

Rozdział 9. Polscy imigranci a islandzkie media

Helga Ólafs

Media odgrywają ważną rolę w społeczeństwie – przekazują obraz rzeczywistości i jednocześnie wpływają na rzeczywistość. Wpływ mediów narodowych na tempo integracji zależy od treści i polityki, którą media prezentują. Według Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy (International Federation of Journalism 2007) osiąganie celów, które stawiają przed sobą media – odzwierciedlanie opinii wszystkich grup, dostarczanie „surowych” informacji wielojęzycznemu, wieloreligijnemu i wielokulturowemu społeczeństwu – nigdy nie było trudniejsze i bardziej niebezpieczne niż dzisiaj, w dużej mierze z powodu znacznego wzrostu liczby imigrantów, którzy obecnie stanowią 8% populacji na Islandii.

Artykuł analizuje sposób, w jaki Polacy, największa grupa imigrantów w Islandii, korzystają z mediów, jakie mają doświadczenia z mediami wynikające z umiejętności językowych i jak media wpływają na ich integrację z nowym społeczeństwem.

Od połowy XX wieku do połowy lat 90. udział obcokrajowców w społeczeństwie islandzkim wynosił mniej niż 2% populacji, w ciągu ostatniej dekady zaś wzrósł do 9% w 2009 roku. Od 2003 roku gospodarka doświadczyła nigdy wcześniej niespotykanego wzrostu, który doprowadził do braków siły roboczej, sprawiając, że Islandia stała się atrakcyjnym celem podróży dla imigrantów. Po wybuchu kryzysu finansowego w Islandii wielu imigrantów wróciło do domów lub przeniósł się w inne miejsca, ale z pewnością liczba osób, które wyjechały, była mniejsza, niż się powszechnie spodziewano. Najwyraźniej większość obcokrajowców postanowiła pozostać na wyspie – na początku 2010 roku było ich 8,2% (Statistics Iceland 2009, 2010). Islandzka polityka integracyjna, przyjęta w 2007 roku, opiera się na ogólnych zasadach wielokulturowości, a nauka języka jest postrzegana jako klucz do integracji (Ministry of Social Affairs 2007). Społeczeństwo przyjmujące próbuje zaspokoić potrzeby

imigrantów, tak aby mogli stać się aktywnymi obywatelami (Christiansen 2004), trzeba bowiem pamiętać, że integracja jest procesem obustronnym dotyczącym równych praw i obowiązków, dlatego społeczeństwo musi być odpowiedzialne za to, by imigranci i mniejszości etniczne mieli takie same prawa jak inni członkowie społeczeństwa (Klute 2006).

Język narodowy jest ważnym elementem tożsamości społecznej (por. Skaptadóttir 2004), a media odgrywają znaczącą rolę w konstruowaniu powszechnie podzielanych wartości i poglądów w danym społeczeństwie. Obrona języka islandzkiego i jego znajomość stanowi szczególnie istotną sprawę i może być czynnikiem decydującym o udanej integracji imigrantów ze społeczeństwem islandzkim (Ministry of Social Affairs 2007). Konieczność położenia nacisku na naukę islandzkiego staje się jasna, kiedy weźmiemy pod uwagę badania dotyczące wpływu mediów islandzkich na obraz samego siebie azjatyckich nastolatków żyjących w Islandii (Hlöðversdóttir 2005). Wyniki badania pokazują, że Islandczycy są niecierpliwi w stosunku do osób, które nie mówią płynnie w ich języku. Żaden z młodych Azjatów biorących udział w badaniu nie powiedział, że postrzega siebie jako Islandczyka. Tożsamości islandzkiej nie mają ani ci, którzy się tu przeprowadzili, ani ci, którzy byli urodzeni i wychowywani na wyspie. Rzeczywistość, którą znają Azjaci, jest związana z mediami, a większość docierających do nich informacji pochodzi z mediów. Nie widzą siebie w mediach i dlatego też nie postrzegają siebie jako Islandczyków. Wnioski te można porównać z wynikami innych badań (np. Christiansen 2004; Alghasi 2009) dowodzącymi, że imigranci doświadczają wykluczenia ze społeczeństwa, w którym żyją, oraz z dominującej kultury i polityki. Rezolucja parlamentu dotycząca polityki wobec imigrantów z 2008 roku rekomenduje realistyczne przedstawianie imigrantów jako części społeczeństwa. Uchwalenie rezolucji było konsekwencją dostrzeżenia roli mediów w dostarczaniu informacji społeczeństwu (Ministry of Social Affairs and Social Security 2008). Media w społeczeństwie islandzkim mają bardzo dużą siłę oddziaływania, pośredniczą w przedstawianiu opinii większości, a Islandczycy należą do europejskiej czołówki, jeśli chodzi o korzystanie z mediów (Ministry of Education 2005). Islandzka telewizja publiczna, która jest własnością wszystkich obywateli i ma służyć wszystkim, nie stworzyła żadnej polityki w kwestii służby którejkolwiek grupie mniejszościowej. Według badań z 2005 roku (Hlöðversdóttir 2005) władze telewizji uznały, iż populacja imigrantów

