vagy liberális pozíciót képviselt. A kutatócsoportnak nehézséget jelentett kapcsolatba lépni jobboldali újságírókkal, mert nem válaszoltak megkereséseikre; végül egy jobboldali újságíró került be a mintába.

A válaszadók szerint szakmájuknak magas társadalmi presztízse van, ám e presztízsz fokozatosan romlik. Többen azt is elmondták: azzal vádolták meg őket, hogy tudósításaikban a kormánynak kedveznek – ezt a vádat ők az újságírók iránti tisztelet csökkenésével magyarázták. Többen munkájuk romló presztízisével magyarázták azt is, hogy csökken motivációjuk, amely az újságírói munka folytatására ösztönözné őket. A romlónak érzékelt társadalmi presztízst összekapcsolták azzal is, hogy tapasztalatuk szerint csökkent az a hatás, amelyet az újságírás gyakorolhat a társadalomra.

Szemben a többi vizsgált közép/kelet-európai országgal, a legtöbb megkérdezett újságíró azt mondta, Szlovéniában egyfajta hierarchikus „menedzseri szemlélet” jellemzi a szerkesztőségeket. Csupán ketten nyilatkoztak úgy, hogy ott „baráti”, „kollegiális” légkör uralkodik. A többségük a szerkesztőségi tartalomra kívülről nehezedő nyomásról is beszámolt, bár erről részleteket nem mesélt. Ez a tapasztalatuk szemben áll az olyan nemzetközi sajtószabadság-figyelő szervezetek megállapításaival, mint a Riporterek Határok Nélkül és a Freedom House (lásd e tanulmány bevezető fejezetét); ez utóbbiak szerint ugyanis a média szabad Szlovéniában. A nyomtatott sajtóban dolgozó újságírók kivétel nélkül annak a félelmüknek adtak hangot, hogy elveszíthetik munkájukat, mivel az elmúlt években több tucatnyi hasonló újságírót bocsátottak el állásából. Az országos elektronikus médiumokban dolgozó újságírók ugyanakkor úgy gondolták, állásuk biztonságban van. Azt, hogy e jelenség a nyomtatott sajtó globálisan tapasztalható hanyatlásával vagy a hazai politikai nyomásgyakorlási kísérletekkel magyarázható-e, az elemzésünk során összegyűjtött információk alapján nem tudjuk megmondani.

Számos, a szlovén mintában szereplő újságíró esetében a szakmai motivációk általában *aktivista természetűek* voltak. Azt mondták, a céljuk „változást elérni”, „megváltoztatni a világot”, „a köz érdekében dolgozni”, „megszólalási lehetőséget nyújtani azoknak, akik a társadalom peremén élnek”, „hangot adni a kisebbségeknek”, „felvilágosítani az embereket”, és „a demokrácia őreként dolgozni”. Számos újságíró utalt munkája kreatív természetére is mint motiváló tényezőre. Többen ugyanakkor inkább „munkaként”, mintsem „küldetesként” beszéltek az újságírásról. Ami a napi feladatait illeti, számos válaszadó beszélt arról, hogy igyekszik olyan személyes történetekről írni, amelyekkel a nagyközönség is azonosulhat.

Szót ejtettek arról is, hogy Szlovéniában a politikusok befolyásolják a médiát. Egyikük szerint:

„Minden médium erősen torzít, a médialátkép nincs egyensúlyban, a fősodorba tartozó valamennyi médium kisebb vagy nagyobb mértékben baloldali. Ennek oka még mindig az ország politikai struktúrájában rejlik, mert [Szlovéniában] a politika mindig befolyásolta a médiát. Még mindig a régi struktúrák határozzák meg a szabályokat” (SIJO07, elektronikus és online média).

### 6.1.2. A mobilitás és a migráció keretezése s a hozzájuk kapcsolódó attitűdök

A brexitet, valamint az Európai Unió dél-keleti országaiból érkező gazdasági migránsok Nyugat-Európában történő diszkriminálását a beszélgetések résztvevői egyformán a kulcskérdések között említették. Az Unión belüli mobilitás ugyancsak visszatérő ügy volt, ám ezt kedvező jelenségnek tekintették. A megkérdezett szlovén újságírók vissza-visszatértek az idegenellenes beszéd kérdésére is. Sem a közelmúltban Nyugat-Európában történt, iszlamisták által elkövetett terrortámadások, sem a migráció nem jelent meg Európa hagyományos kulturális értékeit fenyegető veszélyként. Az egyik újságíró az összeesküvés-elméletek között említette a kulturális befolyás vagy „Európa iszlamizációja” elméletét, hozzátéve, hogy „ez a média fősodrában sosem jelent meg, de ez az értelmezés is felbukkan más orgánumokban és a társas médiumokban” (SIJO02, minőségi napilap). Egy másik ezt mondta:

„Van egy Nova24 nevű, elég bizarr online híroldal. A tudósításai szerint megnőtt a nemi erőszakok száma, amióta az a néhány száz menekült él az országban” (SIJO03, elektronikus médium).

Egy harmadik újságíró pedig így fogalmazott: „Arra törekszünk, hogy megnyugtassuk a kedélyeket, elkerüljük a hisztériát” (SIJO03, hetilap).

Főszabályként az újságírók meglehetősen következetes terminológiával írták le a migrációt, s különbséget tettek a „gazdasági migránsok”, a „menedékkérők” és a „menekültek” között. Egy baloldali újságíró ugyanakkor azt mondta, a „migránsokat” is „menekülteknek” kellene nevezni, míg egy jobboldali tudósító úgy vélte, fontos különbséget tenni a kettő között, mert nem minden „migráns” egyben „menekült” is. Egy harmadik újságíró szerint:

„A migránsokat kényszerítették szülőföldjük elhagyására. Hogy milyen okból kényszerültek távozni – a háború, a gazdasági helyzet, a diszkrimináció vagy akár a klíma miatt – számomra nem olyan fontos” (SIJO03, elektronikus média).

Az újságírók a tekintetben is következetesek voltak, hogy az unión belül egy másik országba költözők leírására nem használták a „migráns” kifejezést, hanem nemzetiségük megjelölésével utaltak rájuk, mert a „migráns” szónak enyhén negatív konnotációja van. Egyikük ezt mondta:

„Amikor a mi állampolgáraink mennek külföldre, azt agyelszívásnak nevezzük. Amikor az Európai Unión kívüli országok polgárai hagyják el szülőföldjüket, akkor migrációról beszélünk” (SIJO02, minőségi napilap).

Az Unión belül további különbséget tesznek a régi és az új tagállamok polgárai között. Az egyik újságíró szerint az előbbieket „első osztályú”, az utóbbiakat „másodosztályú” migránsoknak tartják (SIJO05, minőségi napilap).

Összességében a *humanitárius megközelítés* dominált a megkérdezett újságírók körében, amennyiben sokat beszéltek arról a „diszkriminációról” (SIJO01, SIJO03), „modern rabszolgaságról” (SIJO02) és „kizsákmányolásról” (SIJO4), amely a Szlovéniában dolgozó külföldieket és a Nyugat-Európában dolgozó közép/kelet-európaiakat sújtja. Egyikük ugyanakkor aggályokat fogalmazott meg e megközelítés kapcsán, mondván:

„Az, ha szívszorító egyéni történeteket mesélünk, miközben félmillió azonosítatlan ember halad át az országon, pusztán manipuláció, és nem segít megoldani a problémát. Az újságírók feladata az, hogy a tényekről számoljanak be, és nem az, hogy a terepen dolgozó aktív szerepét játsszák. Erre a célra ott vannak a humanitárius szervezetek. Az újságíróknak tudósítaniuk kell” (SIJO07, elektronikus és online média).

## 6.2. Az információforrások

### 6.2.1. Szakmai háttér

Az információforrások mintája reprezentatív volt abban az értelemben, hogy egyaránt szerepeltek benne nem-kormányzati és kormányzati szervezetek, valamint egy, az Európai Unióhoz kötődő intézmény képviselői. Ezek mindegyike a migráció kérdésére szakosodott.

Amikor a közvélemény körében tapasztalható elismertségükről faggattuk őket, tipikusan azt a választ kaptuk, hogy „attól függ, kit kérdezzük” (SISO03, NGO). Más szavakkal: egyesek tisztelik tevékenységüket, mások cinikusan viszonyulnak hozzá. Információforrásaink összességében egyetértettek abban, hogy munkájuk többnyire kedvező fogadtatásra talált.

Amikor szakmai motivációikról kérdeztük őket, az információforrások – akár az újságírók – azt mondták, céljuk az, hogy „váltottassanak a dolgokon”, „jobbá tegyék a világot”, „problémákat oldjanak meg”, „segítsenek az embereknek” és „megvédjék az alapvető emberi jogokat”.

Hozzáadték, hogy a feladatuk mellett az, hogy „tájékoztassák a nagyközönséget” (ez volt a leggyakoribb válasz), „népszerűsítsék az Európai Unió pozitív oldalát” (ez volt a második leggyakoribb válasz), valamint „jogsegélyt nyújtsanak ... a Szlovéniában élő külföldi munkavállalóknak”, továbbá „képezzék és jogaikról tájékoztassák a hátrányos helyzetű csoportokat”.

### 6.2.2. A mobilitás és a migráció keretezése s a hozzájuk kapcsolódó attitűdök

Az információforrások által felsorolt legfontosabb ügyek közé tartozott a Szlovéniában dolgozó román és bolgár állampolgárok diszkriminációja és kizsákmányolása, a Brexit, az Európai Unió migrációs politikája, valamint a Szlovéniából Nyugat-Európába tartó „agyelszívás”. Ők sem említették az Unión kívülről érkező migránsok által generált kulturális problémákat, sem a muszlimok által Nyugat-Európában elkövetett terrortámadásokat, noha egyikük röviden utalt az integráció kérdésére, másikuk pedig azokra a biztonsági aggályokra, amelyeket a Szlovénián átvonuló 2015-ös migrációs hullám vetett fel.

Az információforrások egyetértettek abban, hogy az újságírókat elsősorban a „dráma”, a „konfliktus”, a „probléma” és a „botrány” érdekelte, sőt „histériakeltésre” törekedtek, miközben nem vázolták fel az „összképet”, vagyis az emberi történeteket nem helyezték kontextusba. E megállapítások szöges ellentétben állnak az újságírók önképével.

A legtöbb információforrás emellett úgy vélte, hogy az újságírók migrációval kapcsolatos szöveges válaszai következtelenek voltak, és pontosabban kellett volna követniük a jogszabályokban alkalmazott terminológiát. Megjegyezték, hogy az Európai Unión belüli migránsokra az újságírók sosem „migránsokként” utaltak. Ezt azzal magyarázták, hogy ez a szöveges válasz alkalmatlan lett volna az Unión belüli szabad mozgás előnyeinek megvilágítására,

viszont olyan negatív konnotációkkal járt volna, mint például az „agyelszívás”. Szóvá tették, hogy a Szlovéniában élő szlovák, román és bolgár állampolgárokat gyakran kizsákmányolták.

A migrációval kapcsolatos szövegszerkesztés kapcsán a legtöbb információforrás egyetértett abban, hogy „migránsok azok, akik vándorolnak” (SISO01, SISO03, SISO06). Abban is egyetértettek, hogy a migránsok egyes csoportjai között különbséget kell tenni jogi státusuk alapján, megkülönböztetve a „gazdasági migránsokat”, a „menedékkérőket” és a „menekülteket”.

Az információforrások úgy érezték, csupán csekély hatásuk van a médiában megjelenő diskurzusokra. Azt mondták, az újságírók szívesebben hagyatkoznak olyan elsődleges információforrásokra, mint az uniós intézmények és az akadémiai élet képviselői.

### 6.3. Következtetések

Szemben általában a kutatásunk során vizsgált többi országgal és különösen Magyarországgal, a szlovéniai migrációs diskurzus az emberi jogi kérdésekre látszik összpontosítani – ezek között pedig a külföldről érkezett munkavállalók jogai a leghangsúlyosabbak. Bár a 2015-ös migrációs hullám keresztülvonult Szlovénián, amely a „nyugat-balkáni folyosón” fekszik, a migrációról szóló viták sokkal kevésbé tűntek hevesnek és átpolitizáltak, mint a régió többi országában. A diskurzus mindamelllett tükrözi a politikai és a médialátképeket átszelő törésvonalakat, amennyiben a baloldali média a *humanitárius perspektívát* képviseli, míg egyes jobboldali orgánumok a migráció *negatív aspektusaira* összpontosítanak.

## 7. Migráció és média Közép/Kelet-Európában: Összegzés és következtetések

A közép/kelet-európai újságírók és információforrások körében végzett fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetések és személyes interjúk alapján tehetünk néhány óvatos megállapítást a régióban a mobilitásról és a migrációról szóló közbeszédről. Legalább három trendet figyelhetünk meg: 1. A vizsgált régiós országok hasonló történelmi gyökerei ellenére a mobilitás és a migráció eltérő módon jelenik meg a médiában. 2. A bevándorlás 2015 óta fontos helyet foglal el ezekben az országokban a közbeszéd napirendjén, dacára annak, hogy ténylegesen kevés Unión túlról érkezett bevándorló és menekült marad a régióban. 3. A kivándorlás – ide értve az uniós országokba és a harmadik országokba való kivándorlást is – több országban legalább olyan fontos kérdésként jelenik meg, mint a bevándorlás, és komoly gazdasági és demográfiai következményeket von maga után. Részletesebben a következőket mondhatjuk:

1. A mobilitás és a migráció ügye a legfontosabb helyet a közbeszéd napirendjén Magyarországon foglalja el (ahol ez a kormányzati propagandában és a kormánypárti médiában talán leggyakrabban szereplő kérdés), ezt Lengyelország követi (ahol szintén vitákat kavart, de kevésbé hevesen), végül pedig Szlovéniában és Romániában (ahol csupán másodlagos téma). Míg egyes országokban – különösen Magyarországon – a közbeszéd a *bevándorlásra* összpontosít, más országokban – különösen Romániában – a *kivándorlás* hangsúlyosabb téma.

2. Ami a bevándorlást illeti, két nagy narratívát különböztethetünk meg: a *nacionalista megközelítést*, amely szerint a migránsok – köztük is különösen azok, akik a Közel-Keletről vagy Észak-Afrikából indultak útnak – a nemzeti kultúrát és a közbiztonságot fenyegető veszélyt jelentenek, illetve a *humanitárius megközelítést*, amely szerint a migránsok segítségre szoruló emberek. A nacionalista megközelítés Magyarországon a legerősebb, ezt Lengyelország követi, míg a humanitárius megközelítés különösen Szlovéniát, valamivel kisebb mértékben pedig Romániát jellemzi. Az, hogy egy országban a nacionalista vagy a humanitárius diskurzus uralja-e a közbeszédet, független attól, hogy ténylegesen hány migráns tartózkodik az adott országban. A migrációról szóló közbeszéd különböző hevességű a vizsgált országokban. Magyarországon és – kisebb mértékben – Lengyelországban a migrációról szóló közbeszéd dominánsan *emocionális* természetű, és az újságírók és az információforrások álláspontja a társadalmat megosztó törésvonalakat tükrözi. A közbeszéd ugyanakkor *racionalisabb* természetű Szlovéniában és Romániában, ahol a megkérdozettek jellemzően ideológiai torzítástól mentes álláspont kialakítására törekednek. Az, hogy a közbeszéd domináns paradigmája inkább nacionalista vagy humanitárius, illetve inkább emocionális vagy racionalis természetű-e, úgy tűnik, az azt befolyásoló

politikai aktoroktól függ: Magyarországnak és Lengyelországnak ma populista és nacionalista kormánya van, míg Szlovéniát és Romániát a terep kutatás idején technokrata kormányok vezették.

3. Bár a régió valamennyi országára hatást gyakorolt a Nyugat-Európába tartó tömeges kivándorlás, amely az anyaországokban súlyos gazdasági és demográfiai következményekkel járt, a média e kérdéssel különböző gyakorisággal foglalkozik: a kivándorlás fontos téma Romániában, valamint – kisebb mértékben – Lengyelországban és Szlovéniában, míg Magyarországon szinte teljesen ismeretlen.

Hangsúlyozni kell, hogy a kutatás során meginterjúvult újságírók többsége nem a migráció kérdésére szakosodott (hanem különböző ügyekről tudósított, mivel csak kevés médium engedheti meg magának, hogy nagy számban foglalkoztasson szakújságírókat), míg az információforrások szakemberek voltak. Ez magyarázat lehet arra, hogy miért különböznek a mobilitásról és migrációról szóló közbeszéd egyes rétegei. Az újságírók (általában, de a szlovének kivételével) kevéssé tudatosan választják meg a migráció leírására használt szavaikat, és a „migráns”, a „menekült”, a „menedékkérő” stb. kifejezéseket egymással felcserélhető módon használják, tudva azt is, hogy az efféle általánosítások táplálhatják a már meglévő előítéleteket, és hogy a „migráns” szónak egyes nyelveken (különösen magyarul és – kisebb mértékben – szlovénul) negatív konnotációja van. Az információforrások azonban tudatosabbak szövegezésükben, és – elsősorban a nemzetközi és a hazai jogszabályokat követve – különbséget tesznek a migránsok egyes csoportjai között.

Közép/Kelet-Európában az újságírás gyakorlata nem követi az újságírás elméleti normáit. A gyakorlatban az elkötelezett újságírás dominál, míg az újságíró-etika a semlegesség eszményét képviseli. Az eszmény és a gyakorlat közti különbséget ez a vizsgálat is megerősítette. Míg az újságírók azt mondták, igaz és tényszerű módon igyekeznek tudósítani a mobilitás és a migráció kérdéséről, maguk az újságírók és az információforrások is úgy tapasztalták, hogy e tudósítások gyakran az egyes szerkesztőségek ideológiai és politikai elkötelezettségének megfelelően torzítottak. (Vagyis a migrációs diskurzus kisebb vagy nagyobb mértékben követi a társadalmat – s benne a politika és a média szereplőit – megosztó ideológiai törésvonalakat, s a migráció gyakran inkább *pártpolitikai*, mintsem *szakpolitikai* kérdésként tematizálódik.)

Általános szabálynak tűnik, hogy a migráció és/vagy a mobilitás kérdésére szakosodott szervezetek humanitárius és emberi jogi alapon állnak, és küldetésüknél a migránsok és a menekültek védelmét tartják. Vannak azonban kivételek is. Magyarországon például egy kormánypárti *think tank* a kormány migrációellenes álláspontjával azonosul, és a migrációt olyan, a magyar és az európai kultúrát fenyegető veszélynek tekinti, amely ellen fel kell lépni.

E megállapításoknak megvannak a korlátaik. Először is: a négy országban vizsgált mintákat nem szántuk teljes mértékben reprezentatívnak – s nem is lehetnek azok. Másodszor: a migráció kérdése a régió valamennyi országában – kisebb vagy nagyobb mértékben – átpolitizálódott, az újságírók és az információforrások pedig kisebb vagy nagyobb mértékű politikai nyomással néznek szembe. Ez azzal jár, hogy némely válaszadó bölcsőbbnek tarthatja valódi véleményének eltitkolását, és ehelyett inkább azt mondja, amit az elvárásokkal összhangban lévőnek gondol – dacára annak, hogy az anonimitást valamennyi interjúalanyunknak biztosítottuk. Más szavakkal: a nyilvánosan vállalt és a magánszférában képviselt vélemények eltérhetnek egymástól. Egy ilyen kényes helyzetben a fókusz csoportos és az interjú kutatás csak azt tárhatja fel, hogy az emberek mit mondanak, de azt már nem, hogy mit gondolnak.

## Irodalom

- 444 (2017): A kormánypropaganda egyik kedvenc szakértője szerint a menekülteket segítő civilek háborús bűnösök és hazaárulók, <https://444.hu/2017/10/05/a-kormanypropagandaegyik-kedvenc-szakertoje-szerint-menekulteket-segito-civilek-haborus-bunosok-eshazaarulok> (utolsó letöltés: 2018. I. 1.).
- Allen, William L., Scott Blinder & Robert McNeil (2018): Media reporting of migrants and migration. In: *World Migration Report 2018*. Geneva: International Organization for Migration.
- Association of Journalists of Slovenia (2017): Poziv odboru DZ za kulturo: Nedopustni politični pritiski na RTVS, <http://novinar.com/9426> (utolsó letöltés: 2018. VII. 19.).
- Bajomi-Lázár, Péter (2017a): Between neutrality and engagement. Political journalism in Hungary. *Central European Journal of Communication*, vol 10, no. 1, pp. 48–63.
- Bajomi-Lázár, Péter (2017b): Particularistic and Universalistic Media Policies: Inequalities in the Media in Hungary. *Javnost/The Public*, vol. 22, no. 2, pp. 162–172.
- Bajomi-Lázár, Péter & Dorka Horváth (2013): The Continued Relevance of the Concept of Propaganda: Propaganda as Ritual in Contemporary Hungary. *Global Media and Communication*, vol. 9, no. 3, pp. 219–237.
- Bárd, Petra & Judit Bayer, under the coordination of CEPS (2016): *A comparative analysis of media freedom and pluralism in the EU Member States – Study for the LIBE Committee, Directorate for Internal Policies, European Parliament*, [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: 2017. X. 21.).
- Bátorfy Attila (2014): Az állam foglyul ejtésétől a piac fogvatartásáig. Orbán Viktor és a kormány médiamodellje 2014 után. *Médiakutató*, XVIII. évf., 1–2. sz., 7–30. o.
- Biezen, Ingrid van (2000): On the Internal Balance of Party Power. Party Organizations in New Democracies. *Party Politics*, vol. 6, no. 4, pp. 395–417.
- Brüggemann Michael (2014): Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames. *Communication Theory*, vol. 24, no. 1, pp. 61–82.
- DEREX (é. n.): Demand for Right-Wing Extremism; [http://derexindex.eu/About\\_DEREX](http://derexindex.eu/About_DEREX) (utolsó letöltés: 2018. VII. 19.).
- Dunai, Marton (2017): Hungary's top news portal passed to entities close to PM Orbán's adversary. *Reuters News Agency*, <https://www.reuters.com/article/us-hungary-media-politics/hungarys-top-news-portal-passed-to-entities-close-to-pm-orbans-adversary-idUSKBN17M2FL> (utolsó letöltés: 2018. VII. 19.).
- EJC [European Journalism Centre] (2017): Media landscapes, <https://medialandscapes.org> (utolsó letöltés: 2018. VII. 19.).
- Eurostat (2017): Migration and Migrant Population Statistics, [http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Migration\\_and\\_migrant\\_population\\_statistics](http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Migration_and_migrant_population_statistics) (utolsó letöltés: 2017. XII. 6.).
- Focus Migration (2017): Romania, <http://focusmigration.hwwi.de/Romania.2515.0.html?&L=1> (utolsó letöltés: 2017. XII. 6.).
- FRA (2016). Incitement in media content and political discourse in EU Member States. *European Union Agency for Fundamental Rights*, [http://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/image/document/2016-47/fra\\_media\\_and\\_incitement\\_paper\\_19752.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-47/fra_media_and_incitement_paper_19752.pdf) (utolsó letöltés: 2018. VII. 19.).
- Freedom House (2016): Nations in Transit Report 2016, <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2017/poland> (utolsó letöltés: 2017. XII. 8.).
- Freedom House (2017): Hungary, <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2010/hungary> and <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2017/hungary> (utolsó letöltés: 2017. XI. 18.).
- Głowacki, Michał (2017): Poland: A Country of Contradictions. In: Péter Bajomi-Lázár (ed.): *Media in Third-Wave Democracies. Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective*, pp. 164–181. Paris & Budapest: L'Harmattan.
- Hunyadi, Bulcsú & Csaba Molnár (2016): Central Europe's Faceless Strangers: The Rise of Xenophobia. *Nations in Transit Brief*, June 2016, [https://freedomhouse.org/sites/default/files/July12016\\_xenophobia\\_final\\_brief\\_FH.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/July12016_xenophobia_final_brief_FH.pdf) (utolsó letöltés: 2017. XII. 2.).
- Index (2015): Megverték egy egyetemista lányt, mert bevándorlónak nézték a barátját, [http://index.hu/belfold/2015/07/19/megverték\\_egy\\_egyetemista\\_lanyt\\_mert\\_bevandorlonak\\_neztek\\_a\\_baratjat/](http://index.hu/belfold/2015/07/19/megverték_egy_egyetemista_lanyt_mert_bevandorlonak_neztek_a_baratjat/) (utolsó letöltés: 2017. XI. 11.).
- Index (2017): The villagers were so horrified of the refugees that they even banished their beloved mayor, [http://index.hu/video/2017/10/04/ocseny\\_menekult\\_angol\\_valtozat\\_refugees\\_migrants/](http://index.hu/video/2017/10/04/ocseny_menekult_angol_valtozat_refugees_migrants/) (utolsó letöltés: 2017. XI. 5.).



- INSCOP (2016): Barometrul Adevarul despre Romania, <http://www.inscop.ro/wpcontent/uploads/2016/04/INSCOP-raport-martie-2016-Criza-refugiatilor.pdf> (utolsó letöltés: 2018. I. 18.).
- International Migration Outlook (2016): [http://dx.doi.org/10.1787/migr\\_outlook\\_2016-en](http://dx.doi.org/10.1787/migr_outlook_2016-en) (utolsó letöltés: 2017. XII. 8.).
- Juhász Attila & Csaba Molnár (2016): Magyarország sajátos helyzete az európai migrációs válságban, <http://www.tarki.hu/hu/publications/SR/2016/13juhasz.pdf> (utolsó letöltés: 2017. XII. 4.).
- Jungerstam-Mulders, Susanne, ed. (2006): *Post-Communist EU Member States, Parties and Party Systems*. Aldershot & Burlington: Ashgate
- Lewis, Paul G. (2001): The 'Third Wave' of Democracy in Eastern Europe. *Party Politics*, vol. 7, no. 5, pp. 543–565.
- Máriás, Leonárd, Krisztina Nagy, Gábor Polyák, Ágnes Urbán (2017): Soft censorship in Hungary. When propaganda rules public discourse. *Mérték Média Monitor*, <http://mertek.eu/wp-content/uploads/2017/10/MertekFuzetek12.pdf> (utolsó letöltés: 2018. VII. 19.).
- Milosavljevic, Marko (2016): Slovenia. *Media Pluralism Monitor 2016: Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond*, <http://cmpf.eu.eu/media-pluralismmonitor/mpm-2016-results/slovenia/> (utolsó letöltés: 2017. XII. 29.).
- Milosavljević, Marko & Tanja Kerševan Smokvina (2017): Slovenia: The Interplay of Media and Politics in a Small-Sized Central/Eastern European Country. In: Péter Bajomi-Lázár (ed.): *Media in Third-Wave Democracies. Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective*, pp. 210–228. Paris & Budapest: L'Harmattan.
- Parikh, Tej (2017): The EU's Other Migration Problem. Brain Drain in Central and Eastern Europe. *Foreign Affairs*, 30 March 2017, <https://www.foreignaffairs.com/articles/centraleurope/2017-03-30/eus-other-migration-problem> (utolsó letöltés: 2017. XII. 2.).
- REMINDER (2017): The Role of European Mobility and its Impacts in Narratives, Debates and EU Reforms, <https://www.reminder-project.eu/work-packages/> (utolsó letöltés: 2017. XII. 3.).
- Reporters Without Borders (2017): World Press Freedom Index, <https://rsf.org/en/ranking> (utolsó letöltés: 2017. XI. 6.).
- Schudson, Michael (1989): The sociology of news production. *Media, Culture & Society*, vol. 11, no. 3, pp. 263–282.
- Sipos, Balázs (2013): Bias, Partisanship, Journalistic Norms and Ethical Problems in the Contemporary Political Media. *Central European Journal of Communication*, vol. 6, no. 1, pp. 89–104.
- Stonbely, Sarah (2015): The social and intellectual contexts of the US "Newsroom Studies," and the media sociology of today. *Journalism Studies*, vol. 16, no. 2, pp. 259–274.
- The Economist (2017): Poland's emigration headache, 5 November 2017, <https://www.economist.com/blogs/easternapproaches/2013/11/poland-and-eu> (utolsó letöltés: 2017. XII. 4.).
- Urbán, Ágnes, Gábor Polyák & Zsuzsa Szász (2017): Hungary: Media Transformation Derailed. In: Péter Bajomi-Lázár (ed.): *Media in Third-Wave Democracies. Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective*, pp. 136–163. Paris & Budapest: L'Harmattan.

