

SIERPIEŃ 2021

JAK PISAĆ I MÓWIĆ O UCHODŹCACH

PORADNIK DLA DZIENNIKARZY I
DZIENNIKAREK

INSTYTUT ZAMENHOFA

AUTORZY: MATEUSZ ADAMCZYK, SYLWIA CZUBKOWSKA

SPIS TREŚCI

JAK PISAĆ I MÓWIĆ O UCHODŹCACH –
poradnik Instytutu Zamenhofa

Autorzy:

Mateusz Adamczyk, doktorant na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego. Autor książki „Płeć w polszczyźnie”. Członek Zespołu Retoryki i Komunikacji Publicznej Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN

Sylwia Czubkowska, Instytut Zamenhofa, redaktorka prowadząca Spider'sWeb+

Współpraca:

Paweł Prus, Instytut Zamenhofa

Redakcja:

Sylwia Czubkowska

Zdjęcia:

Adam Tuchliński

www.tuchlinskistudio.com

Wydawca:

Instytut Zamenhofa
www.zamenhof.pl
biuro@zamenhof.pl

Wydanie I, Warszawa, sierpień 2021.

2 KLUCZOWE WNIOSKI I REKOMENDACJE

4 CEL PORADNIKA

5 WPROWADZENIE

- Inne kodeksy i regulacje
- Uchodźcy w polszczyźnie

9 PORADNIK JĘZYKOWY

- Metafory wodne
- Metafory wojenne
- Case studies
- Słownik podstawowych pojęć

14 ZASADY OCHRONY WIZERUNKU UCHODŹCÓW

17 PRZYDATNE LINKI I BIBLIOGRAFIA

KLUCZOWE WNIOSKI I REKOMENDACJE

1. Zadbaj o właściwe słownictwo

Tematyka uchodźcza jest delikatna i dotyczy drugiego człowieka w ekstremalnie trudnej sytuacji życiowej. Nie staraj się udramatyzować przekazu używając niepotrzebnych metafor. Takie, dehumanizujące zwroty jak "fala uchodźców", "szturm imigrantów" czy "nielegalny uchodźca" powinny na zawsze zniknąć ze słownika dziennikarzy.

2. Chroń wizerunek

Zawsze staraj się upewnić czy osoby, które filmujesz lub fotografujesz nie będą tym skrzywdzone. W miarę możliwości pytaj o zgodę fotografowanej osoby. Pamiętaj o konsekwencjach: upublicznienie twarzy osób, które uciekają przed przemocą ze swojego kraju, może oznaczać poważne niebezpieczeństwo dla tych, którzy będą zmuszeni tam powrócić oraz dla ich rodzin, które zostały na miejscu.

3. Zapanuj nad swoimi emocjami

Postaraj się nie angażować po żadnej ze stron. Uchodźcy nie potrzebują Twojego współczucia, więcej dobrego zrobisz rzetelnie informując o ich sytuacji, weryfikując źródła oficjalne, sięgając do potwierdzonych danych. Gdy Twoi odbiorcy wyczują fałsz w Twoich materiałach, przestaną wierzyć w to, co im pokazujesz lub opisujesz. Dziennikarz nie jest aktywistą.

4. Obserwuj innych. Korzystaj z cudzych doświadczeń.

To z czym mierzą się dziś polscy dziennikarze i dziennikarki, ich koledzy z Grecji, Włoch czy Hiszpanii przerobili już kilka lat temu. W tych krajach też środowisko dziennikarskie zastanawiało się jak pokazywać i pisać o uchodźcach w sposób humanitarny i rzetelny. Przeczytaj zasady zebrane w Karcie Rzymskiej i Kodeksie Idomeni. Posprawdzaj stylebooki znanych na świecie mediów.

5. Starannie weryfikuj źródła

Politycy są gotowi zrobić wszystko aby ukryć swoją niekompetencję, więc nie wierz we wszystko co usłyszysz. To samo dotyczy się relacji uchodźców - oni walczą o swoje życie i ich historie nie muszą być prawdziwe. Trzymaj się faktów. Szukaj sprawdzonych, merytorycznych źródeł.

6. Zadbaj o standardy w swojej redakcji

Nie pozwól aby redaktor zmienił Ci tytuł lub lead na bardziej "chwytliwy". Dyskutuj z koleżankami i kolegami z redakcji na temat języka, którego używacie pisząc o uchodźcach. Reaguj, gdy ktoś używa złego, dehumanizującego języka. Nie krytykuj, ale staraj się przekonywać do stosowania dobrych zasad.

