



MEDIA FOR DIVERSITY AND
MIGRANT INTEGRATION

WSKAŹNIKI RÓŻNORODNOŚCI PROJEKTU MEDIVA
Do oceny zdolności środków masowego przekazu do
odzwierciedlania różnorodności i promowania integracji migrantów
Zestaw narzędzi badawczych

Anna Triandafyllidou
we współpracy z
Sam Bennett, Małgorzata Fabiszak, Franziska
Fehr, Eda Gemi, Michał Krzyzanowski, Artur
Lipiński, Sonia McKay, Eugenia Markova, Neil
O'Boyle, Paschal Preston, Iryna Ulasiuk, Jessika
ter Wal



*The MEDIVA Project is co-funded by
the European Fund for Integration of
Third Country Nationals, Community
Actions 2009*

EUROPEAN UNIVERSITY INSTITUTE, FLORENCE
ROBERT SCHUMAN CENTRE FOR ADVANCED STUDIES

WSKAŹNIKI RÓŻNORODNOŚCI PROJEKTU MEDIVA

**Do oceny zdolności środków masowego przekazu do odzwierciedlenia
różnorodności i promowania integracji migrantów**
Zestaw narzędzi badawczych

ANNA TRIANDAFYLLIDOU
IN COOPERATION WITH
SAM BENNETT, MAŁGORZATA FABISZAK, FRANZISKA
FEHR, EDA GEMI, MICHAŁ KRZYŻANOWSKI, ARTUR
LIPIŃSKI, SONIA MCKAY, EUGENIA MARKOVA, NEIL
O'BOYLE, PASCHAL PRESTON, IRYNA ULASIUK,
JESSIKA TER WAL

PROJEKT MEDIVA

Niniejszy tekst można pobrać tylko do osobistych celów badawczych. DODATKOWE Kopiowanie do innych celów, zarówno w wersji papierowej lub elektronicznej, wymaga zgody autora (ów), wydawcy (ów).

Cytując należy odnieść się do pełnego imienia autora (ów), wydawca (y), tytułu, dokumentu roboczego, lub innych serii, roku i wydawcy.

© 2012 The MEDIVA Project

Printed in Italy
European University Institute
Badia Fiesolana
I – 50014 San Domenico di Fiesole (FI)
Italy
www.eui.eu/RSCAS/Publications/
www.eui.eu
cadmus.eui.eu

Media na rzecz różnorodności społecznej i integracji migrantów: Konsolidacja wiedzy i ocena najlepszych praktyk w Unii Europejskiej (MEDIVA).

Projekt MEDIVA ma na celu wzmocnienie zdolności mediów do odzwierciedlania rosnącej różnorodności społeczeństw europejskich, a tym samym promocję integracji imigrantów. Aby osiągnąć te cele, projekt stematyzuje dotychczasową wiedzę dotyczącą tematu i tworzy łatwą do przeszukiwania bazę danych wszystkich znaczących opracowań naukowych związanych z mediami i różnorodnością społeczną. Ta baza danych może służyć nie tylko pracownikom mediów, ale także każdej innej osobie czy instytucji zainteresowanej tematem. Wspierając się na dostępnych badaniach i pogłębionych wywiadach z doświadczonymi dziennikarzami w Europie, MEDIVA stworzyła zespół wskaźników w ośmiu językach. Te wskaźniki będą mogły być zastosowane do oceny różnych mediów w różnych krajach. W ramach projektu zostały napisane cztery sprawozdania poświęcone temu jak dziennikarze i inni pracownicy mediów podchodzą do różnorodności społecznej na pięciu płaszczyznach: zatrudniania i warunków pracy; szkoleń; etyki pracy; produkcji wiadomości i programów; prezentacji różnorodności (treść wiadomości). Ponadto, w ramach projektu odbędzie się pięć warsztatów regionalnych. Te warsztaty skupiły przedstawicieli mediów, organizacji pozarządowych i naukowców celem przedyskutowania roli mediów w promowaniu integracji migrantów.

Projekt MEDIVA jest realizowany w Centrum Zaawansowanych Badań Naukowych Roberta Schumana (RSCAS) i koordynowany przez Panią Profesor Annę Triandafyllidou (anna.triandafyllidou@eui.eu).

Europejski Instytut Uniwersytecki i Centrum Zaawansowanych Badań Naukowych Roberta Schumana nie ponoszą odpowiedzialności za opinie wyrażone przez autorów tego raportu.

Anna Triandafyllidou jest (niepełnoetatowym) profesorem w Centrum Zaawansowanych Badań Naukowych Roberta Schumana Europejskiego Instytutu Uniwersyteckiego we Florencji, we Włoszech. Profesor Triandafyllidou koordynuje projekt MEDIVA.

Iryna Ulasiuk i **Eda Gemi** są badaczami w ramach projektu MEDIVA, w Centrum Zaawansowanych Badań Naukowych Roberta Schumana Europejskiego Instytutu Uniwersyteckiego we Florencji, we Włoszech.

Jessika ter Wal jest od 2004 roku badaczem w Miramedia, w Holandii. Między 1997 a 2004, Dr ter Wal była też badaczem w Europejskim Centrum Badań nad Migracjami i Stosunkami Etnicznymi (ERCOMER) Uniwersytetu w Utrechcie. Między 2008 a 2010, Dr ter Wal była adiunktem w Wyższej Szkole Zarządzania Uniwersytetu w Utrechcie.

Paschal Preston jest profesorem w Instytucie Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Dublińskiego. Prof. Preston jest założycielem i dyrektorem grupy badań COMTEC i członkiem centrum badań SIM.

Neil O'Boyle jest wykładowcą w Instytucie Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Dublińskiego, jak również dyrektorem Zakładu Badań nad Mediami Międzynarodowymi, Wielokulturowością i Migracjami.

Jim Rogers jest badaczem podoktorskim, a **Franziska Fehr** badaczem w Instytucie Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Dublińskiego.

Sam Bennett jest doktorantem w Instytucie Filologii Angielskiej Uniwersytetu Adama Mickiewicza. **Artur Lipiński** jest adiunktem na wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Adama Mickiewicza. **Małgorzata Fabiszak** jest profesorem UAM w Instytucie Filologii Angielskiej Uniwersytetu Adama Mickiewicza oraz kierownikiem Zakładu Językoznawstwa Kognitywnego. **Michał Krzyżanowski** jest adiunktem w Instytucie Filologii Angielskiej Uniwersytetu Adama Mickiewicza oraz profesorem wizytującym na Wydziale Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu w Örebro oraz Starszym Badaczem na wydziale Lingwistyki i Anglistyki uniwersytetu w Lancaster w Wielkiej Brytanii.

Eugenia Markova jest badaczem w ramach projektu MEDIVA, starszym (niepełnoetatowym) badaczem w Instytucie Życia Zawodowego, oraz starszym wykładowcą w Wyższej Szkole Businessu London Metropolitan University. **Sonia McKay** jest kierownikiem naukowym projektu MEDIVA, oraz profesorem Europejskich Studiów Społeczno-Prawnych w Instytucie Życia Zawodowego w London Metropolitan University.

