

Tekst z kursu internetowego „Rändekool”

maailmakool.ee/randekool

Mari-Liis Jakobson

Migracja a opinia publiczna

Migracje mogą wpływać na społeczeństwo nawet wtedy, kiedy nie ma w nim migrantów i migrantek – poprzez opinię publiczną. W społeczeństwach demokratycznych opinia publiczna ma istotny wpływ na kształt polityk migracyjnych i asymilacyjnych. Przeczytaj, jak kształtuje się opinia publiczna, jak się zmienia i jaką rolę odgrywają w tym media.

Opinia publiczna to zbiór opinii członków i członkiń danego społeczeństwa na określony temat, mierzony różnego rodzaju badaniami. Opinia publiczna nigdy nie jest jednolita w całym społeczeństwie, to raczej suma przekonań poszczególnych osób. Z tego powodu zawsze jest zróżnicowana i w jakiś sposób podzielona.

Mówiąc o procesie kształtowania się opinii publicznej, trzeba pamiętać, że jest to zjawisko wielowarstwowe. Opinię publiczną można porównać do matryoszki, w której wnętrzu znajdują się wartości, warstwę środkową stanowią postawy, a zewnętrzną – opinie. Wartości są stosunkowo niezmiennie lub zmieniają się w nieznacznym zakresie. Istnieje wiele różnych klasyfikacji wartości, w które nie będziemy się zagłębiać, za to podamy przykłady: otwartość na zmiany lub uważanie ich za niekorzystne, przykładanie wagi do statusu społecznego i przewagi nad innymi, potrzeba sukcesów, stabilności i bezpieczeństwa, stawianie sobie ambitnych celów lub wolność twórcza. Same wartości nie decydują o pozytywnym lub negatywnym nastawieniu danej osoby do migracji, ale można się do nich w różny sposób odwoływać. Więcej na ten temat za chwilę.

Środkowa warstwa matryoszki to postawy, inaczej mówiąc – sposób myślenia. Postawy kształtuje środowisko społeczne, czyli sposób myślenia ludzi w naszym otoczeniu lub nasze osobiste doświadczenia, takie jak kontakty z migrantami/migrantkami lub migracja.

W efekcie postawy podlegają zmianom, których zakres zależy od osoby. Ze względu na postawę wobec migracji można wyróżnić cztery grupy ludzi:

- stosunkowo nieliczna grupa ludzi o zdecydowanie pozytywnej postawie wobec migracji; w ich przekonaniu to zjawisko wzbogaca społeczeństwo, jest konieczne, a przynajmniej nikomu nie odbiera niczego, co ważne;



- nieliczna grupa, którą stanowią osoby prezentujące z gruntu negatywną postawę wobec migracji: w ich rozumieniu jest to zjawisko niepożądane, a nawet niebezpieczne;
- większa grupa składająca się z osób poszukujących informacji; ich postawa wobec migracji nie jest skryzystalizowana, więc w zasadzie mogą przekonać się do obu sposobów myślenia, jednak przede wszystkim chcą podjąć tę decyzję na podstawie informacji;
- największa grupa, którą tworzą osoby pełne wątpliwości, o niezdecydowanej postawie, którą trudno zmienić, ponieważ ludzie ci nie poszukują informacji.

Docieramy teraz do zewnętrznej warstwy matryoski: opinii publicznej. Oprócz indywidualnych wartości i postaw wpływa na nią wszystko, co się dzieje: wydarzenia, tematy migracyjne poruszane w mediach (oraz ilość czasu poświęcana tym tematom), to co ludzie mówią o migracji itd. Opinia publiczna jest więc znacznie bardziej krucha niż wartości i postawy, i może zmienić się w ciągu kilku dni, zwłaszcza wśród osób z grup poszukujących informacji i pełnych wątpliwości.

Opinia publiczna zwykle dotyczy konkretnych tematów i nie jest abstrakcyjnym pozytywnym lub negatywnym odczuciem. Na przykład w badaniu opinii publicznej można zapytać, czy Polska powinna zezwolić na większą migrację zarobkową niż obecnie. Badania wykazały, że duża część ludzi nie ma ustalonej opinii na żaden konkretny temat, a zatem mogą przekonać się do jakiegoś punktu widzenia. W pewnych sytuacjach negatywnej odpowiedzi na powyższe pytanie może udzielić osoba, która w innych okolicznościach byłaby pozytywnie nastawiona do migracji (np. jeśli w kraju gwałtownie wzrosło bezrobocie). Prawdopodobne jest także, że ktoś, kto nie uważa migracji za pozytywne zjawisko, uzna, że migracja zarobkowa w niektórych zawodach jest konieczna. Odpowiedź nie jest jednoznaczna również w kontekście zasadniczo niezmiennych wartości, bo różne komunikaty i tematy odwołują się do różnych wartości.