FOT. ADAM TUCHLIŃSKI DLA TYGODNIKA POLITYKA



CEL PORADNIKA

Zdajemy sobie sprawę z tego, że wraz z codziennymi wyzwaniami i często nadmiarem obowiązków związanych z bieżącą pracą, zdarza się nam - dziennikarzom i dziennikarkom operować skrótami myślowymi i kalkami językowymi - szczególnie przy konstruowaniu tytułów i leadów w tekstach.

Co więcej, choć często robimy to w dobrej wierze - by lepiej uzmysłowić czytelnikom czy odbiorcom skalę zjawiska - używamy celowo hiperboli. Jednak są tematy, gdzie kluczowe jest trzymanie się - czasem wręcz słownikowych i prawniczych znaczeń i określonej terminologii. Kwestie związane z relacjonowaniem wydarzeń dotyczących uchodźców są jednym z najbardziej wrażliwych tematów.

Wiemy, że to tematyka specjalistyczna, którą do tej pory zajmowała się zaledwie garstka dziennikarzy/ek śledzących na co dzień problematykę migracyjną. Jednak obecna sytuacja spowodowała, że stała się ona masowo poruszana - w mediach, ale i w mediach społecznościowych. By pomóc w sprawnym poruszaniu się w tej tematyce, zespół Instytutu Zamenhofa wraz z ekspertami przygotował publikację dotyczącą etycznego i przejrzystego informowania o uchodźcach.

Obok pogłębionej analizy prezentujemy także krótki poradnik - idealny by wydrukować go i powiesić w redakcji/biurze/domu - tak by autorzy, redaktorzy i wydawcy mieli pod ręką wykaz dobrych praktyk. Namawiamy również redakcje do tworzenia własnych stylebooków dostosowanych do wewnętrznych potrzeb i różnych sposobów opowiadania o świecie.

W kolejnych publikacjach zajmiemy się językiem związanym z mniejszościami seksualnymi, feminitywami, pisaniem o kwestiach związanych z tożsamością seksualną oraz wyznaniach.

WPROWADZENIE

Język służy nam nie tylko do opisu świata – jest także narzędziem jego poznania. Organizuje nasze myślenie, wpływa na postawy i zachowania oraz pełni funkcję społecznego rezerwuaru tradycji i systemu wartości. Pozwala nam „oswajać” rzeczywistość.

Język ma także moc sprawczą. Za jego pomocą możemy łączyć i dzielić, budować i niszczyć. To, jak o czymś opowiemy, ma wpływ na indywidualne i społeczne postrzeganie rzeczywistości. Korzystanie z tej mocy staje się coraz trudniejsze w świecie, w którym zanika odpowiedzialność za słowo, a pogoń za sensacją często przysłania to, co naprawdę istotne. Niewrażliwość na język staje się niewrażliwością na drugiego człowieka. Na dyskryminację szczególnie narażone są grupy mniejszościowe – w tym także uchodźcy.

INNE KODEKSY I REGULACJE

Z problemem, jak pisać o uchodźcach i kryzysie migracyjnym, dziennikarze/rki europejscy mierzą się od blisko dwóch dekad. Szczególnie było to widoczne w latach 2014-2016 kiedy to na niespotykaną wcześniej skalę, dziesiątki tysięcy migrantów i uchodźców próbowało dostać się do Europy, ryzykując swoje życie i zdrowie. Wielu z nich nie dotarło na miejsce, ponosząc śmierć np. w wyniku utonięcia. Inni na długie miesiące trafili do przepełnionych obozów dla uchodźców na południu Europy. To tematy, z którymi w tamtym czasie musiały zmierzyć się media i które wymagały szczególnej wrażliwości i staranności warsztatowej ze strony dziennikarzy/rek i wydawców/wydawczyń.

Na tle tych wydarzeń doszło do licznych dyskusji publicznych na temat roli mediów w pokazywaniu migracji i sposobów ujęcia tego tematu. Efektem tych dyskusji były pierwsze kodeksy właściwego, etycznego postępowania i relacjonowania tematu migracji. Najważniejsze z nich, stanowiące dziś punkt wyjścia do licznych liczących mediów w Europie to Karta Rzymska i Kodeks Idomeni.