## ABSTRACT

### **Media practices related to migration and intra-EU mobility in the EU-10 Member States**

This paper offers an overview of the findings of the interviews conducted with journalists and influencers on how the media cover the issues of mobility and migration in four Central/Eastern European countries, including in Hungary, Poland, Romania, and Slovenia. It reveals that 1) despite similarities in the recent histories of these countries, the issues of mobility and migration are covered differently across the region, 2) immigration has been a major issue on the public agenda since 2015 dividing some of these societies, even though relatively few migrants and refugees from beyond the European Union have actually stayed in the region, and 3) emigration—or intra-European mobility—is as much an issue as immigration and has had severe economic and demographic effects.

**Bajomi-Lázár Péter** médiakutató, főiskolai tanár a Budapesti Gazdasági Egyetemen. Legutóbbi monográfiája: *Party Colonisation of the Media in Central and Eastern Europe* (Budapest & New York: The Central European University Press, 2014). Legutóbbi szerkesztet kötete: *Media in Third-Wave Democracies. Southern and Central/Eastern Europe in a Comparative Perspective* (Budapest & Paris: L'Harmattan, 2017). Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „Manipulál-e a média?” (2017. tél).

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. Mindamelllett 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. Mindamelllett

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 őrködjének 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 aktorává. 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.

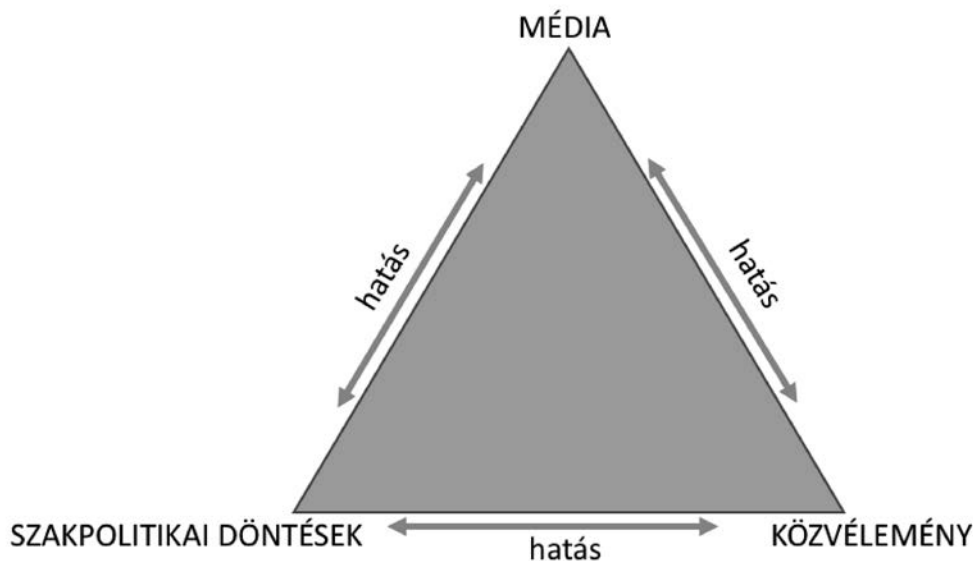
A migráció sok országban – így az itt vizsgált legtöbb országban is – a legvitatottabb, legmegosztóbb és politikailag legkényesebb ügyek közé tartozik a politikai és médiavitákban (Allen et al. 2017). Egyúttal olyan téma, amely újabb vizsályok magvát ültetheti el a társadalomban (Finney & Simpson 2009). 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 feldogozott 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 Unió 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 Unió belüli migránsok szociális segélyekhez való hozzáférést olyan témaként azonosították, amely különösen érdekli lapjukat.

Az Európai Unió 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 hirdetők 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 médiszakemberek 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 szenzációhajász 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 uniós 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 Unió belüli mobilitást, társadalmi hatást igyekeznek kiváltani, és fontosnak tartják a hátrányos helyzetű csoport érdekeinek védelmét.

Mint említettük, a megkérdezett újságírók olyan helyzetről 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 előállítás 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 büszkéek 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 szak-szervezetek 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. Mindamelllett 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 tájékoztatlan 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 mindamelllett 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 bírálták 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 válaszadónak 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 előbbieket 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 prekoncepcióik 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 meginterjúvoltunk), 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 democráciákra 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 mediaszabályozás, 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 névvel 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 a 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. Mindamelllett 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 kudarcként 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 „tömegmédiát” 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-mail 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.

Válaszadóinkat 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).

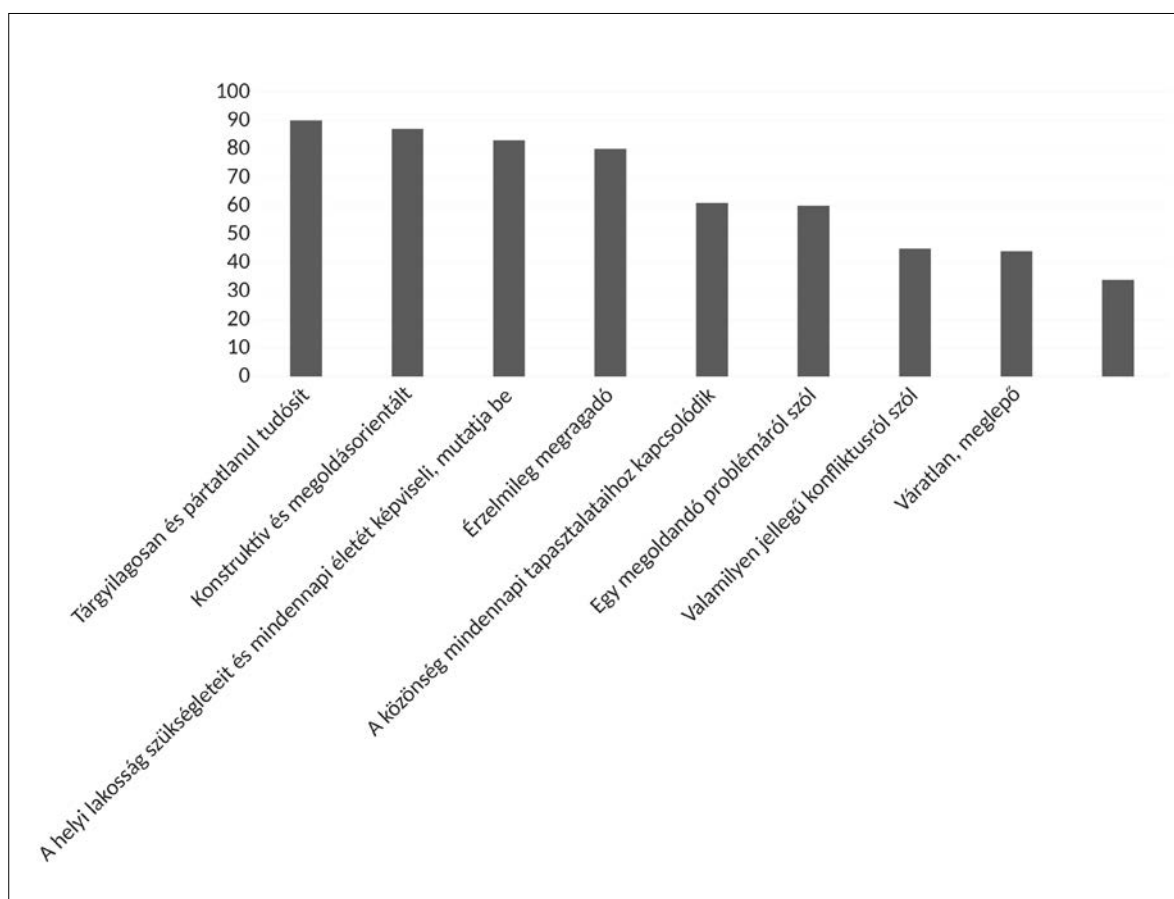
A válaszadók jóval sokszínűbb szóhasználattal jellemezték az Európai Unió belüli mobilitásban érintetteket (uniós polgárok: 14 %; dolgozók: 12 %; bevándorlók: 12 %; uniós migránsok: 11 %; európaiak: 10 %), mint a harmadik országokból érkező migránsokat (migránsok és menekültek: 52 %; bevándorlók: 17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

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.

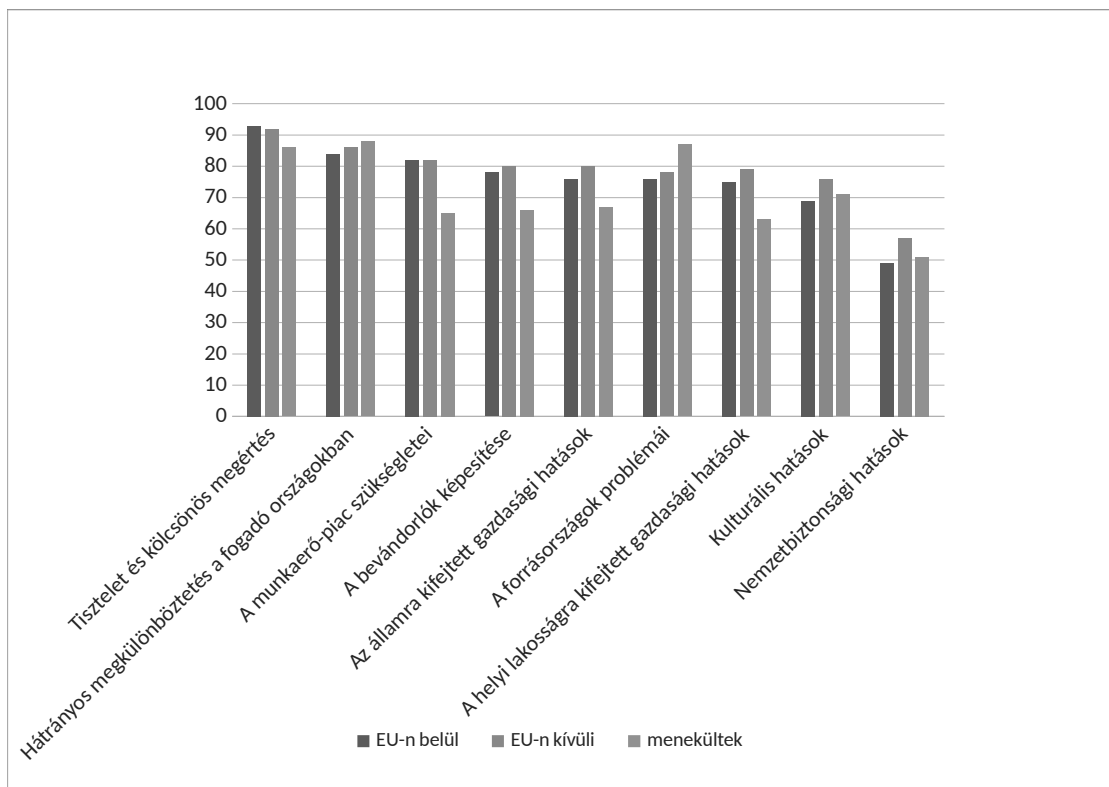
A menekültek és a menedékkérők esetében a származási országukban fennálló helyzetet tartották a legfontosabbnak, ami egyúttal a szakmai készségeik vélt relevanciájának, a fogadóország munkaerő-piaci helyzetének és a menekültek gazdasági hatásának ritkább hangsúlyozásával is együtt járt. Ez arra utal, 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).

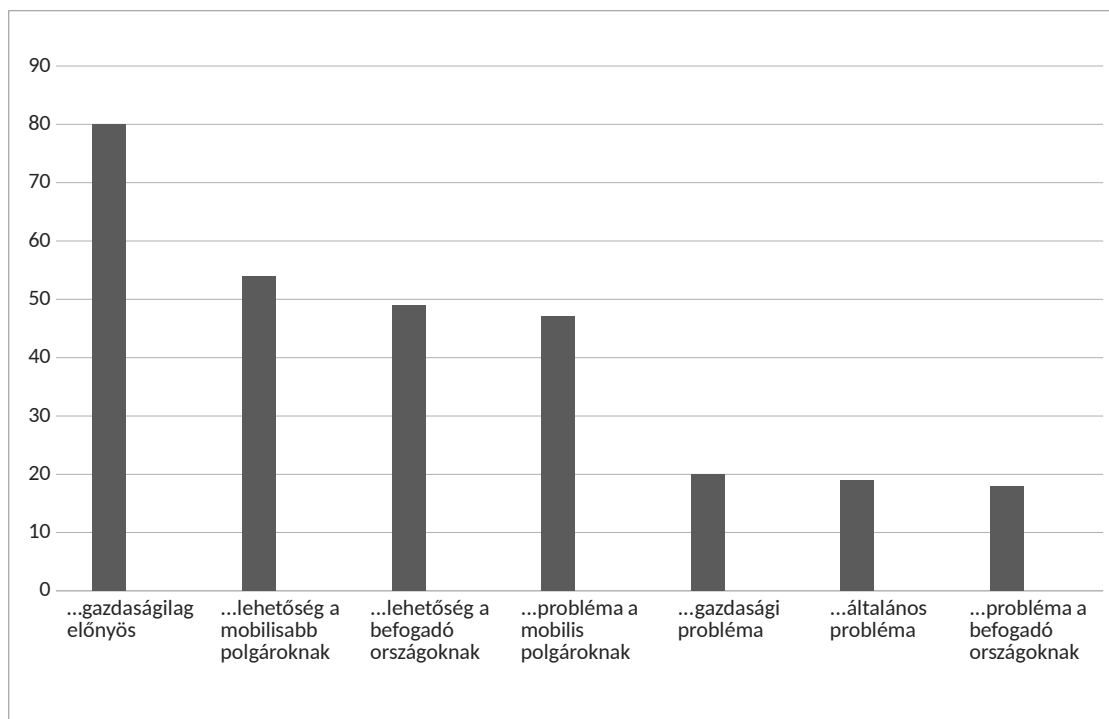
2. ábra  
A migrációról szóló tudósítások (százalékban)



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.

Gödri Rita

# Elvándorolt magyar véleményvezérek

## Az online önreprezentáció és kapcsolatépítés lehetőségei a kivándorolt magyarok körében

**Ez a dolgozat az online önreprezentáció és az ehhez szorosan kötődő kapcsolatépítési lehetőségek vizsgálatával foglalkozik. Azt igyekszik bemutatni, hogy az újmédia egyes felületein milyen hatékonysággal lehet kapcsolatrendszereket kiépíteni és személyiségeket konstruálni. Megkísérli felderíteni, hogy a kivándorolt magyarok miként élnek az újmédia nyújtotta lehetőségekkel, miként reprezentálják külföldi tartózkodásukat, és miként alakítják ki kapcsolataikat az új médiaközegben. E kérdések megválaszolása érdekében tíz olyan vlogot mutat be, amely a kivándorlás témakörét jeleníti meg, miközben életutakba, egyéni sorsokba, motivációkba és önreprezentációs lehetőségekbe is betekintést kínál.**

**Kulcsszavak:** web 2.0, kivándorlás, migráció, vlog, videoblog

### 1. Bevezető: A kivándorlás megjelenése a web 2.0 felületein

A web 2.0-ás alkalmazások megjelenése és elterjedése új fejezetet nyitott a tartalom-előállítás történetében. A 2000-es évek előtt a tartalom-előállítás csak a professzionális előállítók (például az újságírók) kiváltsága volt, és szigorú intézményi keretek között zajlott. Az újmédia megjelenésével azonban olyan új ábrázolási technikák és ezeknek teret adó felületek is létrejöttek, amelyeknek köszönhetően az átlagos felhasználó is könnyen tartalom-előállítóvá válhatott, ezáltal a tartalomkínálat is bővíthetett. Az új tartalom-előállítók közül napjainkban sokan kivándorlásuk történetét mondják el videók formájában. Dolgozatomban ezt az új tendenciát igyekszem bemutatni tíz vlog elemzésével. Arra a kérdésre keresek választ, hogy a kivándorolt magyarok miként mutatják be kinti életüket. Hogyan használják fel erre a web 2.0 adta lehetőségeket? Milyen tartalmakat osztanak meg követőikkel? Milyen közösségek formálódnak köréjük? Tartják-e a kapcsolatot követőikkel, és ha igen, milyen módon, milyen rendszerességgel? Milyen mértékben vonják be közönségüket a magánéletükbe? Hogyan építik fel a Youtube-on digitális identitásukat egy ilyen téma keretében?

Mivel e kutatásban az önreprezentációra és a hálózati kapcsolatépítésre fókuszálok, a migráció témáját csak a fontosabb megállapítások és kutatások mentén szemléltetem. A kivándorlás kapcsán a web 2.0-ás alkalmazásokkal – azokon belül is a Youtube használatával – foglalkozom.

### 2. A magyarországi elvándorlás történeti aspektusai

Közép- és Kelet-Európa igen megosztott a kivándorlás tekintetében. Míg Ausztria az 1980-as évektől bevándorló célországnak számít, addig hazánk és számos más, a térségben lévő ország (például Románia, Albánia, Csehország, Bulgária, Szlovákia) tartósan kibocsátónak (Melegh 2011). Ennek ellenére a hazai szakirodalom a 2000-es évek közepéig keveset foglalkozott a témával (Rédei 2001, Sík 2002, Cseresnyés 2005).

A kivándorlás mérésénél az is gondot jelent, hogy a statisztikák olykor pontatlannak bizonyulnak. Míg a KSH adatai szerint az utóbbi évtizedben alig néhány tízezer fő hagyta el az országot, addig a tükörszámok (tehát a befogadó országok statisztikái) szerint ez a szám akár több százezer is lehet. (E pontatlanság egyik oka talán az, hogy a kivándorlóknak már nincs lejelentési kötelezettségük a hatóságok felé.) Ám a tükörszámok csak a regisztrált

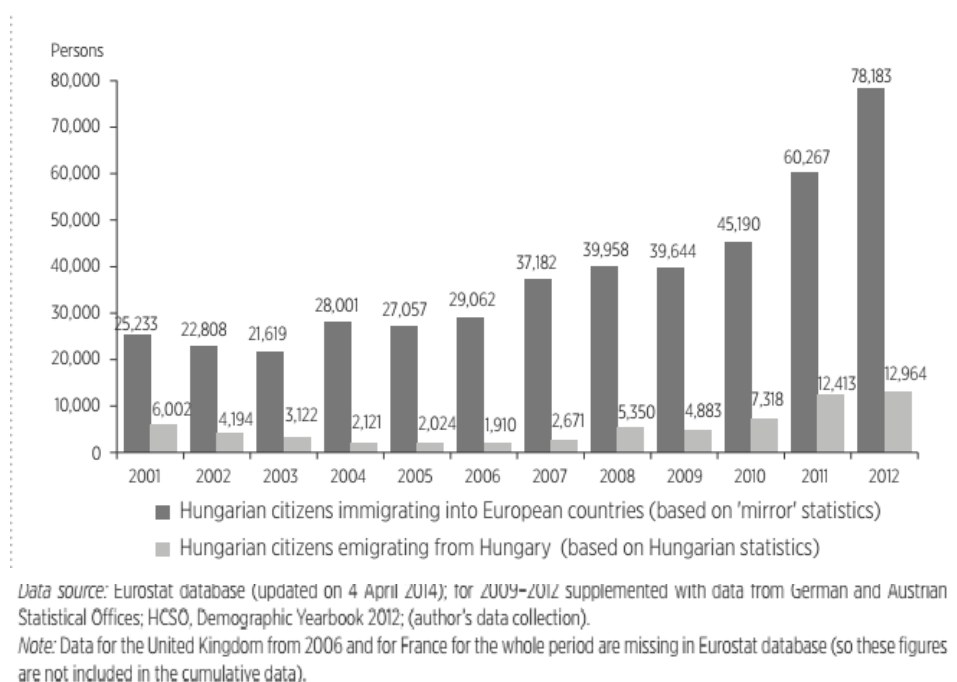
munkavállalókat/ott élőket tartalmazzák, az illegálisan dolgozókat és ott tartózkodókat nem. Mindemellett számos statisztika nem is taglalja az Európán kívüli térségekbe való kivándorlást (Gödri 2015).

A rendszerváltást követően – azaz 1990 és 2004 között – az elvándorolt magyarok száma igen csekély volt. Ebben szerepet játszott a nyelvtudás hiánya és a széleskörű szociális ellátórendszer is. 2004-ben az Európai Unióhoz való csatlakozást követően sem volt nagy mértékű az elvándorlás. Míg más országokból tömeges migráció volt megfigyelhető az újonnan megnyílt piacok felé, addig hazánkban – részben a fent említett okokból – ez nem következett be. A gazdasági válságot követően azonban nálunk is jelentős méreteket öltött a külföldre irányuló migráció. Bár a válság hatása nem volt azonnal érzékelhető, az ezt követő időszakban súlyos problémák jelentkeztek: a hazai gazdasági mutatók visszaestek, a munkanélküliség nőtt, a szociális ellátórendszer minősége romlott, a felsőoktatás romokban hevert. Mindez nagymértékű migrációhoz vezetett (Hárs 2016).

Ahogy az 1. ábrán is látható, a kivándorlás mértéke 2007-től indult növekedésnek. Ekkor a tükörstatisztikák szerint már 37 182 magyar élt külföldön (ez a szám a hazai statisztikákban a 3000 főt sem éri el). Az újabb kivándorlási hullám 2011-ben érte el hazánkat, amikor teljesen megnyíltak a német és az osztrák piacok is. A Népeségtudományi Kutatóintézet *Életünk fordulópontjai* című, 2013-ban készült kutatási eredményei azt mutatják, hogy az állandó magyarországi lakcímmel rendelkező 18–49 éves magyar állampolgárok 7,4 százaléka, azaz mintegy 335 000 fő élt ekkor tartósan külföldön (Blaskó & Gödri 2015). Egyes becslések szerint azonban ez a szám évről évre százezer fővel emelkedik (Gödri 2010, 2015).

1. ábra

Magyar állampolgárok migrációja a tükörstatisztikákban és a hazai statisztikákban



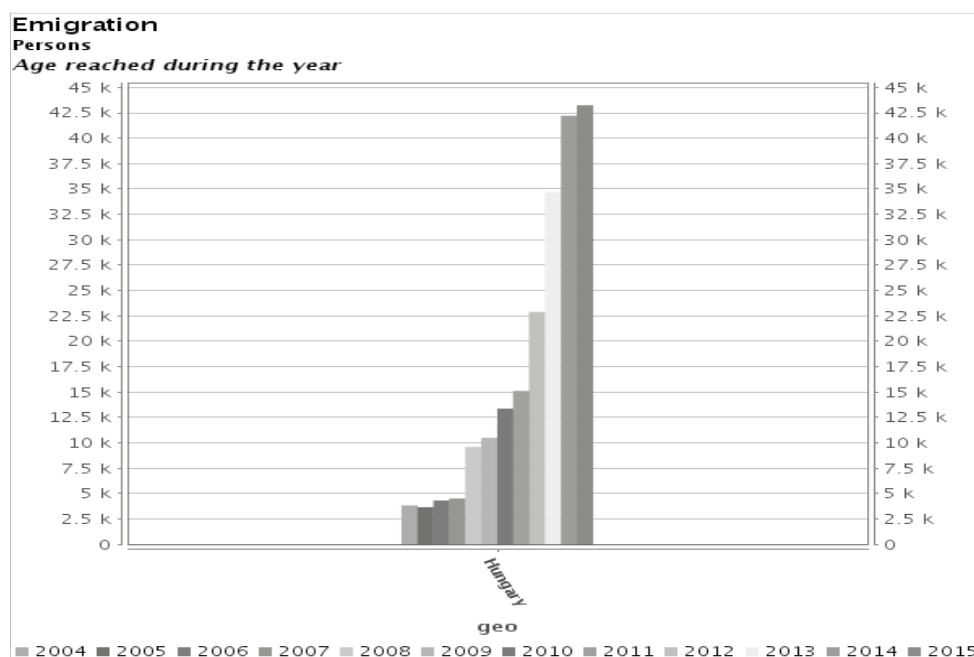
Forrás: Blaskó & Ligeti (2014)

2012-től a migráció mértéke még nagyobb növekedést mutat (lásd a 2. ábrát). Az Eurostat statisztikája szerint ekkor körülbelül 23 000 magyar élt külföldön.<sup>1</sup> Az ezt követő időszakokban a növekedés folytatódott, majd 2015-ben érte el a csúcspontot, ami közel 43 000 főt jelentett.

1 Forrás: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/graph.do?tab=graph&plugin=1&pcode=tps00177&language=en&toolbox=data> (letöltés: 2018. I. 30.).