Więcej informacji dotyczących programu znajduje się na stronie <http://mediva.eui.eu>

WSKAŹNIKI MEDIVA

Wprowadzenie

W ciągu ostatnich dziesięciu lat Europa stanowiła arenę istotnych napięć z udziałem mniejszości etnicznych oraz religijnych, często migrantów i ich potomstwa. Wśród tych napięć można wymienić konflikt w północnej Anglii pomiędzy rdzennymi populacjami Wielkiej Brytanii oraz Muzułmanami z Azji (2001); niepokoje społeczne z udziałem zamieszkałych we Francji Muzułmanów z Afryki Północnej (2005); oraz duński kryzys związany z opublikowaniem karykatur proroka Mahometa. Społeczności muzułmańskie przyciągnęły wiele uwagi po atakach terrorystycznych w Stanach Zjednoczonych (2001), Hiszpanii (2004) i Wielkiej Brytanii (2005). Ponadto przedstawiciele europejskich rządów ze sceptycyzmem spoglądają na kwestię wstąpienia Turcji do Unii Europejskiej. Turcja jest postrzegana jako kraj społeczno, kulturowo i religijnie odrębny od obecnej UE-27. Także budowa meczetów we Włoszech, Grecji, Niemczech czy Francji wzbudziła kontrowersje.

Bardzo niepokojące są morderstwa na tle rasistowskim, w latach 2000-2007 w Niemczech, w lecie 2011 roku w Norwegii i w zimie 2011 roku we Florencji. W przypadku niemieckim służby nie były w stanie zidentyfikować sprawców aż do 2011 roku.

Światowy kryzys finansowy, który od 2008 miał negatywny wpływ na większość państw Unii Europejskiej, (choć w różnym stopniu) i zwiększył bezrobocie, pogłębił napięcia na tle etnicznymi i religijnym. Kryzys ułatwił skrajnie prawicowym partiom takim jak Front Narodowy we Francji, LAOS w Grecji, czy Liga Północna we Włoszech obwinianie migrantów za narastające problemy. Integracja obywateli państw trzecich mogłaby pomóc stawić czoło kryzysowi i zachować spójność społeczną. Media odgrywają ważną rolę w promowaniu pro-integracyjnych i anty-ksenofobicznych dyskursów politycznych i właściwej reprezentacji migrantów w środkach przekazu publicznego.

Niektóre instytucje europejskie - między innymi Agencja Praw Podstawowych (FRA), Dyrekcja Generalna ds. Zatrudnienia i Spraw Socjalnych (DG EMPL), Europejska Unia Nadawców (EBU), Międzynarodowa Federacja Dziennikarzy (IFJ) – są szczególnie dobrze przystosowane do wzmocnienia potencjału mediów do promowania różnorodności społecznej.

W kilku badaniach zidentyfikowano najlepsze praktyki w kwestii podnoszenia świadomości wśród firm medialnych i pracowników środków masowego przekazu. Wśród tych warto podkreślić projekt *Media4Diversity* ukończony w 2009 roku; *Diversity Toolkit for Factual Programmes in Public Service Television* opublikowany w 2007 przy wsparciu EBU i FRA; *Tuning into Diversity*; projekty MMIM i MEM; *Diversity Toolkit for NGOs*; projekt IFJ *Ethical Journalism Initiative*; oraz coroczne raporty na temat mediów oraz dialogu międzykulturowego opublikowane przez MIRAMEDIA (będący również partnerem w tym projekcie).

Celem projektu MEDIVA jest rozbudowanie wiedzy zawartej w tym cennym zasobie badań za pośrednictwem bazy danych oraz szeregu raportów tematycznych. Ponadto projekt MEDIVA tworzy Zestaw Wskaźników do Oceny Mediów. Zestaw ten ma na celu oszacowanie zdolności każdego środka masowego przekazu (prasy, telewizji lub Internetu), do odzwierciedlenia różnorodności związanej z migracją i promowaniem integracji migrantów.

Baza danych MEDIVA

Pierwszym rezultatem projektu MEDIVA było stworzenie dostępnej w Internecie bazy danych:

<http://www.eui.eu/Projects/MEDIVA/Bibliography.aspx/>.

Ta baza danych zawiera ponad **250 badań** i dokumentów opublikowanych w **ośmiu językach Unii Europejskiej** (bułgarskim, holenderskim, angielskim, francuskim, niemieckim, greckim, włoskim i polskim) i oceniających zdolności europejskich mediów (w szczególności prasy, telewizji, radia i Internetu) do odzwierciedlania różnorodności społecznej i promowania integracji migrantów.

Baza danych zawiera cztery rodzaje dokumentów: **Treść wiadomości związanych z migracją, produkcję wiadomości i programów, rekrutację i zatrudnienie, procedury szkoleniowe.** Baza danych jest dostępna w Internecie, łatwa w obsłudze; umożliwia wyszukiwanie według autora, tytułu i słowa kluczowego.

Raporty tematyczne MEDIVY

Prócz bazy danych, projekt MEDIVA stworzył zestaw czterech raportów tematycznych. Doniesienia te opierają się na analizie literatury naukowej, polityki i powiązanych dokumentów zawartych w bazie danych, a także na zestawie **68 częściowo-ustrukturyzowanych wywiadów jakościowych ze starszymi dziennikarzami i specjalistami medialnymi w sześciu krajach** (Grecji, Irlandii, Włoszech, Holandii, Polsce i Wielkiej Brytanii). Wywiady zostały przeprowadzone w lecie i jesienią 2011 roku. Pełne sprawozdania są dostępne pod adresem: **<http://www.eui.eu/Projects/MEDIVA/Reports.aspx>**. Poniżej przedstawiamy główne wnioski ze względu na ich znaczenie dla naszych Wskaźników do Oceny Mediów.

Raporty tematyczne MEDIVA 2011/01 – Migranci i praktyka tworzenia doniesień prasowych

Analiza wykazała, że mimo pozytywnych tendencji, tworzenie doniesień prasowych związanych z migrantami wciąż napotyka wiele wyzwań.