Karta Rzymska ("Charter of Rome")

Wypracowana przez włoskie organizacje i środowiska w celu używania poprawnego słownictwa, trzymania się faktów, unikania rozpowszechniania niesprawdzonych, zniekształcających rzeczywistość informacji oraz poszanowania praw osób o których mowa: w szczególności zapewnienia im anonimowości, gdy są częścią przekazu medialnego.

[Całą treść Karty Rzymskiej przeczytasz TUTAJ](#)

Kodeks Idomeni ("The Idomeni Charter")

Został opracowany w 2016 roku z inicjatywy stowarzyszenia greckich dziennikarzy/rek [1]. Swoją nazwę wziął od miejscowości Idomeni, leżącej na macedońsko-greckiej granicy, w której przez wiele miesięcy funkcjonował jeden z największych obozów dla uchodźców próbujących dostać się do Europy tzw. drogą bałkańską. Kodeks ten zawiera 11 rekomendacji dla dziennikarzy/rek, mówiących o tym, jak uniknąć stygmatyzacji migrujących osób, w jaki sposób fotografować i filmować uchodźców bez szkody dla nich oraz jak rozmawiać z uchodźcami, w tym z osobami niepełnoletnimi.

[Całą treść Kodeksu Idomeni przeczytasz TUTAJ](#)



[1] <https://ifex.org/greek-journalists-draft-ethics-code-to-fight-racist-coverage-of-refugees/>

Od kilku lat także największe światowe organizacje medialne przygotowują specjalne wytyczne i zalecenia dla swoich dziennikarzy/rek dotyczące kwestii migracji, uchodźców i osób, które ubiegają się o azyl. **Takie szczegółowe zalecenia przygotowała przede wszystkim Associated Press.** Pozostałe organizacje, takie jak BBC, czy EBU (European Broadcasting Union – organizacja parasolowa, do której należą europejskie media publiczne, w tym TVP), poruszają ten temat przy okazji szczegółowych zaleceń i wskazówek dla dziennikarzy/rek.

Associated Press

Jedną z pierwszych i najważniejszych organizacji, która bezpośrednio przywołała temat migracji w swoich zaleceniach jest Associated Press, która już w 2013 roku w redakcyjnym stylebooku zakazała pisania o „nielegalnych migrantach”. Na łamach bloga agencji wiceprezes Kathleen Carroll wyjaśniała, że określenie „nielegalna” powinno dotyczyć tylko czynności, a nie osoby. **Nielegalna może być więc migracja, albo przebywanie na terenie innego kraju, ale sam migrant nie może być nielegalny.** [2]

Zmiana w zaleceniach AP jest o tyle istotna, że stylebook agencji, który wychodzi nieprzerwanie od 1953 roku, jest wzorcem zasad pisowni, stylu, interpunkcji w Stanach Zjednoczonych nie tylko dla dziennikarzy/rek, ale także dla całego świata biznesu oraz organizacji międzynarodowych, rządowych i pozarządowych. [3]

BBC

Brytyjski nadawca publiczny uznawany za światowy wzorzec etycznego dziennikarstwa w swoich systematycznie aktualizowanych wytycznych nie ma bezpośrednich odniesień do tematu migracji. Jest za to skrótowo omówiona w stylistycznym przewodniku BBC pod hasłem „migrant” [4]. Według BBC takie określenia należy używać wobec osób, które „są w trakcie przemieszczenia się i nie zakończyły procesu starania się o azyl”. Stacja podkreśla, że terminu należy używać nie tylko wobec osób, które uciekają z krajów objętych wojną i które prawdopodobnie uzyskają azyl, ale także wobec osób, które migrują z przyczyn ekonomicznych.

Europejska Unia Nadawców

Europejska Unia Nadawców (EBU) mimo że wypracowała obszerny zbiór zaleceń etycznych, nie posiada odrębnych wytycznych dotyczących migracji. W 2019 roku Unia razem z unijną Agencją Praw Podstawowych przygotowała cykl wykładów, warsztatów i narzędzi dla dziennikarzy/rek EBU, którzy zajmują się tematem migracji. Celem EBU jest “etyczne informowanie o tematyce migracji, umożliwiające potraktowanie bohaterów historii w sposób wyważony, z zachowaniem przez nich godności. Kolejne ważne elementy to wyważony ton, precyzja i humanitaryzm, przy zachowaniu bezstronnego, kontekstowego charakteru materiałów”.