w Islandii jest tak mała, że nie ma sensu tworzyć żadnej specjalnej polityki. Od tego czasu liczba imigrantów w Islandii wzrosła, lecz ich niewystarczające umiejętności językowe sprawiają, że trudno im śledzić islandzkie media (Skaptadóttir 2008). Największe agencje prasowe dostarczają wiadomości tylko po islandzku, ale istnieją dwa miesięczniki i kilka stron internetowych z podsumowaniami wydarzeń wydawane po angielsku. Centrum Międzykulturowe publikowało przez rok kwartalnik, który był tłumaczony na kilka języków, oraz redagowało informacyjną stronę internetową po polsku. Gazeta już nie istnieje, a strona internetowa została zamknięta w maju 2009 roku z powodu recesji. Polskie forum informacje.is dobrze się sprawdza w tłumaczeniu wiadomości na polski.

Istnieje niewiele badań na temat mediów i migracji na wyspie. Media Watch w Islandii prowadzi monitoring treści dotyczących imigrantów i według raportów od 2007 roku jedna trzecia tematów związanych z imigrantami dotyczyła przestępstw i różnego rodzaju lżejszych wykroczeń (Creditinfo 2007). Badanie przeprowadzone wśród Polaków, stanowiących najliczniejszą grupę imigrancką w Islandii, pokazuje, że postrzegają oni dyskurs dotyczący ich samych oraz innych obcokrajowców jako negatywny i dyskryminujący (Ólaf, Zielińska 2010). Badanie także dowiodło, że stereotyp groźnego obcokrajowca jest kształtowany przez dyskurs dotyczący przestępczości zorganizowanej i innych przestępstw, takich jak gwałty i walki gangów (Ólafsson 2008). Niestety, jest to dość powszechne w wielu krajach europejskich. Dyskusje dotyczące imigrantów koncentrują się głównie na zbrodniach i uprzedzeniach, co skutkuje dezaprobatą w stosunku do imigrantów. Jest to jeden z głównych powodów, dla których imigranci czerpią informacje z międzynarodowych mediów (Alghasi 2009; Horsti 2008; Klute 2006; Christiansen 2004). Georgiou (2007) uważa, że zjawisko to wynika z przepaści dzielącej właścicieli i korzystających z mediów.

W tym samym roku, w którym przyjęto politykę integracyjną w Islandii, Europejska Komisja ds. Rasizmu i Nietolerancji (ECRI 2007) opublikowała raport, w którym zarzuca prywatnym nadawcom telewizyjnym odpowiedzialność za rozpowszechnianie stereotypowych opinii i negatywnego obrazu imigrantów. W nowym raporcie (ECRI 2009) ta sama komisja potwierdziła swoje obawy dotyczące przesądów rasistowskich i braku tolerancji w mediach. Komisja uważa, że islandzkie media powinny odpowiedzialnie przygotowywać reportaże, tak aby nie przyczyniały się one do wytwarzania nieprzyjaznej atmosfery wokół mniejszości.