- Wiadomości na temat migracji są zbierane przeważnie wtedy, gdy wydarzy się coś niezwykłego. Zazwyczaj oznaczają to sytuacje, które ukazują migrantów w niedogodnym świetle.
- To, w jaki sposób, migranci są przedstawiani w środkach masowego przekazu zależy od ogólnego klimatu politycznego.
- Jednak wielu dziennikarzy, którzy troszczą się o jakość i bezstronność sprawozdawczości nie daje się ograniczyć ogólnemu klimatowi politycznemu i angażuje się w tematy, które uważają za ważne ze względu na zainteresowanie ludzi.
- Wiadomości tyczą się spersonalizowanych, pełnych emocji historii, które mogą zainteresować szerszą publiczność, historii, które pokazują "ludzkie" i "codzienne" aspekty migracji (w tym łączenie rodzin, pozytywne aspekty integracji, ludzi uciekających z miejsc konfliktu, używanie i nadużywanie przez migrantów systemu opieki społecznej).
- Dziennikarze często konsultują się z imigrantami, i tymi podmiotami pozarządowymi, które uważają za najbardziej wiarygodne dla zagadnień związanych z migracją. Z zasady kontaktują się z tymi, którzy są bezpośrednio zaangażowani w sprawy migracji.
- Jednak konsultacja z "alternatywnymi" źródłami informacji, a nie na przykład narodowymi agencjami prasowymi, władzami państwowymi i ekspertami akademickimi, nie zawsze jest łatwa. Utrudnienia mogą wynikać z braku zaufania migrantów do dziennikarzy, i ze słabego dostępu dziennikarzy do środowiska imigranckiego. Ekspertcy mogą pomóc w ulepszeniu kontaktów między migrantami i dziennikarzami.
- Kwestia słabej słyszalności głosów migrantów pozostaje nierozwiązana, nawet w sprawach bezpośrednio migrantów dotyczących.
- Środki masowego przekazu mają tendencję do interesowania się migracją przeważnie w tych momentach, gdy dzieje się coś dramatycznego. To zachęca publiczność do postrzegania migracji jako problemu/konfliktu/czegoś trudnego do rozwiązania.

Chociaż nasze badanie pokazuje, że w temacie istnieje wiele niejasności i sprzeczności (z jednej strony media mają coraz mniej środków, z drugiej strony ludzie sami szukają i propagują informacje np. za pośrednictwem telefonów komórkowych czy serwisów społecznościowych). W ciągu ostatnich pięciu lat pojawiło się parę istotnych inicjatyw promujących różnorodność społeczną w mediach. Wśród tych inicjatyw można wyróżnić projekt Media4Diversity, zasady Camden dotyczące wolności słowa i równości, Inicjatywę Etycznego Dziennikarstwa, Kartę Rzymską dotyczącą się sprawozdań na temat migrantów i uchodźców, oraz Narzędzia Różnorodności dotyczące się sprawozdań w telewizji państwowej.

Więcej informacji na ten temat jest dostępna na stronie:

<http://www.eui.eu/Projects/MEDIVA/Documents/Reports/reports/MEDIVAThematicReport201101.pdf>

Raport Tematyczny MEDIVA 2011/02 – Treść wiadomości związanych z migrantami

Treść wiadomości

Jednym z najważniejszych wniosków wynikających z przeprowadzonych dotychczas badań jest to, że media często przeciwstawiają aspekty pozytywne i negatywne, „my” i „oni”. Często migranci przedstawiani są jako grupy a nie jako jednostki. Często migranci przedstawiani są jako źródło niebezpieczeństwa, problemów, w szczególności przestępstw i konfliktów. Mimo to, niektóre badania pokazały, że prasa też mówi o migrantach używając argumentów humanitarnych. Przegląd badań pokazuje, że migranci są z zasady gorzej prezentowani niż nie-migranci w podobnych kontekstach informacyjnych. Wiele badań wskazało na to że takie przedstawianie migrantów ma negatywne skutki na ich traktowanie oraz na kształtowanie się opinii społecznej dotyczącej migrantów.

Pozytywne przykłady relacji znaleziono w prasie lokalnej, zwłaszcza w metropoliach oraz w prasie poważnej, zatrudniającej reporterów specjalizujących się w tej tematyce, co umożliwia im zagłębienie się w zagadnienie reportażu i jego kontekstualizację. Podobnie dzieje się w programach nadawców publicznych w wielu krajach. Również według przeprowadzonych wywiadów, w zależności od rodzaju mediów, polityki redakcyjnej oraz tego, jakie wiadomości pretendują do agendy można odnaleźć przykłady pozytywne.

Ogólnie rzecz biorąc, wiadomości dotyczące się drugiego i trzeciego pokolenia migrantów są bardziej widoczne, częstsze i bardziej zrównoważone niż te dotyczące się migrantów pierwszego pokolenia lub uchodźców. Jednakże według kilku badań, odnośnie do źródeł mniejszościowych lub migranckich nadal jest dość ograniczone, choć nieco lepsze w prasie poważnej i w prasie lokalnej. Według osób, z którymi przeprowadzono wywiady w ramach projektu MEDIVA migranci są bardziej widoczni w programach niszowych i rozrywkowych niż w programach informacyjnych i typu „talk show” pokazywanych w okresie największej oglądalności.

Ciekawym odkryciem badań było to, że w pierwszej dekadzie obecnego wieku media przedstawiały muzułmańskich mężczyzn jako fundamentalistów a kobiety muzułmańskie jako ofiary zacofania kultury i poniżających nakazów religijnych. Pomimo, że wiele mediów przedstawiało migrantów w sposób bardziej zrównoważony w ramach dziennikarstwa śledczego i publicystyki oraz pozwalało na debaty, w których prezentowano stanowisko samych muzułmanów, w większości mediów islam był przedstawiany jako zagrożenie bezpieczeństwa, kultury i fundamentalnych wartości zachodnich. Doprowadziło to do przesunięcia znaczenia ze współuczestniczenia w kierunku konfliktu w dyskusjach dotyczących migrantów, a w niektórych przypadkach do mieszania wiadomości zagranicznych o konfliktach międzynarodowych z wiadomościami krajowymi.

Badania pokazały, że pochodzenie narodowe lub etniczne przestępców w niektórych badanych krajach nadal bywa częścią doniesień kryminalnych lub – jak wynika z przeprowadzonych wywiadów – świadomość, że nie należy tych informacji podawać słabnie. Dziennikarze, którzy udzielili wywiadów podkreślili, że stosują standardy zawodowe i są świadomi potrzeby neutralnego i dokładnego reporterstwa na temat informacji związanych z migrantami, tak jak wszystkich innych informacji, zwłaszcza w prasie poważnej i u nadawców publicznych. Jednak część wywiadów potwierdziła brak rozróżnienia wielorakich terminów dotyczących migrantów oraz ich statusu prawnego, w szczególności w przypadku doniesień dziennikarzy i redaktorów naczelnych popularnych gazet, które nie są szczególnie zainteresowane tą tematyką.

Wydaje się, że stosowanie źródeł migranckich zmniejszyło się z upływem czasu, a przyczyną tego może być spadek liczby wyspecjalizowanych dziennikarzy oraz ogólne znużenie wśród dziennikarzy pochodzenia migranckiego, których uznaje się za specjalistów od społeczności migranckich.

Raport tematyczny MEDIVA 2011/02 – Treść wiadomości na temat migrantów (ciąg dalszy)

Trudno zidentyfikować jeden wspólny trend w rozwoju treści medialnych na podstawie przeanalizowanych badań. Niektóre badania wskazują na negatywne przedstawianie migrantów i umieszczanie ich w (myślowych ramach), także w porównaniu do uprzednich dekad. Inne badania wskazują na polepszenie się jakości raportowania i wspomaganie się źródłami migranckimi. Niektóre projekty usiłowały poprawić wizerunek imigrantów, między innymi przez ustanowienie dialogu między środowiskami migrantów i medialnymi. Według przeprowadzonych wywiadów, niektóre organizacje zainwestowały w dokształcenie swoich pracowników, tak, aby Ci mogli dokładniej odzwierciedlić w swoich doniesieniach różnorodność etniczną, religijną i kulturową. Inne organizacje postawiły na takiej mocnej polityce redakcyjnej, po to aby zagwarantować wysoką jakość raportowania i dostęp do dobrych źródeł.

