

STANDARZY MÓWIENIA I PISANIA O MIGRANTACH I MIGRANTKACH W MEDIACH

Proponowane poniżej standardy to zestaw kilku najważniejszych wskazówek i postulatów sformułowanych przez reprezentację środowiska migranckiego (z doświadczeniem w pracy w mediach) wobec środowiska medialnego w Polsce. Zachęcamy do zapoznania się z nimi i stosowania ich w swojej działalności medialnej.

Standardy skupiają się wokół sześciu głównych postulatów:

1. **Głos migrancki w mediach**
2. **Pochodzenie, gdy jest istotne**
3. **Wiedza, wielość perspektyw, szerszy kontekst**
4. **Brak stereotypów, tendencyjności, sensacyjności**
5. **Neutralność języka**
6. **Cel integracyjny**

1. Głos migrancki w mediach

W sprawach dotyczących migracji, migrantów oraz migrantek należy uwzględnić głos ich samych.

Opisując różne grupy społeczne, warto skorzystać z pomocnej reguły praktycznej: prosić ludzi, by sami opowiedzieli o sobie. Tylko wtedy, gdy istnieją po temu ważne powody, możemy scharakteryzować ich później w odmienny sposób¹ – to jedna z ogólnych wskazówek BBC dotycząca prezentowania różnorodności społecznej w tym medium i niezwykle istotna dla zmiany przekazu medialnego dotyczącego migrantów i migrantek w Polsce. Wyniki analiz rocznego monitoringu prasy (czerwiec 2013 – maj 2014), prowadzonego przez Fundację na rzecz Różnorodności w odniesieniu do przekazu dotyczącego migrantów i migrantek w Polsce po 1989 r., wskazują, że migranci i migrantki w 86% artykułów NIE występują jako osoby komentujące w materiałach opisujących ich sytuację². Dane te potwierdzają tylko poczucie niedostatecznego

¹ “Producer’s Guidelines. The BBC’s Values and Standards”, r. 9, s. 89 [tłumaczenie własne].

² Świerszcz Jan, „Media wobec migrantów i migrantek w Polsce. Wyniki rocznego monitoringu prasy w latach 2013 i 2014”, Fundacja na rzecz Różnorodności Społecznej, Warszawa 2014, str. 14.

LOKALNE MIĘDZYSEKTOROWE POLITYKI NA RZECZ INTEGRACJI IMIGRANTÓW - Projekt realizowany w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG oraz współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu na rzecz Integracji Obywateli Państw Trzecich oraz budżetu państwa.



reprezentowania głosu migranckiego w mediach w Polsce. Jest to tym bardziej znaczące, że głos ten nie jest przyznawany przez media głównego nurtu migrantom i migrantkom w sytuacji, gdy przekaz dotyczy właśnie ich.

Dlaczego to jest ważne?

- Wprowadzenie głosu migranckiego do materiału medialnego zapewnia ujęcie tematu z wielu perspektyw, a tym samym wzmacnia rzetelność i obiektywność przekazu.
- Informowanie o współczesnym świecie oznacza informowanie o jego różnorodności i wymaga zebrania głosu różnych stron istotnych dla materiału – perspektywa urzędnicza to tylko jedna ze stron.
- Umożliwia się danym grupom współtworzenie własnego wizerunku w społeczeństwie (pomyśl o emocjach, które wywołują niektóre przekazy o Polsce, Polakach i Polkach w mediach zagranicznych).
- Wzmacnia się równy udział w przestrzeni publicznej grup niedostatecznie reprezentowanych.
- Osoby bez doświadczenia migracyjnego, występujące w roli eksperckiej w takich materiałach, nie zawsze rozumieją specyfikę kulturową danych miejsc lub grup, o których się wypowiadają.

2. Pochodzenie, gdy jest istotne

O cechach związanych z pochodzeniem (etniczność, narodowość, kolor skóry) i religią można wspominać tylko wtedy, gdy są one istotne dla przekazu.