Zasugerowała także, aby rząd włączył się w debatę i dyskusję z narodowymi mediami. Negatywny obraz obcokrajowców w mediach potwierdziły też islandzkie badania – obcokrajowców przedstawiano za pośrednictwem stereotypów, według których mężczyźni ze wschodniej Europy byli związani z przestępczością zorganizowaną, gwałtami i walkami gangów (Ólafsson 2008). „Wiadomości dotyczące obcokrajowców stwarzają wrażenie, że zajmują się oni tylko nielegalną działalnością. Odpowiedzialna za to jest natura wiadomości przedstawiających tylko złe wydarzenia, jak bowiem powiedział jeden mądry człowiek: Głos psów, które szczekają w ciągu nocy, jest wart rozpowszechniania, głos tych cichych nie”. Są to słowa J. Kaldala, redaktora naczelnego *Fréttablaðið* – darmowej gazety codziennej roznoszonej po domach w stolicy (Kaldal 2007, s. 22). Według ter Wala (2003) negatywne wiadomości są prezentowane selektywnie, nie poświęca się tyle uwagi problemom dotyczącym życia imigrantów, takim jak dyskryminacja czy bezrobocie, ile skupia się na sprawach związanych z przemocą, konfliktami i kryzysami. Jest to szczególnie istotne w krajach, które mają bardzo młodą migrację, gdzie niektóre grupy są systematycznie gorzej przedstawiane niż inne, a problemy imigrantów prezentuje się z perspektywy grupy większościowej. I nawet w takich przypadkach dziennikarze utrzymują, że tylko rejestrują fakty. Prezentacja wiadomości jest natomiast już z samej natury selektywna (ter Wal 2003).

Zbyt często media posługują się przestarzałymi opiniami i stereotypami dotyczącymi imigrantów i obcokrajowców jako innych, którzy są źródłem obcych i egzotycznych poglądów, postaw i tradycji kulturowych w nowym kraju. Na nieszczęście, według Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy (International Federation of Journalism 2007), niektóre media zachęcają do przemocy i wykazują brak obiektywizmu, zamiast zwalczać stereotypy. Media publikują zatem nieadekwatne, prowokacyjne i jednostronne informacje, które wzmagają negatywną propagandę w stosunku do obcokrajowców i innych ras i które przyczyniają się do braku tolerancji.

9.1. Metoda

Badanie stanowi część projektu doktorskiego dotyczącego wizerunku imigrantów w mediach. Dane zebrano w 2008 roku wśród Polaków mieszkających na Islandii. Ankiety przeprowadzono na próbie reprezentatywnej wśród imigrantów polskiego pochodzenia w różnych firmach

zatrudniających wielu Polaków. Dodatkowo rozesłano kwestionariusz przez Internet, wykorzystując listy mailingowe otrzymane dzięki pomocy polskiego konsulatu. W sumie zebrano 649 kwestionariuszy dotyczących korzystania przez Polaków z mediów i tego, jak postrzegają oni dyskryminację. Próba uwzględniała wiek imigrantów i ich długość pobytu na wyspie. Ponieważ wielu Polaków żyje w Islandii od niedawna i ich znajomość islandzkiego jest ograniczona, kwestionariusz przetłumaczono na polski.

9.2. Kompetencje językowe i korzystanie z mediów

Długość pobytu ma wpływ na to, jak Polacy oceniają swoje umiejętności językowe. Wśród tych, którzy mieszkają na wyspie trzy lata lub dłużej, więcej niż 80% oceniło swoją znajomość islandzkiego jako dobrą w porównaniu z 15% spośród tych, którzy żyją tu od dwóch, trzech lat. Uczą się go na wiele różnych sposobów, wielu nauczyło się języka w pracy, od kolegów, radzą sobie w komunikowaniu z innymi, ale nie są w stanie czytać gazet. Większość Polaków – ok. 70% – chce uczyć się więcej. Istnieje silna relacja między czytaniem gazet a własną oceną znajomości islandzkiego. Spośród tych, którzy znają islandzki dobrze, 64% czyta gazety codziennie; spośród tych, którzy mówią nim średnio – 46% zagląda do gazet, a spośród tych, którzy deklarują słabą znajomość – tylko 33% czyta gazety codziennie. Mimo że islandzki Polaków nie zawsze był dobry, 70% badanych śledziło gazety, szczególnie *Fréttablaðið*. Najczęściej czytali kursy wymiany walut, prognozę pogody, ogłoszenia oraz przeglądali zdjęcia i nagłówki. Sześciu na dziesięciu Polaków czytało gazetę wydawaną przez Centrum Międzykulturowe, ale była ona tłumaczona także na polski. Najmniej korzystano z telewizji. 60% uczestników badania oglądało dużo częściej polską telewizję, do której miało dostęp przez satelitę. Najczęściej oglądano wiadomości, zarówno w islandzkiej, jak i w polskiej telewizji; twierdziło tak 96% spośród tych, którzy mają dostęp do polskiej telewizji. 70% oglądało wiadomości islandzkie. Dalsze najczęściej oglądane pozycje to programy rozrywkowe (islandzkie i polskie) oraz sport. Wystąpił silny pozytywny związek między oglądaniem polskiej telewizji a długością pobytu na wyspie. Fakt, że tak wielu badanych ogląda polską telewizję, jest charakterystyczny dla transnarodowej, dwuperspektywicznej wizji rzeczywistości (np. Skaptadóttir 2004, 2008; Horsti 2008).