Na podstawie dostępnej informacji trudno było określić szczególną pozycję obywateli państw trzecich. Warto byłoby zbadać czy programy mające na celu uświadamienie różnorodności rasowej lub etnicznej będą tak samo skuteczne w przypadku nowej imigracji i pozycji obywateli państw trzecich.

Ponadto, ten raport zaleca, aby badania uwzględniły zmieniający się charakter dziennikarskiego zawodu i roli dziennikarzy w debacie publicznej na temat integracji imigrantów i pokrewnych zagadnień. Analiza treści medialnych musiałaby obejmować nie tylko negatywne lub pozytywne oceny grup społecznych w wiadomościach, ale także, jak to miało miejsce w przypadku niektórych omówionych tu badań, informacje o tym jak integracja obcokrajowców jest wyjaśniana i oceniana w mediach, oraz informacje o roszczeniach i wymaganiach w kontekście zmieniającego się dyskursu na temat integracji imigrantów.

Więcej informacji na ten temat jest dostępna na stronie:

<http://www.eui.eu/Projects/MEDIVA/Documents/Reports/reports/MEDIVAThematicReport201102.pdf>

Raport tematyczny MEDIVA 2011/03 – Praktyka rekrutacji i zatrudniania w mediach

“Jak poczynić pierwszy krok?” Praktyka rekrutacji w mediach.

- Istotną zależność stwierdzono pomiędzy krajami, w których znajdował się środek przekazu i realizacją środków zapobiegających dyskryminacji w procesie zatrudniania. Mimo to, jedna czwarta ankietowanych nie wiedziała czy takie środki istniały w swoich mediach. Ponad połowa respondentów wywiadów przeprowadzonych w Wielkiej Brytanii i połowa respondentów w Holandii odnotowała realizację środków zapobiegających dyskryminacji w swoich praktykach rekrutacyjnych. Żaden z respondentów we Włoszech i Irlandii nie był świadomy czy takie środki zostały przyjęte w firmach przez nich reprezentowanych. Jednak to nie znaczy, że badane w tych krajach media były zamknięte na zróżnicowaną gamę kandydatów do pracy.
- Żaden z naszych respondentów w Irlandii, Włoszech i Grecji nie był świadomy monitorowania różnorodności w ich firmach. W Wielkiej Brytanii respondenci powiedzieli że aplikując do pracy musieli wypełnić formularz dotyczący się równości i różnorodności. Przepisy krajowe czasami utrudniają monitorowanie różnorodności. W Holandii, kandydat do pracy nie był zobowiązany do deklaracji przynależności do grupy etnicznej. Nie wszystkie umowy o pracę były łatwe do monitorowania. Pracujący na własną rękę byli rejestrowani tylko wtedy, gdy przepracowali dla danej firmy co najmniej miesiąc. Migranci rzadko kiedy byli rejestrowani ze względu na rodzaj ich kontraktów.
- Bardzo niewielu respondentów zgłosiło, że ich stanowiska pracy były ogłoszone publicznie. Niektórzy respondenci uważali że publiczne ogłaszanie wakatów oraz prawidłową selekcję kandydatów za ważne, nie tylko dla ukazanie "nie-dyskryminującego wizerunku pracodawcy", ale także dla znalezienia jak najlepszej osoby na dane stanowisko. Jeden z rozmówców powiedział: "Naszym celem jest uzyskanie jak najlepszej osoby na dane stanowisko, a nie zatrudnienie przedstawiciela mniejszości etnicznej" (wywiad 40)
- Niektórzy respondenci stwierdzili, że sami migranci i mniejszości etniczne mogą przyczynić się do braku różnorodności ze względu na ich brak zdecydowania do pracy w mediach.

Szczególne utrudnienia dotyczące się zatrudnienia migrantów w mediach

- Nepotyzm i brak doświadczenia w kraju imigracji były postrzegane jako dodatkowe bariery przeszkadzające migrantom i mniejszościom etnicznym. Media w Holandii i Irlandii nadal były postrzegane przez respondentów jako trudne do sforsowania „twierdze białych”. Nowi ludzie, którzy zostali zatrudnieni przeważnie pochodzili z tych samych szkół i powielali istniejącą już siłę roboczą.
- Aspiracje migrantów do pracy w mediach były różnie postrzegane w różnych krajach. W Holandii, kraju o długich tradycjach imigracji, kariery w mediach nie były artykułowane jako popularne wśród młodych „niezachodnich” imigrantów. Medycyna, prawo, ekonomia i zarządzanie firmą były postrzegane jako oferujące większą stabilność i wyższy status. Te preferencje zawodowe mogły mieć podstawy w przeszłych doświadczeniach nabytych w kraju pochodzenia.
- Niektórzy rozmówcy uważali spowolnienie gospodarcze za poważne utrudnienie do uzyskania pracy w mediach. Respondenci we wszystkich krajach podkreślali "brak dostępnych miejsc pracy". Niski popyt na pracę i nadmierną podaż wysoko wykwalifikowanych pracowników, w połączeniu z „ogromną konkurencją”, stanowiły dodatkowe bariery w uzyskaniu pracy w mediach.
- Różnice kulturowe wydają się utrudniać migrantom drogę do pracy w mediach. Holenderski dziennikarz o pochodzeniu surinamsko-hinduskim określił noszenie chusty jako dodatkowe utrudnienie w uzyskaniu pracy w branży medialnej.

Raport Tematyczny MEDIVA 2011/03 – Praktyka rekrutacji i zatrudniania w mediach (ciąg dalszy)

Różnorodność społeczna wśród zatrudnionych w mediach: czy można mówić o dyskryminacji?

□ Wysoce istotną zależność stwierdzono pomiędzy krajem, w którym znajdowały się dane media i wdrażaniem polityki równouprawnienia. Żaden z respondentów w Grecji, Włoszech i Polsce nie potwierdził istnienia polityki równości w mediach dla których pracowali. Natomiast wszyscy badani w Wielkiej Brytanii, połowa osób w Holandii, i nieco ponad jedna czwarta w Irlandii zgłosili stosowanie polityki równości w swoich firmach. Kilku respondentów we Włoszech wspomniało, że zasady równości były implementowane na poziomie jednostki, odnosząc się do pisemnych dokumentów mających za zadanie pomóc dziennikarzom w ich pracy.

□ Większe dysproporcje w zatrudnieniu imigrantów zostały odnotowane w kontekście krajowym. Wszyscy respondenci w Wielkiej Brytanii i Holandii odnotowali zatrudnienie migrantów w mediach. Kilku ankietowanych w Irlandii podkreśliło brak różnorodności w irlandzkich mediach. Tylko czterech respondentów we Włoszech odnotowało rekrutację migrantów przez media, ale na bardzo małą skalę. Według próby przeprowadzonej na mediach środowisk migranckich, owe media znacznie bardziej polegały na pracy imigrantów z odpowiednimi umiejętnościami językowymi (albańskie gazety w Atenach; etniczne stacje radiowe w Polsce).