Trendy w podejściu do migracji w Europie

Zarówno opinię publiczną, jak i postawy często bada się przy pomocy ankiet (czasem też przeprowadza się wywiady pogłębione). Oczywiście odpowiedzi w dużym stopniu zależą od pytań, dlatego wyniki czasami na pierwszy rzut oka wydają się sprzeczne. Na przykład badania wykazały, że Europejczycy i Europejki są bardziej sceptyczni w kwestii przyjmowania migrantów i migrantek niż Amerykanie i Amerykanki. Natomiast odpowiedzi na pytanie o to, czy migranci i migrantki już przebywający w kraju są postrzegani pozytywnie czy negatywnie, ujawniły znacznie bardziej pozytywne nastawienie. Warto odnotować, że generalnie postawa wobec migracji w Europie w ostatnich dekadach stała się bardziej przychylna. W kilku krajach (są to Austria, Czechy, Węgry i Włochy) opinia w tej kwestii z wielu powodów przechyliła się w przeciwnym kierunku, ale we wszystkich pozostałych krajach liczba osób popierających migrację bardzo wzrosła. Jak to wyjaśnić? Pierwsza dekada XXI wieku nie była migracyjną idyllą: Europę dotknął kryzys migracyjny na Morzu Śródziemnym, w wielu miejscach pojawiły się ruchy przeciwne migracjom, natomiast o brexicie w dużej mierze zdecydował sprzeciw wobec imigracji z Europy Wschodniej.

W zasadzie można wskazać trzy powody wzrostu liczby osób nastawionych pozytywnie do migracji. Pierwszy z nich jest związany z rozwojem demograficznym, na jego skutki przyjdzie nam najdłużej czekać. Młode pokolenia wykazują dużo większą otwartość niż starsze, ponieważ są przyzwyczajone do różnorodności społecznej.

Z kolei liczba młodych ludzi w populacji spada, więc sama ta zmiana niczego nie wyjaśnia. Większą otwartość widać również w starszych grupach wiekowych, częściowo spowodowaną częstszymi kontaktami międzykulturowymi, ale także mądrą polityką migracyjną i asymilacyjną.

Trzecim, chyba najbardziej paradoksalnym powodem jest powstanie partii przeciwnych imigracji. Badania pokazują, że wprawdzie 10–20% populacji jest bardzo podatne na przekaz płynący od radykalnych partii prawicowych i ma zdecydowanie negatywną postawę wobec migracji, ale znacznie więcej osób dołączyło do zdecydowanych przeciwników i przeciwniczek takich ruchów i widzi migracje w znacznie lepszym świetle.

Migracja w mediach tradycyjnych i społecznościowych

Przyjrzyjmy się bardziej podatnej na zmiany zewnętrznej warstwie opinii publicznej o migracji. W jaki sposób wpływają na nią media? Oto przykład: przeanalizowano styl tekstów medialnych o migracjach i odkryto, że znacznie częściej przedstawia się ją w niekorzystny sposób.

Obok profesjonalnego dziennikarstwa, którego zadaniem jest weryfikacja zarzutów i refleksja nad różnymi punktami widzenia, w mediach pojawia się coraz więcej treści brukowych zarówno pozytywnych i całkowicie bezkrytycznych, jak i negatywnych i zastraszających. Takie treści są szczególnie popularne w mediach społecznościowych. Jeśli często trafiasz na posty o negatywnym wydźwięku wobec migracji, to albo jest to związane z osobami lub grupami, które śledzisz, albo algorytm proponuje treści podobne do oglądanych przez Ciebie wcześniej. Przy okazji zaznaczmy, że wiele algorytmów jest tak skonstruowanych, by polecać przede wszystkim treści wywołujące silne reakcje. A najsilniej i najdłużej pamięta się negatywne emocje.

Również w profesjonalnym dziennikarstwie przeważają newsy o negatywnym przekazie, zwłaszcza podczas tzw. uropejskiego kryzysu migracyjnego. Po co te wszystkie negatywne historie? Przyczyna leży w podejściu mediów do tworzenia treści. Najważniejszym narzędziem dziennikarza/dziennikarki jest wartość informacyjna, która decyduje o tym, o jakich tematach się pisze, a o jakich nie. Uważa się, że dużą wartość informacyjną mają historie aktualne, wyjątkowe, dotyczące ważnych osób, konfliktów, mające duży wpływ na społeczeństwo lub rozgrywające się blisko czytelników i czytelniczek. To dlatego o migracjach mówi się często w tonie sensacji, podkreślając konflikty lub skutki społeczne. A łatwiej zrobić to w negatywnym tonie.

Treści negatywne częściej pojawiają się w kanałach komercyjnych niż w mediach publicznych, co pokazuje, jak treść może zależeć od tego, kto jest właścicielem danego środka przekazu. Kanały prywatne mają przynosić zysk, dlatego kładą większy nacisk na sensację, która przyciąga uwagę odbiorców/odbiorczyń oraz reklamodawców/reklamodawczyń.

W jakim stopniu media wpływają na opinię publiczną?

Na ile styl, sensacyjność czy skandalizująca treść artykułów determinuje nasz pozytywny lub negatywny odbiór migracji? Badania nad mediami pokazują, że zasadniczo nie kształtują one wartości ważnych dla odbiorców/odbiorczyń, mają natomiast wpływ na to, jak często i co myślimy o migracji, oraz formują opinie wobec konkretnych zagadnień.

Media silnie wpływają na to, jak często zastanawiamy się nad tematem migracji, głównie dlatego, że mają moc narzucania priorytetowych tematów. Decyzje podejmowane przez zespoły redakcyjne determinują też, o których wydarzeniach mówi się szerzej, a na które nie zwraca się większej uwagi.

Zjawisko migracji można analizować w różnych kontekstach i perspektywach, aby tworzyć bardzo różne przekazy na jego temat. Jeśli o migracji stale mówi się w kontekście ekonomicznym – migranci i migrantki jako siła robocza, migracja a konkurencja rynkowa, wpływy z podatków, przedsiębiorczość – wtedy również odbiorcy i odbiorczynie zaczynają postrzegać to zjawisko z perspektywy ekonomicznej. Bazując na wspomnianym artykule, jeśli temat migracji jest przedstawiany przez pryzmat doświadczeń konkretnych osób – każdy migrant i każda migrantka ma własną historię, nadzieje, marzenia, zalety i wady – to również społeczeństwo akceptuje tę zróżnicowaną grupę, nie generalizując. Jeśli jednak o migracji opowiada się jak o katastrofie naturalnej – masy uchodźcze forsują granice, zalewają ośrodki recepcyjne i są problemem dla władz publicznych – to w odbiorze społecznym migranci i migrantki zaistnieją jako anonimowa nacierająca masa, niepowstrzymana jak siły natury.

Oczywiście media nie działają na każdego tak samo, większość osób o zdecydowanie pozytywnej postawie wobec migracji nie zmieni jej pod ich wpływem. Sam przekaz medialny nie wpływa też na sposób myślenia osób nastawionych negatywnie. Tematy podejmowane przez media mogą modyfikować ich poglądy na konkretne zagadnienia (patrz wcześniejszy przykład dopuszczalności migracji zarobkowej), ale w większości nie dotyczy to postaw. Natomiast osoby o zdecydowanych poglądach szukają wytłumaczenia dla doniesień medialnych niezgodnych z ich sposobem myślenia (takich jak np. to, że media fałszują rzeczywistość).

Media mogą natomiast kształtować opinie osób o niezdecydowanych poglądach, przynajmniej na krótką metę, zwłaszcza jeśli te osoby nie mają bezpośredniej styczności z migrantami i migrantkami. Jeśli np. osoba niezdecydowana stale słyszy przekaz, że migracja napędza wzrost gospodarczy, to najprawdopodobniej zacznie wiązać migracje z czymś pozytywnym – przynajmniej do momentu, gdy nie zetknie się z innym przekazem. Jeśli natomiast taka osoba codziennie dowiadyuje się, że migracja stanowi zagrożenie z zewnątrz, prawdopodobnie stanie się, delikatnie mówiąc, ostrożna wobec tego zjawiska.

Osoba o zdecydowanej postawie wobec migracji lub bezpośrednio zaangażowana w to zjawisko raczej nie weryfikuje swojego sposobu myślenia na podstawie przekazów medialnych. Ludzie różnią się jednak poglądami i wnikliwością w zgłębianiu tematu, ważniejszy jest dostęp do wyczerpujących, rzetelnych, różnorodnych i wyważonych informacji o migracji. Dzięki nim unikniemy wykorzystania tematyki migracyjnej jako taniej sensacji. Dla

zdeklarowanych zwolenników, przeciwniczek i osób niezdecydowanych różnorodnie i wyważone informacje o migracji stanowią też punkt wyjścia do konstruktywnego dialogu.

Tematy do dyskusji:

- Przeanalizuj przekaz o migracji w mediach. W tym celu wybierz internetowy serwis informacyjny (lub kanał w mediach społecznościowych) i przejrzyj jego treść, używając słowa kluczowego „migracja”. Ile znalazłaś/znalazłeś tekstów o pozytywnym lub negatywnym wydźwięku w wybranych ramach czasowych? Czy pojawiły się też teksty neutralne? W jakim kontekście mówi się o migracji w tych tekstach?
- Uwzględniając materiały zebrane wg wytycznych z poprzedniego zadania lub artykuł poświęcony migracji, zastanów się, jaki wpływ mogą mieć te historie na opinię publiczną, czyją opinię mogą ukształtować i w jakich okolicznościach. Czy te treści wpływają tylko na opinię publiczną, czy również na postawy wobec migracji, a może nawet na system wartości?
- Znajdź badanie opinii publicznej na temat migracji i omów, co mogło wpłynąć na jego wyniki. Na przykład jakie znaczenie miały postawy społeczne lub pogłębione doświadczenia kulturowe, wydarzenia w tamtym czasie, przekaz medialny, osobiste doświadczenia respondentów/respondentek lub sformułowania użyte w pytaniach ankietowych.

Dodatkowa lektura:

1. Krótki przegląd międzynarodowych badań opinii publicznej na temat migracji na portalu Migration Data Portal: <https://www.migrationdataportal.org/themes/public-opinion-migration>
2. W Unii Europejskiej, w tym w Polsce, postawy wobec migracji są regularnie sprawdzane badaniami Eurobarometru. Zapoznaj się z ich wynikami: <https://europa.eu/eurobarometer/screen/home>



Więcej materiałów na stronie internetowej programu: www.globalna.ceo.org.pl

Materiał powstał w 2021 roku ramach przedsięwzięcia „I am European: Historie i fakty o migracjach na XXI wiek” realizowanego przez Centrum Edukacji Obywatelskiej. Tłumaczenie z języka angielskiego na język polski zostało przygotowane w 2022 r. w ramach projektu „Globalna szkoła. Razem o migracjach”, będącego częścią przedsięwzięcia. Projekty współfinansowane są ze środków Unii Europejskiej oraz w ramach programu polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP. Treść wyraża wyłącznie poglądy autorów/autorek i nie może być utożsamiana z oficjalnym stanowiskiem Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP ani Unii Europejskiej. www.gov.pl/polskapomoc

„I am European. Historie i fakty o migracjach na XXI wiek” jest częścią programu DEAR (The European Commission's Development Education and Awareness Raising Programme), który wspiera projekty angażujące społeczeństwo Unii Europejskiej w globalne zagadnienia rozwoju społecznego, gospodarczego i środowiskowego. Poprzez finansowanie programów takich jak „I am European. Historie i fakty o migracjach na XXI wiek” DEAR promuje uniwersalne wartości, m.in. wolność, demokrację, praworządność oraz umożliwia obywatelom i obywatelkom Europy włączenie się w globalny rozwój. Program DEAR finansuje około 30 programów w krajach członkowskich UE. Projekty te przyczyniają się do zwiększenia zrozumienia i zaangażowania Europejki i Europejczyków w kreowanie pozytywnych zmiany społecznych zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym. Działania DEAR wspierają również pracę UE na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Wydawca:
Fundacja Centrum Edukacji Obywatelskiej
ul. Noakowskiego 10, 00-666 Warszawa
www.ceo.org.pl
Warszawa 2022

Autorka: Mari-Liis Jakobson
Tłumaczenie: Anna Wojtych
Redakcja językowa: Magdalena Bogdańska- Maciak

Materiał jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowe. Pewne prawa zastrzeżone na rzecz Fundacji Centrum Edukacji Obywatelskiej. Tłumaczenie powstało w ramach programu polskiej współpracy rozwojowej realizowanej za pośrednictwem MSZ RP w roku 2022. Zezwala się na dowolne wykorzystanie utworu, pod warunkiem zachowania ww. informacji, w tym informacji o stosowanej licencji i posiadaczach praw.



Odpowiadaj
na globalne
wyzwania

Centrum Edukacji Obywatelskiej
ul. Noakowskiego 10, 00-666 Warszawa
tel. +48 (22) 875-85-40
e-mail: ceo@ceo.org.pl, www.ceo.org.pl