2. ábra  
Az elvándorlás mértéke 2004 és 2015 között



Forrás: Eurostat

A 2013-as Managing Migration in South East Europe transznacionális együttműködési projekt (SSEMIG) szerint a magyarok által preferált célországokon (Németországon, Ausztrián, az Egyesült Királyságon) kívül megjelennek más, nem európai országok is, például Ausztrália, az Egyesült Államok és egyes közel-keleti országok. Németországban 2011-től drasztikusan nőtt a magyar állampolgárságú bevándorlók száma. Nagy-Britanniában 2004 és 2011 között több mint 55 000 magyar állampolgárságú bevándorlót regisztráltak. Ausztriában sajtóságos a helyzet, hiszen a határ közelsége miatt nem állapítható meg egyértelműen a tartósan ott élő vagy csak ingázó magyar népesség létszáma.

### 3. A reprezentáció médiaháttéré és a megváltozott fogyasztói igények

A kivándorolt magyarok – felhasználva az internet nyújtotta lehetőségeket – szoros kapcsolatot ápolnak itthon maradt családtagjaikkal, barátaikkal, szeretteikkel. Ugyanakkor a vilghálón kapcsolati tőkéjük bővítésére is törekszenek. A kint élők közül sokan blogolnak, blogközösségeket alkotnak, és megosztják egymással külföldön szerzett tapasztalataikat (például a hellomagyarok.hu lapon), csatlakoznak valamelyik közösségi oldalhoz, ahol szintén tovább építhetik kapcsolati hálójukat. Mindezt a Tim O'Reilly (2009) nevéhez fűződő web 2.0-ás szolgáltatások és alkalmazások teszik számukra lehetővé:

„A web 2.0 kifejezés olyan második generációs internetes szolgáltatásokra utal, amelyek első-sorban az online közösségek aktivitására, a felhasználók által előállított tartalmakra és azok megosztására épülnek” (Pintér 2008: 10).

Ugyanakkor a web 2.0-át kritizálók szerint ennek technikai feltételei már korábban is adottak voltak, csupán a felhasználói attitűdökben történt változás (Mátyus 2007). A 2000-es évek elején a felhasználók többsége nem akart már egyirányú kommunikációs lehetőségek közt élni, kiábrándult a piac egyszínűségéből, a professzionális tartalom-előállítók kapuórszerepéből, a híradások, újságcikkek sematikus mivoltából. Az új lehetőségeket felfedezve ők maguk is tartalomkészítésbe kezdtek. Blogokat, vlogokat, wikiket hoztak létre, elindították a *citizen* újságírást, videotartalmakat tettek közzé, online közösségekhez csatlakoztak, így számukra is megnyílt az út az online önreprezentáció felé, így felépíthették saját online identitásukat (Bodoky 2008).

De vajon a felhasználók így felépített digitális identitása egybeesik-e offline identitásukkal? Pintér Róbert (2008) szerint nem digitális identitásról kellene beszélnünk, hanem *identitásunk online kivetüléséről*, vagyis ugyanazon személy hálózatban létező énjéről. Hasonlóképp fogja fel a problémát Fehér Katalin is (2013, 2015), aki a digitális identitást egy olyan online elérhető adatkészletként írja le, amely *az Én kivetülése és leképeződése a digitalizált színtereken*.

A hálózati terek soha nem látott lehetőségeket tárnak a felhasználók elé. A különböző alkalmazások segítségével az önreprezentáció egyre könnyebbé válik: gondoljunk csak az Instagramra, a Facebookra, a Youtube-ra és más hasonló oldalakra, ahol különböző szűrők, filterek hozzáadásával bármikor tökéletes képeket készíthetünk (Bargh et al. 2002). Gelegonya Edina (2011: 97) a Youtube önprezentációs lehetőségeit tárgyaló tanulmányában így fogalmaz:

„A szűrők – David Manning White információkat megválogató kapuőreinek – kiiktatásával a tartalmak is sokkal változatosabbak lettek, megnyílt az út bárki számára (az ingyenes médiareprezentáció előtt. Mindebben pedig nagy szerepük van a különböző zene- és videomegosztó portáloknak.”

A Youtube-ra naponta többmillió adatot töltenek fel, elsősorban magánszemélyek. Ugyanakkor jelen vannak a népszerű médiaszolgáltatók és a profitorientált tartalomszolgáltatók is, amelyek saját csatornát működtetve ingyenes tartalmakat nyújtanak az oldal felhasználóinak, ezzel is jókora nézőközönséget vonzanak magukhoz. A Youtube-on az elérhető tartalmak skálája igen széles: találhatunk itt videoklipet, vlogokat, filmeket, *gamer*-videókat, *beauty*, *haul* tartalmakat, koncertfelvételeket stb.<sup>2</sup> A legtöbb tartalmat tehát magánszemélyek szolgáltatják, akik amatőrök a tekintetben, hogy nem áll rendelkezésükre sem olyan eszköz, sem olyan tudás, amellyel a profikra jellemző tartalmakat tudnának előállítani. Az újmédia terei számukra is megnyílnak, így a professzionális tartalom-előállítók mellett már az átlagember is birtokba veheti azokat (Glózer & Guld 2015). A magánszemélyek által előállított tartalmak többségében hétköznapi tematikát dolgoznak fel, például:

- Mi történt velük az adott napon? (*vlog*)
- Milyen termékeket vásároltak a boltban? (*haul*)
- Milyen praktikákat használnak a mindennapokban, hogy például egységes legyen a sminkjük? (*beauty*)
- Milyen online vagy pc-játékot próbáltak ki legutóbb? (*gamer-videók*)

A hétköznapiaság mint tematika nem újkeletű dolog a médiában. A hagyományos médiában megjelenő valóságshow-k is *átlagemberek átlagéletét* hivatottak bemutatni.

Nemcsak önreprezentációra alkalmas ez a felület, hanem közösségépítésre is. Ugyan ezek már lazábban szerveződő közösségek, mint a való életben létrejövők, tagjaik mégis állandó kapcsolatban állnak egymással (Vályi 2007). Ez jól megfigyelhető a Youtube-on is, hiszen a vlogolók egymás csatornáira iratkoznak fel, hozzászólásokat írnak a másik fél videó alá, és olykor-olykor áttemelnek bizonyos tartalmi, formai eszközöket a saját videóikba (Glózer & Guld 2015). Az effajta *remixelhetőség* (amelyet tanulmányában Manovich [2007] is megemlíti), szintén sajátossága a web 2.0-nak, amellyel előszeretettel élnek a tartalom-előállítók. Mindemellett azonban megőrzik hitelességüket is, hiszen az adott séma vagy formai elem átvétele és beültetése a saját tartalomba már az egyén döntésén múlik (Glózer 2014).

<sup>2</sup> Mátyus Imre (2010): Színpadok, hálózások és csatornák: önreprezentáció a Youtube-on. *Apertúra*, 5. évf., 4. sz., <http://apertura.hu/2010/nyar/matyus> (letöltés: 2018. IV. 10.).

## 4. Kutatási módszer

Kutatásom során tíz vlogot elemeztem, ebből kilenc vlog szerzői a Hellomagyarok.hu nevű oldal tagjai. A vlogolók kiválasztása során figyelembe vettem a kivándorlási statisztikákban feltüntetett preferált célországokat és a tartalom-előállítóknak az előbb említett weboldalon való aktivitását. Így született meg az a lista, amely a legnépszerűbb kivándorlási célországokat és az ott élő legaktívabb magyar vlogolókat tartalmazza. Ez alapján betekintést nyerhetünk ausztráliai, németországi és Egyesült Államokbeli magyarok mindennapjaiba. Érdekességképp más országokba vándorolt magyarok vlogjai is bekerültek a kutatásba.

A Hellomagyarok.hu egy olyan weboldal, amelyen a külföldön élő magyarok közösséget alkotnak, mesélnek a külföldi élet napos, illetve árnyoldaláról, cikkeket írnak, és hasznos tudnivalókat osztanak meg az éppen kivándorlást tervezőkkel. Sok olyan ember tartozik e közösségbe, aki más csatornákon is jelen van (ilyen lehet még például a Facebook, a Twitter, az Instagram, a Youtube, az Ask.fm stb.).

A 10. vlogoló egy olyan crossover sztár, akit már a hagyományos médiumokból ismerhet a közönség. Vlogjának elemzése azt a célt szolgálja, hogy megismertesse az olvasóval, mennyiben tér el egy professzionális tartalom-előállító reprezentációs tevékenysége egy átlagos vlogolótól.

A vlogolók videóit áttekintve tíz olyan elemet fedeztem fel, amely mindegyik tartalom-előállító esetében megfigyelhető volt. Ezek a következők:

1. A hagyományos médiumok befolyása.
2. Az újmédiába való beágyazottság.
3. Az autentikusság.
4. A remixelhetőség.
5. A nézői igényeknek való megfelelés.
6. A közösségiség.
7. Személyes információk megosztása.
8. Tartalmak jellege: videók tematikája.
9. Önreprezentációs jelleg (saját logó, *brand*, szlogen stb.).
10. „Kooperáció”.

A tartalom-előállítók csatornáit három csoportra osztottam az alábbi szempontok szerint: figyelembe vettem a csatorna nézettségi mutatóit, a megosztott tartalmak mennyiségét és minőségét, a csatorna követőinek számát, valamint a tartalmakért kapott javadalmazást. A besoroláshoz szükséges kvantitatív vizsgálat 2017 júliusa és augusztusa között zajlott. A csoportba való besoroláshoz használt adatokat a mellékletben található 1. táblázat szemlélteti.<sup>3</sup>

## 5. Eredmények

Az első csoportba az amatőr tartalom-előállítókat soroltam, a második csoportot a kevésbé professzionális tartalom-előállítók alkotják, a harmadik csoport tagjai a professzionális tartalom-előállítók. Az 1. táblázat alapján az első csoportba azok a tartalom-előállítók kerültek, akik csatornája kevés követővel rendelkezik, ahhoz alacsony megtekintési arány párosul, és az elemzett videók minősége is elmarad a második csoportba sorolt tartalom-előállítókéitől. A második csoportba azokat a vlogolókat soroltam, akiknek nagy rajongótáboruk van, ezért a csatornájuk nézettségi mutatója is meglehetősen magas, a megosztott tartalmak minősége és mennyisége is kiemelkedő, ám munkájuk nem jár anyagi javadalmazással, tehát nem Youtube-partnerek. A harmadik csoportba tartoznak azok, akik népes követőtáborral rendelkeznek, az általuk előállított tartalmak nézettsége jóval magasabb az első két csoport tagjainál, azok minőségileg is igényesebbek, és tetemes mennyiségűek. E csoport esetében az előállított tartalom anyagi javadalmazással is párosul.

---

<sup>3</sup> Mivel a jelen kutatás több kutatási módszerből – a tartalomelemzésből és a diskurzuselemzésből – is merít, két módszertani-elméleti anyagra támaszkodom. A tartalomelemzés elvégzéséhez Jane Stokes (2008) könyvét használtam fel, míg a diskurzuselemzéshez Glózer Rita (2008) könyve nyújtott kiváló alapot.

A vlogolók térbeli elhelyezkedését és vlogjuk alapadatait az 3. ábra szemlélteti.

3. ábra

A vizsgált magyar vlogolók földrajzi elhelyezkedés szerint



## 5.1. Az első csoport

Az amatőr tartalom-előállítók csoportjába az alábbi három vlogolót soroltam:

11. László Martin.<sup>4</sup>
12. Amerikai Peti.
13. Csilla.<sup>5</sup>

Az első elemzett vlog tulajdonosa 2012 augusztusában csatlakozott a Youtube közösségéhez, és a kvantitatív vizsgálat időszakában csatornája 616 feliratkozóval rendelkezett. Martin jelenleg Németországban él, és egy multinacionális cég alkalmazottjaként dolgozik. Különböző tartalmakat oszt meg követőivel, például gamer-videókat, a németországi munkavállalással kapcsolatos teendők ismertetését, praktikákat, tippeket, jó tanácsokat. Habár nem rendelkezik nagy követőtáborral, a külföldi munkavállalásról, a kinti életről szóló videóinak nézettsége felülmúlja a csatornára feliratkozók számát. Kivándorlásának oka a külföldi munkavállalás volt, videói során ezt többször is megemlíti. Videóit mindig az autójában veszi fel, és ez olykor a minőség rovására megy: a zajokból, az életlen képekből arra lehet következtetni, hogy nem profi tartalom-előállítóról van szó.

4 Martin, [https://www.youtube.com/channel/UCxpm\\_gcNAYkeEsH8omVpuMQ/about](https://www.youtube.com/channel/UCxpm_gcNAYkeEsH8omVpuMQ/about) (letöltés: 2018. I. 24.).

5 Csilla, <https://www.youtube.com/channel/UCLn4fGD-kXrTowdiMP3PZg/about> (letöltés: 2018. I. 24.).

A legnézettebb videójában,<sup>6</sup> amelyet eddig 9847-en tekintettek meg, a németországi árakról, lakásviszonyokról, az ott jelentkező mindennapi kihívásokról beszél. Napirenden tartja a német sajátosságok bemutatását is, például szó esik a közlekedésről, a jogosítvány megszerzéséről és a német vezetési kultúráról is.<sup>7</sup> A németországi munkavállalás bemutatása mellett személyesebb hangvételű videói is láthatóak. Az egyik ilyen videójában<sup>8</sup> munkahelyi problémáiról beszél, itt egy kis feszültség is érződik rajta, amikor a kamerába néz. Ez a magatartás is arról tanúskodik, hogy e vlogoló nem a profi tartalom-előállítók táborába tartozik.

A közönségével való kapcsolattartásra nagy hangsúlyt fektet: egyrészt külön videókat készít, amelyekben a korábban hozzászólásokban érkezett kérdésekre válaszol, másrészt írott formában is igyekszik eleget tenni kapcsolattartási kötelezettségének. Közönsége egy részét a már régóta Németországban élő magyarok alkotják, akik gyakran fogalmazzák meg a videó készítőjével ellentétes véleményt. Emellett a videók alatt olyan hozzászólások is megjelennek, amelyekből arra lehet következtetni, hogy a kommentelők épp a kivándorlást tervezik, és ehhez gyűjtenek információt, kérnek segítséget a csatorna tulajdonosától, aki készségesen válaszol a felmerülő kérdésekre. Jelen esetben a tartalom-előállító nem adott meg más elérhetőséget (Google fiókot, Facebook- vagy Twitter-profilt, Ask.fm-et, saját weboldalt stb.) a kapcsolattartásra. Az újmédia e csatornájára korlátozódik tartalom-előállító tevékenysége és virtuális kapcsolatrendszerének kialakítása.

A második vlogoló nem rendelkezik önálló Youtube-csatornával, hanem a már említett *Hello magyarok* blog neve alatt készíti videóit. Ez a csatorna 2015 júliusától érhető el a videomegosztó portálon, és eddig 562 feliratkozóra tett szert. A csatornán belül egy olyan tartalom-előállító videóit elemzem, aki jelenleg egy amerikai egyetem hallgatója. A videói is ezt mutatják be. Készítőjük főként az egyetemi életről mesél, az amerikai oktatási rendszer sajátosságairól, a campusról, a diákszállóról és az egyetemi közösségről. Emellett egyes videóiban amerikai szokásokat is ismertet, közelebb hozva ezzel az amerikai életérzést, kultúráját.<sup>9</sup> Az előző vlogolóval ellentétben nála ugyan megjelennek a videót színesítő zenei aláfestések, lassítások, vágások, spotok, különböző, a popkultúrában felbukkanó ikonikus figurák, esetenként a televízió világát idéző „stúdióelemek”, a készítő (a csatorna követési számát és a videói minőségét figyelembe véve) mégis az amatőr tartalom-előállítók csoportjába sorolom.

A legnézettebb videójában egy egyetemi napját<sup>10</sup> mutatja be az ébredéstől a hazatérés pillanatáig. Ez az állandó online jelenlét azokra a valóságshow-kra emlékeztet, amelyekben a szereplők életét a nap minden egyes percében nyomon követheti a közönség. Az ő esetében az is előfordul, hogy közérdekű információk formájában közöl színes kis híreket (időjárás, munkaügyek, közlekedés, horoszkóp stb.),<sup>11</sup> ezzel pedig a tabloidok világát idézi. Az előző vlogolóval szemben ő nem zárkózik el a magánélet online feltárásától. Az e szférában felmerülő problémáiról külön videóban számol be, amelyre nagyon sokan kíváncsiak. Egyebek közt olyan kényes témákba is betekintést enged, mint az anyagiakkal való küzdelem, a létbizonytalanság és a magány érzése egy idegen, távoli országban.<sup>12</sup>

Nála is megfigyelhető a kapcsolattartás azon módja, amelyet az előbb is tárgyaltam: külön videóban válaszol a nézők által feltett kérdésekre.<sup>13</sup> Ugyanakkor egyfajta opponensként állítható az előző tartalom-előállítóval szembe, hiszen

6 Martin: Németországi lakás árak, *Laszlo Martin*, 2017. január 30., <https://www.youtube.com/watch?v=ASK4yhnrvtQ> (letöltés: 2017. IX. 20.).

7 Martin: Németországi közlekedés, *Laszlo Martin*, 2017. február 3., <https://www.youtube.com/watch?v=Y6HzqsuB6rg> (letöltés: 2017. IX. 20.).

8 Martin: Munkahelyi problémák, *Laszlo Martin*, 2016. november 15., <https://www.youtube.com/watch?v=K6GD0cNBrTI> (letöltés: 2017. IX. 20.).

9 Hello Magyarok!: Amerikai Peti: Halloween!., 2015. november 5., [https://www.youtube.com/watch?v=YGIQ5a\\_8aSk](https://www.youtube.com/watch?v=YGIQ5a_8aSk) (letöltés: 2017. IX. 21.).

10 Hello Magyarok!: Amerikai Peti: 1 nap amerikai egyetemistaként, 2015. december 8., [https://www.youtube.com/watch?v=JHNhN30r\\_Ck](https://www.youtube.com/watch?v=JHNhN30r_Ck) (letöltés: 2017. IX. 21.).

11 Hello Magyarok!: Amerikai Peti: Tények mögött a lények, 2015. december 17., [https://www.youtube.com/watch?v=iG4gF5nFv\\_w](https://www.youtube.com/watch?v=iG4gF5nFv_w) (letöltés: 2017. IX. 21.).

12 Hello Magyarok!: Amerikai Peti: Mélypont, 2015. augusztus 12., <https://www.youtube.com/watch?v=dWpoGzb8yKQ> (letöltés: 2017. IX. 21.).

13 Hello Magyarok!: Amerikai Peti: Nyelvi kérdés, 2015. augusztus 28., <https://www.youtube.com/watch?v=X9EXWU8xB-0> (letöltés: 2017. IX. 21.).

kevés kommentet kap; előfordul, hogy nem is fűznek hozzászólást az adott videóhoz. A kevés számú kommentelő vagy már szintén az adott ország lakója, vagy épp a tartalom-előállítóval egy kategóriába sorolható, tehát fiatal, tanuló státusú.

Mivel jelen esetben nem személyes Youtube-csatornáról van szó, hanem egy adott közösség csatornájáról, nem releváns a tartalom-előállítóra nézve megemlíteni az egyéb elérhetőségi lehetőségeket, de megjegyzendő, hogy a szervezet jelen van több közösségi oldalon is.

A harmadik vlogoló határon túli magyar, aki egy budapesti egyetemen végezte tanulmányait. Jelenleg Svájcban él, 2017 áprilisában csatlakozott a Youtube-hoz, tehát viszonylag új felhasználó és egyben tartalom-előállító ezen a felületen. Eddig mindössze 449 feliratkozót tudhat a magáénak, ugyanakkor ebben az esetben is elmondható, hogy a népszerűnek számító videóit (például amelyek a nyelvtudással kapcsolatosak) sokkal többen tekintették meg ennél.

Vlogja két téma köré szerveződik: egyrészt a zürichi táj szépségeit mutatja be azáltal, hogy kirándulás közben készíti el videóit,<sup>14</sup> másrészt a német nyelv sajátosságaira hívja fel a figyelmet. Egyebek közt azt is bemutatja, hogy milyen dialektusban beszélnek a svájciak a német nyelvet.<sup>15</sup> A nyelv és annak sajátosságainak bemutatásával a tartalom-előállító igyekszik közelebb hozni a nézőhöz a svájci kultúrát, illetve annak bizonyos szegmensét. Követőtáborának csekély létszáma a szűk tartalmi kínálattal és a személyes hangvétellő videók mellőzésével is összefüggésben állhat. Ez azért is fontos, mert – ahogyan azt eddig láttuk – a személyes hangvétellő és tematikájú videók nagyobb nézőközönséget vonzanak, és mivel a hagyományos médiumokban már megszoktuk a „bulvár” jelenlétét (például a valóságshow-k esetében), az újmédia szereplőivel szemben is ezeket az elvárásokat támasztjuk. Akinél ez nem jelenik meg, lemarad a többi tartalom-előállítóhoz képest, és így videóit nem örvendhetnek akkora népszerűségnek. Bár videóit közt nem szerepelnek olyan tartalmak, amelyekben konkrét nézői kérdésekre válaszolna, a hozzászólásokra mindig reagál.

Ugyan vlogjában a készítő kevés személyes információt árul el magáról, a hozzá tartozó blogban ez annál inkább tetten érhető. Mivel a jelen kutatás a vlogokra korlátozódik, a blog elemzését nem végeztem el, ugyanakkor annyit érdemes megemlíteni róla, hogy az sokkal személyesebb hangvétellő, és bővebb tematikájú. Az ottani követők száma is alacsony (31 fő), de a nézettségi adatok a több tízezres nagyságrendet is elérik. Ez alapján elmondható, hogy e vlogoló esetében az önreprezentáció inkább írott formában jelenik meg.

## 5.2. A második csoport

A második avagy a kevésbé professzionális tartalom-előállítók csoportjába azok a vlogolók kerültek be, akik olyan tartalmakat képesek előállítani, amelyek minőségileg is kiemelkedőbbek az első csoportban bemutatottaknál, és tartalmukat tekintve is szélesebb spektrumúak. E tartalom-előállítók csatornája nagy nézettségnek örvend. Az előző csoporthoz képest a feliratkozók és a megtekintések száma is szignifikánsan magas. Azonban tartalom-előállító tevékenységükért nem részesülnek anyagi javadalmazásban, azaz nem Youtube-partnerek. E kritériumokat figyelembe véve a második kategóriába az alábbi videók készítőit sorolom:

14. Csilla.<sup>16</sup>

15. Évi.<sup>17</sup>

16. Klaudia.<sup>18</sup>

A kategória első elemzett vlogja által a kanadai, azon belül is a torontói élet rejtelseibe nyerünk betekintést. A video-csatorna tulajdonosa 2015 februárjában csatlakozott a Youtube közösségéhez, ám tartalom-előállító tevékenysége az oldalon mindössze egy évre nyúlik vissza. Összesen 852 feliratkozót tudhat a magáénak, ám az ő esetében is megfigyelhető, hogy az egyes videók nézettsége ennél akár háromszor-négyszer is magasabb. A csatornán megjelenő

14 Csilla: Svájci vlog: 1. évad. 4. rész - Térisonnyal függőhídon, *Life in Switzerland - Külföldiként külföldön*, 2017. május 30., <https://www.youtube.com/watch?v=QgYgwStvoi8> (letöltés: 2017. IX. 22.).

15 Csilla: Svájci vlog: 1. évad. 20. rész - Hogy beszél a svájci német?, *Life in Switzerland - Külföldiként külföldön*, 2017. szeptember 19., <https://www.youtube.com/watch?v=q7M0oCBF5Q8> (letöltés: 2017. IX. 22.).

16 Csilla, <https://www.youtube.com/channel/UCCn12TPmY5AhGZ6O81CTQyA/about> (letöltés: 2018. I. 24.).

17 Évi, <https://www.youtube.com/user/citromhab/about> (letöltés: 2018. I. 24.).

18 Klaudia, [https://www.youtube.com/channel/UCOAmO6zTqul6kU3K\\_vNdSKQ/about](https://www.youtube.com/channel/UCOAmO6zTqul6kU3K_vNdSKQ/about) (letöltés: 2018. I. 24.).

tartalmak tematikussága és sorozatszerű elrendezése, felcímkézése a televízió világát idézi. A tartalmak nagy része a nyelvtanulást segíti, és a torontói életet mutatja be. A videók minősége is egy magasabb szintet képvisel az első csoportban megjelenő tartalmakéhoz képest.

A legnézettebb videóiban a nyelvtanulás megkönnyítéséhez ad tanácsokat,<sup>19</sup> ajánl különböző nyelvkönyveket és internetes tartalmakat, amelyeket a videó alá linkként is beilleszt. A hipertextualitás e formája más tartalom-előállítóknál is tettenérhető. Nagy népszerűségnek örvendenek a torontói életéről szóló tartalmak is.<sup>20</sup> Szó esik bennük a lakhatásról, a letelepedés nehézségeiről, az ország szigorú szabályairól,<sup>21</sup> az egészségügyről, az oktatásról,<sup>22</sup> az árákról és azon tévhitekről, amelyeket a Magyarországon élő magyarok táplálnak a Kanadában élő magyarokról.

Bár a videók között nem találni olyat, amely konkrét nézői kérdésekre adna választ, a készítő igyekszik minden hozzászólásra reagálni. Az érdeklődők kérdéseiket emellett nemcsak a videomegosztó felületén tehetik fel, hanem a privát emailcímére is elküldhetik. Követői közül sokan a kivándorlást fontolgatják, vagy csak a nyelvtanulás, illetve az adott ország iránti érdeklődés miatt iratkoznak fel a csatornára. A feliratkozásokat tekintve ő is az első kategóriába tartozna (az amatőr tartalom-előállítókéba), de a videó minősége, szerkezete (például tematikussága) és a hagyományos médiából átemelt elemek tudatos vagy öntudatlan felhasználása miatt a második kategória tagjai közé sorolom.

A kategória másodikként elemzett tartalom-előállítója, Évi egy blog és több Youtube-csatorna tulajdonosa, mind emellett számos közösségi oldalon is megtalálható. Ez a tudatos online szférába való beágyazottság a közönséggel való aktív kapcsolattartást hivatott elősegíteni. Ez a vlog abban tér el az előbbiektől, hogy rendkívül személyes. Külön tematikus videók szólnak a készítő magánéletéről. Ezekben javarészt kivándorlásának kezdeti nehézségeit tárja fel, élete későbbi alakulásáról számol be, valamint a nehéz időszakokat értékeli ki.<sup>23</sup> A videók sorozatszerű megszerkesztése a televízióban látott sorozatok világát idézi. E videók megtekintési aránya felülmúlja a csatornára feliratkozók arányát. Ennek oka a valóságshow-k által nyújtott privátszférába való betekintés iránti vágy kielégítése lehet. Nagy népszerűségnek örvendenek a külföldi élet bemutatására szolgáló videó is. Ezekben főként a németek mentalitásáról, a lakásviszonyokról, az oktatásról és a német hétköznapiokról esik szó.<sup>24</sup>

Követői nagy részét fiatal lányok alkotják, akiket a *haul*- és a *beauty*-videói foglalkoztatnak. Ezek főképp az öltözködéssel, a sminkeléssel és a házi praktikákkal vannak összefüggésben, ugyanakkor két műfaj is ötvöződik bennük: a *tutorial* és a vlog, hiszen a videó készítője egyszerre látja el jó tanácsokkal a nézőit és oszt meg személyes információkat önmagáról.<sup>25</sup> Az általa működtetett blog és a két Youtube-csatorna is a *beauty*- és *haul*-tematikát viszi tovább.