□ Dziennikarze-migranci byli bardziej skłonni do pracy jako wolni strzelcy (tzw. freelancerzy) lub na podstawie kontraktów krótkoterminowych we wszystkich przebadanych krajach. Należy zauważyć, że to nie musi oznaczać dyskryminacji, bowiem praca na umowę-zlecenie była znaną cechą zatrudnienia w radiu i telewizji. Jednak jeden włoski respondent określił warunki pracy migrantów jako niepewne.

□ Respondent publicznego nadawcy w Londynie mówił o segmentacji pracy w mediach i niezatrudnianiu migrantów w dziale wiadomości (migranci natomiast mieli większe szanse do zatrudnienia w archiwum). W mediach warunki zatrudnienia zależą od rodzaju wykonywanej pracy.

Wschodzące wyzwania

□ Europejskie kraje migracji posiadające tradycje wdrażania prawodawstwa w dziedzinie równości mogą dużo powiedzieć o praktykach rekrutacji. Firmy z bardziej rozbudowanymi praktykami rekrutacyjnymi były bardziej skłonne do anonsovania wakatów szukając „najlepszego pracownika”. Jednak skuteczność tego mechanizmu często zależała od wewnętrznej konkurencji.

□ Podczas gdy niniejszy raport jest świadom potencjalnych zagrożeń związanych z pomiarem różnorodności w zatrudnieniu migrantów, to mimo to postuluje że monitoring stanowi ważne narzędzie do pomiaru poprawy.

□ Raport argumentuje że skuteczne i innowacyjne programy o szerokim zasięgu mogą ułatwić osiągnięcie różnorodności w mediach poprzez ułatwienie zatrudnienia dla osób, które w przeciwnym razie mogłyby mieć bardzo mało kontaktów i ograniczoną wiedzę o kraju w którym mieszkają.

□ Nawet w kontekście strukturalnego wyzwania związanego z obecnymi zmianami gospodarczymi i "zastojem w zatrudnianiu", realizacja formalnych regulacji i monitorowania jest właściwym krokiem naprzód. Zewnętrzne naciski regulacyjne mają potencjał do zakwestionowania oporu wobec zmian w monokulturze cechującej branżę.

Więcej informacji jest dostępna na stronie:

<http://www.eui.eu/Projects/MEDIVA/Documents/Reports/reports/MEDIVAThematicReport201103>.

Raport Tematyczny MEDIVA 2011/04 – Szkolenie dotyczące się różnorodności w mediach

Praktyki szkoleniowe

Wyniki wywiadów sugerują, że tylko niewielka liczba pracowników mediów we wszystkich państwach członkowskich (z wyjątkiem Holandii i Wielkiej Brytanii) otrzymała formalne wykształcenie w zakresie różnorodności. Ponadto, istnieje zbyt mało możliwości i zachęt do takiego szkolenia oraz ogólny brak wytycznych i polityk. Nic więc dziwnego, że mechanizmów monitoringu i oceny jest za mało. To oznacza, że nawet w organizacjach, w których przeprowadzane są szkolenia, owe szkolenia rzadko kiedy poddawane są okresowym przeglądom lub poprawie.

Różne państwa członkowskie przyjęły różne postawy wobec szkolenia z zakresu różnorodności. Podczas gdy jedni dziennikarze popierali różne formy „doksztalcania” zawodowego, inni byli wrogo nastawieni do idei "szkolenia", uważając go za niepotrzebną ingerencję w swój "know how". Ci, którzy poparli szkolenia w kwestiach różnorodności nie byli przekonani co do ich skuteczności. Niektórzy z nich zasugerowali, że takie inicjatywy mają niewielkie szanse powodzenia bez zwiększenia różnorodności wśród pracowników mediów (choć większość z nich wyrażała się krytycznie o kontyngentach zatrudnienia).

Niektóre z naszych rekomendacji jak polepszyć sytuację:

- Instytucje medialne w każdym państwie członkowskim powinny ustanowić wspólne forum wymiany pomysłów i informacji o szkoleniach z zakresu różnorodności (np. w formie corocznych warsztatów i publikacji podręcznika dobrych praktyk).
- Wszystkie organizacje medialne (niezależnie od wielkości) powinny mieć osobę (lub wydział) odpowiedzialną za różnorodność, tak, żeby odpowiedzialność nie spoczywała wyłącznie na organach dziennikarskich oraz instytucjach edukacyjnych.
- Powinno się ustanowić strukturalne monitorowanie i mechanizmy zwrotne a zbiorowe fora powinny służyć dzieleniu się "najlepszymi praktykami"
- Instytucje medialne powinny zobowiązać się do usprawnienia rozwoju różnorodności np. zapisując te zobowiązania w statutach organizacyjnych.

Więcej informacji jest dostępna na stronie:

<http://www.eui.eu/Projects/MEDIVA/Documents/Reports/reports/MEDIVAThematicReport201104.pdf>

Wskaźniki MEDIVY

W świetle powyższych ustaleń zbudowaliśmy zestaw **Wskaźników Oceny Mediów**. Wskaźniki te mają na celu monitorowanie i ocenę potencjału mediów do odzwierciedlenia zróżnicowania społecznego związanego z migracją i promowania integracji migrantów.¹ Taki monitoring i ocena może mieć formę samooceny i samokontroli (przez zarządzających mediami), lub może przybrać formę zinstytucjonalizowanego mechanizmu monitorowania i oceny wykonywanej przez państwo, przez Rzecznika Praw Obywatelskich w mediach, lub przez stowarzyszenie zawodowe.

Nasze wskaźniki mają **charakter tak jakościowy jak i ilościowy**. Są one **zorganizowane według czterech głównych tematów i aspektów działalności mediów** zidentyfikowanych w bazie danych i w raportach tematycznych, w szczególności:

1. **Treść (co i jak jest przedstawiane w mediach)**
2. **Tworzenie wiadomości/programów (np. filtrowanie wiadomości)**
3. **Praktyki związane z zatrudnianiem (możliwości do zatrudniania mniejszości/migrantów, rozwoju osób zatrudnionych/szkolonych)**
4. **Szkolenia w mediach (raportowanie w sprawach migracji i zarządzania różnorodnością)**

Szczególne cechy Wskaźników Oceny Mediów MEDIVA

Po pierwsze, mają one **głównie charakter jakościowy** (skupiając się na różnych aspektach integracji, procedur i praktyk w mediach), choć wyrażone są w postaci ilościowej (jako ocena niska/średnia/wysoka w danej kwestii / temacie, podtemacie, która jest następnie zapisana w skali od 1 (niska) do 5 (wysoka)).

