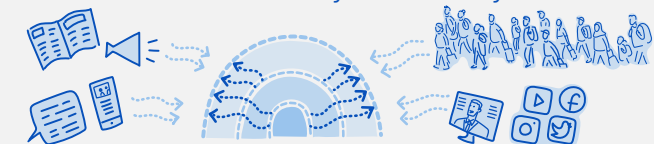


Opinia publiczna: zbiór opinii członków społeczeństwa na określony temat. Nie jest to opinia podzielana przez wszystkich, lecz suma przekonań poszczególnych osób. To poglądy dominujące w społeczeństwie.

MIGRACJA A OPINIA PUBLICZNA

OPINIA PUBLICZNA JEST JAK MATRIOSZKA

Wartości: wewnętrzna warstwa matrioski, stosunkowo niezmienna lub zmieniająca się w minimalnym zakresie. Przykład: otwartość na zmiany.



Opinia publiczna: zewnętrzna warstwa, kształtowana przez wartości, postawy i szerszy kontekst społeczny, np. wydarzenia i tematy poruszane w mediach.

Opinia publiczna jest bardziej zmienna niż wartości i postawy, zwłaszcza u osób poszukujących informacji i mających wątpliwości.

Należy zezwolić na większą migrację zarobkową, ponieważ potrzebni są ludzie do pracy.



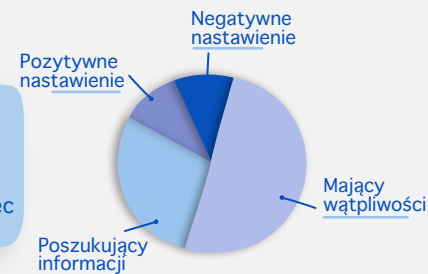
Postawy: środkowa warstwa matrioski. Kształtuje je środowisko społeczne, czyli postawy ludzi w najbliższym otoczeniu. Postawy łatwiej zmienić niż wartości.



1) **Zdecydowanie pozytywne nastawienie:** migracja to zjawisko wzbogacające społeczeństwo, a przynajmniej nikomu nie odbiera niczego, co ważne.

2) **Poszukujący informacji:** ich postawa wobec migracji nie jest ustalona, więc mogą przekonać się do obu sposobów myślenia. Podejmują tę decyzję na podstawie informacji.

Ludzie dzielą się na cztery grupy ze względu na postawę wobec migracji.



3) **Osoby mające wątpliwości** również mają niezdecydowaną postawę wobec imigracji, ale trudniej je przekonać, ponieważ nie poszukują informacji. Mają jednak otwartość na zmianę zdania.



4) **Z gruntu negatywna postawa:** migracja to zjawisko niepożądane, a nawet niebezpieczne.

MIGRACJA W MEDIACH (SPOŁECZNOŚCIOWYCH)



Profesjonalne dziennikarstwo: wartość informacyjna decyduje, o czym się pisze. Migracje często przedstawia się w sposób wzbudzający kontrowersje, jako źródło zagrożenia i negatywnego wpływu na społeczeństwo. Tak powstają materiały o negatywnym wydźwięku.

Kanały komercyjne mają przynosić zysk, przyciągając uwagę sensacyjnymi materiałami, dlatego prezentują bardziej negatywny obraz migracji niż w mediach publicznych.

W mediach społecznościowych pojawiają się treści publikowane przez osoby bez wykształcenia dziennikarskiego, zarówno pozytywne, jak i negatywne. Algorytm proponuje treści podobne do oglądanych wcześniej lub wywołujące silne reakcje.

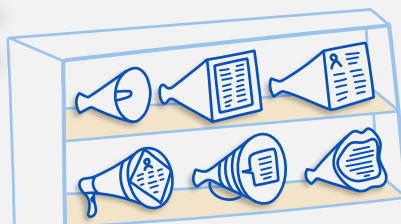
W JAKI STOPNIU MEDIA WPŁYWAJĄ NA OPINIE PUBLICZNA?



Media raczej nie mają wpływu na wartości, za to często narzucają publicznie omawiane tematy dotyczące migracji.



Media nie mogą zmienić osób o zdecydowanym nastawieniu do migracji, natomiast mogą kształtować opinie osób o niezdecydowanych poglądach.



Potrzebne są rzetelne, różnorodne i wyważone informacje o migracji. Dzięki nim zwolennicy, przeciwnicy i osoby niezdecydowane znajdują punkt wyjścia do konstruktywnego dialogu.

TRENDY W PODEJŚCIU DO MIGRACJI W EUROPIE



W ostatnich dekadach postawa wobec migracji w niektórych krajach w Europie staje się bardziej przychylna. Dlaczego?



2) Częstsze kontakty międzykulturowe oraz mądrzejsze polityki migracyjne i integracyjne.



1) Młode pokolenia wykazują dużo większą otwartość na imigrację, bo są przyzwyczajone do różnorodności społecznej.



3) Coraz więcej osób widzi migrację w pozytywnym świetle.



Infografiki o migracji powstały w ramach projektu „Shared journeys”, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej i Estonian Centre for International Development (EstDev).

Tłumaczenie na język polski zostało zrealizowane w ramach projektu „Globalna szkoła. Razem o migracjach”, który jest częścią przedsięwzięcia „I am European: Historie i fakty o migracjach na XXI wiek” realizowanego przez Centrum Edukacji Obywatelskiej. 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.

gov.pl/polskapomoc