[2] <https://blog.ap.org/announcements/illegal-immigrant-no-more>

[3] https://www.afp.com/communication/chartes/12_april_2016_afp_ethic_final.pdf

[4] <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance>

W polskich mediach wciąż brakuje podobnych stylebooków czy choćby wspólnie uznawanych i stosowanych zasad. Ten pierwszy poradnik przygotowany przez Instytut Zamenhofsia wspierający używanie poprawnego, równościowego i co ważne zgodnego z prawem języka dla mediów jest próbą wypracowania mechanizmów samoregulacji dla całego środowiska medialnego, ale także dla innych branż związanych z informacjami PR, marketingu i przede wszystkim polityków.

UCHODŹCY W POLSZCZYŹNIE

Jak pokazują badania, językowy obraz uchodźców we współczesnej polszczyźnie budowany jest przede wszystkim na uprzedzeniach i dyskryminacji. Analizy wypowiedzi na forach internetowych [5] pokazały, że znaczenie wyrazu „uchodźca” uległo degradacji, a do cech, które przypisuje się uchodźcom, należą m.in. obcość, agresywność, nieobliczalność, wyrachowanie, niskie wykształcenie i ubóstwo. **Nierzadko także mamy do czynienia z agresją językową (tzw. mową nienawiści), która wzmacnia negatywny stosunek do uchodźców w języku i rzeczywistości pozajęzykowej.**

Przeprowadzone w 2015 i 2016 roku badanie postawy wobec imigrantów i uchodźców przez Centrum Badań nad Uprzedzeniami pokazało, że „stopień akceptacji imigrantów w ciągu roku obniżył się” [6] – także za sprawą otaczającego nas języka.

Dlatego tak ważne jest, aby **w tekstach informacyjnych posługiwać się językiem, który nie będzie wzmacniał negatywnych stereotypów.** Mamy nadzieję, że ten krótki poradnik w tym pomoże.

“

„Jako uchodźca masz ograniczony wybór – możesz być albo ofiarą, albo zagrożeniem. A ja jestem sobą”. [7]

- FERAS DABOUL, SYRYJCZYK

[5] K. Kucharska: *Leksem uchodźca w polszczyźnie*. Warszawa 2016 [komputeropis].

[6] M. Bieńkowski, A. Świdorska: *Postawy wobec imigrantów i uchodźców: Panel Badań Społecznych CBU*. Warszawa 2017, s. 13.

[7] <https://oko.press/syryjczyk-w-polsce-teraz-tu-jest-moj-dom-nie-pozwole-sobie-tego-odebrac/>

PORADNIK JĘZYKOWY

Choć metafora kojarzy nam się przede wszystkim z figurą stylistyczną, poetyckim ozdobnikiem, to jej funkcja w tekstach nieartystycznych często sprowadza się do obrazowego – a więc łatwiejszego do przyswojenia – przedstawienia jakiegoś zjawiska. Nazywamy ją wtedy **metaforą pojęciową**. Jest ona nie tylko sposobem mówienia o zjawiskach, lecz także „**sposobem ich rozumienia, myślenia o nich**. Metafory w tym ujęciu (...) **stanowią system organizujący nasze doświadczanie świata, służący rozumieniu rzeczywistości**. Są składnikami językowego obrazu świata, **stanowią o systemie wartości i przekonaniach o świecie użytkowników języka**”[8].

Warto także pamiętać, że rzeczywistość przedstawiona za pomocą metafory jest zawsze uproszczona. Cecha ta w połączeniu ze wspomnianą wcześniej obrazowością oraz faktem, że treści zawartej w przerośni nie można zanegować, powoduje, że „przerośnia jest doskonałym tworzywem wypowiedzi perswazyjnych”. Dlatego ważne jest, aby pojęcia zestawiać ze sobą ostrożnie.

W przypadku mówienia o uchodźcach najczęściej pojawiają się dwa rodzaje metafor pojęciowych: tzw. metafory wodne oraz metafory wojenne/militarne.

Metafory wodne

Zalew, fala uchodźców – takie sformułowania dehumanizują uchodźców i odsyłają do skojarzeń z ekstremalnymi zjawiskami naturalnymi oraz klęską żywiołową. Powodują, że uchodźcy odbierani są jako zagrożenie, przed którym należy się bronić. Choć metafory wodne używane są także do opisu innych grup ludzi (mówimy i piszemy przecież o *zalewie* czy *fali turystów*), to w przypadku mniejszości narażonych na dyskryminację należy zachować szczególną ostrożność. Tego typu zabiegi językowe mogą wzmacniać negatywne konotacje.

W większości przypadków trudno o zastąpienie metafory innym sformułowaniem – należy więc z niej zrezygnować. Zamiast słowa *fala* możemy użyć wyrazu *migracja*, opatrując go dodatkowo przymiotnikami *duża* lub *wielka*. Unikniemy tym samym krzywdzącego opisu ludzi, a nacisk położymy na czynność, jaką wykonują.

[8] K. Mosiołek-Kłosińska: Metafora w tekście użytkowym – charakterystyka, próba oceny normatywnej. „Poradnik Językowy” 10/1997, s. 2.

RADA PRAKTYCZNA: Słowo fala możemy zastąpić wyrazem migracja, opatrując go dodatkowo przymiotnikami duża lub wielka.

PRZYKŁAD

Aktualizacja: 16.08.2021, 19:32 Publikacja: 16.08.2021

Fala uchodźców z Afganistanu? Wiceszef MSZ: Bardzo prawdopodobne

Lepiej: *Wielka migracja uchodźców do Polski? Wiceszef MSZ: Bardzo prawdopodobne*

PRZYKŁAD

Uchodźcy z Afganistanu. "Le Figaro": Europa chce uniknąć fali migracji

18 sierpnia 2021, 15:22

Lepiej: *"Le Figaro": Europa chce uniknąć migracji afgańskich uchodźców.*

Metafory wojenne i militarne

Inwazja, najazd uchodźców – określenia te sugerują, że mamy do czynienia z wrogiem, a więc wzmacniają uprzedzenia i wywołują poczucie zagrożenia.

Obraz wojny tworzony jest także za pomocą innych wyrazów, które dotyczą działań militarnych, np. front czy taktyka.

Podobnie jak w przypadku metafor wodnych, najlepszym rozwiązaniem jest rezygnacja z ich stosowania.

PRZYKŁAD




O koronawirusie już zapomniano. Europę czeka kolejny najazd uchodźców

Epidemia koronawirusa przestała odstraszać uchodźców. Liczba próbujących nielegalnie wdrzeć się do Europy znowu zaczęła rosnąć.

Lepiej: O koronawirusie już zapomniano. Do Europy przybywają kolejni uchodźcy.

Epidemia koronawirusa przestała odstraszać uchodźców. Liczba próbujących przedostać się do Europy znowu zaczęła rosnąć.

PRZYKŁAD



Uchodźcy z Afganistanu. Polska może być pierwszą linią frontu

Lepiej: Uchodźcy z Afganistanu trafią najpierw do Polski/Uchodźcy z Afganistanu mogą pojawić się najpierw Polsce

UCHODźCY NIE SĄ NIELEGALNI

Przymiotnikiem *nielegalny* powinniśmy określać rzeczy i działania, a nie ludzi. Napiszemy więc o nielegalnym handlu, nielegalnej migracji czy nielegalnym pobycie, ale połączenie *nielegalny imigrant* jest stygmatyzujące.

Osoby, które przebywają na terytorium Polski bez odpowiednich dokumentów, nazywajmy **migrantami/uchodźcami o nieuregulowanym (nieudokumentowanym) statusie**.

PRZYKŁAD



Lepiej: (...) Za czasów PiS Polska doświadczyła rekordowo wysokiej nielegalnej migracji.

“

Ważne jest, abyśmy pozostali czujni wobec uprzedzeń zawartych w języku używanym do opisywania mniejszości etnicznych. Określanie ludzi przekraczających zewnętrzne granice UE mianem „nielegalnych” jest zdecydowanie przykładem takiego uprzedzenia (...). [9]

– MORTEN KJAERUM, BYŁY DYREKTOR AGENCJI PRAW
PODSTAWOWYCH UE

[9] <https://picum.org/words-matter/>

Słownik podstawowych pojęć: uchodźcy, migranci czy imigranci?

W artykułach często wyrazy uchodźcy, migranci oraz imigranci są często traktowane jak synonimy i używane zamiennie. Tymczasem ich znaczenia się nie pokrywają [10]:

migrant/migrantka – osoba, która zmienia miejsce zamieszkania, przenosząc się z jednego miejsca w kraju do innego lub z jednego kraju do innego państwa;

imigrant/imigrantka – osoba, która przybyła do jakiegoś kraju, żeby się w nim osiedlić;

uchodźca/uchodźczyni – osoba, która żywi uzasadnione obawy, że w ojczyźnie może być prześladowana z powodu rasy, religii, narodowości, przekonań politycznych lub przynależności do konkretnej grupy społecznej i jej status został uznany przez państwo udzielające jej schronienia.

azylant/azylantka – osoba, która złożyła oficjalny wniosek o udzielenie azylu w innym państwie, ponieważ obawia się, że w ojczyźnie jej życiu zagraża niebezpieczeństwo.

Nazywanie uchodźców migrantami czy też imigrantami pomija kwestię prześladowań i zagrożenia życia, co w konsekwencji może prowadzić do zmniejszenia społecznej wrażliwości na ludzką tragedię.

“

Dlatego apele o przyjęcie uchodźców z północnej Afryki i Bliskiego Wschodu mają większą siłę retoryczną niż apele o pomoc dla imigrantów. Łatwo krzyknąć: „Nie chcemy imigrantów”, ale „nie chcemy pomagać uchodźcom” – to już trochę wstyd. [10]

– DR HAB. MAREK ŁAZIŃSKI, JĘZYKOZNAWCA

[10] <http://www.slowanaczasie.uw.edu.pl/slowa-sierpnia-imigrant-i-uchodzca/>

Kryzys uchodźczy (występuje czasem także jako "kryzys uchodźców") - to określenie przerzuca odpowiedzialność za niesprawną politykę migracyjną państw Europy na uchodźców.

Dlatego lepiej mówić o **kryzysie azyłowym, kryzysie procedur lub kryzysie polityki migracyjnej**.

“

Termin „migrant” do niczego nie zobowiązuje. Pasuje świetnie do naszych płynnych czasów – jest taki sam: niedookreślony – płynny – mglisty. W każdym razie szczególnie nas nie absorbuje. [11]

- DR HAB. IZABELA WAGNER-SAFFRAY, SOCJOLOŻKA

OCHRONA WIZERUNKÓW

Bardzo skomplikowaną kwestią jest zagadnienie publikowania wizerunków ludzi starających się o status uchodźcy. Biorąc pod uwagę zarówno to, że temat uchodźców budzi skrajne emocje ale także to, że są to przecież ludzie, którym faktycznie może grozić konkretne niebezpieczeństwo, tak redakcje jak i użytkownicy mediów społecznościowych powinni podchodzić do tego problemu ze wzmożoną refleksją.

Można się na przykład posiłkować wspomnianym na początku tej publikacji Kodeksem Idomeni, którego 3 punkty poświęcone zostały kwestiom ochrony wizerunku uchodźców i migrantów:

[11] <https://oko.press/uchodzcow-zastapili-migranci-jezyk-europejskiej-znieczulicy/>



Art. 2. Fotografując, uwieczniając i/lub przeprowadzając wywiady z uchodźcami, migrantami, ofiarami handlu ludźmi i ogólnie z osobami pochodzącymi z wrażliwych grup społecznych, dziennikarz powinien zawsze z wyprzedzeniem prosić o zgodę na zrobienie zdjęcia i jego publikację.

Art. 3. We wszystkich przypadkach dziennikarze są zobowiązani do zachowania anonimowości i maskowania tożsamości osób pochodzących z wrażliwych grup społecznych, które decydują się na udzielenie wywiadu i pokazanie swojego wizerunku w mediach. Ujawnianie tożsamości uchodźców, osób ubiegających się o status uchodźcy, migrantów i ofiar handlu ludźmi może skutkować aktami odwetu przeciwko nim i ich krewnym przebywającym w kraju pochodzenia, czyny odwetu mogą zostać popełnione przez urzędników państwowych, osoby publiczne nie związane z oficjalnym aparatem władzy, a nawet przez organizacje przestępcze. Ponadto należy mieć na uwadze, iż podmioty pochodzące z różnych środowisk społecznych i kulturowych mogą nie być świadome dynamiki wydarzeń na świecie, przez co mogą nie zdawać sobie sprawy z potencjalnych konsekwencji publikacji ich wizerunku w mediach.

Art. 4. Obrazy przedstawiające dzieci i/lub małoletnich uchodźców mogą rzeczywiście uwrażliwić opinię publiczną na ich trudną sytuację, ale wiąże się to również z ryzykiem ich namierzenia i narażenia na wykorzystywanie przez osoby fizyczne i organizacje przestępcze. W związku z tym powinno się unikać działań, które mogą zagrozić i/lub zakłócić dobrobyt emocjonalny nieletnich.

Francuska agencja prasowa AFP (Agence France-Press) w swoich ostatnich wytycznych porusza pośrednio kwestię zdjęcia, które bardzo mocno związane jest z tematyką migracji i które wizualnie zdominowało dyskusję nad tematem masowych ruchów ludności. Chodzi o wyrzucone na plażę ciało 3-letniego Alyana Kurdiego, syryjskiego Kurda, który utonął razem z matką i starszym bratem podczas próby przepłynięcia z tureckiego na grecki brzeg Morza Śródziemnego. AFP nie pisze wprost o migracji, ale podkreśla, że niektórych historii nie można opowiedzieć bez brutalnych, ale „przełomowych” fotografii.

Jednocześnie AFP zaznacza, że „choć naszym głównym zadaniem jest dostarczanie informacji, to nie oznacza, że przestajemy być ludźmi. (...) w wyjątkowych sytuacjach, dotyczących zagrożenia życia, dziennikarz ma obowiązek nieść pomoc”.

W rozmowie z Ethical Journalism Network Eric Wishart z AFP przywołuje historię słynnego zdjęcia Kevina Cartera, przedstawiającego małego sudańskiego chłopca na progu śmierci głodowej i czającego się za nim sępa. Zdjęcie zdobyło Pulitzera, ale Carter rok później popełnił samobójstwo. „Jedyna rzecz gorsza od relacjonowania wojny to brak takiej relacji” komentuje Wishart.

“Decyzje o publikacji lub nie wizerunku migranta lub uchodźcy powinny być za każdym razem podejmowane indywidualnie. Z jednej strony pokazywanie konkretnych ludzi uzmysławia odbiorcy, że to nie jest tylko anonimowa masa, jakiś uogólniony problem tylko konkretni ludzie. Z drugiej należy pamiętać o prawach i bezpieczeństwie samych fotografowanych.

Osobiście stosuję zasadę, że jeżeli pokazujemy ludzi skutych przez Straż Graniczną, czasem leżących na ziemi, to ich wizerunki powinny być zanonimizowane. Podobnie, gdy zdjęcie jest używane nie do relacjonowania danego wydarzenia, tylko jako ilustracja publikacji po dłuższym czasie np. o statystyce dotyczącej uchodźców. Wtedy pokazywanie twarzy konkretnych osób nie jest uzasadnione.

Kolejny powodem do zakrycia wizerunku jest podejrzenie, że może to zagrozić bezpieczeństwu fotografowanego. Przykładem niech będą polityczni uchodźcy z Białorusi. Ich wizerunek powinien być publikowany tylko po uzyskaniu wyraźnej zgody fotografowanego”

“

ADAM TUCHLIŃSKI, FOTOREPORTER, AUTOR JEDNEGO Z PIERWSZYCH ZDJĘĆ POKAZUJĄCEGO GRUPĘ MIGRANTÓW, KTÓRZY UTKNĘLI MIĘDZY BIAŁORUSIĄ I POLSKĄ.

Przydatne linki i bibliografia:

1. Uchodźca czy imigrant? Tłumaczymy różnice i wyjaśniamy ich sens. W: UNHCR Polska. Warszawa 2016. Dostęp online: <https://www.unhcr.org/pl/365-plwiadomosci2016uchodzca-czy-migrant-tlumaczmy-roznice-i-wyjasniamy-ich-sens-html.html> .
2. M. Bieńkowski, A. Świdorska: Postawy wobec imigrantów i uchodźców: Panel Badań Społecznych CBU. Warszawa 2017. Dostęp online: <http://cbu.psychologia.pl/2021/02/20/postawy-wobec-imigrantow-i-uchodzcow-panel-badan-spoecznych-cbu/>.
3. D. Cieślakowa: Jak rozmawiać o uchodźcach – komentarz do scenariuszy lekcji (cz II). Warszawa 2016. Dostęp online: <https://migracje.ceo.org.pl/materialy-metodyczne/jak-rozmawiac-o-uchodzcach-kwestia-jezyka-komentarz-do-scenariuszy-lekcji>.
4. K. Czarnóg: Jak mówić i pisać o migrantach? W: Etykajezyka.pl. Warszawa 2021. Dostęp online: <https://etykajezyka.pl/jak-mowic-i-pisac-o-migrantach/>.
5. P. Jakubowski: Brzydkie słowo na literę „u”. Język jako narzędzie hegemonii i źródło oporu. „Czas Kultury” 3/2018. Dostęp online: https://www.academia.edu/37670577/Brzydkie_slowo_na_litere_u_.Jezyk_jako_narzedzie_hegemonii_i_zrodlo_oporu.
6. K. Kucharska: Leksem uchodźca w polszczyźnie. Warszawa 2016 [komputeropis].
7. K. Mosiołek-Kłosińska: Metafora w tekście użytkowym – charakterystyka, próba oceny normatywnej. „Poradnik Językowy” 10/1997, s. 2. Dostęp online: <https://poradnik-jezykowy.uw.edu.pl/issue/1100>.
8. J. Ziarko: Framing w nowych mediach jako narzędzie manipulacyjnego oddziaływania na społeczeństwo, na przykładzie budowania dyskryminującego obrazu uchodźców. „Bezpieczeństwo. Teoria i praktyka” 4/2017. Dostęp online: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-2ab34ecd-da06-49f6-98c9-fb3608f3bdd4/c/BTiP_2017_4_04_Ziarko.pdf.
9. Język jest ważny. W: Uchodźcy.info. Dostęp online: <http://uchodzcy.info/uswiadamiaj-i-informuj/jezyk-jest-wazny/>.
10. Why Words Matter? W: Picum.org. Bruksela 2021. Dostęp online: <https://picum.org/words-matter/>.

“

Nie piszę ani o uchodźcach, ani o migrantach – piszę o ludziach. To brzmi jak banał, ale wiem, jak łatwo o tym zapomnieć, w reportażu, ale przede wszystkim w wiadomościach, gdy gonią czas oraz wydawca. Sam pewnie nieraz o tym zapomniałem, z pośpiechu, albo intelektualnego lenistwa, bo przecież wygodniej jest zrobić copy-paste, niż zastanowić się, jak napisać zdanie, by człowieka nie skrzywdzić.

W dobrych newsroomach jest zasada – lepiej podać wiadomość później, a sprawdzoną, niż szybciej a błędną. Prawda to dziennikarstwo, kłamstwo to propaganda i nie mamy co do tego żadnej wątpliwości. To czemu tak często powielamy propagandę pisząc o ludziach?

Z jednej strony nielegalni migranci, broń biologiczna, amunicja w wojnie hybrydowej, z drugiej: biedne kobiety i dzieci, ofiary wojny, błagający o naszą pomoc. W obu przypadkach krzywdzące półprawdy i jawne kłamstwa. By napisać prawdę o migrantach i uchodźcach trzeba ich poznać: najlepiej z nimi porozmawiać, a jeśli nie mamy takiej możliwości poczytać teksty dziennikarzy, którzy z nimi rozmawiali.

Sięgnijmy po coś więcej niż jeden, dwa mocne cytaty, sięgnijmy po reportaże, sięgnijmy też po raporty organizacji pozarządowych zajmujących się prawami człowieka. Są pełne pogłębionych wywiadów z ludźmi, o których pisaliśmy, piszemy i pisać – coraz częściej – będziemy. To pozwoli nam zrozumieć, o kim piszemy.

Porozmawiajmy też z ekspertami, prawnikami zajmującymi się migracjami, którzy wyjaśnią nam zasady prawa międzynarodowego. Zróbmy podstawowy risercz, notatki i trzymajmy je zawsze pod ręką. Gdy kolejny raz przyjdzie nam podać depezę, w której władza będzie forsować swoją narrację bez trudu oddzielimy prawdę od propagandy, jak dziennikarze z dobrego newsroomu, ale także – a może przede wszystkim – jak uczciwi ludzie.

BARTOSZ RUMIEŃCZYK – DZIENNIKARZ ZAJMUJĄCY SIĘ PRAWAMI CZŁOWIEKA, PUBLIKUJE NA ŁAMACH „TYGODNIKA Powszechnego”, „PRZEGLĄDU” I OKO.PRESS

Instytut
ZAMENHOFA

Zamenhof
Zamenhof