Po drugie, **nasze wskaźniki są przeznaczone dla mediów w różnych krajach, o różnych kulturach redakcyjnych, strukturach własnościowych, jak również o różnych tradycjach dziennikarstwa**. Wskaźniki te są napisane prostym językiem, dzięki czemu można je łatwo przetłumaczyć na język danego kraju. Wskaźniki wyposażone są w wyraźne instrukcje metodologiczne dotyczące się (a) oceny treści medialnych, która musi być wykonana przez badacza (b) wywiadów telefonicznych lub osobowych używanych do kompilacji odpowiedzi i wyników dla wskaźników 2, 3 i 4 (tworzenie wiadomości, zatrudnienie / rekrutacja, szkolenia).

Nasze wskaźniki są odpowiednie dla różnych rodzajów mediów (drukowane: gazety albo elektroniczne: telewizja, ale także internetowe serwisy informacyjne).

STUDIUM PILOTAŻOWE za pomocą WSKAŹNIKÓW MEDIVA

Wybór Mediów w każdym z krajów dla stadium pilotażowego

¹ Interpretujemy „promocję integracji migrantów przez media” w sposób rygorystyczny: promowanie uczciwej i polifonicznej reprezentacji migrantów w mediach, zaangażowanie imigrantów, dziennikarzy itp. To znaczy, że rozkładamy to znaczenie w sposób, który przyczyni się do promowania integracji społecznej i postrzegamy to jako pośredni zakres etyki w mediach.

Wybór nie ma na celu oceny krajowych mediów, ale raczej oszacowanie tego, jak media o różnych nastawieniach ideologicznych radzą sobie z kwestiami migracji i promowaniem integracji migrantów. Wybór ma obejmować szeroki zakres mediów, jednak bez przypisania jakiegokolwiek ogólnej oceny mediom w danym kraju. W dodatku nasz wybór ma na celu zapewnienie odpowiedniego materiału do międzynarodowych porównań ilościowych i jakościowych.

Media studium pilotażowego (w sześciu krajach: GR, IRL, IT, NL, PL, UK)

1. Gazeta narodowa

2. Gazeta narodowa (jeśli takowa istnieje, wybierz drugą gazetę o innym nastawieniu ideologicznym (lewicowa lub prawicowa), lub innego rodzaju (o wysokiej jakości vs. sensacyjna)).

3. Gazeta nieodpłatna – (jeśli takowa istnieje, wybierz lokalną gazetę vs. darmową gazetę wielkich miast typu City Press, Metro etc.)

4. Gazeta miejscowa – (zobacz instrukcje powyżej)

5. Wiadomości telewizyjne – wiadomości główne (w zależności od kraju: wiadomości o 20, 21 lub 18)

6. Wiadomości telewizyjne – (drugi kanał telewizyjny, o innej ideologicznej orientacji lub będący własnością kogoś innego (publiczny vs. prywatny kanał) lub o różnym charakterze (jakość vs. sensacyjność)

7. Aktualności na stronie internetowej - (strona nie powinna być częścią drukowanej gazety i jest powszechnie czytana)

W każdym kraju wybieramy **nie mniej niż 5 środków medialnych**

Jak obliczyć punkty dla każdego wskaźnika:

Zaznaczamy odpowiedzi na pytania podrzędne oceniając w ten sposób konkretne pytania. Następnie obliczamy całkowity wynik dla każdego wskaźnika.

Dajemy krótkie wyjaśnienie (5-10 linii, lub tyle ile jest konieczne, jeśli bardziej szczegółowe wyjaśnienia są potrzebne) na podstawie wskaźnika tycaącego się wyniku (np. jeśli odpowiedź mówi, że nie ma szkolenia różnorodności, ale jest do niej dodane wyjaśnienie że kiedyś było i zostało odwołane z powodu braku funduszy, lub że będzie wprowadzone w przyszłości – musimy to wszystko wziąć pod uwagę zatwierdzając wyniki).

Wywiady z odpowiedzialnymi dyrektorami informacyjnymi cytujemy w języku w, którym wywiady zostały przeprowadzone. Utrzymujemy rejestr kodowania treści mediów.

Suma punktów dla każdego wskaźnika jest średnią punktacji podrzędnych wskaźników

Średnia ocena i rozproszenie wskaźników cząstkowych: Jeśli istnieją ogromne dysproporcje w wynikach niektórych wskaźników cząstkowych, które się wyrównują i czynią wynik ostateczny neutralnym lub wypośrodkowanym, (3) (a jednocześnie ten sam wskaźnik ma dużo niskich (1) i dużo wysokich ocen (5), musimy ponownie sprawdzić nasze oceny i wyjaśnić te sprzeczności w końcowej notce tycaającej się wyniku całkowitego danego wskaźnika.

Format prezentacji rezultatów:

Wyniki prezentowane są dla każdego źródła mediów badanych oddzielnie.

Wyniki prezentowane są w ARKUSZU OCENY MEDIÓW dla każdego środka przekazu (gazeta, kanał telewizyjny, strona internetowa). Nadajemy wynik dla każdego wskaźnika, a następnie krótko

wyjaśniamy, dlaczego przyznaliśmy taką ocenę (w stosunku do podrzędnych pytań zawartych w każdym wskaźniku i / lub innych jakościowych spostrzeżeń, które zanotowaliśmy podczas wypełniania naszych kwestionariuszy dla wskaźników).

W pierwszej kolejności przedstawiamy wyniki dla wskaźnika 2, potem 3 i 4. Wyniki wskaźnika 1 zostaną przedstawione na koniec, tak, aby skontekstualizować, że to, co zrobiliśmy jest orientacyjną oceną zawartości / próbką tego konkretnego badania pilotażowego a nie wynikiem długoterminowego badania kompleksowego.

Innymi słowy kładziemy nacisk na to, **co jest zrobione i co należy zrobić** aby promować tworzenie wiadomości, zatrudnienie / praktyki rekrutacji i kształcenia, które odzwierciedlą różnorodność i promowanie integracji migrantów, **a nie tylko samodzielne** zbadanie, w jaki sposób dany środek przekazu przedstawia migrantów i zagadnienia związane z migracją.

Kontekstualizacja oceny: do jednostronnych profili powinno się dołączyć:

- Link do oceny MIPEX dla danego kraju (stąd ogólne perspektywy integracji migrantów w tym kraju), gdzie znajduje się określony środek przekazu.
- Dłuższy, kilkustronicowy dokument przygotowany w oparciu o bardziej szczegółowe wypełnione kwestionariusze, z wyjaśnieniem tego, w jaki sposób dokonaliśmy oceny.

Uwaga! W części dotyczącej się produkcji wiadomości i świadczeń specjalistów i oprogramowania, bierzemy pod uwagę rozmiar danego środka przekazu (np. różnice pomiędzy nadawcą publicznym zatrudniającym 100 dziennikarzy oraz stroną internetową zarządzaną przez trzech redaktorów) w ocenie istniejących przepisów w odniesieniu do wyspecjalizowanych programów i dziennikarzy.