Dostęp do Internetu jest bardzo rozpowszechniony – dysponuje nim 96% badanych, a prawie połowa uczestników badania używa Internetu. Mimo że tak wiele osób ma dostęp do sieci, tylko 22% korzysta z islandzkich stron codziennie lub prawie codziennie. Ponad cztery razy więcej Polaków korzysta ze stron polskich niż islandzkich, a 80% przegląda polskie strony codziennie lub prawie codziennie. Internet jest dużo ważniejszym narzędziem w wyszukiwaniu informacji o kraju ojczystym niż o kraju, w którym Polacy obecnie żyją, kompensuje brak informacji w narodowych mediach islandzkich.

Im lepiej Polacy oceniali swoją znajomość islandzkiego, tym bardziej negatywnie wypowiadali się o prezentowanych w islandzkich mediach materiałach ich dotyczących. Więcej niż 43% tych, którzy ocenili swoje umiejętności językowe jako dobre, uważało, że dyskurs o Polakach jest negatywny, a 56% z nich sądziło, że dyskurs o obcokrajowcach w ogóle był niesprawiedliwy. Podobnie, im lepiej Polacy oceniali swoją znajomość islandzkiego, tym częściej mówili, że byli dyskryminowani z powodu swojej narodowości (45% tych, którzy uważają swoją znajomość islandzkiego za dobrą, w porównaniu z 37% tych, którzy uznają ją za złą).

9.3. Obraz Polaków

Im dłużej Polacy mieszkali w Islandii, tym bardziej negatywną opinię mieli o dyskursie dotyczącym Polaków. Około 30% osób, które mieszkają na Islandii przez trzy lata lub dłużej, uważało, że dyskurs był negatywny, w porównaniu z nieco mniej niż 13% tych, którzy mieszkają na wyspie przez rok lub krócej. Liczba była wyższa, kiedy zapytaliśmy o wizerunek obcokrajowców – około 43% z pierwszej grupy uważało, że jest negatywny, w porównaniu z jedną trzecią z drugiej grupy. W obydwu pytaniach korelacja była istotna. Według badania tylko 2,2% rozmówców postrzegало materiały o Polakach jako pozytywne. Kiedy zapytaliśmy o wizerunek obcokrajowców w islandzkich mediach, prawie 40% zgodziło się ze stwierdzeniem, że był często niesprawiedliwy, prawie połowa – że był neutralny, a 11,5% nie zgodziło się z tym stwierdzeniem.

9.4. Podsumowanie

Sposoby korzystania z mediów przez Polaków żyjących w Islandii są zróżnicowane, zarówno jeśli chodzi o media islandzkie, jak i polskie.

Media służą różnym celom: słuchaniu muzyki w radio, oglądaniu wiadomości w TV, śledzeniu ogłoszeń, także drobnych; poszukiwaniu informacji o pogodzie i śledzeniu kursów wymiany walut w gazetach. W gazetach umieszczano znaczną liczbę ogłoszeń po polsku i jak się okazało, dotarły one do grupy docelowej. W czasie kiedy było realizowane badanie, kurs korony bardzo gwałtownie się zmieniał, dlatego nie dziwi nas, że badani śledzili kurs wymiany walut. Internet był głównie wykorzystywany do nadrabiania zaległości informacyjnych. Te spostrzeżenia są spójne z wynikami innych badań.

Dyskurs medialny dotyczący imigrantów jest generalnie postrzegany jako negatywny. Im więcej Polacy rozumieją po islandzku, im dłużej pozostają na wyspie i im częściej czytają gazety – tym bardziej oceniają go jako dyskryminujący. Jednakże częściej uważają, że stereotyp obcokrajowców w ogóle jest gorszy niż ten dotyczący tylko Polaków, szczególnie wizerunek Litwinów jest bardzo niekorzystny (Ólaf, Zielińska 2010). Potwierdza to wcześniejsze wyniki badań, dotyczące stereotypu groźnego mężczyzny ze wschodniej Europy (Ólafsson 2008). Wyniki wskazują także na konkluzję, że dyskurs dotyczący imigrantów jest w rzeczywistości często dyskryminujący, a dyskryminacja nie stanowi tylko wytworu wyobraźni – ponieważ im lepiej badani rozumieli artykuły, tym bardziej czuli się dyskryminowani (Ólaf, Zielińska 2010). Według Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy (International Federation of Journalism 2007) problemem jest to, że zbyt wielu dziennikarzy nie próbuje ukazać pozytywnej strony istnienia w społeczeństwie różnych ras i kultur. Istnieje prawdopodobieństwo, że właściciele mediów nie są świadomi skali korzystania przez imigrantów ze środków masowego przekazu, szczególnie jest to istotne, jeśli porównamy stopień korzystania z mediów ze sposobem relacjonowania w nich spraw imigranckich. Polska informacyjna strona internetowa była z pewnością pozytywnym przedsięwzięciem, ale z powodu recesji została zamknięta. Także Centrum Międzykulturowe zaprzestało wydawania gazety, którą czytało 60% uczestników badania.

Polacy w Islandii są grupą wykluczoną i mającą mniejsze niż obywatele kraju prawa, mimo że stanowią największą mniejszość na wyspie (Skaptadóttir, Wojtyńska 2008; Skaptadóttir 2008). Powszechnie uważa się – zarówno w krajach nordyckich, jak i na całym świecie – że język jest kluczowym elementem w dostosowaniu się do nowego społeczeństwa (np. Skaptadóttir 2004; Hlöðversdóttir 2008). Jak stwierdzono, w islandzkiej

polityce integracyjnej znajomość języka islandzkiego odgrywa decydującą rolę (Ministry of Social Affairs 2007). Jednakże im lepiej imigranci znają język, tym bardziej czują się dyskryminowani – co może sprawić, że będą mniej chętni do integrowania się z resztą społeczeństwa.

Tłum. Monika Nowicka

Bibliografia

- Alghasi S. (2009). Iranian-Norwegian Media Consumption. Identity and Positioning. *Nordicom Review*, 30 (1), s. 67–82. Dostęp: 7 września 2009 r., URL: http://www.-nordicom.gu.se/common/publ_pdf/279_alghasi.pdf.
- Christiansen C.C. (2004). News Media Consumption among Immigrants in Europe. The Relevance of Diaspora, *Ethnicities*, 4 (2), s. 185–207.
- Creditinfo Ísland (2007). *Greining á umfjöllun um innflytjendur og erlent vinnu-afl í dagblöðum og ljósvakamiðlum á árinu 2007*. Reykjavík: Author.
- ECRI – European Commission Against Racism and Intolerance (2007). *Third Report on Iceland, adopted on 30 June 2006*. Strasbourg: Council of Europe.
- ECRI (2009). *Evrópunefndin gegn kynþáttafordómum Skýrsla til félags – og tryggingamálaráðherra*. Dostęp: 13 marca 2010 r., URL: http://www.felag-smalaradu-neyti.is/media/utgafa2010/ECRI_00102009.pdf.
- Georgiou M. (2007). Transnational Crossroads for Media and Diaspora: Three Challenges for Research, w: O. Guedes-Bailey, M. Georgiou, R. Haridranath (red.), *Transnational Lives and the Media. Reimagining Diasporas*, Basingstoke: Palgrave.
- Hlöðversdóttir L.D. (2005). *We Are People Too. Media Representations and the Identity of “Asian” Adolescents in Iceland*, London: The London School of Economics and Political Science.
- Horsti K. (2008). Overview of Nordic Media Research on Immigration and Ethnic Relations. *Nordicom Review*, 29, s. 275–293.
- International Federation of Journalism (2007). *Ethical Journalism Initiative – Quality Media for Diversity and Pluralism*, lipiec 2007. Dostęp: 17 sierpnia 2010 r., URL: <http://www.ifj.org/assets/docs/133/202/f258585-de980ca.pdf>.
- Kaldal J. (2007). Fjölmíðlar geta ekki skorast undan því að fjalla um erlenda glæpamenn á Íslandi. Koma óorði á fjöldann, *Fréttablaðið*, 11 grudnia 2007 r., s. 22.
- Klute E. (2006). Thinking Forward: The Role of Change Agents, w: L. d’Haenens, M. Hooghe, D. Vanheule, H. Gezduci (red.), *New Citizens, New Policies?: Developments in Diversity Policy in Canada and Flanders*, Gent: Academia Press.

- Ministry of Education (2005). *Skýrsla nefndar menntamálaráðherra um íslenska fjölmiðla*, Reykjavík, kwiecień 2005. Dostęp: 20 października 2009 r., URL: <http://bella.mrn.stjr.is/utgafur/fjolmidlanefnd>.
- Ministry of Social Affairs (2007). *Government Policy on the Integration of Immigrants*. Dostęp: 14 maja 2008 r., URL: http://www.felagsmalaraduneyti.is/media/acrobat-enskar_sidur/stefna_integration_of_immigrants.pdf.
- Ministry of Social Affairs and Social Security (2008). *Tillaga til þingsályktunar um framkvæmdaáætlun í málefnum innflytjenda ásamt framkvæmdaáætlun ríkisstjórnarinnar með athugasemdum*, 11 czerwca 2008 r. Dostęp: 14 maja 2010 r., URL: <http://www.althingi.is/altext/135/s/0836.html>.
- Ólafsson H., Zielińska M. (2010). *'I started to feel worse when I understood more' – Polish immigrants and the Icelandic media, Þjóðarspejillinn IX*. Reykjavík: Félagsvísindasvið Háskóla Íslands.
- Ólafsson J.G. (2008). *Ten Little Lithuanians and 'Other' Stories: 'Othering' the Foreign National in the Icelandic Mainstream Discourse*, praca magisterska, Reykjavík: University of Iceland, Faculty of Political Science.
- Skaptadóttir U.D. (2004). Fjölmenning á ferð og flugi, w: Ú. Hauksson (red.), *Rannsóknir í félagsvísindum V*, Reykjavík: Háskólaútgáfan: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands.
- Skaptadóttir U.D. (2008). Að læra íslensku í fjölmenningarlegu samfélagi, w: A.Þ. Ingólfssdóttir, K.J. Jónsson, V. Óskarsson (red.), *Hrafnaping 5*, Reykjavík: Rannsóknastofnun Kennaraháskóla Íslands.
- Skaptadóttir U.D., Wojtyńska A. (2008). Labour Migrants Negotiating Places and Engagements, w: J.O. Bærenholdt, B. Granås (red.), *Mobility and Place. Enacting Northern European Periphery*, Aldershot: Ashgate.
- Statistics Iceland (2009). *Mannfjöldi eftir uppruna, kyni, aldri og ríkisfangi 1996-2008*, 24 lutego 2009 r. Dostęp: 20 maja 2009 r., URL: <http://hagstofa.is/?PageID=626&src=/temp/Dialog/varval.asp?ma=MAN43000%26ti=Mannfj%F6ldi+eftir+uppruna%2C+kyni%2C+aldri+og+r%EDkisfangi+1996%2D2008%26path=../Database/mannfjoldi/Uppruni/%26lang=3%26units=Fjoldi>.
- Statistics Iceland (2010). *Búferlaf lutningar 2010*, 25 stycznia 2010 r. Dostęp: 13 stycznia 2011, URL: <http://hagstofa.is/Pages/95?NewsID=5642>.
- ter Wal J. (2003). *Racism and Cultural Diversity in European Media: A Review of Research*, European Research Centre on Migration and Ethnic Relations, Faculty of Social Sciences, Utrecht University, The Netherlands, 21 marca 2003 r. Dostęp: 17 sierpnia 2010 r., URL: http://www.ekr.admin.ch/the men/0011/00120/00121/00122/index.html?lang=de&download=NHZ-LpZeg7t,lnp6I0NTU042I2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuuq2Z6gpJCDdH99gWym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A.