Nie mówimy, że cechy takie jak etniczność, narodowość, kolor skóry czy religia w ogóle nie mają znaczenia, ale warto się zastanowić, jaka jest ich wartość informacyjna dla danego tematu, materiału. Czy określona informacja jest informacją ze względu na samo wydarzenie czy ze względu na cechy osób, które są w to wydarzenie zaangażowane? Czy konieczne jest eksponowanie różnicy w przypadku mniejszości – podkreślanie pochodzenia innego niż polskie, koloru skóry innego niż biały, wyznania, gdy nie jest rzymsko-katolickie...? Cechy większości wydają się przezroczyste – (...) *zapytaj się za każdym razem: czy powiedziałbyś, czy powiedziałabyś biała lub biały w podobnej sytuacji?*³.

³ “Producer’s Guidelines. The BBC’s Values and Standards”, r. 9, s. 90 [tłumaczenie własne].

LOKALNE MIĘDZYSEKTOROWE POLITYKI NA RZECZ INTEGRACJI IMIGRANTÓW - Projekt realizowany w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG oraz współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu na rzecz Integracji Obywateli Państw Trzecich oraz budżetu państwa.



Dlaczego to jest ważne?

- Akcentując cechę związaną z pochodzeniem w danym kontekście, wpływasz na wizerunek grupy, o której piszesz lub mówisz, a którą dana osoba reprezentuje. Pamiętaj, że ludzie są jednostkami z indywidualnymi cechami.
- Ekspozycja danej cechy różnicującej, np. koloru skóry, wskazuje, że dana różnica ma znaczenie, tym samym możesz przyczyniać się do utrzymywania postaw różnicujących ludzi ze względu na pochodzenie czy religię.

3. Wiedza, wielość perspektyw, szerszy kontekst

Przekaz dotyczący migrantów i migrantek należy poprzeć wiedzą, wielością perspektyw, umieszczać w szerszym kontekście opisywanego zjawiska.

W przypadku tematów, które nie są dobrze znane większości społeczeństwa, jak tematyka migracji, na mediach spoczywa tym większa odpowiedzialność za przekaz i jego rzetelność. Selekcja i weryfikacja informacji i źródeł do materiału ma zatem szczególne znaczenie, by przekaz informacyjny został odpowiednio rozumiany.

Jeżeli piszesz lub mówisz o ludziach i miejscach poza Polską czy poza Europą, pamiętaj, że to może mieć wpływ na postrzeganie osób i grup, które z tymi miejscami są kojarzone⁴.

Kiedy piszesz lub mówisz o danych grupach migrantów i migrantek, uważaj na właściwą terminologię, którą stosujesz:

- gdy piszesz lub mówisz o osobach migrujących do Polski, piszesz o imigrantach i imigrantkach, nie emigrantach lub emigrantkach, gdy natomiast piszesz lub mówisz o osobach migrujących z Polski, piszesz o emigrantach lub emigrantkach;
- gdy piszesz lub mówisz o uchodźcach i uchodźczyniach, pamiętaj, że informujesz o bardzo specyficznym typie migracji – przymusowej, motywowanej uzasadnioną obawą

⁴ Por. Średziński Paweł (red.) „Badanie opinii publicznej na rzecz integracji obywateli państw afrykańskich w Polsce”, Fundacja „Afryka Inaczej”, Warszawa 2010 (dostęp: <http://afryka.org/badania/raport2010.pdf>) oraz Średziński Paweł, „Afryka i jej mieszkańcy w polskich mediach. Raport z monitoringu polskich mediów”, Fundacja „Afryka Inaczej”, Warszawa 2011,(dostęp: http://afryka.org/batory/raport_batory.pdf).

LOKALNE MIĘDZYSEKTOROWE POLITYKI NA RZECZ INTEGRACJI IMIGRANTÓW - Projekt realizowany w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG oraz współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu na rzecz Integracji Obywateli Państw Trzecich oraz budżetu państwa.



przed prześladowaniem w kraju pochodzenia ze względu na kolor skóry, religię, narodowość, poglądy polityczne lub przynależność do określonej grupy społecznej.

- gdy podajesz fakty o danym wydarzeniu czy zjawisku (np. liczby), staraj się:
 - przedstawić jego skalę, np. jak zmieniła się liczba migrantów i migrantek z Ukrainy w czasie – czy dany przyrost to już „zalew”? Jaka jest wartość pomocy społecznej dla uchodźców i uchodźczyń i jak dużej grupie ona przysługuje?
 - wskazać na przyczyny (np. sytuacja w krajach, z których migrują osoby do Europy przez Morze Śródziemne oraz jej przyczyny, np. relacje między krajami globalnej Północy i globalnego Południa).

Przekazy dotyczące migracji, migrantów i migrantek często dotyczą zagadnienia różnic międzygrupowych, zwłaszcza kulturowych. Wiąże się z tym duża odpowiedzialność za przekaz. Należy mieć na względzie ryzyko stereotypizacji danych grup, a także ryzyko wpływania na kształtowanie postaw zamkniętych oraz antagonizowanie grup. Warto pamiętać, że zawsze reprezentujemy pewną grupę „swoją”, która opisuje grupę „inną”. Zachowaj szacunek wobec osób i grup, o których piszesz czy mówisz, nawet jeśli nie zgadzasz się z ich poglądami, wartościami, podejmowanymi przez nich działaniami, praktykami.

4. Bez stereotypów, tendencyjności, sensacyjności

W przekazach o migrantach, migrantkach należy unikać stereotypów, uproszczeń, tendencyjności oraz „sensacyjności”.

Pisząc i mówiąc o migrantach i migrantkach, media przedstawiają grupy, które wielu odbiorcom i odbiorczyniom zwykle nie są dobrze znane – np. badania Fundacji „Afryka Inaczej” wskazują na niewielkie osobiste doświadczenia Polaków i Polek w kontaktach z Afrykanami i Afrykankami: *Afrykańczyków w miejscu swojego zamieszkania spotyka tylko 15% Polaków, a 7% kontaktuje się z nimi osobiście*, podczas gdy dla dużych miast o liczbie ludności powyżej 500 tys. odsetek ten wynosi odpowiednio 29% oraz 13%⁵; równocześnie 64% respondentów i respondentek przyznało się do małej lub bardzo małej wiedzy o Afryce, a wiedzę tę czerpało przede wszystkim z programów informacyjnych oraz o tematyce podróźniczej lub przyrodniczej⁶).

⁵ Średziński Paweł (red.), „Badanie opinii publicznej na rzecz integracji obywateli państw afrykańskich w Polsce”, Warszawa 2010, s. 15.

⁶ Tamże, s. 11.

LOKALNE MIĘDZYSEKTOROWE POLITYKI NA RZECZ INTEGRACJI IMIGRANTÓW - Projekt realizowany w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG oraz współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu na rzecz Integracji Obywateli Państw Trzecich oraz budżetu państwa.



Taka sytuacja sprzyja powstawaniu i podtrzymywaniu stereotypów dotyczących danych grup. Tym większy wpływ ma przekaz medialny na postawy wobec danych grup i tym istotniejsza jest edukacyjna rola mediów.

Warto się zastanowić:

- na ile dany materiał wnosi nowy wymiar, aspekt do dyskursu medialnego o migrantach i migrantkach, np. o danej grupie migranckiej, a na ile podtrzymuje upowszechnione przekonania o danej grupie? Czy te przekonania są uzasadnione?
- w jakiej roli dany materiał przedstawia migrantów i migrantki (np. ofiary, przestępcy, klienta lub klientki w urzędzie)? Czy dany przekaz nie redukuje opisywanych osób do jednej roli? Czy są inne materiały dziennikarskie, poprzez które osoby odbierające media mogą poznać migrantów i migrantki w innych rolach?

Gdy piszesz i mówisz o osobach czy danych grupach migranckich, współtworzysz społeczny odbiór określonej grupy.

Umieszczanie migrantów i migrantek w przekazach o sensacyjnym wydźwięku (np. poprzez nagłówki) jeszcze bardziej eksponuje różnicę wobec grupy większościowej i nie tworzy klimatu społecznego sprzyjającego zrozumieniu i poznaniu lub chociażby przyjęciu danej informacji bez negatywnych emocji. Jest to istotne, zwłaszcza gdy w ten sposób przedstawiane są osoby i grupy szczególnie narażone na stereotypizację i dyskryminację.

Informacyjna funkcja mediów nie może się realizować przez stereotypizację, tendencyjność, czy sensacyjność przekazów.

5. Neutralność języka

Należy unikać używania wyrazów „obciążonych semantycznie”, przede wszystkim negatywnie, słów budzących poczucie zagrożenia. W języku przekazu należy zachować symetryczność stosowanych określeń i sformułowań.