Wyniki dla wszystkich wskaźników

Bardzo wysoki / bardzo pozytywny = 5

wysoki / pozytywny = 4

średni / neutralny = 3

niski / negatywny = 2

bardzo niski / bardzo negatywny = 1

STUDIUM PILOTAŻOWE TREŚCI MEDIÓW

Metodologia pobierania próbek do badania pilotażowego dotyczącego się przedstawiania migrantów w wiadomościach (wskaźnik 1, patrz poniżej)

Okres pobierania próbek: 3 miesiące, ostatni tydzień każdego miesiąca, 7-dniowa przerwa, rozpoczynająca się w środę i kończąca się we wtorek

Wybrane terminy:

- 23-29 listopada 2011
[pominęliśmy grudzień z powodu świąt Bożego Narodzenia, oraz "stronniczość" relacji wydarzeń w tym okresie]
- 25-31 stycznia 2012
- 7-28 lutego 2012
[wybraliśmy trzy tygodnie, aby powiększyć i wznowić naszą próbkę]

Jednostka analizy:

Ocena treści medialnych jako jednostki analizy:

- Poszczególne artykuły / raporty / wiadomości z PEŁNYCH gazet
- Główne wieczorne wiadomości nadawane w czasie największej oglądalności (analizujemy PEŁNE wieczorne wiadomości)

Analizujemy pełny tekst lub pełny audiowizualny plik wyświetlany na ekranie (nie ograniczamy się tylko do nagłówków).

Liczymy ile pozycji związanych z tym co nas interesuje znajduje się w gazecie podczas okresu kodowania oraz ile z tych pozycji dotyczy migracji lub odnosi się do migrantów (np. w sumie 790 podczas analizowanego tygodnia w listopadzie – z tych, 35 pozycji na temat migracji i migrantów).

WSKAŹNIK 1 – TREŚĆ PRZEKAZU

1.1 Pozytywne (5) vs. negatywne (1) przedstawienie obywateli państw trzecich w wiadomościach

Ilościowa ocena (proporcja pozytywna / negatywna we wszystkich wiadomościach, a szczególnie wiadomościach dotyczących imigrantów.) Pierwsza strona, przedmioty wiadomości, w gazetach czy na stronie internetowej/ główne pozycje z wieczornych wiadomości telewizyjnych / główne pozycje wiadomości porannych w radiu pierwszego tygodnia każdego miesiąca przez 3 miesiące.

Wysoka = bardziej pozytywna niż wobec populacji rdzennej

Średnia = na równi z populacją rdzenną

Niska = bardziej negatywna niż wobec populacji rdzennej

Wytyczne w zakresie oceny pozytywnej vs negatywnej:

Co należy uznać za ocenę negatywną?

- przypisanie negatywnych cech lub atrybutów dla imigrantów, poprzez etykietowanie, użycia przymiotników kwalifikacyjnych, w tym negatywnych stereotypów, które definiują imigrantów jako innych i / lub gorszych
- Łączenie myślowe imigrantów z określonymi negatywnymi tematami, np. problemami, nielegalnością, zagrożeniami
- Wyjaśnienia podane dla określonej pozycji lub czynów imigrantów, które obwiniają imigrantów bez zrozumienia kontekstu i przyczyn
- Ramy konfliktu i opozycji (skonsultuj literaturę)
- Konkretnie negatywne dyskursy, np. dotyczące się opresji kobiet muzułmańskich

Co należy uznać za ocenę pozytywną?

- Przypisywanie pozytywnych cech lub atrybutów, nacisk na równość lub pozytywne różnice
- Łączenie myślowe migrantów z pozytywnymi tematami, np. dialogiem, wkładem w społeczeństwo, debatą publiczną
- Wyjaśnienia koncentrujące się na strukturalnych przyczynach i okolicznościach, a nie cechach samych imigrantów
- Ramy harmonii, emancypacja, solidarność
- Konkretnie pozytywne dyskursy: np. przeciwko dyskryminacji i rasizmowi, pozytywny wizerunek / podejście do islamu

Filtry równoważące ocenę:

- Policz negatywne i pozytywne cechy podmiotów w obrębie każdej wiadomości i oceń, czy całościowa reprezentacja emigrantów ma bardziej negatywny, pozytywny czy neutralny ton. Jeśli nagłówek lub początek są negatywne / pozytywne należy im przyznać dodatkową wagę (nawet, jeśli nie jest ona reprezentatywna dla całego artykułu)
- Wskaźnik 1.1 składa się ze średniego wyniku wszystkich istotnych zakodowanych wiadomości.

1.2 Aktywna (5) vs. pasywna (1) reprezentacja obywateli państw trzecich w wiadomościach

Ilościowa ocena (aktywny / pasywny procent w wiadomości na temat migrantów)

Aktywna: imigranci postępują dobrze (bardzo pozytywna)
Pasywna: inni postępują źle lub dobrze w stosunku do imigrantów (średnia)
Aktywna: imigranci postępują źle (bardzo negatywna)

1.3 Poglądy lub wątpliwości imigrantów przedstawiane w głównym nurcie wiadomości / zagadnień

(procent wśród wszystkich wiadomości dotyczących się migrantów)

Wysoki: powyżej % migrantów w całej populacji

Średni: w przybliżeniu równa % migrantów w całej populacji

Niski: poniżej % migrantów w całej populacji

1. 4 Poglądy lub wątpliwości imigrantów przedstawiane w wiadomościach / zagadnieniach poświęconych imigrantom

(procent wśród wszystkich wiadomości poświęconych migrantom gdzie migranci są przedstawiani)

Wysoki: 51%-100%

Średni: 31%-50%

Niski: 0%-30%

Wytyczne w jaki sposób punktować wskaźniki i podawać informacje w kwestionariuszu:

Wskaźniki 2-4 powinny być wypełnione przez badaczy na podstawie dostarczonego szablonu ankiety (z wytycznymi dotyczącymi się tego co zapisywać) wywiadu osobistego lub telefonicznego z osobami odpowiedzialnymi za dany środek przekazu. Wskaźniki 2-4 nie powinny być wypełnione poprzez przesłanie kwestionariusza dziennikarzom lub dyrektorom mediów drogą e-mailową.

Niektóre wskaźniki są pomijane w krajach gdzie migranci stanowią mniej niż 4% w całości populacji. Powinny być zapisane kolorem czerwonym.

Oceniając środek masowego przekazu badacz musi dać jedną z trzech ocen i powinien zanotować w 5-20 linijkach (w zależności od bogactwa istotnych informacji), dlaczego przyznał akurat taki wynik. Innymi słowy, dla celów weryfikacji wyników, powinien być zapis istotnych informacji na temat przyjętych praktyk lub tych, które nigdy nie istniały w odniesieniu do każdego wskaźnika cząstkowego. Wszelkie inne istotne komentarze (dziennikarzy / dyrektorów mediów lub innych pracowników) także powinny być krótko zapisane. W razie potrzeby badacze mogą odnosić się do odpowiednich dokumentów, stron internetowych i innych materiałów pomocniczych które nie zostały umieszczone w kwestionariuszu. Jednakże w takich wypadkach badacze powinni je krótko wyjaśnić w kwestionariuszu.