A kategória harmadik vlogolója már tetemes követőtáborral rendelkezik. Az eddig 36 638 feliratkozót magának tudó csatorna tulajdonosa 2014 októberében csatlakozott a Youtube-hoz, ám az első videóit csak két éve jelentek meg. Jelenleg az Amerikai Egyesült Államokban él, a Missouri állambeli St. Louis-ban. Videói közt megtalálhatóak személyes tematikájú tartalmak, nézői kérdésekre adott válaszok (videó formájában), angol kiejtést segítő videók és az amerikai népszokásokat illusztrálók is.<sup>26</sup> A tartalmak minőségileg és mennyiségileg is megfelelnek a kategória besorolásának, és mindemellett még egyes, a hagyományos médiatermékekből átvett tulajdonságok is visszatükröződnek bennük (vágás, zenei aláfestés, osztott képmező, spotok alkalmazása stb.). A tematikus csatorna legnézettebb videóit közé

19 Csilla: Hogyan tudsz igazán jól megtanulni angolul, *Csilla's Channel*, 2016. május 3., <https://www.youtube.com/watch?v=y25MEiv3NuU> (letöltés: 2017. IX. 23.).

20 Csilla: Kanadai élet-1.rész, *Csilla's Channel*, 2016. október 8., <https://www.youtube.com/watch?v=LVupxKhPQng> (letöltés: 2017. IX. 23.).

21 Csilla: Kanadai élet#3-A kanadai bevándorlásról #1, *Csilla's Channel*, 2017. június 28., <https://www.youtube.com/watch?v=3DGBchdZdmE> (letöltés: 2017. IX. 23.).

22 Csilla: Kanadai élet#2-Mit kell tudni Kanadáról, *Csilla's Channel*, 2017. április 18., <https://www.youtube.com/watch?v=lg02d3W4WJ4> (letöltés: 2017. IX. 23.).

23 Évi: Személyes-hogyan tovább, *Evi Kruchio*, 2016. október 9., <https://www.youtube.com/watch?v=Dr8IWg1xPfQ> (letöltés: 2017. IX. 24.).

24 Évi: Külföldön az élet, *Evi Kruchio*, 2016. október 23., <https://www.youtube.com/watch?v=x69iK2WViRI> (letöltés: 2017. IX. 24.).

25 Évi: Kémiai hámlasztás otthon + Termékteszt, *Evi Kruchio*, 2017. április 19., <https://www.youtube.com/watch?v=reY5y822H4E> (letöltés: 2017. IX. 24.).

26 Klaudia: Almás pitét az amerikai szomszédoknak, *Klaudia's Channel*, 2014. november 14., <https://www.youtube.com/watch?v=X-pUjRBd39Q> (letöltés: 2017. IX. 25.).

sorolhatók azok a tartalmak, amelyek a készítő magánéletét mutatják be. Ilyen például az a videó, amelyben szülésének történetét mondja el.<sup>27</sup>

A közönséggel való kapcsolattartás immáron megszokott formáját alkalmazza ő is: külön videókat szentel a feltett kérdések megválaszolására. Egyik legnépszerűbb videója is ehhez köthető. Ebben az Amerikába való kijutásának kalandos történetét meséli el.<sup>28</sup>

Ezen kívül még két csatornával is rendelkezik, amelyek közül az egyik *gamer*-videókat készít, a másikon pedig angolul állít elő tartalmakat. A web 2.0 adta lehetőségeket felhasználva több *site*-on keresztül is tartja nézőivel és követőivel a kapcsolatot, így a legnépszerűbb közösségi oldalakon is megtalálható. A babavárást és a szülést megelőzően főként kint élő magyarok és nyelvet tanulni vágyók követték nyomon tartalom-előállító tevékenységét, mára azonban követőtábora kismamákkal és leendő kismamákkal bővült.

### 5.3. A harmadik csoport

A harmadik csoportba (a profi tartalom-előállítókéba) azokat a vlogolókat soroltam, akiknek csatornája népes követőtáborral rendelkezik, s a benne lévő tartalmak mennyisége és minősége is arra enged következtetni, hogy van némi előképzettségük a tartalom-előállítás terén (autodidakta módon megtanultak videót vágni, szerkeszteni stb.), valamint munkájukért pénzbeli javadalmazásban részesülnek, azaz Youtube-partnerek. Ebbe a kategóriába az alábbi vlogolók tartoznak:

17. Róbert.<sup>29</sup>
18. Tamás.<sup>30</sup>
19. Viktória.<sup>31</sup>
20. Istenes Bence.<sup>32</sup>

Az első vlogoló, Róbert 2005 májusában költözött ki Floridába, tanyáján biogazdálkodással foglalkozik. Csatornáját, amelyen naponta frissülő tartalommal jelentkezik, 2010-ben indította el. Ez a gazdálkodáshoz<sup>33</sup> és a vele járó problémákhoz köthető.<sup>34</sup> A csatorna tulajdonosa 14 811 feliratkozót tudhat magáénak, zömmel férfiakat.

Róbert Erdélyből származik, és mind a mai napig megőrizte tájszólását, amely a védjegyévé vált, és autentikussá teszi videóit. Erdélyi származása miatt egyébként tetemes határon túli nézőközönséggel is büszkélkedhet.

Igyekszik minden felületen egyszerre jelen lenni, ezért a vlog mellé tartozik egy blog és számos más közösségi oldal is. Ahogyan ezt már más tartalom-előállítóknál is láttuk, ennek funkciója a közönséggel való aktív kapcsolattartás, a kapcsolati háló kibővítése. Mindemellett nála is megtalálhatóak olyan videók, amelyek nézői kérdésekre adott válaszokat tartalmaznak. E tartalom-előállító Youtube-partner, vagyis az általa előállított tartalomért javadalmazásban részesül. Sok tartalom-előállítóval szemben ő nem titkolja mindezt, sőt nyíltan beszél a bevételeiről. Negyedévente videót készít arról, hogy mennyit fizet neki a Youtube, megmutatja a statisztikákat, és kiértékeli azokat.<sup>35</sup> Bár az anyagi helyzetét közszemlére teszi, a magánéletét igyekszik védeni.

27 Klaudia: Szülés sztori Amerikából, *Klaudia's Channel*, 2016. augusztus 30., [https://www.youtube.com/watch?v=BGZ\\_3qFGgpE](https://www.youtube.com/watch?v=BGZ_3qFGgpE) (letöltés: 2017. IX. 25.).

28 Klaudia: Hogyan jutottam ki Amerikába? *Klaudia's Channel*, 2014. december 13., <https://www.youtube.com/watch?v=cY1VVDt95E4> (letöltés: 2017. IX. 25.).

29 Róbert, <https://www.youtube.com/user/szekelyvegan/about> (letöltés: 2018. I. 24.).

30 Tamás, <https://www.youtube.com/channel/UCNUm1NY7KFakYcjdXssME5g/about> (letöltés: 2018. I. 24.).

31 Viktória, <https://www.youtube.com/user/viktoriasstyle/about> (letöltés: 2018. I. 24.).

32 Istenes Bence, <https://www.youtube.com/user/istenesbence/about> (letöltés: 2018. I. 24.).

33 Róbert: Mit dolgozik a Székely Vegán? Plusz papaya reggeli, *Székely Vegán*, 2015. március 3., <https://www.youtube.com/watch?v=nrOM7hgcNAE> (megtekintés: 2017. IX. 26.).

34 Róbert: Székely Vegán feszült pillanatai, *Székely Vegán*, 2017. április 11., <https://www.youtube.com/watch?v=HSpmw0qFYBo> (letöltés: 2017. IX. 26.).

35 Róbert: Youtube kereset - 2017 első félév, *Székely Vegán*, 2017. augusztus 25., <https://www.youtube.com/watch?v=03o7J2b4pAU> (letöltés: 2017. IX. 25.).



Vele ellentétben Tamás, a másodikként vizsgált vlogoló szinte minden személyes tartalmat a nagyközönség elé tár. Nem csoda hát, hogy csatornájára már 78 820-an feliratkoztak. A csatorna tulajdonosa jelenleg Ausztráliában él családjával, amely aktív résztvevőként jelenik meg a videóiban.

A videók tematikája sokszínű: találunk köztük gamer-vidéókat, főzési tippeket, családi, bensőséges tartalmakat és az ausztrál étellel kapcsolatos tudnivalókat. Legnézettebb videói az ausztrál életet hozzák közelebb a feliratkozókhoz: nyelvleckéket,<sup>36</sup> a kivándorlással kapcsolatos tudnivalókat,<sup>37</sup> az oktatási rendszerrel foglalkozó tartalmakat<sup>38</sup> is megoszt közönségével.

E vlogoló minden videója elején ugyanazt a szlogent használja köszönésképp („Helló, szia, szevasz!”), amely védjegyévé is vált. E ritus mögött az húzódik meg, amiről Walter J. Ong (2010) is ír könyvében: a szóbeliség mint stílusjegy megnyilatkozása. Azzal, hogy a *youtuber* saját szlogent alkalmaz minden bejelentkezésnél, a többi youtubertól való különbözőségét hirdeti (Glózer & Guld 2015). Mindemellett pedig a videók elején látható spotok is a saját brandről árulkodnak.<sup>39</sup> Külön érdekesség, hogy a csatorna szlogenje az egyik videóban fali festményként jelenik meg, mint kép a képből, avagy médium a médiumban.

A nagyszámú feliratkozó, az egyre profibb tartalom és a saját brand megjelenése azt sugallja, hogy ez a vlogger Youtube-partner. Ezt ő maga is elárulja egy videóban, sőt azt is megmutatja, hogy miként működik ez a rendszer.<sup>40</sup>

Ez a vlog rendkívül személyes: a legtöbb megtekintéssel rendelkező videó a vlogoló gyermekének születését mutatja be a szülés pillanatától a köldökzsinór elvágásáig. Erre a videóra 230 189-en voltak kíváncsiak, és megannyi pozitív komment érkezett hozzá. A nagyszámú személyes tartalomnak köszönhetően a csatorna sok követővel rendelkezik, ezért a hozzászólások mennyisége is tetemes. Ennek ellenére a tartalmak készítője igyekszik minden hozzászólásra reagálni, sőt több videót is készített már e célból.<sup>41</sup> Mindemellett nemcsak a vlogon keresztül érhetik őt el a rajongói, hanem egyéb felületeken is, például Gmailen, Instagramon, Facebookon.

Bár videóis tartalmait sokan és szívesen fogyasztják, gyakran kap kritikát is. Ezek főként a túlságosan is artikulált és hangos, néha kicsit zavaró beszédével kapcsolatosak. E hozzászólásokra nem szívesen reagál. Mint korábban az egyik videójában említette, ő már 15 éve Ausztráliában él, ahol nem sokat használja a magyar nyelvet, így ez nem feltétlenül viccesnek szánt gesztus, hanem normális reakció. A külföldön élő magyarok nyelvvesztését és a nyelvváltás jelenségét számos szakirodalmi forrás taglalja (Kovács 2004).

A kategória harmadik tagja 2011 áprilisában csatlakozott a videomegosztó portálhoz, és jelenleg 25 445 feliratkozót tudhat magáénak. Főként beauty-témában jártas, ám emellett találunk még külföldi étellel kapcsolatos videókat,<sup>42</sup> számos utazást bemutató tartalmat<sup>43</sup> és „Mit ettem ma?”<sup>44</sup> című videókat is. A legnézettebb videóiban ötvözi a hollandiai élet sajátosságainak bemutatását és a „Mit ettem ma?” című videóinak alapötletét: vagyis holland barátjával kóstoltat meg magyar ételkülönlegességeket, és közben összehasonlítja a Hollandiában talált magyar termékeket

36 Tamás: Angol-auztrál nyelvlecke, *Ausztrália Magyarul*, 2015. január 30., <https://www.youtube.com/watch?v=4fDjP6FGcc8> (megtekintés: 2017. IX. 26.).

37 Tamás: Ausztrália magyarul: kivándorlás, 2014. augusztus 1., <https://www.youtube.com/watch?v=p6FZrIFdIO0> (megtekintés: 2017. IX. 26.).

38 Tamás: Ausztrál iskola, oktatás, *Ausztrália Magyarul*, 2015. március 27., <https://www.youtube.com/watch?v=ePONwf2nf20> (utolsó megtekintés: 2017. IX. 26.).

39 Tamás: Állásinterjú Ausztrália, *Ausztrália Magyarul*, 2015. augusztus 26., <https://www.youtube.com/watch?v=nSws55liTuo> (letöltés: 2017. IX. 26.).

40 Tamás: Levél, Youtube kereset, *Ausztrália Magyarul*, 2016. január 26., [https://www.youtube.com/watch?v=2zTx\\_g9cMYs](https://www.youtube.com/watch?v=2zTx_g9cMYs) (letöltés: 2017. IX. 26.).

41 Tamás: Ausztrália kérdések és válaszok, *Ausztrália Magyarul*, 2014. december 16., <https://www.youtube.com/watch?v=lv7LqmLfMIs> (letöltés: 2017. IX. 26.).

42 Viktória: 10 idegesítő holland dolog, *Oh My Brush*, 2017. április 23., <https://www.youtube.com/watch?v=RDhTAN5ApvA> (letöltés: 2017. IX. 27.).

43 Viktória: 24 óra Amszterdamban, *Oh My Brush*, 2016. szeptember 3., <https://www.youtube.com/watch?v=cZOo9bws4AY> (letöltés: 2017. IX. 27.).

44 Viktória: Mit ettem ma?, *Oh My Brush*, 2017. július 2., [https://www.youtube.com/watch?v=TKzobXx\\_bPM](https://www.youtube.com/watch?v=TKzobXx_bPM) (letöltés: 2017. IX. 27.).

az itthon forgalmazott termékekkel.<sup>45</sup> E tartalmak rendkívül viccesek, ezért sokan megtekintik őket, és a velük kapcsolatos visszajelzések is pozitívak.

Mivel nagy létszámú követőtáborral rendelkezik, és sok kérdést tesznek fel neki a rajongói, azokat általában külön erre a célra forgatott videókban válaszolja meg.<sup>46</sup> Mindemellett igyekszik más felületeken is építeni kapcsolatát a követőivel. A csatorna mellé tartozik egy vlog is, amelyben sokkal többet ír le hollandiai életéről. Facebook-, Instagram-, Twitter- és Google-fiókkal is rendelkezik, így elmondható róla, hogy széleskörű beágyazottság jellemzi az újmédia színterein. Ez a több felületen való aktív megjelenés ugyanakkor nem véletlen: 2016-ban az év beauty bloggerének választotta őt a közönség, amiért trófeát is kapott.<sup>47</sup> Az általa megosztott tartalmakból nem derül ki, hogy Youtube-partner-e, ám videóinak minősége, mennyisége, közönségének nagy létszáma és a tartalom-előállításért kapott díja is erre enged következtetni.

Szintén nagy követőtáborral rendelkezik a kategóriában negyedikként vizsgált tartalom-előállító is. Istenes Bence azért érdekes színtöltője ennek a kutatásnak, mert őt már a hagyományos médiából ismerheti a közönség. Korábban a Viva TV, az RTL Klub és a Cool TV műsorvezetője volt, tehát egy *crossover* sztárról beszélhetünk. A fiatal műsorvezető, szerkesztő németországi életét dokumentálja vlogjában. Videói által nemcsak a munkájába nyerhetünk betekintést, hanem a családi életébe is, amelyben egyébként rendkívül nagy harmónia és egyetértés uralkodik.<sup>48</sup> Videóiban aktív szereplőként jelenik meg kislánya és menyasszonya.

Mivel Bence már felépítette saját image-ét a hagyományos médiumokban, ezt a Youtube-on már nem kell megtennie. Nincs rajta az a kényszer, mint az amatőr tartalom-előállítókon, hogy minden kérdésre válaszolnia kelljen, hogy ezzel is szorosabb köteléket alakítson ki közönségével. Éppen ezért nem is válaszol minden hozzászólásra a videó alatt, a negatív megjegyzéseket figyelmen kívül hagyja. Közszereplőként ugyanakkor ezekkel számolnia kell. Videoblogját nemcsak a rajongók követik, hanem egyes sajtóorgánumok is. Néha egy-egy, a vlogban megjelenő tartalom másnap az újságok hasábjairól köszön vissza.<sup>49</sup>

Bence vlogja azért része kutatásomnak, mert azt szerettem volna általa bemutatni, hogy teljesen másképp közvetíti például az adott országot, a kinti életet egy olyan szereplő, akit már a hagyományos média is felfedezett. Míg mások inkább a kultúrát, a szokásokat, az érdekességeket próbálják reprezentálni videóikban, addig a hagyományos médiumokból jövő sztár a Youtube-ban csak egy olyan felületet lát, amelyen ismét megmutathatja magát, és növelheti általa az ismertségét. Istenesék vlogja nem szolgál egyéb célt, mint egy újabb megjelenési lehetőséget. Videóiból eddig nem sok mindent lehetett megtudni arról az országról, amelyben élnek (bár vannak városnézést, múzeumlátogatást bemutató tartalmak is).<sup>50</sup> Magánéletéről és családjáról viszont annál többet árul el ez a vlog. Jelen esetben tehát az online önreprezentáció kerül előtérbe, nem az adott ország, kultúra, nyelv, szokások stb. ismertetése.

## 6. Összegzés

A web 2.0-nak köszönhetően a médiában már nemcsak a professzionális tartalom-előállítók vannak jelen, hanem az amatőrnek számító átlagemberek is. Olyan állampolgárok, akik kezdetben ugyan csak hobbiból készítették tartalmakat, mára azonban felfedezték az ebben rejlő – akár anyagi – lehetőségeket is. Az ilyen esetekben maguk a tartalom-előállítók egyben producerek is, hiszen saját magukat menedzselik, akár úgy, hogy saját márkás termékeket dobnak

45 Viktória: #Kóstolás, *Oh My Brush*, 2016. május 14., [https://www.youtube.com/watch?v=z7e\\_4ziBaa0](https://www.youtube.com/watch?v=z7e_4ziBaa0) (letöltés: 2017. IX. 27.).

46 Viktória: GY.I.K., *Oh My Brush*, 2017. március 1., <https://www.youtube.com/watch?v=cST7OQLCrJc> (letöltés: 2017. IX. 28.).

47 Viktória: 2016 beauty bloggere lettem, *Oh My Brush*, 2016. december 11., [https://www.youtube.com/watch?v=B\\_3CL3Qx0bo](https://www.youtube.com/watch?v=B_3CL3Qx0bo) (letöltés: 2017. IX. 27.).

48 Bence: Hol a gyerek? Itt a gyerek!, *IstenesBence*, 2017. június 29., <https://www.youtube.com/watch?v=RoS2r7TtKE4> (letöltés: 2017. IX. 28.).

49 24.hu: Istenes Bence Csobot Adélhoz: miért raktad ki ennyire a cickódat?, *24.hu*, 2017. augusztus 28., <http://24.hu/szorakozas/2017/08/28/istenes-bence-csobot-adelhoz-miert-raktad-ki-ennyire-a-cickodat/> (letöltés: 2017. IX. 28.).

50 Bence: Növel lehetetlen elindulni, *IstenesBence*, 2017. május 1., [https://www.youtube.com/watch?v=NHTn\\_lxsXe8](https://www.youtube.com/watch?v=NHTn_lxsXe8) (letöltés: 2017. IX. 28.).

piacra, vagy – ami még jellemzőbb – a videóikat saját szlogennel indítják, amellyel brandet teremtenek (Glózer & Guld 2015). Ez a *produsage* magatartás a részvételi kultúra egy új szintjét tárja elénk, mindemellett lehetőséget ad az online önreprezentációra és a közösségépítésre is.

Ezt a fent elemzett tíz vlog is jól szemlélteti, ám az önreprezentáció eltérő mértékben jelenik meg a kategóriák között. Az első kategóriába sorolt amatőr vlogolók esetében az önreprezentáció és a kapcsolatépítési stratégia még alacsony szinten van, ugyanis e vlogolók nem dobnak piacra saját márkát, nincs saját szlogenük, vagy olyan akár verbális vagy nonverbális megnyilatkozásuk, amellyel autentikusságukat hirdetnék, kítűnve ezzel a vlogolók tömegéből. Esetükben inkább az adott ország bemutatása kerül előtérbe, s nem a személyes tematika. Magánéletüket nem tárják a nyilvánosság elé, így személyes motivációikról, életük korábbi szakaszáról, családi állapotukról, életükről alig tudunk meg valamit. Az önreprezentáció ilyen fokú hiánya a vlog struktúráját is befolyásolja. Egyrészt ennek tudható be a vlog másféle felépítése: például nem jelennek meg olyan tartalmak, amelyek a többi kategória esetében jelen vannak, másrészt – ebből következően – a tartalmi kínálat szűkössége magával hozza az alacsony nézettséget és követőtábor is.

Ugyanakkor, ahogyan azt a második kategória (átmenet az amatőr és a profi tartalom-előállítók között) esetében láttuk, ez fejleszhető a tartalmi kínálat bővítésével és a minőség javításával. Habár e vlogolók között sincs olyan, aki saját branddel rendelkezne, ezt a hiányosságot a tartalmak személyessé tételével pótolják. Olyan videókat készítenek, amelyekbe beépítik személyes, mindennapi tapasztalataikat a külföldi életről, és emellett magánéletükbe is bepillantást engednek. Esetükben az önreprezentáció tehát a magánélet nyilvánossá tételében manifesztálódik.

E fejlődés utolsó szakaszában vannak a harmadik kategória tagjai, akik magas szintű minőséget megjelenítő, nagy mennyiségű tartalmukkal, vlogjuk személyessé tételével, valamint saját márkás termékek forgalmazásával, saját szlogen, spot használatával érték el ezt az állapotot. Számukra a vlogolás üzleti stratégia, amelynek keretein belül felépítik, megkonstruálják digitális identitásukat, és bővítik kapcsolati hálójukat.<sup>51</sup> E digitális identitás főként magánéletük közszemlére tételéből áll.

Bár egyes kutatók és médiateoretikusok az újmédia és az ehhez kapcsolódó közösségi site-ok létrejötte kapcsán arra hívják fel a figyelmünket, hogy a túlzott online létbe való betagozódás a valós kapcsolataink rovására megy (Wellmann 2007), azt láthatjuk, hogy e hálózatoknak köszönhetően új közösségek jöhetnek létre, amelyek ugyan plasztikusabbak és kevésbé összetartóak, mint azok, amelyek a való életben formálódtak, de sokkal könnyebben alakíthatóak és ápolhatóak. A külföldre vándorolt magyarok kinti élettel kapcsolatos vlogjai esetében ez azért is fontos, mert e tartalom-előállítók segítségével olyan online közösségek jöhetnek létre, amelyek egy távoli országban nagy segítségként szolgálhatnak a magányos utazó számára.

## Irodalom

Bargh, John A., Katelyn Y. A. McKenna & Grainne M. Fitzsimmons (2002): Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the Internet. *Journal of Social Issues*, vol. 58, no. 1, pp. 33–48.

Bodoky Tamás (2008): Támad a civil-média: minden ötödik Index-olvasó blogol. *Médiakutató*, 9. évf., 2. sz., 57–69. o.

Blaskó Zsuzsa & Gödri Irén (2015): Kivándorlás Magyarországról. *Demográfia*, 57. évf., 4. sz., 271–307. o.

Blaskó Zsuzsa & Ligeti Anna Sára (2014): Magyarok külföldön: Kik? Mennyien? Hol? *Társadalmi Riport*, 351–372. o.

Cseresnyés Ferenc (2005): *Migráció az ezredfordulón: A népességmozgások társadalmi és politikai következményei Közép-Európában*, 1–20. o. Budapest: Dialóg Campus.

Fehér Katalin (2015): Milyen stratégia mentén épül fel a digitális identitás? *Médiakutató*, 16. évf., 2. sz., 25–38. o.

Fehér Katalin (2013): Vállalati digitális identitás. In: Horváth Dóra & Bauer András (szerk.): *Marketingkommunikáció. Stratégia, új média, fogyasztói részvétel*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

51 Előd Fruzsina: Mi leszel, ha nagy leszel? YouTuber!, *Index.hu*, 2017. március 16., [http://index.hu/gazdasag/2017/03/16/magyar\\_youtuberek\\_hirdetesi\\_piac/](http://index.hu/gazdasag/2017/03/16/magyar_youtuberek_hirdetesi_piac/) (letöltés: 2017. IX. 8.).

- Gelegonya Edina (2011): Ez nem az a tizenöt perc: önreprezentáció a Youtube-on, illetve az ehhez kötődő népszerűség működési mechanizmusa és hálózati kontextusa. In: Tófalvy Tamás (szerk.): *Zenei hálózatok: Zene, műfajok és közösségek az online hálózatok és az átalakuló zeneipar korában*, 93–106. o. Budapest: L'Harmattan.
- Glózer Rita (2008): *Diskurzusok a civil társadalomról*. Budapest: L'Harmattan.
- Glózer Rita (2014): Hétköznapiság az új médiában – tudások és autoritások az online felhasználói videókbán. In: Bódi Jenő, Maksa Gyula & Szijártó Zsolt (szerk.): *Újratöltve – A mindennapi élet mint téma és mint keret*, 167–179. o. Budapest & Pécs: Gondolat.
- Glózer Rita & Guld Ádám (2015): Új média – új típusú sztárok? A Youtube magyar hírességei. *Információs társadalom*, 15. évf., 2. sz., 34–54. o.
- Gödri Irén (2010): A vándorlási veszteség Magyarországon az elmúlt egy évtizedben, avagy hányan is vagyunk valójában? *Korfa*, 3. sz., 1–3. o.
- Gödri Irén (2015): Nemzetközi vándorlás. In: Monostori Judit, Óri Péter & Spéder Zsolt (szerk.): *Demográfiai portré*. 187–211. o. Budapest, KSH.
- Kovács Magdolna (2004): Az ausztráliai magyarok nyelvvesztése: a kódváltás és nyelv váltás összefüggései. Tanulmányok a diaszporáról. *Magyar Világok I.*, 74–86. o. Budapest: Gondolat.
- Központi Statisztikai Hivatal (2017): *Magyarország 2016*. 22–23. o.
- Melegh Attila (2011): Globalizáció és migráció Magyarországon. *Educatio*, 20. évf., 2. sz., 166–180. o.
- Manovich, Lev (2007): Remixelhetőség. In: Halácsy Péter (szerk.): *Hatalom a médiatömegek kezében*, 79–90. o. Budapest: Typotex.
- Mátyus Imre (2007): A felhasználók által létrehozott tartalmak a világhálón. *Debreceni Disputa*, 10. évf., 4–8. o.
- Pintér Róbert (2008): Blogok és wikik: a felhasználók által létrehozott tartalmak úttörői. *Információs Társadalom*, 8. évf., 1. sz., 10–19. o.
- Rédei Mária (2001): *Demográfia*. Budapest: ELTE Eötvös Kiadó.
- Sik, ESIK, E.-SIMONOVITS, B. (2002): Migrációs potenciál Magyarországon, 1993–2001. *Társadalmi Riport*, 207–219. o. Budapest: TÁRKI.
- Stokes, Jane (2008): *A média- és kultúrakutatás gyakorlata*. Budapest: Gondolat.
- Tim O'Reilly (2009): *What is web 2.0? USA*: O'Reilly Media.
- Vályi Gábor (2007): Közösségek hálózati kommunikációja. In: Halácsy Péter (szerk.): *Hatalom a médiatömegek kezében*, 113–130. o. Budapest: Typotex.
- Ong, Walter J. (2010): *Szóbeliség és írásbeliség*. Budapest: Gondolat.
- Wellmann, Berry & Milena Guila (2007): A netszörfözők nem utaznak egyedül: virtuális közösségek mint valódi közösségek. In: Halácsy Péter (szerk.): *Hatalom a mobiltömegek kezében*, 143–186. o. Budapest: Typotex.

## Abstract

### The relationship between online self-representation and emigration

This paper discusses networking opportunities and the question of how these relate to online self-representation. By offering an analysis of ten vlogs, it intends to demonstrate how effectively emigrant Hungarians build new relationships and create new personalities through new media platforms.

**Gödri Rita** 1995-ben született Kovásznán. Gimnáziumi tanulmányait az Újbudai Széchenyi István Gimnázium média tagozatán végezte. Alapszakos egyetemi tanulmányait a Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Karán abszolválta 2018-ban. Jelen tanulmányával a Kari Tudományos Diákköri Konferencián második helyezést ért el. Főbb érdeklődési területei: migráció, újmédia, politikai kommunikáció.

## Melléklet

1. táblázat  
A kategóriákba való besorolás alapját képező adatok

Vlogoló neve	Nézettségi mutató	Tartalom mennyisége	Tartalom minősége	Követők/ feliratkozók száma	Tartalomért kapott javadalmazás
<b>Martin</b>	93 281 megtekintés	91 videó	Gyenge: zavaró zörejek, hangok, homályos kép.	616 feliratkozó	Nincs
<b>Péter/Hello Magyarok</b>	86 469 megtekintés	92 videó	Gyenge: remegő kamera, zajos környezet, életlen képek	562 feliratkozó	Nincs
<b>Csilla</b>	45 406 megtekintés	31 videó	Gyenge: túl hangos a videó alá vágott zene, instabil kamera, sok vágás, ami fragmentálttá teszi a videót	449 feliratkozó	Nincs
<b>Csilla Kanadából</b>	68 963 megtekintés	55 videó	Közepes minőség: belső térben forgatott videók, nincs zaj, zöreje, de a kép nem mindig éles	852 feliratkozó	Nincs
<b>Évi</b>	1 071 861 megtekintés	220 videó	A videók nagy részét a lakásban/szobában veszi fel, ezért a kamera statikus, nem mozog, nem remeg, képe tiszta, éles. A csatorna tematikus és rendkívül személyes.	8190 feliratkozó	Nincs
<b>Klaudia</b>	4 037 437 megtekintés	133 videó	Jelen esetben a kategóriába való besorolás alapját a megtekintések száma és a feliratkozók népes tábora adja. A videók minősége gyenge, a képminőség gyakran silány.	36 638 feliratkozó	Nincs
<b>Róbert</b>	9 041 738 megtekintés	2056 videó	A tartalmak minősége változó. A kategóriába való besorolás alapját a tartalmakért kapott javadalmazás képezi, illetve az extrém magas számú videók száma.	14 811 feliratkozó	Van: erről videóiban is beszámol
<b>Tamás</b>	15 037 171 megtekintés	614 videó	A kategóriába való besorolás alapja a videók magas száma, nézettsége és a követőtábor nagysága, valamint a vágási technika alkalmazása és a videók előtt megjelenő wish, valamint a brand használata.	78 820 feliratkozó	Van, erről számot is ad
<b>Viktória</b>	3 675 016 megtekintés	121 videó	Videói minősége jónak mondható, gyakran alkalmaz vágásokat, zenei aláfestést, wisheket, és feliratokat. A világitásra nagy hangsúlyt fektet.	25 445 feliratkozó	Van, sőt még a beauty tematikájú videó miatt külön díjazást is kapott
<b>Istenes Bence</b>	7 177 792 megtekintés	84 videó	Videói minősége messze fölülmúlja a többi tartalom-előállító videóinak minőségét, bizonyos előképzettséggel rendelkezik a hagyományos médiumokban való megjelenés, szereplés miatt.	87 026 feliratkozó	Van, mivel egy hazai Crossover sztárról van szó

Iványi Márton

# A globális digitális médiagazdaság múltja, jelene és jövőjének kilátásai

**A világpolitikai környezet immár évtizedek óta a transznacionális vállalatok és a globális termékláncok felemelkedését eredményezi. E folyamat egyik leglátványosabb színtere az információs és kommunikációs technológiák térhódítása. A számítógép-alapú kommunikáció a magántőke technikai korszerűsítésének és digitalizációjának, a korábbi ágazatok újjáalakulásának, az államilag előmozdított, versenyelvű piaci liberalizációnak és a mindezt kísérő intézményi szerkezetváltásoknak együttes következményeként tört előre a második világháború után eltelt időszakban. E folyamatok megértéséhez elengedhetetlen a hidegháborús időszakban kibontakozni kezdő, majd annak végével átmenetileg egyoldalúvá szilárduló, valamint a kétezres évek első évtizedében véget érő, a megjelenő kihívásokra válaszokat kereső amerikai nagyhatalmi perspektíva figyelembevételével. A releváns 20–21. századi történéseket időről időre változó formában kísérik végig a nemzetközi politikai gazdaságtan és a geopolitika közötti kölcsönhatások, ezért a történelmi fókusz indokolt interdiszciplináris vizsgálódássá tágítani. E tanulmány ennek megfelelően azt a mozgásban levő, szétszálazhatatlan és ellentmondásokkal teli szövevényt mutatja be, amely a fenti viszonyok összjátékaként jött létre, és ezáltal nagyhatalmi és transznacionális vonásokat egyaránt felsorakoztat.**

**Kulcsszavak:** digitális média, internet, információs és kommunikációs technológiai szektor, politikai gazdaságtan, geopolitika, társadalomkritika, transznacionális vállalatok, kapitalizmus

## 1. Bevezető feltételezések

Az alábbiakban annak a hibrid szerkezetnek a múltját és a jelenét mutatom be, amely a digitális média elmúlt évtizedekben végbement, nagyhatalmilag pártfogolt és globális kiterjedésű térhódításának tapasztalatait vonultatja fel. Alapfeltevésem szerint e struktúrában egyaránt megjelennek olyan állami és transznacionális összetevők, amelyek keresztmetszetében intézményi átfedések, illetve jelentős érdekközösség rajzolódik ki a 20. század derekától napjainkig terjedő időhorizonton. Vizsgálódásom célja új támpontokkal gazdagítani a politika és a tőke médiavilágbeli összefonódásairól alkotott felfogásokat néhány hatalmi-gazdasági összefüggés megvilágításával.

E célkitűzésemet jelen tanulmányomban a kortárs hazai és nemzetközi politikai gazdaságtani (például Brenner 2006, Arrighi 2007, Hardt & Negri 2009, Berardi 2011, Amin 2013) és geopolitikai (Brzezinski 2013, Schiller 2014, Kagan 2015) perspektívák és meghatározó információs technológiatörténeti vizsgálódások (például Croteau & Hoynes 2003, Castells 2009, Mueller 2010, Kopecka-Piech 2011, Schiller 2014) átfedéseinek bemutatásával igyekszem megvalósítani. Eközben e rendelkezésre álló irodalom áttekintéséhez saját kutatási szempontokat rendelek, és mindezt egy, a közelmúlt és a jelenkor tapasztalatait napjainkig terjedő időtávlatban szemlélő interdiszciplináris elemzéssel tárgyom.

E szellemben elsőként a 20. század második felének hálózati és technológiai innovációira fókuszálok, amelyek az információs és kommunikációs technológiai szektor (a továbbiakban: ikt) globális értékláncaiban csúcsosodnak ki. Ezt követően mindezt összekapcsolom a 20. század utolsó ötödének történelmi-világhatalmi átrendeződésével, és bemutatom az ezzel karöltve kiépülő intézményi apparátust. Végül azt igyekszem megmutatni, hogy az így létrejött szerkezet nemcsak állami, hanem transznacionális ismertetőjegyeket is hordoz magán.

## 2. A digitális médiagazdaság kiépülésének történelmi távlatai

A 20. század második felében a hálózati alapú globális média, illetve a technológia monopóliumai (Amin 2013) köré szerveződve, illetve ezek találkozásánál jelenik meg a számítástechnikai alapú kommunikáció a maga állami (amerikai), illetve vállalati (transznacionális) beágyazottságaival.

A második világháború után kibontakozó amerikai növekedés az 1960-as és az 1970-es években megtorpant (Harvey 2003, Brenner 2006, Arrighi 2007). A tőke az államilag előmozdított liberalizációs folyamatnak köszönhetően elkezdte apránként birtokba venni a hálózati kapacitásokat (Mueller 2010, Schiller 2014), a technológiai fejlesztések eredményeként előretörő ikt-ágazat pedig idővel e kapitalista expanzió „ütőerévé” vált (Schiller 2014, Berardi 2011).

A világhálós összeköttetés a nemzetközi politikai gazdaság általános előfeltételévé vált ugyanazon történelmi mozzanat során, amikor a tőkés rendszer világszerte előretört (Croteau & Hoynes 2003). Ennek megfelelően az egyre inkább számítógépes alapokra helyezett kommunikációra épülő, hálózatosan szerveződő (Barabási 2003, Szabó & Hámori 2006) és a technológiai, gazdasági és vállalati konvergencia (Croteau & Hoynes 2003, Castells 2009, Kopecka-Piech 2011) tendenciáit felmutató rendszer egyik sajátosságaként a tőke digitálissá alakult át (Schiller 2014).

A telekommunikációs hálózatok fokozatos digitalizálódásával párhuzamosan egy intenzív, nemzetközi, hatalmi terjeszkedés is végbe ment.<sup>1</sup> Ez egyben a transznacionális tőke átszervező hatásainak a neoliberalis gazdaságpolitikai és történelmi mozzanata is.<sup>2</sup> Ezzel párhuzamosan megnyílt az út az ikt-ágazat transznacionalizálódó, globális térhódítása előtt a maga térbeli, társadalmi és műszaki következményeivel, technológiai és szakpolitikai változásaival (Dardot & Laval 2013, Schiller 2014).

Az imént sematikusán vázolt folyamatokkal karöltve jelent meg a számítógépes alapú, interaktív és többirányú kommunikációt lehetővé tevő média „digitális nemzedéke” is. A kései 1980-as években és az 1990-es évek elején számos olyan műszaki fejlesztés lendítette fel az interoperábilis világhálót, amely világviszonylatban aránytalan mértékben összpontosult az Egyesült Államokban. A legfőbb korabeli innovációk körébe tartozik az internet nem-kereskedelmi (illetve egyetemi) használatának elhagyása csakúgy, mint a world wide web feltalálása (Barabási 2003) és szétosztása szabadon hozzáférhető szoftverként, valamint a világhálós források – ideértve a címeket és hálózatazonosítókat is – koordinációja és igazgatása, nemcsak az amerikai piac számára, hanem az állam területén kívül is, ezen kívül például a Mosaic böngésző nyilvánossá tétele. A piaci viszonyok szabadon foglalhatták rendszerbe, illetve oszthatták fel a többi szolgáltatást, mivel a profitorientált kommunikációs rendszer a feltörekvő technológiai potenciál, valamint az új és az átalakított áruk alapjain szerveződött újjá (Croteau & Hoynes 2003, Szabó & Hámori 2006, Schiller 2014).

## 3. Unilateralizmus és a termékláncok intézményi tartópillérei

A hidegháború végével egy, az amerikai kormányzat és tőke<sup>3</sup> számára ellenállhatatlan lehetőség nyílt meg a területen kívüli terjeszkedés előtt. Dan Schiller (2014) a pénzügyi, a telekommunikációs és az innovációs szektorok hálózatának e nemzetközi intézmények által pártfogolt, globális érvényű igényeket támaztó, robbanásszerű növekedését „titáni felhalmozódásnak” nevezi.

1 Vannak, akik a szakirodalomban e szerkezetek és folyamatok kapcsán neokolonializmusról beszélnek (például Samir Amin 2013). Szerintem árnyaltabb Giovanni Arrighi (1994, 2007) és David Harvey (2003) nyomán a hatalom kiterjesztésének két legfontosabb, egymással összefonódó formájáról, illetve logikájáról beszélni, jelesül a „territorializmusról” (a.m. földrajzi alapú expanzióról) és a tőkés terjeszkedésről.

2 Ebben az időszakban kezdődik el az ikt-felszerelések és -szoftverek azon pénzügyi rendszerbe való beolvadása is (vö. Lyotard 1993, Wallerstein 2010), amely egyszerre szolgál hatalmi eszközként az Egyesült Államokban és az expanzió és a nagyhatalmi ellenőrzés tengelyeként a nemzetközi térben (Schiller 2014, Dardot & Laval 2013).

3 E kategóriák időnként egymást kiegészítő tulajdonságaival, illetve kölcsönhatásaival kapcsolatban bővebben lásd Harvey (2003). A szerző e műben azonosítja a hatalmi terjeszkedés két összetevőjét, és azok „ellentmondásos fúziójáról” értekezik. Ezek egyike az „állami és birodalmi politika”, a másik pedig a „tőkefelhalmozás molekuláris folyamata térben és időben”. Giovanni Arrighinél (1994: 34) mindez a következőképpen jelenik meg: „A történelem folyamán a hatalom kapitalista és territorialis logikája egymástól nem elszigetelten, hanem egymással kapcsolatban működik egy adott tér-időbeli kontextusban.”

A francia Pierre Dardot és Christian Laval (2013: 363–90) szerzőpáros úgy véli, hogy napjainkban a gazdasági verseny egymással szövetségekbe tömörülő és – egyre inkább globális hálózatokba szerveződő – vállalkozásokkal szövetkező államok konfrontációjában zajlik. Ennek megfelelően

„...az, amit »világpiacnak« neveznek, tulajdonképpen úgy fest, mint az állami és a gazdasági hatalmak egymást keresztül-kasul átszövő érdekeinek érvényesítéséért minden (pénzügyi, diplomáciai, történelmi, kulturális, nyelvi stb.) eszközt és információt latba vető magán- és állami egységekből álló szövetségek hatalmas »Laokoón-csoportja«.”

Éppen ezért sem meglepő, hogy az ikt-ágazatok szerkezetét és használatát kiterjedt amerikai állami (nagyhatalmi) intézményes apparátus hivatott alátámasztani, fenntartani és terjeszteni. Immár évtizedek óta kormány- és szakmaközi szervezetek sora garantálja és gondozza a szabad információ- és tőkeáramlást, valamint a későbbiekben bemutatandó transznacionális alapú ikt-ágazati növekedést.

Egyes főbb számítástechnikai cégek és a működtetésben szerepet játszó nemkormányzati szervek egyértelműen amerikai kötődéssel bírnak és bírnak (Dornfeld 2016). Az 1978-ban létrehozott és a kereskedelmi tárca (*Department of Commerce*) alá rendelt nemzeti telekommunikációs és információs közigazgatás (*National Telecommunications and Information Administration*, NTIA) olyan kiépülő intézményi struktúra egy eleme, amely az amerikai visszaesés (vö. Arrighi 1995, Brenner 2006, Wallerstein 2010) egyik kísérőjelenségeként nemcsak a korábbi intézményes szerkezetek felbomlását vetítette előre, hanem a kereskedelmi célok állami támogatottságát is szavatolja (Dardot & Laval 2013, Schiller 2014).

Idesorolhatjuk egyebek mellett a globális szellemi tulajdon-központot (*Global Intellectual Property Center*, GIPC) vagy a nemzetközi üzlet amerikai tanácsát (*United States Council for International Business*, USCIB) (Schiller 2014) is. Az utóbbi, a legnagyobb vállalatokat tömörítő testületnek a nagyhatalmi összefüggésekkel összefonódó politikai érdekérvényesítésével a későbbiekben foglalkozom. A hadügyminisztériumhoz köthető, 1988-ban létrehozott internetes számkiosztó hatóság (*Internet Assigned Numbers Authority*, IANA) pedig a világháló technikai kiépítésével karöltve a tartománynév-rendszer (*Domain Name System*, DNS) gyökérzónáit kezelte. Az IANA 1998-tól a neveket és a számokat kiosztó internetvállalat (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*, ICANN) egységeként működött (Brzezinski 2013) 2016-ig, amikor az IANA funkcióinak irányítása hivatalosan és közjogilag is a magánszektorhoz került.<sup>4</sup>

Az internetben rejlő kommunikációs és információfeldolgozási kapacitásra alapozva egy támogató állami szemlélet és intézményi apparátus közreműködésével az amerikai tőke kondicionáló erőt gyakorol az ikt-ágazatok felfejlődésére. E fentebb ismertetett alapokon ível több évtizede – majdnem szakadatlanul – felfelé az ikt-növekedés röppályája.

Valamelyest árnyalják e képet egyes világgazdasági és világpolitikai fejlemények, amelyek időnként az ikt-ágazat térhódítására is kihatnak. Az ezredforduló időszakában ugyanis az 1990-es években „felfúvódott” „dotkomlufi” „kidurrant” (Harvey 2003, Croteau & Hoynes 2003, Szabó & Hámori 2006, Piketty 2014). A rendszer ellentmondásait jelzi, hogy az ehhez hasonló, általános illékonyságot sejtető mozzanatok egyszerre jelentkeznek egy-egy ágazat robbanásszerű, globális előretörésével (vö. Croteau & Hoynes 2003), beleértve például a vezeték nélküli szolgáltatásokét (mint a wi-fi), vagy az úgynevezett „okostelefonokét” és a táblagépeket.

Szemléletes példa az ikt-szektor egy-egy szereplőjének a 2007–2008-as válság közepette is megvalósuló előretörésére a Google. E vállalat – leszámítva Oroszországot, Kínát, Japánt és Dél-Koreát, ahol a riválisai kerültek fölénybe – világszerte átszervezte a világháló jelenségét, már-már „kapuőr” szerepre (*gate-keeping role*) téve szert: 2011-ben az amerikai keresések 79 százalékát futtatta le, míg az európaiak 94 százalékát bonyolította, a keresési fizetéseknek szintén minimum négyötödét kiteve e helyeken. Versenyellenes monopolhelyzete három kontinensen eredményezett trösztellenes és polgárjogi eljárásokat (Schiller 2014), ami érzékelteti a politikai gazdaságtani koncentrációk társadalmi vonzatait, igényeit és kihívásait.

<sup>4</sup> Az IANA irányítási feladataira vonatkozó szerződés az ICANN és az amerikai kereskedelmi tárca nemzeti távközlési és információs igazgatósága (NTIA) között 2016. október 1-ével lejárt. Ezáltal elviekben e funkciókat hivatalosan átruházták egy globális, multilaterális közösségre (ICANN-nyilatkozat 2016).



A világháló vonatkozásában öt internetvállalat behozhatatlan hatalma körvonalazódik. A Google, az Apple, az Amazon, a Microsoft és a Facebook egy olyan nemzetközi politikai gazdasági tér részét képezi, amelyben a hajtóerők, az ösztönzők, a kényszerek, a korlátok és az ellentétes tendenciák keresztirányban hatnak, időnként taktikai szövetségekben, máskor versengésben, egyszóval kooperációban (vö. Barabási 2003, Szabó & Hámori 2006) csúcsosodva ki. Noha a nevezett cégek piaci orientációi különböznek, profitszerző stratégiáik gyakran összetartanak, ami egyebek mellett a termékspecializáció (vö. Dardot & Laval 2013) tükrében kifejezetten szembetűnő. A termékláncok bővülése, valamint a termékek szabad áramlása e politikai gazdaságtani szereplők közös érdeke.

A mindebben érdekelt digitális és ikt-„behemótok” – ide értve egyebek között a Google-t, az Apple-t és a Facebookot – versengésük közepette nagyon is együttműködnek egy sor területen, és időnként amennyire illékony, annyira átláthatatlan szövetségekbe tömörülnek (kooperáció). Ráadásul alkalmasint előfordul, hogy közös kezdeményezésekre vállalkoznak egyéb ágazati szereplőkkel is, például bankcsoportokkal vagy olyan hitelkártya-vállalatokkal, mint a Visa és a Mastercard.

Minden okunk megvan annak feltételezésére, hogy e keretek új megvilágításba helyezik a transznacionális alapokon nyugvó digitális média politikai, gazdasági jelentőségét hatalmi központokként (Croteau & Hoynes 2003, Castells 2009, Schiller 2014). Az ikt állami felértékelése geopolitikai összefüggéseket (Brzezinski 2013, Kagan 2015) is előrevetít. A nemzetközi világháló amerikai központú intézményesítését, sőt annak a nemzeti keretek általi irányítással szemben „faltörő kosként” (Schiller 2014: 158) történő felhasználását egy olyan, jogi retorikával összefonódó felemelési-küldetési éthosz (Massad 2015, Iványi 2017) övezi immár évtizedek óta, amelynek szerves része a világháló és az információszabadság, valamint a kapcsolódó globális értékláncok nemzetközi térben való érdekképviselete és promóciója is.

## 4. Növekedés és transznacionális trendek

A kétezres évek első évtizedének második felében az amerikai unilateralizmus és hegemonia alapjaiban rázkódott meg, illetve lényegült át. Ám miközben egyéb ágazatokat – beleértve a „hagyományos” tömegkommunikációs szolgáltatásokat is – érzékenyen érintette a 2007–2008-as pénzügyi válság, addig érdekes módon az ikt-szférában növekedést lehetett tapasztalni.

A válságot követő években rendre, így például 2013-ban és 2014-ben is jelentős mértékben nőttek a globális ikt-kiadások. Olyannyira, hogy az OECD 2013 szeptemberében már az internetgazdaságot jelölte meg „a növekedés új forrásaként”, amelyben ráadásul eszerint „a teljes gazdaságot fellendítő potenciál lakozik” (Schiller 2014: 147–149). Schiller akkoriban még nem tudhatta, hogy 2015-től enyhe csökkenés, illetve stagnálás lesz megfigyelhető, ám 2017-től újból lassan növekedő pályára áll az ágazat, és a 2018-as előrejelzések szerint is nőni fog (lásd Gartner 2017, 2018). Míg a hivatalos statisztikák szerint 2007-ben az amerikai információs iparági bevételek összege 1,08 milliárd, addig 2011-ben összesen 1,17 milliárd dollárt tett ki. Más szóval még az általános visszaesés alatt is folyamatosan jelentek meg a tőkefelhalmozódás új forrásai a hálózati eszközök, szolgáltatások és alkalmazások körül. Ennek megfelelően a „digitális depresszió” akut éveit például a keresési és megjelenítési hirdetések költségei kétszámjegyű mértékben növekedtek.

Az elképesztő növekedési tendenciákat Schiller (2014: 84) a következő számokkal érzékelteti: negyed évszázad alatt a mobiltelefonok száma nulláról 6,8 milliárdra nő, természetesen a földrajzi térségek közötti jelentős megoszlással, míg a szélessávúinternet-előfizetéssel rendelkezők száma 2010 júliusában átlépte a félmilliárdot, amelynek 41 százaléka ázsiai, 30 százaléka európai és 26 százaléka észak-amerikai. 2011-re már a világ 62 százaléka fejlődő országbeli internethasználó. A szerző által az internet-hozzáférés „térbeli, társadalmi és műszaki növekedésének” nevezett jelenséget a növekvő tőkehasználat ismétlődő ciklusainak tudja be.

2012-ben a globális ikt-költségek durván egyharmada már „feltörekvő piacokról” érkezett, részben a kevésbé fejlett országokban (elsősorban Kínában) székhellyel rendelkező vállalatok által. Ez a hullám a vállalati és különösen a gyakorlatilag „nyomon követhetetlen transznacionális tőke” keresletéhez kapcsolódott (Piketty 2014: 328, Schiller 2014). Fontos adalékinformáció e fenti folyamatokhoz Petr Nolan és Jin Zhang (2010) megállapítása, amely szerint 1980 és 2008 között a fejlett tőkés országok vállalatai külföldi összbefektetésének volumene több mint huszonhétzszerezésére nőtt.

Eközben az amerikai ikt-vállalatok *részben* maguk is transznacionálissá váltak. Vagyis ebben az ágazatban is megjelent egy új vezetési felfogás, és megjelent az a tendencia, hogy egyre nagyobb mértékben foglalkoztatják a helyi

munkaerőt, mind nagyobb autonómiát biztosítva az egyes leányvállalatoknak, amelyet az utóbbiak szakértelmük és erőforrásaik szerint szakosítanak, mindezt egy kölcsönösen függő vállalati hálózatba kapcsolva össze. Ennek eredményeként politikaképző elemként jelennek meg a transznacionális vállalatok, és időnként függetlenné válnak az állami szuverenitástól (vö. Chalaby 2005, Dardot & Laval 2013).

Ilyenformán az egyes államokkal való geopolitikai együttműködések mellett sem feltétlenül nemzeti alapon szerveződnek a transznacionális vállalatok. Így történhet meg az például, hogy időnként a dél-koreai székhelyű Samsung és az amerikai székhelyű Google taktikai szövetségének lehetünk tanúi az Apple-lel szemben. Hasonlóan szemléletes a transznacionalizáció és az új, illetve a régi piaci erők intenzív konvergenciája tekintetében az is, hogy a *Transformers 3* című akciófilmet négy kínai cég – a Meters/bonwe, a Lenovo, a TLC és a Yili – is hirdetőfelületként használta. 2011 végére a tíz leglátogatottabb amerikai internettulajdon közül mindössze egy, a Wikimedia maradt független a hirdetésekből vagy közvetlen fogyasztói díjakból származó jövedelmektől (Schiller 2014).

E ponton adódik a kérdés: ha a világháló-alapú termékláncok a növekedés ritka – ám jelentős – kivételét képezték, mint láttuk fentebb, akkor mindebből ki tesz szert nyereségre? A válasz első ránézésre az ázsiai–csendes-óceáni térség. Ez az eltolódás a kommunikációs piac területi profiljában azt jelenti, hogy a „digitális kapitalizmusba való történelmi átmenet” (Schiller 2014: 150), vagyis Kelet-Ázsia és legfőképpen Kína bekapcsolódása a globális tőkés rendbe folyamatos (vö. Arrighi 2007, Amin 2013). Mindez kielezi egyben azt a kérdést is, hogy vajon az államok által támogatott tőkeegységek szintén távol-keletiek-e. Ezekben az országokban székelnek-e azok a vállalatok, amelyek az újrarajzolt kommunikációs termékláncok termékeiből és szolgáltatásaiból fakadó bevételeket megszerzik, mint ahogy az tűnik?

A geopolitikai szintérre vetett második pillantásra már árnyaltabb kép elevenedik meg. Jelesül az, hogy egyre intenzívebb nemzetközi versengést látni a területen kívüli világhálóért és a kapcsolódó iparágak irányításáért. Ennek a nemzetközi kapcsolati, illetve politikai gazdaságtani tétje azon növekedés biztosítása, amelynek szemlátomást jól kimutatható volt a folytonossága az elmúlt években és évtizedekben.

## 5. Világpolitikai rivalizálás és egy „digitális faltörő kos”

A kapitalizmus hidegháború utáni unilaterális mozzanata (Hardt & Negri 2009, Brzezinski 2013) számos változást hozott létre vagy kondicionált. Ezek egyike, hogy a nemzetközi tőke összetétele diverzifikálódik – akár az amerikai összpontosulás mellett is. Ebből idővel rendkívül ellentmondásos helyzet bontakozik ki, amennyiben a rendszer sokoldalúvá, többnyelvűvé és alakváltóvá vált. Láttuk, hogy a kommunikációs piac magánszektor előtti megnyitása állami hátszéllel az ikt-ágazatokhoz kötött termékláncok szerkezetátalakítását eredményezte. Egyes piacpárti deregulációs és liberalizációs intézkedések (Arrighi 1994, 2007, Galbraith 2008, Dardot & Laval 2013) számtalan módon járultak hozzá a szóban forgó ágazatok előretöréséhez (Croteau & Hoynes 2003, Castells 2009, Schiller 2014). Említettem ezen kívül, hogy a globális termékláncok előmozdítása a nagyhatalmi érdekérvényesítés egyik fontos eleme, és bemutattam ennek a mind látványosabb nemzetközi, illetve transznacionalizációs összefüggéseit is.

A továbbiakban újabb példákat sorakoztatok fel azon intézményi és érdekközösség bemutatására, amely kibontakozik e folyamatok hátterében. Clinton elnök időszakához (1993–2001) kötődik a globális elektronikus kereskedelem és az Amerika által dominált ágazatok (például számítógépes szoftverek, szórakoztatási termékek, információs, pénzügyi, szakmai és egyéb szolgáltatások, műszaki információk) lélegzetelállítóan nagy növekedésével járó szabad tőkeáramlása. Mindez nem kizárólag a Szovjetunió összeomlása okozta unipoláris mozzanat nyomán alakult így, hanem azon államok újdonsült fogékonyságából és fogadókészségéből is adódóan, amelyek társadalmi és gazdasági programjai drasztikus átszerveződést éltek meg világszerte, Európától Oroszországon át Kínáig (Dardot & Laval 2013, Schiller 2014, Dornfeld 2016). Eme információ- és termékáramlási folyamatok különböző, az amerikai állam által nagyhatalmilag támogatott „demokratizáló kezdeményezésekkel” (*democratizing initiatives*) karöltve mennek végbe évtizedek óta (Schiller 2014, Massad 2015), és valószínűleg a 2007–2008-as pénzügyi válság kihívásai kifejezetten hozzájárultak ahhoz, hogy kormányzati prioritássá emelkedjenek.

Az információáramlás közös nagyhatalmi és ikt-vállalati biztosításának egyik jelentős intézménye az Obama-kormányzat kereskedelmi minisztériuma, illetve az NTIA által 2010-ben létrehozott, tárcaközi internetszakpolitikai

munkacsoport (*Internet Policy Task Force, IPTF*). Eme intézményi kötődések és vonatkozó tevékenységek szemléltetik az információáramlás és az innováció előmozdításának felvállalt állami céljait és gazdasági prioritásként való érvényesülését. Obama elnök 2010-től folytatott kormányzása a demokratikus folyamatokra, az emberi jogokra, az „együttműködésre”, a „transzparenciára” összpontosuló retorika kíséretében bevallottan a civil társadalmi szereplők véleménynyilvánításának támogatására törekedett világszerte. Eközben a 2011-ben meghirdetett, úgynevezett „nemzetközi stratégia a kibertérért” nevű kezdeményezéssel az Egyesült Államok vezetése biztosítani igyekezett a hálózati termékláncokon keresztül történő, folyamatos, zökkenőmentes adatforgalmat (Schiller 2014).

Amikor a Google 2010-ben hackertámadásokra és az állami cenzúrára hivatkozva kivonult Kínából, az amerikai kormányzat egy szemernyit sem késlekedett válaszolni. A külügyminiszter Hillary Clinton nem sokkal ezután tartotta az internet szabadságáról szóló, nagy visszhangot kiváltó, normatív jellegű beszédét, amelyben a szabad információáramlást a legitimációs előzménynek tekintett roosevelti négy szabadság rangjára emelte. Kijelölte továbbá a szabad világ és a tekintélyelvű rendszerek elektronikus határvonalait, az internethasználatot a demokratikus berendezkedés próbakövévé téve meg.

Az amerikai külügyminisztérium fenti, nyilvános állásfoglalásai mellett létrehozott egy globális internet-munkacsoportot is (*Global Internet Freedom Task Force*). Ennek kontextusában kifejezetten sürgette az amerikai ikt-vállalatokat, hogy játszanak proaktív szerepet a külföldi kormányok által gyakorolt cenzúra és megfigyelés felszámolása érdekében. Mindebből számunkra az állam és a vállalatok élénk egymásrataltsága körvonalazódik.

Az amerikai állam egyik kiemelt célja évek óta a „nyitott világháló környezet” biztosítása, amit a kereskedelmi tárca a pénzügyi válságból való felépülés egy összetevőjének tekintett, és ennek megfelelően történt az úgynevezett felhőalapú számítástechnika (*cloud services*) előmozdítása is. Az ezekre az amerikai Nemzetbiztonsági Ügynökséghez (*National Security Agency, NSA*) köthető, későbbi, világméretű megfigyelési botrány összefüggésében előtérbe került szolgáltatásokra épülő profitstratégiák az internet globális termékláncainak extenzív változásait foganatosították a kereskedelmi tárca elképzeléseinek megfelelően. A Google hatalmas befektetései az adatközpontokba (*cloud data centers*) a globális infrastruktúra legnagyobb, az elektronikus ágazat térnyerését elősegítő elemeivé váltak, miközben a kormányzat támogató szerződésekkel segítette előbbieik kiszervezését (Schiller 2014, Dorsnfeld 2016).

A politikai gazdaságtani és a geopolitikai síkok itt érnek össze különösen nyilvánvalóan. Ugyanis az egyesült államokbeli világháló rendszerek és szolgáltatások nemcsak a hazai, hanem a nemzetközi piacokat is uralmuk alá vonták. A 2010-es évekre elég egy pillantást vetni ennek belátásához: a hálózati forgalomirányítás (*routing*) berendezéseinek ellátását illetően a Cisco áll az élen, a keresőprogramok esetében a Google, a közösségi hálón folyó kommunikációban a Facebook és a Twitter, az „okostelefonok” vonatkozásában az Apple és – taktikai szövetségben a Samsunggal – újból a Google.

Az iPhone leküzdötte a kínai és a koreai protekcionista gátakat az elmúlt években. Az iTunes, a Skype, a Facebook, a Microsoft, a Yahoo felhasználóinak száma jelentős mértékben emelkedett az évek alatt. A Twitter mikroblog-szolgáltatás 2013-ban azzal büszkélkedett, hogy felhasználói „majdnem a világ összes országából” kerültek ki. 2010-ben az ikt-ágazatnak nyújtott amerikai finanszírozás egy becslés szerint 1,2 trillió dollárt tett ki, ami felülmúlja Kínáét, Japánét, Nagy-Britanniáét és Oroszországot együttvéve. Az Egyesült Államok a világ internetes bevételeinek 30–40 százalékát szerzi meg (Schiller 2014).

Említettem a növekedési tendenciákkal kapcsolatban egyes egyesült államokbeli székhelyű transznacionális vállalatok – mint a Google, a Facebook, a Microsoft, az Apple és az Amazon – előretörését (Castells 2009, Schiller 2014). E vállalatok az elmúlt években világszerte használt *dotcom*-szolgáltatásokat építettek ki, és az úgynevezett számítástechnikaifelhő-alapú szolgáltatásokra (*cloud services*) történő áttérés még tovább növelte a koncentráció mértékét. Az információk kezelésének amerikai központosítását szolgálta közvetve a már említett globális szellemi tulajdon központja is (*Global Intellectual Property Center, GIPC*). A legfőbb USA-beli cégeket tömörítő nemzetközi üzlet amerikai tanács, az USCIB szintén a szabad információáramlás mellett szállt síkra. A világ legnagyobb forgalmú szoftvergyártóit tömörítő, 1988-ban alapított és az Egyesült Államokban bejegyzett üzletiszoftver-szövetség (*Business Software Alliance, BSA*) profilja szintén átfedést jelez az államhatalom határokon átívelő céljaival. Mindezt érzékelteti hivatalos honlapjukon közzétett nyilatkozatuk is, amely szerint a BSA

„...a biztonságos és jogtiszt digitális világ érdekében tevékenykedő legjelentősebb világ-szervezet. A BSA a világkereskedelmi szoftveripart képviseli a kormányok előtt és a nemzetközi piacon. ... Feladata, hogy a fogyasztóknak a szoftvergazdálkodásról, a szerzői jogi védelemről, a kiberbiztonságról, a kereskedelemről, az e-kereskedelemről és az internettel kapcsolatos egyéb témakörökről nyújtson tájékoztatást.”

A számítógép- és kommunikációs ipar egyesülete (*Computer & Communications Industry Association, CCIA*) egy számítástechnikai és kommunikációs vállalatokat tömörítő szövetség, emellett egy újabb befolyásos lobbysoport, amelynek szabad információáramlás melletti elköteleződést képviselő hivatalos nyilatkozata közvetett geopolitikai kapcsolódásokat sugall:

„Nem támogathatjuk a tartalmak cenzúráját, megfigyelését, zárolását és különféle csoportosításait. Ha valamelyik eljárás mégis elkerülhetetlen, csakis korlátozott ideig tarthat, körültekintően és teljes átláthatóságot biztosítva kell azt véghezvinni. Nem válhatunk tehát az internet rendőrségévé. ... Ha az Amerikai Egyesült Államok nem képes a szabad és nyílt internetet fenntartani, akkor kicsi a valószínűsége, hogy más országok erre képesek lennének.”

Az amerikai gazdaság köz- és versenyszféráinak 1200 vállalatát tömörítő TechAmerica ernyőszervezet, amely 2009-ben az amerikai ipar nemzetközi versenyképességéről is közzétett egy tanulmányt, kinyilvánította, hogy az USA az internetet és az elektronikus kereskedelmet érintő területeken az innovatív szellemiségben (*thought leadership*) és a közpolitikai fejlesztésekben egyaránt az élen jár. Ezt követően a vállalatcsoport – amelynek figyelemreméltó módon egyik központja különben Washington és a Szilícium-völgy mellett Pekingben van –, felsorakozott a határokon átívelő felhőalapú szolgáltatások megőrzése mellett (Schiller 2014).

Ehhez a kontextushoz kapcsolódik az Amerikai Egyesült Államok kormányához kötődő, internetneveket és -számokat kiosztó vállalat, az ICANN ténykedése is, amelynek feladata általánosságban az IP-címek és a tartománynevek (köztük a legfelső szintű tartományok) erősen központosított elosztásának felügyelete. Ehhez tartozott 2016-ig az internetes számkiosztó hatóság, az IANA is, amely nemcsak a hatalmi koncentráció létfontosságú eleme, hanem idővel a hatalom gyakorlásával szembeni ellenkezés csomópontja is lett, amint ez a 2012-es WCIT világkonferencia tapasztalataiból következett (Brzezinski 2013, Schiller 2014). Összességében elmondható, hogy a világháló működésének irányítását, az irányelvalkotást és az internet műszaki szabványainak (például az IP-címeknek vagy az úgynevezett „gyökérzónák” igazgatásának) kidolgozását aránytalan mértékben határozták meg az Egyesült Államokhoz kötődő ügynökségek.

Fontos ebben az összefüggésben maguknak az ikt-vállalatoknak a gyakran nyílt nemzetközi napirendet és ambíciókat jelző tevékenysége. Ennek megfelelően például a Google csatlakozott az úgynevezett globális hálózati kezdeményezéshez (Global Network Initiative, GNI) és annak a maximálisan nyereséges felhőalapú szolgáltatások akadálytalan terjedését is célzó internetszabályozási küldetéséhez. A vállalat egyéb esetekben is sürgette a szabad információáramlás biztosítása érdekében „a közös fellépést az Atlanti-óceán mindkét oldalán”, illetve a globálisan harmonizált célok elérését ennek megfelelően. 2010-ben szintén ebben a szellemben több kormányzatra kiterjedő kezdeményezést javasolt a létező szabadkereskedelmi útvonalak fenntartására. Egyúttal a Google „megfelelő lépéseket” szorgalmazott az Open Net Initiative civil szervezet jelentésére alapozva húsz olyan kormányzattal szemben, amely megsértette a vonatkozó érdekeket. Eközben például a kínai protekcionizmus tekintetében a Google más vállalatok – illetve versenytársak, beleértve a Facebookot, a Twitter-t, a Flickr-t és a Wordpress-t – érdekeltségeinek a képviselését is magára vállalta, miközben több ízben felsorakozott a világháló kiterjesztése mellett. 2013-ban hozták létre e vállalatok egy része (Google, Facebook, Cisco, Intel, Microsoft), illetve amerikai és brit állami szervek, valamint az ENSZ egyes tagszervezetei és más állami, magán és civil társadalmi szervezetek együttesen az Alliance for Affordable Internet (A4AI) kezdeményezést, amelynek kinyilvánított célja a világháló és az információáramlás terjesztése világszerte.

E részletezett lefolyású, több kormányzati cikluson átívelő expanzió időről időre nemtetszést vált ki világszerte – különösen, de nem kizárólag kínai és orosz oldalról (vö. Mueller 2010, Schiller 2014, Dornfeld 2016). A Bush-kormányzat a nemzetközi térben érzékelhetően előretörő protekcionizmus kihívásaira ugyanazon unilateralizmussal válaszolt, mint más területeken (vö. Hardt & Negri 2009, Stiglitz 2010, Berardi 2013). Annak a politikai elszigetelésnek, amely

ezt a kurzust kísérte, a mértéke 2005-ben lett nyilvánvaló, amikor több ország és nemzetközi szereplő – beleértve az Európai Uniót is – az egyenlő részesedés és felelősség igényével lépett fel a nemzetközi térben.

Néhány évvel később a történelem máig legnagyobb globális visszhangot kiváltó internetes megfigyelési botrányaira derült fény Julian Assange és Edward Snowden nyomán. A titkos amerikai diplomáciai üzeneteket 2010-ben közzétevő ausztrál oknyomozó újságíró, Julian Assange (2012) fedte fel, hogy az USA olyan internetvállalatai, mint a Facebook és a Google „megfigyelő motorrá” (*surveillance engine*) alakították át a webet, hogy a felhasználók szokásait elemezve „kiszivattyúzzák” a kereskedelmileg hasznosítható adatokat. Ezt követően, 2013 nyarán a Nemzetbiztonsági Ügynökség (NSA) egykori munkatársa, Edward Snowden jelentette be, hogy az Egyesült Államok rádióelektronikai, jelhírszerzéssel foglalkozó hírszerző szervezetének PRISM nevű programja hatalmas kiterjedésű adatgyűjtést tesz lehetővé, ami a jelentéstevő szerint időnként alkalmat adott illegitim visszaélésekre is. A program legalább kilenc nagy amerikai internetvállalattól (Microsoft, Yahoo!, Google, Facebook, Paltalk, YouTube, AOL, Skype és Apple) szerez rendszeresen és tömegesen és tárol a felhasználókra vonatkozó adatokat. Mindez 2007 óta történik a korábban említett törvénymódosítások határolta jogi környezetében. A leleplező Snowden szerint mindez a köztudottnál jóval nagyobb, „veszélyes és törvénybe ütköző mértékben” folyt. Különösen az utóbbi leleplezésnek voltak világraszóló utóregzései (Schiller 2014). A kiváltott globális bizalmi válság nyomán az amerikai privilégiumok immár hosszú távú „kimerítő küzdelem” elé néznek.

Minden bizonnyal helytálló Slavoj Žižek (2016: 100) azon észrevétele a Snowden-üggyel kapcsolatban, hogy

„...olyasmire derített fényt, amit nemcsak az Egyesült Államok tesz, hanem más nagy- (és kevésbé nagy-) hatalmak is (Kínától Oroszorszáig, Németországtól Izraelig), technikai lehetőségeik szerint.”

Márpedig, ha elfogadjuk, hogy valóban vannak vetélytársak a kibertérben, akkor az az amerikai (válasz)lépések relevanciáját sugallja.

Összességében egyre intenzívebb nemzetközi küzdelem bontakozik ki tehát a területen kívüli internetért és a kapcsolódó iparágak irányításáért, hiszen nem kevesebb forog kockán, mint a globális értékláncok fennmaradásának és növekedésének biztosítása.

Előáll egy olyan szövevény, amely két síkján fut egyazon valóságnak: egyfelől az (amerikai) állam és a nagyvállalati tőke érdekközösségbe került, másfelől az utóbbi transznacionálissá kezdett válni. Az amerikai vállalatok, politikai és katonai vezetők elszánták magukat, hogy a bemutatott alapokon megnyilvánuló, gondosan ápolat komparatív előnyöket teljes mértékben kiaknázzák. E folyamatban levő, szabad adatáramlást biztosító szakpolitikák a transznacionális tőke általános igényének megfelelően zajlottak. A korlátozás nélküli, szabad adatáramlással kapcsolatos politika mind az egyesült államokbeli, mind az USA-n kívüli tőkeegyettesekre és termékláncokra vonatkozik, hiszen azok ugyanúgy támaszkodnak a határokon átnyúló terjeszkedésre. Vagyis a helyzet ironiája folytán feltehetőleg az amerikai állam szándékán kívül egy általános, transznacionális tőkeigényt is kiszolgált (Schiller 2014).

Végeredményben az Obama-kormányzat fenntartotta elődei elköteleződését az úgynevezett többszereplős internetkormányzás modell (*multi-stakeholder internet governance model*) mellett, ami gyakorlatilag a nemzetközi térben való szabad adatáramlás kormányzati előmozdítását szolgálja a magánszektor és a civil társadalom részvételével (Schiller 2014).

Számos jel mutat arra, hogy a Donald Trump vezette kormány idején egyelőre nem változnak gyökeresen az amerikai állam és az ikt-szektor összefonódásai és az ennek megfelelően foganatosított stratégiák a máskülönben a konvenciókkal szembemenő, „*enfant terrible*”-nek tartott elnök alatt sem.

## 6. A Trump-időszak perspektívái

A Trump-vezetés és a digitális média meghatározó politikai gazdasági szereplőinek viszonya igen ellentmondásos. Teljes irányváltás, illetve a struktúrával való szembehelyezkedés a kezdetektől nem volt valószínű, hiszen a majdani elnök Donald Trump választási kampányának kiemelt támogatója volt Peter Thiel, a Szilícium-völgyben székelő, nagy adatelemzésre specializálódott amerikai Palantir Technologies szoftver- és szolgáltatási magánvállalat alapítója és igazgatótanácsának elnöke (Woolf & Wong 2016). Hozzá hasonlóan a megválasztástól a beiktatásig működő

ügynevezett átmeneti csapat (*transition team*) végrehajtó bizottságának meghatározó tagja volt a későbbi elnöki főtanácsadó, a Trump közvetlen bizalmi köréhez tartozó Jared Kushner is, aki a főbb Trump-barát ikt-ágazati szereplőkből toborozta a digitáliskampány-munkacsoport Project Alamo tagjait is.

Az elnök évi rendszerességgel folytat konzultációkat az infokommunikációs szektor politikai gazdasági elitjével. A 2016 decemberében<sup>5</sup> és 2017 júniusában tartott, technológia vezérigazgatói üléseken jóformán a teljes ikt-ágazat részt vett, ami szintén politikai gazdasági egymásrautaltságot és a korábbi folyamatok folytonosságát sugallja az esetleges érdekkonfliktusokon túl is.

Elgondolkodtató a szerkezet stabilitása szempontjából, hogy a Trump-kormányzat 2017 decemberében közzétett Nemzetbiztonsági Stratégiájának „Amerikai befolyásszerzés” című negyedik fejezete kimondja, hogy:

„Az adatáramlás és a nyílt, átjárható internet elválaszthatatlan az amerikai gazdaság sikereitől. ... Ha az Egyesült Államok átengedi vetélytársainak ezeknek a testületeknek az irányítását, elvesznek azon lehetőségek, hogy az Egyesült Államok alakíthassa a ... fejleményeket” (National Security Strategy of the United States of America 2017: 40).

Vagyis kifejezetten – és változatlanul – a versenyképesség egyik feltételeként azonosítja az adatáramlás zökkenőmentességét. A kibertér jelentőségének változatlan vagy akár felértékelt tudomásulvételét, az állami (nagyhatalmi) és a nagyvállalati (transznacionális) szférák és erők kölcsönhatását, összjátékát sejtető szövegrészeket más helyeken is találunk, így „Az amerikai jólét biztosítása” című második fejezetben is:

„A sávszélesség és a szélessávú kapcsolatok javítására ... van szükség Amerika jövőbeli növekedésének támogatásához. A gazdasági és személyes tranzakciók a »com-világtól« függenek, a jólét megteremtése pedig a megbízható, biztonságos interneten múlik” (National Security Strategy of the United States of America 2017: 18).

Ugyanitt nyer megállapítást, hogy „az amerikai magánszféra közvetlen érdeke a tolerancia, a nyitottság és a szabadság mellett álló hangok támogatása és erősítése” (National Security Strategy of the United States of America 2017: 35), ami az egymással egybeeső magán- és közérdekekről alkotott amerikai elveknek a nemzetközi politikába való nyílt átültetési szándékát szemlélteti.

E megfogalmazott céljaival természetesen az Egyesült Államok nincs egyedül a világpolitikai porondon. A világháló és az adatáramlás jelentőségének felismerése más nemzetközi szereplők, illetve politikai-gazdasági tömbök részéről is érzékelhető. Ezt szemlélteti az Európai Parlament és a Tanács 2015/2120. számú rendelete is a nyílt internet-hozzáférés megteremtéséhez szükséges intézkedések meghozataláról. Ugyanakkor az elmúlt évek fentebb bemutatott nemzetközi politikai gazdaságtani és geopolitikai kapcsolódásai, továbbá kiszivárogtatási ügyei tekintetében méltán irányulhat megkülönböztetett figyelem az Egyesült Államokra e kontextusban.

Az „Amerikai nép és a haza, valamint az amerikai életforma védelme” című fejezetben felcsendül az amerikai értékalapú ideológiái telítettség is:

---

5 A szóban forgó 2016-os egyeztetésen jelen volt többek között Jeff Bezos (az Amazon vezérigazgatója), Larry Page (az AlphabetInc. amerikai multinacionális ernyővállalat, egyben a Google és a valamikor a Google-hoz tartozó cégek anyavállalatának vezérigazgatója), Eric Schmidt (az Alphabet igazgatótanácsi elnöke és társtulajdonosa), Sheryl Sandberg (a Facebook ügyvezető igazgatója), Tim Cook (az AppleInc. – korábban Apple Computer, Inc. – főként hardvergyártással foglalkozó cég vezérigazgatója), Alex Karp és Peter Thiel (a Palantir vezérigazgatója, illetve alapítója), Safra Catz (az Oracle Corporation – a világ legnagyobb üzleti szoftvermegoldásokat kínáló cége – társ-vezérigazgatója), Satya Nadella (a világ egyik legnagyobb szoftvervállalata, a Microsoft Corporation vezérigazgatója), Brad Smith (az előbbi vállalat elnöke), Ginni Rometty (az IBM elnöke és vezérigazgatója), Chuck Robbins (a kaliforniai székhelyű, fogyasztói elektronikai berendezéseket, hálózati eszközöket, hang-, illetve kommunikációs technológiát és szolgáltatásokat tervező és értékesítő multinacionális Cisco vállalat vezérigazgatója), valamint Brian Krzanich (az eredetileg amerikai, mára nemzetközivé nőtt, elsősorban mikroprocesszorairól és egyéb hardvertermékeiről ismert Intel vállalat vezérigazgatója) is (Sonnad2016).

„Az internet amerikai találmány, és tükröznie kell értékeinket, mivel továbbra is minden nemzet és minden generáció számára átalakítja a jövőt. Az erős, védhető kiberinfrastruktúra elősegíti a gazdasági növekedést, védi szabadságainkat” (National Security Strategy of the United States of America 2017: 13).

Ugyanakkor a Snowden-ügy folyamányaként az önkontroll igénye vagy annak kommunikációja is megmutatkozik a Stratégiában:

„Ahogy az [internet] fejlődik, a kormánzatnak és a magánszektorban olyan rendszereket kell terveznie, amelyek ... magukban foglalják a megelőzést, a védelmet és a rugalmasságot. ... Ezt a szabad piacokat, a magánversenyt és a kormánynak a jogállamiság érvényesítésében játszott korlátozott, de fontos szerepét tiszteletben tartva kell megtennünk” (National Security Strategy of the United States of America 2017: 13).

A nagyvállalati és az állami összjátékokat övező adatvédelmi aggályok kormányzati ciklusokon átívelő folytonosságát jelzi az eltelt időszakban a Cambridge Analytica adatbotrány. Ez világossá tette, hogy minimum 87 millió Facebook-felhasználó személyazonosításra alkalmas információit játszotta át harmadik félnek az elnök 2016-os választási kampányában is közreműködő politikai kommunikációs tanácsadó cég.

E tanulmányban elsősorban a nemzetközi politikai gazdaságtani szerkezetek, folyamatok és tendenciák bemutatást tűztem ki célul. A vélt vagy valós adatvédelmi és egyéb szempontokból problematikus, például adóoptimalizálási komplikációk leírása túlvezetne elemzésem keretein. Ám anélkül, hogy mindebbe itt bővebben belemennénk, megállapítható, hogy a szóban forgó, a tőke és a világpolitika köré szerveződő jelenségek bonyolult társadalmi kihívásaival változatlanul érdemes számolni.

## 7. A digitális kommunikáció jövőhorizontjai

Mind az amerikai hegemonia válsága, mind alternatív menekülőútjának, az ikt-ágazatnak a jövőbeni röppályája messzemenő kérdéseket vet fel egy ellentmondásokkal teli viszonyrendszerben.

Egyfelől – ha csupán az ikt-amerikai kapcsolódásaira összpontosulna figyelmünk – könnyen szem elől téveszthetnénk azon többközpontúvá váló gazdasági spektrumot, amely a harmadik évezred elején gyökeresen rajzolta át a nemzetközi kapcsolatok tájképét. Másfelől túlságosan nagy az amerikai „eredetű” ikt-ágazat részesedése a transznacionális tőkében – miként az egyre nyilvánvalóbb amerikai állami készítés is, hogy pártfogolja eme érdekeket (Mueller 2010, Schiller 2014) – ahhoz, hogy az érdeklődő ne vegye számításba azokat a kapacitásokat, amelyekre Amerika alapozhat a jövőben. Felmerül továbbá, hogy az ikt-növekedés éppenséggel nemcsak magának az amerikai hegemonia válságának (Harvey 2003, Brenner 2006, Arrighi 2007) a jele, hanem egy alternatív kiút is lehet egyben (Schiller 2014, Kagan 2015), ami ekképp kiterjedt állami és társadalmi konjunktúrát élvez.

A feltételes mód iménti használatát az indokolja, hogy a jelek nem egyértelműek. Részint az USA-beli ikt-ágazati óriások oly mértékben szilárdították meg hatalmukat az elmúlt évtizedekben, hogy az már-már kikezdetlennek tűnik. Emellett folyamatosan sikerrel járnak akár hazai, akár nemzetközi versenytársaik protekcionista „állásainak” áthatolásában is, gyakran teljes érdekközösségben az állammal. Részint pedig az Amerika-központú világhálótól való eltávolodás és a nemzetközi fellépések sora felvázolja a kapitalizmus mai, immár többközpontú, globális politikai gazdaságtani jellemvonásait is. Egyre szélesebb körű, policentrikus és sokoldalú ágazatban növekszik az internetes berendezések, szolgáltatások és alkalmazások forgalma. Egyet lehet érteni Schillerrel (2014), aki azt állítja, hogy a politikai gazdaságtan mozgása egyszerre formálódik a felülről lefelé ható, államorientált geopolitikán *belül* és *azon túl*. A hézagpótló és dinamikus tényezőt itt a társadalmi-politikai erőviszonyok jelentik, mind az egyes államok szintjén, mind globálisan. Annyi bizonyos, hogy a digitális kapitalizmus játéktere nem semleges vagy „légüres” politikai-gazdasági tér.

## 8. Összegzés és következtetések

Az e tanulmányban bemutatott szerkezetek és folyamatok éppen e fenti megállapításra tekintettel a maguk történelmi jelentőségén túl a kapcsolódó tudományágak számára is tanulsággal szolgálnak. Az államilag támogatott globális értékláncok ugyanis nem csupán egydimenziós váltást eredményeznek a „nyomtatott” és az „elektronikus” között (Castells 2009, Schiller 2014), hanem mindez egyben a társadalom kommunikációs formáinak és információs forrásainak határozott és egyenetlen újjászervezését is jelenti, a maga egyéb, például nemzetközi politikai gazdaságtani és -kapcsolati, illetve világpolitikai következményeivel.

E tanulmányban a szóban forgó és egyes tudományágakon átívelő mélységű digitális médiagazdaság szerkezetének történelmi és intézményi alapjaira fókuszálva arra a következtetésre jutottam, hogy napjainkra előállt egy állami és transznacionális jegyeket egyaránt felsorakoztató „hibrid” szerkezet. Ennek alátámasztása érdekében áttekintettem egyes, politikai gazdasági szempontokra is irányuló szakirodalmi tételek (Brenner 2006, Arrighi 2007, Berardi 2011, Amin 2013, Dardot & Laval 2013) nyomán azokat a történelmi előzményeket, amelyek közvetetten előidézték az amerikai kormányzat szerepvállalását a piacok biztosítása érdekében.

Az idővonalat továbbrajzolva megvizsgáltam azt a röppályát, amely mentén elindult az ikt-ágazat felfutása a maga koncentrációival, konvergenciáival és nemzetközi terjeszkedésével (Castells 2009, Kopecka-Piech 2011, Schiller 2014). Megállapítható, hogy a kommunikáció technológiai változásai és digitalizációja, az ehhez kapcsolódó globális értékláncok és nemzetközi piacszerzésük egyaránt egy amerikai központú intézményrendszer tartópillérein nyugszanak (Mueller 2010, Schiller 2014). A transznacionalizációs tökemozgások és világpolitikai összefüggések nyomán ennek az immár nem feltétlenül unilaterális szerkezetnek a jövőbeli horizontja ugyanakkor beláthatatlanul szerteágazó.

## Irodalom

- Amin, Samir (2013): *The implosion of contemporary capitalism*. London: Pluto Press.
- Arrighi, Giovanni (1994): *The Long Twentieth Century*. London: Verso.
- Arrighi, Giovanni (2007): *Adam Smith in Beijing*. London: Verso.
- Barabási, Albert-László (2013): *Behálózva - A hálózatok új tudománya*. Budapest: Magyar Könyvklub.
- Franco Bifo Berardi (2011): *After the Future*. Oakland: AK Press.
- Brenner, Robert (2006): *The Economics of Global Turbulence: the Advanced Capitalist Economies from Long Boom to Long Downturn, 1945–2005*. New York: Verso.
- Brzezinski, Zbigniew (2013): *Stratégiai vízió. Amerika és a globális hatalom válsága*. Budapest: Antall József Tudásközpont.
- Castells, Manuel (2009): *Communication Power*. Oxford & New York: Oxford University Press.
- Chalaby, Jean K. (2005): From internationalization to transnationalization. *Global Media and Communication*, vol. 1. no. 1, pp. 28–33.
- Dardot, Pierre & Laval, Christian (2013): *A globálrezon. A neoliberalizmus múltja és jelene*. Budapest: EgyKettő Kiadó.
- Dornfeld László, Keleti Arthur, Bary Mikós, Kilin Józsefné, Berki Gábor & Pintér István (2016): *A virtuális tér geopolitikája. Tanulmánykötet*. Budapest: Geopolitikai Tanács Közhasznú Alapítvány.
- Galbraith, James K. (2008): *The Predator State: How Conservatives Abandoned the Free Market and why Liberals Should Too*. Free Press.
- Gartner (2017): Gartner Says Worldwide IT Spending Forecast to Grow 2.4 Percent in 2017. 13 July, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2017-07-13-gartner-says-worldwide-it-spending-forecast-to-grow-2-percent-in-2017> (utolsó letöltés: 2018. IX. 3.).
- Gartner (2018): Gartner Says Global IT Spending to Grow 6.2 Percent in 2018. 9 April, <https://www.gartner.com/newsroom/id/3871063> (utolsó letöltés: 2018. IX. 3.).
- Hardt, Michael & Anntonio Negri (2009): *Common-Wealth*. Harvard University Press.
- Harvey, Dan (2003): *New Imperialism*. Oxford: University Press.



- ICANN-nyilatkozat (2016): Stewardship of IANA Functions Transitions to Global Internet Community as Contract with U.S. Government Ends. Internet Corporation for Assigned Names and Numbers. 1 October, <https://www.icann.org/news/announcement-2016-10-01-en> (utolsó letöltés: 2018. IX. 3.).
- Iványi Márton (2017): Deconstructing netizenry. The transnational mission civilisatrice conveyed by digital media. In: Hanga András (szerk.): *Kommunikációt terek*, 64–79. o. Budapest & Sepsiszentgyörgy (Sfântu Gheorghe): Dosz-T3.
- Kagan, Robert (2015): *Made in America – Avagy kitart-e az amerikai világtrend?* Budapest: Antall József Tudásközpont.
- Kopecka-Piech, Katarzyna (2011): Media Convergence Concepts. In: *Studia Medioznawcze*, vol. 3, no. 46, pp. 1–19.
- Liotard, Jean-François (1979/1993): A posztmodern állapot. In: *A posztmodern állapot, Jürgen Habermas, Jean-François Lyotard, Richard Rorty tanulmányai*. Budapest: Századvég.
- Massad, Joseph (2015): *Islam in Liberalism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Milton, Mueller (2010): *Networks and States: The Global Politics of Internet Governance*. Cambridge: MIT Press.
- National Security Strategy of the United States of America (2017): <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2017/12/NSS-Final-12-18-2017-0905.pdf> (utolsó letöltés: 2018. II. 12.).
- Nolan, Peter & Zhang, Jin (2010) Global Competition After The Financial Crisis. *NLR*, vol. 64, pp. 97–108.
- Piketty, Thomas (2013/2014): *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press.
- Schiller, Dan (2014): *Digital Depression: Information Technology and Economic Crisis*. University of Illinois Press.
- Sonnad, Nikhil (2016): The seating chart at Trump’s table of tech giants. *Quartz*. 14 December, <https://qz.com/863437/who-was-at-donald-trumps-tech-meeting/> (utolsó letöltés: 2018. VII. 4.).
- Stiglitz, Joseph E. (2010): Lessons from the Global Financial Crisis of 2008. In: *Seoul Journal of Economics*, vol. 23, no. 3, pp. 321–338.
- Szabó Katalin & Hámori Balázs (2006): *Információgazdaság. Digitális kapitalizmus vagy új gazdasági rendszer?* Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Wallerstein, Immanuel (2010): *Bevezetés a világtrendszer-elméletbe*. Budapest: L’Harmattan
- Wolf, Nicky & Julia Carrie Wong (2016): Peter Thiel goes ‘big league’, joining Trump’s presidential transition team. *The Guardian*, 11 November, <https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/11/peter-thiel-joins-donald-trump-transition-team> (utolsó letöltés: 2018. VII. 4.).
- Zizek, Slavoj (2016): *Zűr a Paradicsomban. A történelem végétől a kapitalizmus végéig*. Budapest: Európa Könyvkiadó.

## ABSTRACT

The political environment has led to the global rise of transnational corporations and product chains since the post-war era, one of the most visible elements of which has been the spread of information and communication technologies. The technical upgrading and the digitalisation of private capital, the interlinking of ‘traditional’ sectors with ‘new’ ones, state-sponsored market liberalisation and the ensuing institutional changes in the past decades have resulted in the rise of computer-based communication. From a US state power perspective, the interactions between international political economy and geopolitics can be observed in different forms after World War II, through the unilateralism that emerged at the beginning of the post-Cold War period, the crisis of hegemony manifest in the 2000s, and the resulting challenges. As a result of these processes, a contradictory, shifting, ‘indissoluble’ tangle has emerged that includes both state power and transnational features.

**Iványi Márton** a Budapesti Corvinus Egyetemen PhD-végzettséget szerzett, a digitális média geopolitikai, nemzetközi politikai gazdaságtani és ideológiai jellemvonásait vizsgáló kommunikációkutató.

Kocsis-M. Brigitta

## Örökös változásban – az újságírás új korszaka *A Journalism Report V: Innovation and Transition* című tanulmánykötetről

„Hogyan érthetjük meg rendszerszinten az újságírásban megfigyelhető innovatív folyamatokat? Milyen új feldolgozási módok, szervezeti működések és technológiák ösztönzik és éltetik az innovációt?” – ezek a fő kérdései az Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin és Daniela Kraus szerkesztésében megjelent *The Journalism Report V* című tanulmánykötetnek. A választ pedig ezekre a kurrens és mindnyájunkat érintő kérdésekre kiemelkedő elméleti kutatók és gyakorlati médiaszakemberek segítségével igyekeznek megtalálni a könyv közérthetően, mégis szakmailag magas szinten.

A kötet mottója már a bevezetőben megjelenik, és olvasás közben újra és újra visszaidéződik: „change never ends”, vagyis a változásnak sosincs vége (5. o.). Ez a közhelynek tűnő, mégis alapvető bölcsesség eredetileg a dán regionális hírlap, a Nordjyske Stiftstidene szerkesztőségéből való, ahol egy óriási táblán került ki a falra, körülbelül egy évtizeddel ezelőtt. Akkor, amikor még kifüggesztői csak sejtették, hogy az internet, a közösségi hálózatok és a mindent átható digitalizáció olyan robbanásszerű változást fog indukálni a társadalomban, amely alapjaiban alakítja át a médialátképet. Valamit akkor ők Dániában megérezhettek abból, hogy ha a média nem tud lépést tartani a technológiai fejlődéssel, és inkább fenyegető gölemként tekint rá, mintsem kiaknázandó lehetőségként, akkor a saját sírját ássa.

A könyv a Mediahaus Wien-hez köthető *Der Journalisten-Report*-sorozat ötödik része. Annak ellenére, hogy az első kötet már 2007-ben megjelent, először fordult elő, hogy német helyett angol nyelven íródott. A szerkesztői döntés nem véletlen: a tárgyalt témák a korábban megfigyelhető nemzeti szintről nemzetközivé nőttek ki magukat. A kötetben található tanulmányok és gyakorlati példák jól fénylik, hogyan tudnának egymástól tanulni a különböző nemzetek médiaszervezetei: Spanyolországtól kezdve Nagy-Britannián, az Egyesült Államokon, Dánián, Németországon, Szerbián, Csehországon keresztül egészen az ötletgazda Ausztriáig találhatunk szerzőket, kutatásokat, esettanulmányokat. A kultúrákon átívelő ötletek és megélt tapasztalatok olvadnak egységgé a mostani *Journalism Report*-ban, kiváló kiindulópontot nyújtva a további eszmecsere érdekében.

A szerkesztők a kötetet három nagy fejezetre tagolták. Az első részben a média változásainak módszertani és elméleti kategorizációjára vonatkozóan találhatunk különböző, mégis összecsengő megközelítéseket. A felkért szerzők az átalakulás szisztematikus elemzésére kínálnak elméleti mátrixot (13–31. o.), összefoglaló táblázatot és gyakorlati javaslatokat (35–48. o.), illetve egy felmérést, amely mindennek az újságírói életre gyakorolt hatásairól számol be (53–69. o.). A második részben olyan új jelenségeket és fogalmakat elemeznek az írók, amelyek az átalakulás következményeként jelentek meg: mint az integrált newsroom gyakorlata (91–114. o.), a közönség elköteleződésének megteremtése (71–85. o.) vagy az oknyomozó újságírás áthelyeződése a non-profit szektorba a Balkán-régióban a politikai nyomásgyakorlás elkerülése érdekében (120–146. o.). Sajnálatos, hogy a könyvben csak egyszer említenek magyar példát, utalva a Népszabadság megszüntetésére (140–141. o.). Végül a harmadik részben szervezeti szinten vizsgálják, hogyan kell megváltozniuk ennek fényében a médiavállalatoknak (171–180. o.) és milyen fontos leckéket érdemes megtanulniuk más, a digitalizációra hamarabb reagáló iparágaktól, például a zeneipartól (147–161. o.).

Minden téma esetében kettős a feldolgozás: először egy elméleti cikket találunk egy elismert médiakutatótól, majd egy személyesebb, gyakorlatorientáltabb megközelítést egy aktív médiamunkástól. Így válik teljessé az olvasó előtt a kép: a tudomány oldaláról érkező szerzők megteremtik az elméleti keretrendszert és hátteret ahhoz, hogy aztán értőn tudjuk olvasni a médiamenedzserek, főszerkesztők, vezető újságírók saját tapasztalásait a mindennapokról, erről a soha véget nem érő átalakulásról.

A könyv elvitathatatlan értéke az aktualitása. Nemcsak a jelenlegi médiahelyzetre reflektál túlpontosan, hanem valahogy mindig a jövőt tartja a homlokterében: mi lesz még ezután, hova tovább, mi várható? Egy biztos: a klasszikus médiaműködésnek, a broadcast-alapú és egyirányú tartalomgyártásnak, az elkülönült médiaágazatoknak lejár az idejük, de legalábbis háttérbe szorulnak. A szerkesztőségekben sokszor még szigetként dolgozó online csapatok pedig lassan, de biztosan központi szerepet fognak kapni a változatos platformokra gyártott rövid, audiovizuális dominanciájú tartalmaikkal. Az alkotói és kreatív folyamatokba megkerülhetetlenül be kell vonni a nézőket/hallgatókat/olvasókat, interaktív közösséget teremtve velük, hiszen azok a szerkesztőségek, amelyekben a szervezeti kultúra és a működési struktúra merev és a múltba kapaszkodik, lassú és keserves halálra vannak ítélve. Nemcsak most, a jövőben is. Mert a változásnak bizony sosem lesz vége. (Andy Kaltenbrunner, Matthias Karmasin & Daniela Kraus eds.: *Journalism Report V – Innovation and Transition*. Bécs, Ausztria: Facultas, 2017, 188 oldal, ISBN 978-3-7089-1578-4)

**Kocsis-M. Brigitta (1990)** PhD hallgató a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Tudományfilozófia és Tudománytörténet Doktori Iskolájában. Fő kutatási területe a tudománykommunikáció, a tudomány médiában való reprezentációjának vizsgálata. A köztelevízióban 2013 óta futó, „Novum” című, hetente jelentkező tudományos magazin szerkesztő-műsorvezetője, így elméleti ismereteit gyakorlati tapasztalatokkal tudja ötvözni. 2017-ben tudományos újságírói munkájáért Hevesi Endre-díjban részesült. Rendszeresen tanít Magyarország egyik legismertebb médiaiskolájában, a Komlói Oktatási Stúdióban ifjú szerkesztő-riportereket.

Kékesdi-Boldog Dalma

## **„Hatvannyolc” és magyar kisboldogság**

### **Murai András és Tóth Eszter Zsófia 1968 Magyarországon. Miért hagytuk, hogy így legyen? című könyvéről**

A második világháború után a 20. század egyik legmeghatározóbb éve 1968 volt. Egyetemes időpont, mégsincs egyetemes jelentése. „Hatvannyolc” – ahogyan a közbeszédben emlegetik – nem csupán egy évszám, hanem az évtized társadalmi és politikai mozgalmainak, szellemi és művészeti irányzatainak kicsúcsosodási időszaka is. Nyugaton a tekintélyelvű rendszerek ellen való fellépést, a kapitalista jóléti társadalommal szemben megfogalmazott kritikát, a női emancipáció, a feminizmus és a szexuális szabadság hirdetését jelentette. Ezzel szemben a keleti blokkban a társadalmi megmozdulások az államszocialista rendszer politikai, gazdasági és társadalmi reformjára tett kísérletre és egy sajátos szocialista fogyasztói társadalom megteremtésére irányultak. A különböző célú mozgalmak azért válhattak globális méretűvé, mert mind a fennálló társadalmi, politikai, gazdasági rend megváltoztatását, élhetőbbé tételét hirdették.

1968-ban a világsajtó különféle szellemi irányzatoktól, diáktüntetésektől, politikai merényletektől, fegyveres harcoktól volt hangos. De mit hallhattak meg ebből a magyarok, mi történt ez idő alatt a frizsiderszocializmusban? Murai András és Tóth Eszter Zsófia ezekre a kérdésekre keres választ az 1968-as események ötvenedik évfordulóján megjelent, *1968 Magyarországon. Miért hagytuk, hogy így legyen?* című könyvében. Ez a szerzőpáros második közös munkája, az első, a *Szex és szocializmus* 2014-ben jelent meg. Mindkét mű történelmileg hiteles, primer források feldolgozásán és sajtónarratíva-elemzésen alapuló korrajz. Az *1968 Magyarországon* hét nagy témakör mentén vizsgálja 1968 magyarországi lenyomatait: ezek a mindennapok és a fogyasztási cikkek, a világ diákmozgalmainak sajtóvisszhangja, a szellemi hatások és a példaképek, az életmódváltozatok, a hazai zenében megjelenő ellenállás, az 1968-as magyar filmek, valamint a csehszlovákiai katonai intervenció emlékezete. A kutatók kérdéseinek megválaszolásához a leginkább a mindennapi fogyasztási szokásokban megjelenő változások részletezése és a nemzetközi történések sajtórepresentációinak elemzése nyújthat segítséget.

Az 1960-as években Magyarországon a forradalmi megmozdulások helyett az életszínvonalbeli változáson volt a hangsúly. Sajátos politikai koncepció épült erre, az 1968. január 1-jén elindított új gazdasági mechanizmus. A reform célja a gazdaság racionalizálása, a társadalmi fogyasztás növelése és az általános jólét megteremtése volt. Ez azonban azzal a kimondatlan kompromisszummal járt, amely az egyéni szabadság kis köreinek engedélyezéséért és a szocialista kisboldogság biztosításáért cserébe a politikától való távolmaradást várta el az emberektől. A mindennapok élhetőbbé tételével a Magyar Szocialista Munkáspárt (MSZMP) célja a hatalom stabilizálása, az 1956-os forradalom megtorlásának feledtetése és a nyugati életszínvonalhoz való felzárkózás volt.

A szerzőpáros szándékosan nem az új gazdasági mechanizmus történetét írta meg, de az általuk sorra vett fogyasztási cikkek ennek az időszaknak az ikonikus termékei voltak: Mese sajt, Túró Rudi, Omnia kávé. Ezek gyári innovációs kísérletek eredményeként születtek meg. Míg az 1967-ben piacra dobott csokoládés ömlesztett sajt nem aratott osztatlan elismerést a fogyasztók körében, addig a tejipari melléktermékek felhasználásából 1968-ban megalkotott Túró Rudi igazi sikertermék lett. Ugyanebben az évben került forgalomba az Omnia kávé. Az import kávészemeket itthon automatizált kávépörkölő és -tisztító berendezéssel dolgozták fel, majd porciózták ki, az ideális kávékeveréket pedig a Műegyetem Élelmiszerkémiai Tanszéke kísérletei alapján alkották meg. Szintén 1968-hoz köthető a Coca-Cola hazai forgalmazásának megkezdése, holott az korábban a nyugati világ szimbólumaként jelent meg, és mint az „imperialisták mákonyát, mint folyékony kábítószer, az élvezet, degenerált, elpuhult élet szimbólumát” mutatták be a sajtóban (37. o.). Ebben a Magyar Likóripari Vállalat kőbányai gyárában felállított gyártósor működésének megindulása hozott változást, 1968-ban már a párt első számú lapja, a Népszabadság is sajátos sikertörténetként számolt be a magyar Coca-Cola gyártásáról. Hasonlóan kettős narratíva kapcsolódott az Infecundin nevű fogamzásgátló tablettához is.

A gyógyszer bevezetéséről a legszűkebb pártvezetés döntött, ám reklámozását Kádár János nem támogatta. Míg a mindenki által hozzáférhető lapokban tagadták a tablettá egészségkárosító hatásait, addig a szűkebb olvasói táborral bíró Orvosi Hetilap rendszeres számolt be a fogamzásgátló tablettá okozta mellékhatásokról.

A szerzők a nyugati és az államszocialista országok munkás- és diákmozgalmainak hazai sajtórepresentációját is elemezték. Ráműtettek arra, hogy a magyar lapok rendszeresen beszámoltak a nyugat-európai és az amerikai eseményekről, ám ezt az „imperialista társadalom ingatagságát” és a „kapitalizmus diktatórikus jellegét” hangsúlyozva tették (70. o.). Az MSZMP – tartva 1956 megisméltődésétől – elutasított minden forradalmi eszmét és tevékenységet, ezért a sajtóban még a kapitalizmussal szemben fellépő baloldali mozgalmakat sem üdvözölték. A kötetben szó esik a nagy állambiztonsági érdeklődésre szert tevő magyar maoista összeesküvésről is, amelynek lényege a szovjet típusú államszocializmus kínai típusú bírálata volt. A főként röplapterjesztésből álló baloldali megmozdulásban egy tucat diákaktivista volt érintett, s a hazai sajtó – szemben a nyugatival – egy hírtől eltekintve nem számolt be az eseményről. Elhallgatás és hosszas rendőri nyomozás kísérte Bauer Sándor öngyilkossági kísérletét is, aki 1967-ben a Nemzeti Múzeum lépcsőjén, a szovjet megszállás elleni tiltakozásul gyűjtotta fel magát.

A könyvben bemutatott történetek is azt igazolják, hogy az MSZMP az 1968-as események esetében (is) megtett mindent annak érdekében, hogy az államszocialista propagandába nem beilleszthető narratívák vagy a párt érdekeit szolgálva, ellenőrzött csatornákon keresztül jelenjenek meg, vagy elhallgassa őket a sajtó. Ennek következtében Magyarországon 1968-nak nincsen egységes emlékezete. A korabeli magyar fiatalok a könnyűzenei koncerteken és a mozifilmeken keresztül át tudták élni a „hatvannyolcas” életérzést. Voltak huligán és hippy mozgalmak, alakultak galerik és kommunák, azonban az ezekhez kapcsolódó szórakozási formák és öltözködési szokások a párt „nevelő szándékának” köszönhetően csak szabályozott keretek között valósulhattak meg. A generációs konfliktus, a társadalmi és a politikai tradíciókból való kiábrándulás ugyan átszűrődött a cenzúrán, de a globális szellemi irányzatok nem tudtak olyan horderejű megmozdulásokat indítani itthon, mint Nyugat-Európában vagy Csehszlovákiában.

Murai András és Tóth Eszter Zsófia legújabb könyve olvasható, korabeli fényképekkel gazdagon illusztrált kiadvány; a jól tagolt fejezetek miatt kézikönyvként is használható. (Murai András – Tóth Eszter Zsófia: *1968 Magyarországon. Miért hagytuk, hogy így legyen?* Scolar Kiadó, Budapest, 2018, 280 oldal, 3990 forint)

**Kékesdi-Boldog Dalma** 2013-ban szerzett mesterszakos diplomát a Zsigmond Király Főiskola kommunikáció- és médiatudomány szakán. Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának hallgatója. Kutatási területe a Kádár-korszak tájékoztatáspolitikája. A *Médiakutató* Kritika rovatának szerkesztője. Legutóbbi írása a *Médiakutató*-ban: „Az 1980-as évekbeli magyar tájékoztatáspolitiká egy rendkívüli esemény tükrében. A csernobili atomkatasztrófa a Népszabadságban” (2018. nyár). Email: boldog.dalma@gmail.com

Lips Adrián

# Ne kérdezd, ki voltam: A sorsomat én akartam

A Gajdó Tamás – Magyar Nóra – Péter Zsolt  
szerkesztette *Ne kérdezd, ki voltam –  
Koródy Katalin, a díva emlékére* című kötetről

A kötet alapjául szolgáló *A sorsomat én akartam... A Koródy Katalin-regény* című részletes tanulmány Gajdó Tamás és Magyar Nóra munkája. A szöveg egy korábbi változata már megjelent az Ernst Múzeum kiállításának 2003-as *Dívák, primadonnák, színésznők – Jászai Mari–Fedák Sári–Koródy Katalin* című katalógusában. Jelen esetben Gajdó és Magyar írását Péter Zsolt, az Országos Színháztörténeti Múzeum és Intézet (OSZMI) munkatársának objektív, részletekben gazdag kutatómunkája egészíti ki. A könyv a Szépmíves Könyvek Kiadó és az OSZMI gondozásában jelent meg Budapesten, 2016-ban.

Az írók Papír Viktor és Szepes Béláné azonos című dalszerzeményének<sup>1</sup> kezdő soraival indítanak elgondolkodtató párbeszédet a mű címe (*Ne kérdezd, ki voltam...*) és a szerkesztett tanulmány főcíme (*A sorsomat én akartam...*) között. De ki is volt valójában Koródy (Kanczler) Katalin (1910–1990)? Korábban több szerző, köztük Bíró Gyula (1980), Gajdó Tamás és Magyar Nóra (2003), Hámos Tibor (2004), Király Jenő (1989, 1993), Kristóf Károly (1987), Kelecsényi László (1983, 2010), Nemeskürty István (1983) és Pusztaszeri László (2002, 2008) is megpróbált átfogó, mégis különböző szemüvegeken keresztül rátekinteni az 1930-as, 1940-es évek sztárrendszerének népszerű színész- és énekesnőjére, valamint a létrejött Koródy-jelenség lehetséges olvasataira.

Koródy az 1939-es *Halálos tavasz* című film női főszerepével robbant be a magyar filmvilágba. Az emblemikus melodráma 1979-1980-as újravetítése nem várt sikert hozott Magyarországon (heti három előadásban 77 ezer néző látta). Bíró Gyula ezt a témát járta körül írásában, amelyben arra jutott, hogy a magyar társadalmi és kulturális élet konstellációinak változásai nemcsak a nosztalgiahullám magyarországi elterjedésére teremtettek lehetőséget, hanem arra is, hogy egy sorsszerű életérzést tükröző film újra tömegsiker legyen (Bíró 1980).<sup>2</sup> Király Jenő a tömegfilm sajátos alkotásmódján és a tömegkultúra esztétikai elemzésén keresztül közelítette meg a Koródy-hősnőt mint „frivol múzsát” (Király 1993). Szemüvegén keresztül betekintést nyerhettünk a Koródy-jelenség objektív, történeti és pszichológiai vonatkozásokat is figyelembe vevő, ugyanakkor szubjektív, művészi, szakrális olvasatába is.<sup>3</sup> Pusztaszeri László legújabb írásában (2008) Koródy Katalin és állítólagos szerelme, Ujszászy István párhuzamos életrajzi vonatkozásait vizsgálta, és kitért a színész- és énekesnő édesapjával való kapcsolatára (vagyis a sorozatos bántalmazásokra), annak részleges pszichológiai olvasataira és lehetséges leszbikus szexuális orientációjára is. Péter Zsolt, a jelen kötet szerkesztője az MTVA Koródy Katalinról szóló *Hogy volt?!* (Péter 2017) című műsorában, Bubryák István és Radó Gyula pedig *A tábornok és a díva* (2017) című

1 „Ne kérdezd, ki voltam. Szerzők: Papír Viktor, Szepes Béláné. Az azonos című *Ne kérdezd, ki voltam* (1941) című film betétdala. Író: Orsi Mária [Szepes Mária]. Forgatókönyvíró és rendező: Balogh Béla. Balogh Film. Hunnia. Bemutató: 1941. szeptember 5. Fórum” (Szepes, 1988: 251–254).

2 Kelecsényi László egy későbbi, 1983-as írásában összhangba hozta az 1930-as, 1940-es évek konstruált sztárrendszerében készült Koródy-filmek lehetséges kritikai olvasatait. A *Halálos tavasz* kapcsán azt írja, hogy sokatmondó a sikerfilm és a második világháborús katasztrófa utólagos összekapcsolása. Ebben az értelmezésben sok magyarnak a férfi főszereplő (Egry Iván/Jávör Pál) öngyilkossága azt is jelenthette, hogy a háborúban harcoló ifjak a film hőiséhez hasonlóan önkezűleg vetettek véget kudarcba fúló életüknek (Kelecsényi 1983). E gondolatmenetet Nemeskürty István azzal egészítette ki, hogy a hollywoodi minta alapján megalkotott individualista sztárrendszer jegyében feltámadhatott a háborús szellemiségtől és hangulattól való szabadulás szükséglete is. A nézők a magánélet érzélgős, de mégis privát régióiba vonulhattak vissza a történet révén, és a külön utakon járó individuum jogait érvényesíthették (Nemeskürty 1983).

3 Az utóbbit jól érzékelteti egy, az MTVA M5 csatornájának „Mindenki Akadémiája” című műsorában megtartott előadásomban (Lips 2017) is elhangzott, *Koródy mítosza és mágiája* című írásából idézett néhány sor: „Az antik Vénusz az azúr tenger szülőlte, a Koródy-hősnő a hidak alatt hömpölygő, körülbetonozott, sötét folyó újjászülötte” (Király 1989: 22).

párhuzamos életrajzi dokumentumfilmjében próbálta tisztázni a két ember kapcsolatának lehetséges mozgatórugóit. Annyi bizonyos, hogy Karády és Ujszászy esetében inkább két érett, felnőtt ember találkozásáról és emberi kapcsolatáról beszélhetünk, mintsem a különböző magyar médiumok által sorozatosan felnagyított, mindent elszóró szerelemről.

Gajdó és Magyar 2003-ban, majd a jelen kötetben is ír a leszbikus szexuális orientáció kérdésköréről. Mégpedig Karády felfedezőjének, Egyed Zoltán barátainak (Hunyady Sándor és Bródy Illés) archív levelezésével kapcsolatban:

„Zoltán új nőbe szeretett belé. Karády Katalinnak hívják. Rögtön fel is fedezte, és szerepet harcolt ki számára a Pesti Színháznál. Nagyon szép, közismert meleg tyúk. Lehet, hogy sikere lesz, ha megtanul játszani” (16. o.).

Hankiss Ágnes Susan Sontag *campról* (jelentése: ciki, frivol, groteszk) írt tanulmánya (Sontag 1964) nyomán párhuzamot von Karády és Greta Garbo között:

„Karádyra is igaz, amit Sontag Garbóról állapít meg: színjátékának üressége és mesterkéltsége éppúgy hozzátartozik – »nem az, ami« jellegénél fogva éppolyan gyönyörködtető – mint Garbóhoz a magáé. Boszorkányos nőiességéről híres, de közben szögletes a testalkata, darabos a mozgása, férfi méretű a lába, férfiasan mély a hangja, és legendák keringenek biszexualitásáról” (49. o.).

A tanulmány több helyen (a 10–14., 16., 18–21., 26., 28. és 36. oldalon) is kiemeli Egyed Zoltán újságíró, színikritikus fontos szerepét Karády felfedezésében és a Karády-jelenség „nyugati”, helyesebben hollywoodi mintára történő megkonstruálásában. Azonban az információkat a mű elszórtan, néha valódi súlyukat elveszítve taglalja. Ehhez társul, hogy a kötet mindössze egyetlen nemzetközi nyelvterületen tevékenykedő kortárs színésznőre tesz utalást, a korábban említett Greta Garbora, pedig Egyed hollywoodi látogatásai nem számítottak egyedülállónak a korszakban.<sup>4</sup>

A Gajdó–Magyar-tanulmány mellett a kötet tartalmazza Karády levelezésének egy részét is, így a színész- és énekesnő és a zsidó származású Réti György<sup>5</sup> színészügynök közötti, négy különböző időszakból származó levélváltást is. Emellett a Vígszínház igazgatóságához címzett 1941-es levelet, amelyben Karády beszámol arról, hogy Ajtay Andor – Leonyid Arcübasev *Féltékenység* című darabjának „ütés-jeleneténél” – annyira mellbe vágta, hogy annak nyomait több napig viselte; a személyi titkárnőjével, Smolen Edittel folytatott levelezést, amelyben röviden a Karády Katalint Kedvelők Klubját érintő adminisztratív ügyekről szerezhetünk tudomást. Továbbá az emigrációs évek néhány levélváltását Fekete Gyuláné Hegyi Máriával, akivel disszidálását követően is bizalmi kapcsolatban maradt, és Ördög Valériával folytatott levelezését, akit levélben beszélt le az 1956-os forradalmat követő, Brazíliába való kivándorlásról. Mellettük leveleket váltott Kertész Sándorral, aki hosszas rábeszélés után elérte, hogy Karády fellépjen Kanadában; Kristály Jánossal, aki 1971-ben rögzítette a *Dalok szárnyán* című koncertkörút montreali előadását; Rezi Zsuzsával, akinek egyik levelében Karády hűséges kedvencéről, egy fekete uszkárról ír; Megyeri Sárival, aki Sacy bon Blondel néven a némafilm-korszak sztárja volt, majd visszavonulását követően írni kezdett – e levélből értesülünk arról, hogy verseit New Yorkban mondta hangszalagra Karády. Végezetül Putnoky Gábor táncdalénekesssel, amelyből megtudhatjuk, hogy Karádyt mindvégig foglalkoztatta a hazlátogatás gondolata.

4 Majdnem tíz évvel Karády színrelépése előtt Marlene Dietrich felfedezője és a Dietrich-jelenség megkonstruálója, Josef von Sternberg ugyanúgy Hollywoodban tanulta meg az amerikai sztárgyár működési alapelveit. Ezt követően hazautazott, és felkérte Dietrichet *A két angyal* című, első német hangosfilm női főszerepére. A filmalkotás Heinrich Mann *Ronda tanár úr* (Professor Unrat) című regényének adaptációja. Az eredeti történetben nem jut akkora szerep a professzort elcsábító nőnek, mint amekkorát Sternberg szánt Dietrichnek, pályájának sikeres keretbefoglalása érdekében (Higham 1977, Plazy 2006). A film premierjének időpontja előtt azonban az MGM már felfedezte magának az említett svéd Greta Garbot, a darabos mozgású, kissé férfias, mégis misztikus nőalakot. Hasonló volt Dietrich is, ezért Sternberg – az UFA (Universum Film Aktiengesellschaft)–Paramount színeiben – úgy döntött, hogy az eggyel későbbi, *Marokkó* című filmmel mutatják be az Európában addig már sikerrel debütált fiatal színésznőt az amerikai nagyközönségnek. Karády és Dietrich esetében ugyan két különböző nőtípusról beszélhetünk, de a hollywoodi sztárrendszer ismérveit és a sztárszerep megkonstruálásának módszerességét tekintve részben mégis egyazon tőről fakadnak.

5 A későbbiekben a zsidótörvények életbelépése és Kiss Ferenc feljelentése révén eszkalálódott a Réti-féle per 1942. április 14-én, amelynek eredményeképpen az újságok a „zsidótörvényt kijátszó” Karádyról cikkeztek, ítéletként pedig 4000 pengőre vagy harmincnapra elzárásra büntették.

A levelezés mellett helyet kapott a kötetben négy fontos és objektív kronológia is, amely Karády színházi (10 színdarab) és filmes szerepeit (20 nagyjátékfilm és 4 rövidfilm),<sup>6</sup> gramofonfelvételeinek fontosabb adatait, valamint életrajzának leglényegesebb állomásait gyűjti egybe. Az egyes részfejezetekhez válogatott fényképmelléletek is tartoznak: Karády Katalinról készült fotográfiák, színpadi jelmezterv (77. o.), filmplakátok, gramofonlemez-képek és kortárs képzőművészeti alkotások digitalizált változatai.<sup>7</sup>

Összességében az elkészült kötet kapcsán egy értő figyelemmel megszerkesztett, sok korábbi kérdést tisztázó, Karády Katalin életpályáját összefoglaló, a Karády-jelenségről a kötet megjelenéséig értekező szerzők tudományos műveinek lenyomatait egybegyűjtő műről beszélhetünk. 2016-ig ilyen nagyléptékű színház- és filmtörténeti munka nem jelent meg a színész- és énekesnőről Magyarországon.<sup>8</sup> Ugyanakkor a jövőre nézve érdemes Karády Katalin életpályájára és a hollywoodi minta alapján megkonstruált Karády-jelenségre komplex média-, színház-, és filmtörténeti diskurzusként tekinteni, amelynek interdiszciplináris (*gender studies*, kommunikáció- és médiatudomány, pszichológia, *star studies*, szociológia és történettudomány) olvasatait nemzetközi példák (köztük Marlene Dietrich és Greta Garbo) segítségével célszerű megvilágítani. (Gajdó Tamás–Magyar Nóra–Péter Zsolt, szerk.: *Ne kérdezd, ki voltam – Karády Katalin, a diva emlékére*, Szépmíves Könyvek Kiadó és OSzMI, Budapest, 2016, 222 oldal, 3392 Ft.)

## Irodalom

- Baranyi Katalin (2017): Gajdó Tamás – Magyar Nóra – Péter Zsolt: *Ne kérdezd, ki voltam – Karády Katalin, a diva emlékére*. Könyvismertető, <http://www.ekultura.hu/olvasnivalo/ajanlok/cikk/2017-01-21+10%3A00%3A00/gajdo-tamas-magyar-nora-peter-zsolt-ne-kerdezd-ki-voltam-karady-katalin-a-diva-emlekere> (utolsó letöltés: 2018. VIII. 10.)
- Bíró Gyula (1980): *A Halálos tavasz hatásvizsgálata*. Budapest: Magyar Nemzeti Digitális Archívum és Filmintézet. Kézirat.
- Bubryák István & Radó Gyula (2017): *A tábornok és a diva*. Dokumentumfilm.
- Gajdó Tamás & Magyar Nóra, szerk. (2003): A sokkarátos hangú vamp. In: *Dívák, primadonnák, színésznők*. Budapest: Az Ernst Múzeum kiállításának katalógusa: 83 –105. o.
- Gajdó Tamás & Magyar Nóra & Péter Zsolt szerk. (2016): *Ne kérdezd, ki voltam – Karády Katalin, a diva emlékére*. Budapest: Szépmíves Könyvek Kiadó és OSzMI.
- Higham, Charles (1977): *Marlene. The Life of Marlene Dietrich*. New York: W. W. Norton & Company Inc.
- Kelecsényi László (1983): *Karády Katalin*. Budapest: Múzsák Közművelődési Kiadó.
- Király Jenő (1989): *Karády mítosza és mágiája*. Budapest: Háttér Lap- és Könyvkiadó.
- Király Jenő (1993): *Frivol múzsá I–II. kötet. A tömegfilm sajátos alkotásmódja és a tömegkultúra esztétikája*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Lips Adrián (2017): *A Halálos tavasz lehetséges olvasatai egykor és ma*. Mindenki Akadémiája. Előadás, MTVA, M5, <https://www.youtube.com/watch?v=Tz45tueSzvw> (utolsó letöltés: 2018. VIII. 10.).
- Nemeskürty István (1983): *A képpé varázsolt idő. A magyar film története és helye az egyetemes kultúrában, párhuzamos kitekintéssel a világ filmművészetére*. Budapest: Magvető Könyvkiadó.
- Péter Zsolt (2017): *Hogy volt?! Az örök diva – Karády Katalin*. MTVA, <https://www.mediaklikk.hu/2017/01/18/hogy-volt-az-orok-diva-karady-katalin/> (utolsó letöltés: 2018. VIII. 10.).
- Plazy, Gilles (2006): *Az igazi Marlene Dietrich*. Budapest: Jászöveg Műhely Kiadó.
- Pusztaszeri László (2008): *Karády és Ujszászy – Párhuzamos életrajz történelmi háttérrel*. Budapest: Kairosz Kiadó.
- Sontag, Susan (1964): Notes on Camp. In Susan Sontag (1966): *Against Interpretation and Other Essays*. Farrar, New York: Straus & Giroux.
- Szepes Mária (1988): *Emberek és jelmezek – Emlékek polifóniája*. Budapest: Kozmosz Könyvek Kiadó.

<sup>6</sup> Az utóbbi listát Király Jenő *Karády mítosza és mágiája* című műve is tartalmazza: a jelen kötetben részletesebb leírással ismerkedhetnek meg az olvasók.

<sup>7</sup> Judy Cassabb: *Karády Katalin*. Portré (91. o.); Lips Adrián: *A lélek disszidál*. Portré (221. o.)

<sup>8</sup> Erre Baranyi Katalin is utal az [ekultura.hu](http://www.ekultura.hu) oldalon írt könyvismertetőjében, amelyben a művet alapvető kötetnek, egyfajta Karády-lexikonnak nevezi (Baranyi 2017).



**Lips Adrián** kommunikáció- és médiatudomány alap- és mesterképzésen végzett a Károli Gáspár Református Egyetemen. Mesterszakos évek alatt – 2013 és 2015 között – a Karády Katalin imágója és emberi sorsa köré szerveződő médiareprezentációkat vizsgálta az általa meghatározott három történeti szakaszban (1930-as, 1940-es évek, 1980-as évek, 1990-től napjainkig). Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának doktorjelöltje, a Károli Gáspár Református Egyetem Benda Kálmán Bölcsész- és Társadalomtudományi Szakkollégium kollégiumi nevelőtanára. Disszertációkutatásának egyik alapkérdése az, hogy miként befolyásolták az egyes történelmi események Karády Katalin és Szeleczky Zita imágóját és emberi sorsát az 1930-as, 40-es évektől 1950-es évek végéig terjedő időszakban. Email: lips.adrian@gmail.com

Szlama Gabriella Zsófia

# **Eszmék, iparmágnások, internálótáborok, nők a fordulat évében**

## **Kaba Eszter és Egry Gábor 1916. A fordulat éve? Tanulmányok a Nagy Háborúról című könyvéről**

Számos élelmezéssel, jegyrendszerrel, a nők munkába állásával kapcsolatos hír jelent meg a „fordulat évéből”, amely kifejezés végül kérdőjeles címként szerepel a Kaba Eszter (a Politikátörténeti Intézet főlevéltárosa) és Egry Gábor (a Politikátörténeti Intézet tudományos osztályvezetője, főigazgatója) szerkesztette tanulmánykötet elején. A mű középpontjában az 1916-os év áll, amelyet kilenc írás vizsgál. A szerzők terjedelmes levéltári adatbázisból és a szakirodalomból dolgoztak, az összetett és elmélyült elemzések a korszak politika- és társadalomtörténetébe ágyazódnak be.

A kötet szerkesztése véletlenszerűnek hat, a szövegek – bár néhol kiegészítik egymást – tetszőleges sorrendben olvashatóak. Ez azonban nem befolyásolja az olvasmányélményt, nem megy az érthetőség rovására, hiszen a kilenc tanulmány a korszak más-más jelenségét veszi górcső alá és illeszti az eddig kialakult történeti kánonba.

Az 1916-os év végétől az első világháború totálissá vált, s ez több társadalmi problémát is felvetett. A nők munkába állása, az államilag szabályozott élelmiszer- és közszükségletcikk-elosztás, az egyre inkább propagandahangnemet megütő sajtó vagy éppen a hadifoglyok kérdése mind jobban szabályozásra szorult. Mindez Magyarországon is érződött. Budapest sajátos elkülönülése a vidéktől és a többi regionális nagyvárostól, a korábban merev, ám ekkor felbomló női-férfi társadalmi szerepek, a gazdasági ágazatok megszokott termelési arányának radikális megváltozása, a nacionalista érzelmek fellángolása itthon is jelentkezett.

E kritika terjedelmi követelményei nem teszik lehetővé az összes munka bírálatát, így csak néhányra térünk ki a továbbiak során. Az első tanulmány Gyáni Gábor nevéhez fűződik, s a háborús lelkesedést, a katonák „átalakuló ethoszát” (15. o.) vizsgálja, a fronton és a hátszágban jelenlevő harci morál apadásának kérdését járja körül. Ez utóbbi megváltozásának időpontját 1916-ra datálja. A munka legérdekesebb része az a szubjektív kitekintés, amely a kutató és a világháború személyes kapcsolatát járja körül.

Tomka Béla írása kissé kilóg a többi közül, mivel nem a fordulatot dolgozza fel, hanem a világháború előtti évtizedek legfőbb politikai és társadalmi változásait, amelyek döntő szerepet játszottak a világégés kirobbanásában. Például az egyenlőtlen ütemben zajló iparosodást és az ezzel összefüggő nagyhatalmi *status quo* megbomlását, a globalizációt, a kereskedelem széles körűvé válását, valamint a 20. századot behálózó politikai eszmék – a nacionalizmus, a bolsevizmus, az imperializmus – térnyerését. Ugyanakkor nem lehet csak és kizárólag e folyamatokat okolni a háború kitöréséért, hiszen ezek a változások sokkal inkább azt határozták meg, hogy milyen lett a bekövetkező háború jellege (46. o.).

A két legkimunkáltabb és a legtöbb adatra támaszkodó szöveg közül az egyik Rigó Máté nevéhez fűződik, aki az erdélyi iparmágnások életét dolgozza fel. Írása jól felépített és logikus, fókuszában a Renner-gyár története áll. A részletgazdag tanulmány új megközelítést nyújt a „kolozsvári milliomosokról” (105. o.). A börgyár fellendülését – a közhiedelemmel ellentétben – a hadimegrendelések és főként az állami ipartámogatás segítette elő. Az adatok megértését két táblázat könnyíti, ugyanakkor még néhány kimutatás segítséget nyújthatott volna az olvasó számára.

A kötet utolsó, *Mit evett Budapest?* című tanulmányát Umbrai Laura írta, aki a 19. század második felétől indítja elemzését. Kifejezetten a főváros élelmezéstörténetére koncentrál, a külső hatásoktól kezdve az adminisztráción át a jegyrendszer bevezetéséig igyekszik átfogó képet adni Magyarország legnagyobb településének helyzetéről. A számos adatot felhasználó értekezést „az utca emberének véleménye”, vagyis a sajtóban megjelenő személyes hangok egészítik ki (292. o.). Ezek által remek képet kaphatunk a mindenkit egyaránt sújtó közlelmezési problémákról, a körülményes jegyrendszerrel és az óráig tartó sorbanállásokról. Az írásban helyet kapott egy diagram is, amely

az élelmiszerek 1875 és 1906 közötti áralakulását mutatja a budapesti piacokon. Ez könnyíti az adatok feldolgozását, ugyanakkor – ahogy Rigó Máté írásában is – segítséget jelentett volna még néhány grafikon. A szöveget számos lábjegyzet kíséri, amelyből tovább tájékozódhatunk, valamint nemzetközi kitekintést is kaphatunk – mindazonáltal jónéhány annotáció helyet kaphatott volna a törzsszövegben is. A néhol már zavaróan nagy mennyiségű jegyzet rontja az olvasmányélményt, és nehezíti a kutatási eredmények megértését.

A kötetben helyet kapott két nőkérdéssel foglalkozó írás is, amely jól illeszkedik a történettudomány nőtörténeti kánonjába. Zalai Katalin a nők „baljós” térfoglalását elemzi. Különböző nőtípusokat különböztet meg egymástól, és összeveti ezek háború alatti helyzetét. Különösen találó az idézőjelbe tett ruhadarabok nőtípusokkal való azonosítása: a „nadrágos nőket”, a „nagykendős asszonyokat”, a „fehérgalléros nőket” egyaránt definiálja. A tanulmány a női munkaerő változását, az asszonyok és a leányok térhódításának folyamatát is bemutatja. Továbbá kitér az új helyzet árnyoldalaira, így a gyárakban és az üzemekben a nőket érő (gyakran szexuális jellegű) visszaélésekre is. A másik nőtörténeti témájú értekezése Géra Eleonóra mikrotörténeti munkája, amely Dr. Veress Endréné Méhely Mária – szeretteinek csak Mici vagy Micu – életét mutatja be. A művészalmokat dédelgető asszony egyszerre küzdött meg a háború viszontagságaival és a családjával, amely nehezményezte a törekvéseit. A szerző a Magyar Nemzeti Levéltár anyagát használta fel, főként a Veress és a Méhely család magánlevelezéseit a világháború alatti időszakból. Anya és leánya sűrűn írt egymásnak, olykor hetente többször is. Géra munkája olvasmányos, a szépirodalom és a szakirodalom határmezsgyéjén mozog, nagyszámú citátum által tekinthetünk be egy lecsúszó család hétköznapjaiba. Ugyanakkor érdemes megjegyezni, hogy az írás címe („Egy fel nem fedezett művésznő a tudós férj árnyékában”) némileg félrevezető, hiszen a kutatás rámutat arra, hogy Micu karrierjének hátráltatásáért nem kizárólag tudós férje tehető felelőssé.

Az *1916. A fordulat éve?* című tanulmánykötet nagyszámú forrást dolgoz fel. Legnagyobb érdeme, hogy árnyaltabbá és komplexebbé teszi a nagy háborúról szóló ismereteinket. A tanulmányok szövegezése precíz, nyelvezete könnyen érthető; az egyes témákat fotókkal illusztrálták a szerkesztők. A kötetet – amelynek nem minden szövege illeszkedik szorosán a fordulópont témához – nemcsak történészeknek és társadalomkutatóknak ajánljuk, hanem mindazoknak, akik szeretnék „minden napra egy mesét”<sup>1</sup> (Egry Gábor–Kaba Eszter (szerk.): *1916. A fordulat éve? Tanulmányok a Nagy Háborúról*, Napvilág Kiadó, Budapest, 2017, 304 oldal, 3200 forint)

**Szlama Gabriella Zsófia** diplomáit az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Karán szerezte meg előbb történelem alapszak, később művelődéstörténet mesterszakon. Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának hallgatója. Érdeklődési köre a 19–20. századi viselet története, kutatási témája a társadalom és a divat kapcsolata a századfordulón. Email címe: [zsofi.szlama@gmail.com](mailto:zsofi.szlama@gmail.com)

---

1 A kifejezést Fiziker Róbert, a Magyar Nemzeti Levéltár főlevéltárosa használta a kötet bemutatóján.