Język, którym się posługujesz – twoje podstawowe narzędzie pracy – ma znaczenie. Współtworzysz obraz świata, w tym postrzeganie migrantów i migrantek. Pewne wyrazy i sformułowania przykrywają wartość informacyjną twojego przekazu, inne, choć pozornie

LOKALNE MIĘDZYSEKTOROWE POLITYKI NA RZECZ INTEGRACJI IMIGRANTÓW - Projekt realizowany w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG oraz współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu na rzecz Integracji Obywateli Państw Trzecich oraz budżetu państwa.



neutralne i zakorzenione w języku polskim, we współczesnej rzeczywistości wymagają rewizji. Poniżej krótki katalog sugerowanych prostych zmian:

- gdy piszesz np. o kolorze skóry, używaj symetrycznych form. Nie ma „białskórych posłów”, skąd więc „poseł czarnoskóry”? Jesteśmy biali lub białe, czarni lub czarne, czerwoni lub czerwone, żółci lub żółte. Pamiętaj, że również słowo Murzyn przez osoby nim określane jest negatywnie oceniane, jako obraźliwe⁷.
- używając słowa „obcokrajowiec”, akcentujesz „inność/obcość” osób spoza Polski. Podobnie w przypadku „cudzoziemskości”, chociaż rozumiemy, że jego wyeliminowanie z przekazu medialnego nie jest możliwe ze względu na istniejące przepisy prawne i instytucje (por. Ustawa o cudzoziemcach, Urząd ds. Cudzoziemców). Termin „migrant” czy „migrantka” wskazuje na szczególny typ doświadczenia – migrację (niezależnie od jej typu oraz kierunku) i jest bardziej neutralny znaczeniowo. Jeżeli wskazanie pochodzenia danej osoby jest ważne, rozważ zastosowanie bardziej szczegółowego opisu, np. przez przynależność obywatelską lub etniczną.
- człowiek nie jest „nielegalny” – nie ma więc „nielegalnych imigrantów”. Osoba może podejmować nielegalne działania, np. przekroczyć granicę z naruszeniem przepisów prawa, czyli nielegalnie.
- stosując w tekstach, zwłaszcza nagłówkach, metafory niekontrolowanego napływu i żywiołów naturalnych, takie jak *lawina*, *zalew imigrantów/uchodźców*, nie informujesz, tylko współtworzysz poczucie zagrożenia – czy na pewno taki jest twój cel?

Pomocne wskazówki:

- „Jak mówić i pisać o Afryce”? <http://afryka.org/batory/poradnik.pdf>
- „Jak dziennikarka metodą prób, błędów i poszukiwań uczy się pisać o różnorodności”? http://ffrs.org.pl/wp-content/uploads/FRS_SeriaM_201503_Klimowicz.pdf, s. 12.

6. Cel integracyjny

Odpowiedzialne media powinny przyczyniać się do integracji społecznej i do harmonijnego współistnienia różnych grup w coraz bardziej zróżnicowanym społeczeństwie.

⁷ Diouf Mamadou, Średziński Paweł, „Jak mówić i pisać o Afryce?”, Fundacja Afryka Inaczej, Warszawa 2011, (dostęp: <http://afryka.org/batory/poradnik.pdf>) oraz Klimowicz Joanna, „Jak dziennikarka metodą prób, błędów i poszukiwań uczy się pisać o różnorodności”, Fundacja na Rzecz Różnorodności Społecznej, Warszawa 2015, (dostęp: http://ffrs.org.pl/wp-content/uploads/FRS_SeriaM_201503_Klimowicz.pdf)

LOKALNE MIĘDZYSEKTOROWE POLITYKI NA RZECZ INTEGRACJI IMIGRANTÓW - Projekt realizowany w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG oraz współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu na rzecz Integracji Obywateli Państw Trzecich oraz budżetu państwa.



Media w praktyce nie tylko informują, ale mają też wpływ na postawy – dlatego tak ważne jest zrozumienie pozytywnego potencjału mediów we współtworzeniu harmonijnego społeczeństwa wielokulturowego.

LOKALNE MIĘDZYSEKTOROWE POLITYKI NA RZECZ INTEGRACJI IMIGRANTÓW - Projekt realizowany w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG oraz współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu na rzecz Integracji Obywateli Państw Trzecich oraz budżetu państwa.