Wyniki

Wysoki = 5

Średni = 3

Niski = 1

WSKAŹNIK 2 – produkcja wiadomości / programów

2.1 Istnienie wyspecjalizowanych sekcji / wiadomości dotyczących się krajów pochodzenia migrantów (raz w tygodniu) - **może być używany wyłącznie do oceny mediów w krajach, gdzie imigranci stanowią ponad 4% ludności**

Wysoki: cotygodniowo
Średni: od czasu do czasu
Niski: nigdy

WYJAŚNIENIE punktacji:

2.2 Jeśli są takie programy w radiu i telewizji lub sekcjach gazet, są nadawane w porze największej oglądalności lub zamieszczane na najbardziej widocznych stronach gazet / na stronach internetowych- **może być używany wyłącznie do oceny mediów w krajach, gdzie imigranci stanowią ponad 4% ludności**

Wysoki: pora największej oglądalności
Średni: poza porą największej oglądalności
Niski: w nocy, w bardzo niedogodnych porach

WYJAŚNIENIE punktacji:

2.3 Istnienie programów (radio / TV / aktualności na stronach internetowych) w językach głównych grup imigrantów w danym kraju (raz w tygodniu)

Wysoki: tak
Średni: sporadycznie, ale rzadziej niż raz w tygodniu
Niski: nigdy

WYJAŚNIENIE punktacji:

2.4 Istnienie dziennikarzy specjalizujących się w kwestiach migrantów i w różnorodności społecznej.

Wysokie: tak
Średnie: wolni strzelcy (freelancerzy)
Niskie: nigdy

WYJAŚNIENIE punktacji:

2.5 Filtrowanie wiadomości migracyjnych

2.5.1 Źródła wiadomości i weryfikacja informacji (sprawdzanie faktów)

Wysokie: szukanie informacji w źródłach reprezentujących większość społeczeństwa jak również tych reprezentujących migrantów

Średnie: szukanie informacji w wielu źródłach (niekoniecznie włączając w to migrantów).

Niskie: krajowa agencja prasowa

WYJAŚNIENIE punktacji:

2.5.2 Kto wybiera jakie wiadomości związane z migracją warto opublikować?

Wysokie: autor

Średnie:

Niskie: redaktor naczelny / kierownik jednostki

WYJAŚNIENIE punktacji:

2.5.3 Czy gazeta lub strona internetowa pozwala komentować teksty przez czytelników? Jeśli tak to, czy istnieje możliwość edytowania rasistowskiego języka?

Wysokie: tak

Średnie: tak, gdy ktoś zauważy taką potrzebę

Niskie: nie, ze względu na wolność słowa

WYJAŚNIENIE punktacji:

2.5.4 Przyjęcie etycznych zasad sprawozdawczości w odniesieniu do grup szczególnie narażonych, a w szczególności w odniesieniu do imigrantów i mniejszości

Wysokie: tak

Średni: nieformalne wytyczne dotyczące się sprawozdań, ale bez jasnego zobowiązania firmy

Niskie: nie

WYJAŚNIENIE punktacji:

WSKAŹNIK 3: REKRUTACJA DO PRACY W MEDIACH I PRAKTYKI PRACOWNICZE

3.1 Zastosowanie środków, które mają na celu zapewnienie, że pracownicy firmy odzwierciedlają skład etniczny społeczeństwa migrantów

Wysoki: Tak, co najmniej jeden taki środek został zastosowany

Średni: ograniczona świadomość, ale brak konsekwentnej realizacji

Niski: brak świadomości i zastosowania środków

WYJAŚNIENIE punktacji:

3.2 Dyskryminacja obywateli państw trzecich przy doborze profesjonalistów do pracy w mediach

3.2.1 Istnienie środków zapobiegających dyskryminacji podczas rekrutacji w poszczególnych mediach

Wysoki: tak, przynajmniej jeden taki środek został zastosowany

Średni: ograniczona świadomość, ale brak konsekwentnej realizacji zasad przeciwdziałania dyskryminacji

Niski: brak świadomości / żaden środek nie został zastosowany

WYJAŚNIENIE punktacji:

3.3 Istnienie programów pomocowych, które obejmują doradztwo lub wsparcie osób ze środowisk imigranckich - może być używany wyłącznie do oceny mediów w krajach, gdzie imigranci stanowią ponad 4% ludności

Wysoki: tak, systematycznie

Średni: tak, czasami

Niski: nie, nigdy

WYJAŚNIENIE punktacji:

3.3.1 Monitoring / ocena realizacji takich programów przez firmę

Wysoki: tak, firma sprawdza czy te systemy wspomagają rekrutację i produkcję danych

Średni: pojedyncze próby ewaluacji/monitoringu, ale tylko od czasu do czasu/brak danych

Niski: ani bieżące ani pojedyncze monitorowanie / brak danych

WYJAŚNIENIE punktacji:

3.4 Istnienie specjalnych działów różnorodności w mediach - może być używany wyłącznie do oceny mediów w krajach, gdzie imigranci stanowią ponad 4% ludności

Wysokie: tak

Średnie: nie wydział, ale osoba odpowiedzialna

Niskie: nie, nigdy

WYJAŚNIENIE punktacji:

WSKAŹNIK 4 – PRAKTYKA SZKOLEŃ W MEDIACH

4.1 Istnienie możliwości szkolenia specjalnie dostosowanego do potrzeb migrantów pracujących w mediach

Wysokie: tak, systematycznie
Średnie: tak, od czasu do czasu
Niskie: nie, nigdy

WYJAŚNIENIE punktacji:

4.2. a) Istnieją kursy mające na celu podnoszenie świadomości pracowników mediów w kwestii różnorodność i jej raportowania

Wysoki: tak, generalnie
Średni: sugerowane, ale niewymagane
Niski: nie

WYJAŚNIENIE punktacji:

4.2. b) Istnienie obowiązku uczestniczenia w takich kursach

Wysoki: tak, generalnie
Średni: sugerowany, ale niewymagany
Niski: nie

WYJAŚNIENIE punktacji:

4.3. Udział imigrantów lub przedstawicieli mniejszości/ ekspertów w dziedzinie projektowania i / lub wdrożenia szkolenia dotyczącego się różnorodności

Wysoki: tak, systematyczny
Średni: od czasu do czasu
Niski: nie, nigdy

WYJAŚNIENIE punktacji:

4.4. Systemy monitoringu i raportowania systemów szkoleń różnorodności kulturowo-etnicznej

Wysoki: tak, systematycznie
Średni: od czasu do czasu
Niski: nie, nigdy

WYJAŚNIENIE punktacji:

4.5. Cele polityki różnorodności zawarte w zasadach szkolenia zasobów ludzkich na wszystkich poziomach pracowników

Wysoki: Różnorodność jest celem w stosunku do wszystkich pracowników i na wszystkich poziomach

Średni: Różnorodność jest celem, ale tylko w odniesieniu do niektórych grup pracowników / nie koniecznie zakłada szkolenia w zakresie różnorodności

Niski: nie istnieje

WYJAŚNIENIE punktacji:

