

PREGLED MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA O MIGRANTIMA

Dabo, Krešimir

Source / Izvornik: **Media, culture and public relations, 2024, 15, 131 - 144**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

<https://doi.org/10.63191/mcpr.15.2.5>

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:303:080695>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Institute for Migration Research - Institutional repository for storing papers and data sets](#)

PREGLED MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA O MIGRANTIMA

Krešimir Dabo

Odjel za kulturne i otočne studije, Institut za istraživanje migracija, Zagreb; Hrvatska

Sažetak

Utjecaj i učinak medijskog izvještavanja o migrantskim temama od iznimnog je značaja, posebice u kontekstu oblikovanja stavova i mišljenja različitih javnosti, odnosno medijskih konzumenta. Novinarski narativ o migrantima mijenjao se kroz vrijeme, a i danas je podložan različitim društvenim, kulturološkim i političkim okolnostima, kao i pravnim okvirima zemlje u kojoj se izvještava. Uz to, medijske prakse uvelike ovise o uredničkim politikama i informativnim prioritetima pojedine države (teorija postavljanja dnevnog reda), ali i aktualnim društvenim trendovima i promjenama koje se događaju na nacionalnim, ali i širim razinama. Uz to, novinarsko izvještavanje uvelike ovisi i o različitoj uporabi narativa, pa je iznimno važno razumjeti metode oblikovanja medijskog teksta koje se najčešće oslanjaju na različita teorijska utemeljenja poput teorije kultivacije, teorije uokvirivanja i teorije indeksiranja. Stoga ovaj pregledni rad ima za cilj, kroz analizu više desetaka radova, prikazati aktualno medijsko izvještavanje o migrantskim temama, iznijeti različite novinarske pristupe, rastumačiti teorijsku podlogu medijskog narativa, ali i predstaviti neke smjernice za odgovornije izvještavanje na koje ukazuju svjetske organizacije.

Cljučne riječi

medijsko izvještavanje, migranti, medijsko uokvirivanje, medijski trendovi

UVOD

Pregled literature vrlo jasno ukazuje da način na koji mediji predstavljaju imigrantske skupine iznimno doprinosi kreiranju javnog mnijenja o tim skupinama u javnosti, ali i stavovima novinara koji objavljuju takve vijesti /1/. Dok stavove javnosti i mišljenja o migrantima oblikuju mnogi čimbenici /2/, od ključne su važnosti mediji. Za mnoge ljude mediji su primarni izvor vijesti i političkih informacija /3/, a brojne studije su pokazale da mediji mogu utjecati na ono što ljudi smatraju najvažnijim pitanjima te na dojam javnosti o različitim politikama /4/, /5/, /6/. Nekoliko studija također sugerira da mediji, usredotočujući se na probleme i negativne aspekte imigracije /7/, /8/ mogu potaknuti i

ojačati negativne stavove prema imigraciji i imigrantima /9/, /10/. Ovaj rad stoga donosi pregled recentnih istraživanja o medijskim trendovima u izvještavanju o imigrantima te otvara prostor za bolje razumijevanje oblikovanja medijskih praksi o ovim važnim temama.

OSOBITOSTI MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA O MIGRANTSKIM TEMAMA

Jedno od temeljnih pitanja medijskih istraživača o migrantima jest utvrđivanje koliko je medijsko izvještavanje o migracijama pozitivno ili negativno. Mnoga istraživanja pokazuju da mediji povezuju loše vijesti s migrantima, i to diljem svijeta. Primjerice,

tijekom 2013. i 2014. godine negativno tiskano i online izvještavanje o migracijama u šest zemalja s vrlo visokim stupnjem razvoja ljudskih prava (Australija, Kanada, Nizozemska, Norveška, Švicarska i Ujedinjeno Kraljevstvo) bilo je više nego dvostruko prisutnije od pozitivnog sadržaja. Taj je jaz bio posebno izražen u Australiji i Ujedinjenom Kraljevstvu, a manje u Kanadi i Švicarskoj. Istovremeno, medijski sadržaji u uzorkovanim zemljama s nižim stupnjem razvoja ljudskih prava (Afganistan, Bangladeš, Malezija, Pakistan, Šri Lanka, Tajland i Vijetnam) također pokazuju znatno više negativnih sadržaja nego pozitivnih. Među tim zemljama malezijski i tajlandski mediji imali su najveću stopu negativnog sadržaja. U obje skupine zemalja mediji su bili najnegativniji prema neregularnim migracijama /11/.

Stavove javnosti o imigrantima uvelike oblikuju mediji koji pojašnjavaju kako medijski učinci nisu bezazleni. Njihovo istraživanje, usmjereno prema migrantima, a provedeno među 603 latinoamerička imigranta koji žive u Santiagu u Čileu, pokazalo je da većina ispitanika smatra da čileanski mediji promoviraju negativne slike o imigrantima. Studija je također pokazala da imigranti koji su izloženi samo medijima zemlje domaćina imaju veći dojam diskriminacije od onih koji su također izloženi medijima zemlje porijekla /12/. Da se protuimigracijska retorika u masovnim medijima intenzivirala tijekom posljednja dva desetljeća, ukazuju i Gonzo, Fuochi, Anfossi, Spaccatini i Mosso /13/. Rezultati istraživanja spomenutih autora ukazuju kako negativni medijski prikazi imigranata povećavaju omjer testosterona i kortizola kod medijskih konzumenata, što ukazuje na veću sklonost društvenoj agresiji. Negativni medijski prikazi imigranata, tvrde istraživači, stvaraju fiziološko i emocionalno neprijateljstvo prema useljenicima, ali i favoriziranje domaćeg stanovništva, osobito u ekonomskim transakcijama, što može uzrokovati gubitke i smanjivanje učinkovitosti na etnički raznolikim tržištima, u odnosu na etnički homogena tržišta.

I drugi autori govore o negativnom medijskom trendu izvještavanja o imigrantima. Agovino, Carillo i Spagnolo /14/ tvrde da se posljednjih

godina bilježi rastuća averzija prema imigraciji u cijelom svijetu, ali istovremeno i radikalizacija javnog mišljenja po ovome pitanju. Sukladno rezultatima njihovog istraživanja provedenog u 19 zemalja, stavovi o imigrantima su u negativnoj korelaciji s medijskom pokrivenošću i negativnim tonom vijesti. Međutim, autori utvrđuju kako je ta korelacija značajna samo za one javnosti s velikim povjerenjem u medije. Naime, nije samo sadržaj medijskog izvještavanja važan kada se razmatraju stavovi prema manjinskim skupinama, već i povjerenje publike u izvještavanje konkretnog medija. Kada ljudi ne vjeruju medijima, potražiti će druge izvore informacija kao što su alternativni platforme (npr. društvene mreže) ili pojedinačna iskustva iz stvarnog života /15/.

Koliko je medijsko izvještavanje o migracijama pozitivno ili negativno, izvještavaju i Allen i Blinder /16/. Autori navode da mediji prezentiraju loše vijesti s migrantima diljem svijeta. Njihova istraživanja pojedinih nacionalnih medija potvrđuju ovaj opći trend. Na primjer, danski i, u umjerenijoj mjeri, nizozemski mediji objavili su više negativnih nego pozitivnih medijskih članaka o migracijama između 2003. i 2010. godine. Slična je utvrdila analiza migranata u njemačkim vijestima (tiskani i elektronski mediji) između 1998. i 2005. godine, a koja je pokazala da su mediji bili skloni te skupine također prikazivati negativno /16/.

Zanimljivo je kako medijsko izvještavanje o imigrantima može pratiti i uspon populizma, što tvrde Takahashi, Skoko i Pavić /17/. Autori naglašavaju kako se "može steći dojam da digitalni mediji nisu jedini odgovorni za uspon populizma, ali su značajni „sukrivci“ zbog protežiranja populizma - privlačenja i mobilizacije pristaša te pozivanja da preuzmu kontrolu (jer ih država ne može zaštititi). Kada društvene mreže, elektronički mediji te knjige i druge publikacije prikazuju recentna migracijska zbivanja, doima se kao da je riječ o različitim fenomenima. Za društvene mreže, migracije i migranti („oni drugi“) uglavnom su bezimena prijetnja, prvenstveno od terorizma, radikalnog islama i drugačijih civilizacijskih normi. Masovni mediji, suprotno tome, često prezentiraju humanizirane priče o imigrantima

i njihovim patnjama, o sudbinama nesretnih ljudi koji su postali oružje za ostvarivanje političkih ciljeva gospodarskih i političkih elita svjetskih sila.”

Podjela medijskog sadržaja prema geografskim regijama, političkim stavovima medijskih kuća i profesionalnim standardima, kao i međudjelovanje svih ovih, ali i mnogih drugih čimbenika nedvojbeno je vrlo složeno i iznimno utječe na oblikovanje medijskih priča, kao i učestalost i vrstu informiranja /18/.

RAZLIČITI EUROPSKI MEDIJSKI NARATIVI O MIGRANTIMA

Povjerenje u institucije i medije može biti od iznimne važnosti u formiranju stavova medijske publike. Primjerice, rezultati istraživanja o tome utječu li mediji na povjerenje građana u Europsku uniju ukazuju da novinsko izvještavanje doprinosi stvaranju povjerenja prema europskim institucijama. Međutim, medijski učinci ovise o ideološkim opredjeljenjima javnosti i njihovim sadržajnim karakteristikama. Također, rezultati govore da utjecaj stavova građana o imigrantima i imigracijskim politikama na povjerenje u Europsku uniju postaje važniji tijekom izbjegličke krize /19/.

Načelno govoreći, migranti su općenito nedovoljno zastupljeni i prikazani su kao delinkventi ili kriminalci. Iako se medijsko uokvirivanje u Europi razlikuje ovisno o specifičnim skupinama migranata na koje se diskurs fokusira, izvještavanje o imigraciji često je negativno i usredotočeno na sukob. Česta izloženost ovakvim medijskim porukama dovodi do negativnih stavova prema migracijama, može aktivirati stereotipne spoznaje migrantskih skupina, pa čak i utjecati na izbor glasova. Govori li se o konkretnim primjerima, važno je spomenuti rezultate izvješća koje je za cilj imalo provesti sustavnu studiju medijskog izvještavanja o migracijama u sedam europskih zemalja: Španjolskoj, Ujedinjenom Kraljevstvu, Njemačkoj, Švedskoj, Poljskoj, Mađarskoj i Rumunjskoj /20/. Navedeno izvješće istovremeno je analiziralo imigraciju i emigraciju kao medijsku temu kroz duže vremensko razdoblje (tj. 2003-2017). Istraživanje je uspoređivalo istaknutost, relativni sentiment i okvir izvještavanja o

migracijskim vijestima. Glavni rezultati ukazali su na to da je medijska pokrivenost migracije veća u zemljama primateljicama nego u zemljama pošiljateljicama, dok se medijska pokrivenost unutareuropskih migracija obično povezuje sa izvještavanjem o ključnim fazama proširenja EU-a i tranzicijskim kontrolama tržišta rada. Relativni sentiment izvještavanja o migraciji obično je negativan, dok relativan sentiment unutareuropskih migracija ima tendenciju biti pozitivniji. Uz to, sigurnosna pitanja su najistaknutija u izvještavanju o migracijama, dok je ekonomska pitanja dominantna u izvještavanjima unutareuropskih migracija.

Da geografija igra ulogu u načinu izvještavanja, potvrđuju i Heidenreich i ostali /21/. Istražujući migracijsku krizu iz 2015. godine u medijima, došli su do zaključka kako je vrhunac 'izbjegličke krize' između kolovoza i rujna 2015. godine medijski uokviren kao granično pitanje. Izvještavanje je stoga bilo usmjereno na pitanje trebaju li granice ostati otvorene ili se zatvoriti. U zemljama koje su bile dalje, drugi su okviri bili istaknutiji. Nadalje, medijsko uokvirivanje ima tendenciju biti različitije i raznolikije u zemljama primateljicama kao što su Njemačka, Švedska i Ujedinjeno Kraljevstvo, odnosno u zemljama u kojima se očekuje da će učinak 'izbjegličke krize' biti dugoročniji /22/. Ovdje su okviri koji se bave utjecajem izbjeglica na sustav socijalne skrbi ili na gospodarstvo zemlje, kao i traženje smještaja, relativno istaknutiji u usporedbi s drugim zemljama. Naravno, postoje i specifičnosti zemlje. Usredotočenost Španjolske na politiku Europske unije i naglasak Švedske na okvir ljudskih prava odražava novinarsku tradiciju tih zemalja, posebice u pokrivanju tema vezanih uz imigraciju. Ostale razlike odnose se na pojedine medijske okvire. Na primjer, okviri ljudskih prava i humanitarne pomoći obično su bili važniji na početku ciklusa vijesti, ali su bili manje relevantni na vrhuncu 'krize'. Greussing i Boomgaarden /23/ nalaze sličnu dinamiku u pogledu okvira viktimizacije. Konačno, neki okviri ostali su uglavnom ravni (tj. bez ikakve značajne dinamike). Osobito u usporedbi sa studijama koje se općenito bave imigracijskim obuhvatom, mala istaknutost namještanja zločina mogla bi se činiti iznenađujućom.

Međutim, to je u skladu s drugim studijama koje istražuju „izbjegličku krizu“ /24/. Upadljivost medijskog okvira i dinamika objavljivanja vijesti mogu biti vrlo različiti na početku, tijekom i na kraju krize.

To donekle potvrđuje i Euromedova studija iz 2017. godine o medijskom izvještavanju mediteranskih zemalja o migracijama. Studija navodi kako je neupitno da mediji oko Mediterana pričaju vrlo različite priče. Mnoge su zemlje izgrađene na migraciji, ali često se čini da mediji gube iz vida migrante u svojoj sredini i ne daju im glas u svom izvještavanju. Ova odsutnost glasa također se osjeća u zemljama u kojima se status migranata mijenja. Na primjer, neke sjevernoafričke zemlje, mjesta koja su se prije smatrala stanicama subsaharskih migranata na putu do europskih odredišta, sada postaju zemlje domaćini, ali često se čini da mediji oklijevaju prihvatiti ovu novu stvarnost. U nekim europskim zemljama politički čelnici pozdravili su nove pridošlice, a medijska pokrivenost opadala je ili rasla s političkim okolnostima u pojedinoj zemlji. Entuzijazam za migraciju u zemljama poput Švedske, Njemačke i Francuske oslabio je pred terorističkim aktivnostima ili rastućom zabrinutošću javnosti zbog utjecaja novopridošlica na lokalnu zajednicu. Mediji se ipak bore pokušavajući detoksificirati pitanje migracija, navodi Euromedova studija. Također, studija utvrđuje da su islamofobija i antiarapska retorika prisutni u medijskim izvješćima u nekim dijelovima Europe i da se to odražava u sličnim rasističkim narativima usmjerenima osobito na subsaharske migrante u nekim zemljama sjeverne Afrike i istočnog Sredozemlja /25/.

Neophodno je razjasniti kako je doprinos i utjecaj medija u kreiranju mišljenja javnosti vidljiv u različitim sustavima. Primjerice, Belgija, ali i Europa općenito, bilježi snažan priljev izbjeglica posljednjih godina /26/. Istodobno, belgijski znanstvenici bilježe i sve veću polarizaciju belgijskog javnog mnijenja o ovoj temi. Jedan od glavnih aktera koji oblikuju ovo javno mnijenje upravo su mediji, budući da doprinose ili se bore protiv stereotipa o različitim (pod)skupinama stanovništva. Svrha njihove studije iz 2018. godine bila je analizirati u kojoj mjeri medijska konzumacija i povjerenje

u medije utječu na javno mnijenje o dvjema manjinskim skupinama - imigrantima i izbjeglicama - u reprezentativnom uzorku odraslog stanovništva Belgije (n=1500). Rezultati pokazuju da odrasli Belgijanci imaju pozitivnije stavove o imigrantima, nego o izbjeglicama. Čitanje pouzdanijih elektroničkih publikacija, kao i visoka razina povjerenja u televiziju i radio koreliraju s pozitivnim stavom obje skupine, dok praćenje komercijalnih televizija i popularnih novina ide uz negativan stav. Belgijski primjer istraživali su i De Coninck i Matthijs /27/ koji potvrđuju kako je konzumacija komercijalne televizije negativno povezana sa stavovima publike prema imigrantima i izbjeglicama, dok je praćenje medijskih sadržaja javnih servisa pozitivno (ali ne značajno) povezana. Konzumacija elektroničkih publikacija pozitivno je povezana s oba stava, dok je konzumacija popularnih elektroničkih publikacija negativno povezana sa stavovima prema izbjeglicama. Isti autori navode kako se u Švedskoj odnos između medijske konzumacije i stavova publike čini mnogo manje izraženim. Ovdje su jedina vrsta medija koja je povezana sa stavovima publike elektroničke publikacije. To ukazuje na činjenicu da medijske reprezentacije nisu nužno povezane s odgovarajućim stavovima, osobito u Švedskoj. To znači da postoji potpora za teoriju okvira (*framing theory*) samo u belgijskim rezultatima, budući da teorija okvira sugerira da naglašavanje ili prešućivanje određenih aspekata stvarnosti u vijestima (npr. pozitivnih ili negativnih aspekata pitanja migracija) može utjecati na to kako korisnici vijesti tumače te događaje /28/, a o čemu će biti više riječi u nastavku ovoga rada.

Analiza tiskanih medija i elektroničkih publikacija u Velikoj Britaniji pokazala je da se značajan politički interes za ovu složenu temu može staviti u nešto drugačiju perspektivu ispitivanjem ukupne medijske pokrivenosti po temama. Analiza sadržaja koji su proveli McAuliffe, Weeks i Khalid Koser /29/ pokazala je da je medijska pokrivenost vezana uz migracije u Ujedinjenom Kraljevstvu činila oko 2-3 posto ukupne pokrivenosti u usporedbi sa, na primjer, sportom (24-30 posto), gospodarstvom (19-20 posto), znanosti/zdravljem (8-10 posto) i klimatskim

promjenama (1-2 posto). Autori naglašavaju kako je medijsko izvještavanje o migrantima i migracijama važno iz najmanje tri razloga. Prvo, iako je poveznica između uzroka i posljedice složena, postoji opće prihvaćeno mišljenje da mediji mogu utjecati i biti pod utjecajem popularnog mišljenja i političkih agendi. Stoga, medijska pokrivenost može biti barometar za političke i javne stavove prema migraciji, te zauzvrat oblikovati te stavove. Drugo, medijska pokrivenost vjerojatno će utjecati na percepciju samih migranata u društvu, na primjer, u vezi s tim u kojoj mjeri oni smatraju da su oni sami široko prihvaćeni ili isključeni, da su pravedno zastupljeni ili da su u ulozi žrtve. Treće, moguće je, s obzirom na globalni pristup mnogim medijima, da medijska pokrivenost također može utjecati na donošenje odluka migranata koji razmatraju hoće li se preseliti u određene države i gradove dolaska.

Kad su izbjeglice, tražitelji azila, imigranti i migranti bili u Europi, često su u medijima bili povezivani s nasiljem i terorizmom – vjerojatno kao rezultat niza terorističkih napada od 2015. godine /30/. Pokušaji suprotstavljanja ovim narativima nesigurnosti, kao i onima vezanim uz društvena pitanja i kulturu, bili su ograničeni, dijelom zbog vrlo malog broja priča u kojima izbjeglice, tražitelji azila, imigranti i migranti zapravo govore. U usporedbi s četiri od pet medijskih priča, samo je jedna od njih sadržavala takvu temu, koje su uglavnom predstavljale političara ili javnog službenika. Sve dok su glasovi izbjeglica, tražitelja azila, imigranata i migranata isključeni iz javne rasprave, može postojati nedostatak empatije i razumijevanja o iskustvu migranata kod šire javnosti u Velikoj Britaniji, zaključuju autori.

Studija Maurera, Haßlera, Kruschinskog i Josta /31/ uspoređuje ravnotežu novinskih i televizijskih vijesti o izvještavanju o migracijama u dvije zemlje koje su bile različito pogođene takozvanom „izbjegličkom krizom“ 2015. godine u smislu geopolitičke uključenosti i broja migranata koji su primljeni. Na temelju širokog konsenzusa među političkim elitama, Njemačka je ostavila svoje granice otvorenima i primila oko milijun migranata, uglavnom iz Sirije tijekom 2015. godine. Nasuprot tome, konzervativna britanska vlada bila je žestoko

napadnuta od strane oporbenih stranaka zbog zatvaranja britanskih granica i ograničavanja imigracije. Ove različite početne situacije dovele su do značajnih razlika u izvještavanju vijesti u obje zemlje. U skladu s teorijom vrijednosti vijesti, koja tumači kako se analiziraju medijski tekstovi i na osnovi toga donose zaključci o kriterijima koji utječu na izbor određene informacije, njemački mediji mnogo su više izvještavali o migracijama nego njihovi britanski kolege/32/.

Na drugom kontinentu, konkretno u Sjedinjenim Američkim Državama, istraživačice De Trinidad Young, Sarnoff, Lang i Ramirez /33/ provele su kvantitativnu analizu sadržaja medijskog izvještavanja o imigracijskoj politici između 2010. i 2013. te između 2017. i 2019. Provele su sustavnu pretragu članaka tiskanih medija koji pokrivaju zakonodavstvo, tužbe i druge politike i teme povezane s imigracijom (n = 931). Članci su kodirani prema vrsti medijske teme te sukladno pozitivnom ili negativnom uokvirivanju imigranata. Komparativno su usporedili obrasce dvaju razdoblja te su autorice zaključile kako je većina članaka bilo usredotočeno na politike isključivanja na saveznoj razini, unatoč značajnom povećanju politika integracije između 2017. i 2019. godine. Istraživačice su pronašle značajne pomake u negativnom i pozitivnom medijskom okviru imigranata, od dominantnih negativnih poruka imigranata portretiranih kao kriminalaca do dominantnih pozitivnih poruka kroz ekonomski doprinos državi. Vezano uz američku medijsku scenu, zanimljivo je spomenuti kako su se *New York Times*, *Washington Post*, *USA Today* i *Wall Street Journal* bavili temom meksičke imigracije sa značajnom sličnošću u odabiru tema /34/. Svaki od navedenih medija je pokrивao niz pitanja povezanih s imigracijom, od mogućnosti zapošljavanja do asimilacije u američko društvo. Međutim, tema o kojoj se najčešće govorilo bila je kriminal, uključujući trgovinu drogom, nasilje u meksičkim pograničnim gradovima, sudske/pravne slučajeve i organizirani kriminal. To ne čudi, zaključuju autorice, s obzirom na eskalaciju nasilja i kriminala u meksičkim pograničnim gradovima od 2006. i sklonost povezivanju bilo

koje vrste kriminala s ilegalnim prelascima granice.

Analizira li se medijska situacija u hrvatskom okruženju, korisno je izdvojiti medijsku analizu Kržalića i Kobajice /35/ o migrantima u Bosni i Hercegovini. Analizirajući medijske objave u posljednje tri godine, navedeni autori kažu kako je "nemoguće ne primijetiti da kod određenog dijela bosanskohercegovačke populacije postoji negativna percepcija prema izbjeglicama i migrantima koji dolaze s područja Bliskog istoka, pri čemu su pojedine podgrupe često predmetom izraženih društvenih stereotipa i predrasuda. Negativni sadržaji objava evidentirani su u nešto više od trećine analiziranih objava, a uključivali su protupravna i devijantna ponašanja migranata u BiH, ali i prateće društveno štetne pojave, poput organiziranog kriminala, krijumčarenja ljudi i narušavanja javnog reda i mira. Jedan veći dio negativnih sadržaja bio je usmjeren ka isticanju svih slabosti državnog aparata, nedostatka međudržavne i međuinstitucionalne koordinacije i suradnje, nedostatka materijalnih, tehničkih i ljudskih kapaciteta kako bi se na najadekvatniji način odgovorilo na pitanja rasta broja izbjeglica i migranata u zemlji i uopće na „Balkanskoj ruti“. Dominacija takvih sadržaja, zaključuju autori, zasigurno može ojačati percepciju o migrantskoj populaciji kao prijetnji domaćem stanovništvu koja dugoročno može dovesti do demografskih promjena, a posljedično i do stavova o pratećim sigurnosnim, ekološkim i zdravstvenim problemima. Zamjetan broj analiziranih negativno orijentiranih objava pratili su senzacionalizam i politizacija situacije političkih dužnosnika u političke svrhe, zbog čega su mogli doprinijeti jačanju stereotipizacije, stigmatizacije i diskriminacije izbjegličke i migrantske populacije kod bosanskohercegovačke javnosti s jedne strane, odnosno jačanju nepovjerenja prema relevantnim državnim institucijama koje u svojoj nadležnosti imaju pitanja kontroliranja i upravljanja migracijskim tokovima, s druge strane."

U periodu COVID-19 pandemije, u bosanskohercegovačkim medijima posebno su negativno bili predstavljeni ljudi u pokretu, građani čiji je "goli život" stavljen van pravnog

okvira, a tako i van okvira novinarskog profesionalizma, naglašavaju Delić i Begić, te dodaju "kako su pokrenuti antimigrantski orijentirani internetski portali, kako je vođena antimigrantska kampanja kroz članke koji su korištenjem metafora, različitih tehnika pristranosti, logičkih pogrešaka, nametali poželjna viđenja nepoželjnih „drugih“. Analizirajući medijski diskurs, autorice su utvrdile kako se u analiziranim tekstovima najprije sugeriraju negativni zaključci koji navodno proizlaze iz činjenica. Potom se koriste retoričke figure kojima se nastoje naglasiti „njihova“ negativna ponašanja." Također su utvrdile kako su najčešće korištene logičke greške apel na emocije i suviše simplificirano zaključivanje poznato kao greška ne slijedi. Konkretno, autorice zaključuju kako je u člancima "korišteno nekoliko tehnika pristranog izvještavanja. Najprije je korišteno pristrano filtriranje poželjnih činjenica, te je tako naglašen broj migranata, kao i preuveličana neprovjerena informacija da se oni „slobodno kreću“ u Unsko-sanskom kantonu. Potom su događaji i ličnosti pristrano smješteni u odgovarajući kontekst, točnije migranti kao potencijalna opasnost, ali je cjelokupna diskusija o migrantima i koronavirusu zadržana u granicama pretpostavki budući da nitko od migranata i izbjeglica nije dobio priliku da govori"/36/.

Istraživanje Vuletića i Filipovića /37/ analizira odnos političke elite i medija u Srbiji prema migrantima i migrantskoj krizi četiri godine nakon prolaska velikog broja izbjeglica kroz Srbiju i druge države Balkanskog poluotoka na putu prema Zapadnoj Europi. Pokušali su ustvrditi je li u ovom razdoblju došlo do promjene diskursa, odnosno je li, kao u pojedinim zemljama Zapadne Europe, migrantska kriza iskorištena za jačanje desnog populizma baziranog na strahu od drugih i drugačijih. "U odnosu na 2015. godinu došlo je do zaokreta sa humanitarnog ka sigurnosnom diskursu, ali u osnovi migrantsko pitanje danas u Srbiji ne predstavlja bitnu temu ni za političare ni za medije, zaključuju autori. Uz to, pojašnjavaju kako već sam podatak da je tijekom šest mjeseci u pet medija ukupno objavljeno 580 tekstova koji se na razne načine

bave migrantskom krizom svjedoči o relativno slabom medijskom interesu za ovu temu. Naime, statistički promatrano taj podatak govori da je svaki od promatranih medija u prosjeku objavio manje od jednog teksta dnevno (0,64) koji se bave migrantima i migrantskom krizom. Imajući u vidu da gotovo tri četvrtine tih tekstova čine kratke forme do 400 riječi, onda spomenuti zaključak dobiva na specifičnoj težini. Razlog smanjenog medijskog interesa je zatvaranje tzv. Balkanske rute i smanjen protok migranata nakon sporazuma koji je EU postigla s Turskom 2016. godine. No, usprkos tome, migrantsko pitanje je i nakon toga podizalo političku 'temperaturu' u zemljama Zapadne Europe i značajno pomoglo jačanju desnog ekstremizma. U Srbiji, međutim, nije došlo do osjetnog jačanja desničarske retorike niti je migrantsko pitanje u značajnijoj mjeri iskorišteno za popularizaciju desničarskih političkih pokreta."

Istraživanje Ureda za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Republike Hrvatske temeljilo se na ideji da medijske reprezentacije prvenstveno konstruiraju stvarnost i utječu na to kako ljudi prosuđuju i daju značenje društvenim pojavama. "Fenomen migracija nedvojbeno je važna tema na dnevnom redu medija u Hrvatskoj, što ga čini i velikim društvenim problemom jer su mediji ključni akteri u području konstruiranja, ovjekovječivanja i prenošenja značenja. U tom smislu, mediji imaju središnju ulogu u kreiranju i usmjeravanju javnih rasprava, kao i informiranju opće populacije. Rezultati pokazuju da izvještaji o migrantima i izbjeglicama naglašavaju element sigurnosti (34% svih medijskih članaka) i politike (30% članaka), a zatim slijede međunarodni odnosi (15%), migrantske rute (7%) i integracije (7%). Ostale teme poput medija, društvenih mreža, pravosuđa i humanitarnih aktivnosti zastupljene su s ne više od 2,5 posto. Općenito govoreći, rezultati ovoga istraživanja pojašnjava kako medijsko izvještavanje u Hrvatskoj karakterizira dva paralelna procesa: s jedne strane, izraženo je pitanje sigurnosti vezanih uz migracije i azil u odnosu na europske i nacionalne politike ističući zaštitu granica i teritorija kao prioritet te s druge strane, humanitarizacija onih izbjeglica

uključenih u programe preseljenja i kasnije u politike integracije /38/."

U Hrvatskoj su se ovom temom bavile i Slijepčević i Fligić /39/ koje pojašnjavaju da s obzirom na "tradicionalnost hrvatskog društva te hermetičnost, niski stupanj obrazovanosti stanovništva, izrazitu vjersku pripadnosti i češćim konzervativnim političkim opcijama na vlasti, bio je moguć rast straha od nepoznatih „drugih“. Dojam autorica je da je ovaj strah izostao, čemu razlog može biti djelomično i umjereno medijsko izvještavanje uz okvir viktimizacije, a ne prijetnje. Rezultati njihovog istraživanja, sugeriraju da su migranti prikazivani kao žrtve, a ne prijetnja te medijskim odabirom aspekata događaja koji su prezentirali u javnosti moglo je doći do ovakve percepcije imigranata. Rezultati njihova istraživanja potvrđuju kako emocionalno snažnim vizualima i isticanjem toplih ljudskih priča prevladavaju pozitivno intonirani članci o izbjeglicama. Iako nepovezan s izbjegličkom problematikom, teroristički napad u Parizu, utjecao je na veću zastupljenost negativnog okvira. Nadalje, iako se u većem broju analiziranih tekstova ističe i ponavlja hrvatska humana politika, većina članaka, na oba analizirana portala, je neutralna. Istraživanje je potvrdilo postojanje *framinga* u izvještavanju o izbjegličkoj krizi i izvanrednom događaju kao faktoru bitnom za promjene referentnog okvira."

Suprotno tome, analiza autorica Bagarić i Mandić ukazala je na neke iznenađujuće i zanimljive rezultate vezane uz portretiranje imigranata u hrvatskom medijskom prostoru. Naime, "za razliku od europskog, odnosno, svjetskog prevladavajuće stereotipnog okvira medijskog diskursa pretežito negativnih vrijednosti i sukoba unutar kojih se tražitelji azila prezentiraju kao: sigurnosna ugroza; lažni izbjeglice; nezakoniti migranti te zdravstvena prijetnja zajednici, u dva odbrana događaja, najčitaniji hrvatski portali, navode autorice, prikazuju imigrante kao žrtve na udaru životnih, sudbinskih i vremenskih neprilika, ali i na milosti i nemilosti brutalne europske politike zatvorenih granica i namotaja žilet žice. Nadalje, glasovi migranata su zastupljeni u podjednakom omjeru kao i službeni izvori. Ovisno o događaju koji pokrivaju članci

najčitanijih hrvatskih informativni portali razlikuju se u odnosu na varijable: izvori; teme; vrijednosna orijentacija; okviri; stil i ton u povodu. Pri tome najviše iznenađuju izlučeni dominantni okviri: opasno je biti nezakoniti migrant; migranti su žrtve; odgovornost, ljudsko lice i sukobi/konflikt, što predstavlja potpunu suprotnost obilježjima medijske prezentacije koja proizlazi iz navedenog referentnog i problemskog okvira rada"/40/.

Također, neke pozitivne medijske odjeke u Hrvatskoj, barem što se tiče teme migrantskog poduzetništva, ističu Volarević i Has /41/. Rezultati njihovog istraživanja ukazuju kako "ispitanici u većoj mjeri ocjenjuju da nisu upoznati s pojmom migrantskog poduzetništva te da nisu dobro informirani o migrantskom poduzetništvu, međutim iskazuju pozitivne stavove vezane za migrantske poduzetnike i njihov utjecaj na hrvatsko gospodarstvo, poduzetničko okruženje i kulturni život. Analiza medija ovog istraživanja utvrdila je mali broj objava koje se tiču migrantskog poduzetništva u hrvatskim medijima, ali i da je većina medijskih objava o migrantskom poduzetništvu pozitivne vrijednosne orijentacije i prema migrantima i prema temi migrantskog poduzetništva."

DOMINANTNE MEDIJSKE TEHNIKE OBLIKOVANJA IMIGRANTSKIH TEMA

Tehnike i metode novinskog izvještavanja valja promatrati iz šire perspektive zbog lakšeg razumijevanja medijskog narativa. Odnos između teksta i društva/kulture treba promatrati dijalektički, pojašnjava Fairclough /42/ jer su medijski tekstovi sociokulturno oblikovani, ali također konstituiraju društvo i kulturu, na načine koji mogu biti transformativni kao i (re)produktivni. U tom kontekstu od iznimne je važnosti za istraživanje medijskog utjecaja analizirati diskurse i narative kojima se strukturira subjektna pozicija imigranta. Pri tome važnu ulogu ima koncept "emocionalnosti teksta" /43/ odnosno emocije koje se tekstom imenuju, a koje su posebno usmjerene prema imigrantima kao objektu emocija. Emocije su ključne u procesu identifikacije i našega odnosa prema Drugom /43/, /44/, /45/ jer u Drugog upisuju

vrijednosti i značenja što Ahmed /43/ naziva politizacijom emocija.

Emocionalnost i metaforičnost u izvještavanju pojavljuje se i u rezultatima Karabuove /46/ analize reprezentativnih podataka imigracijskih metafora, a koja pokazuje da se u osnovi percepcije imigranata nalazi skup "konceptualnih okvira". Autor je identificirao nekoliko konkurentskih metafora: imigrant=stranac, migracija=voda, poplava, imigracija=kretanje/putovanje, itd. Ove se metafore stalno ponavljaju u različitim medijskim diskursima koji se vrte oko koncepta imigracije. Karabuova studija pokušala je utvrditi kako mediji formuliraju svoje stavove o migrantima. Rezultati njegovih podataka pokazuju da je najčešća izvorna domena ona u kojoj se imigranti konceptualiziraju kao strano tijelo unutar društva domaćina ili kao ilegalni stranci (23%). To otvara važna pitanja o funkciji konceptualnih metafora u političkom i medijskom diskursu. Rasprava o migracijama u javnim medijima pokazuje da se imigranti dominantno opisuju u negativnom kontekstu (zločin, elementarna nepogoda, kao neljudi i sl.).

Slično potvrđuju i McCann, Sienkiewicz i Zard /47/ sa Sveučilišta Columbia u svojem istraživanju. Referirajući se na specifične krize, donose analizu medijskih narativa o dolascima u Europu 2015. i 2022. godine. Iako ograničeni u opsegu, rezultati analize ipak otkrivaju zapanjujuće razlike između načina medijskog izvještavanja o ukrajinskim izbjeglicama i načina na koji se izvještavalo o izbjeglicama iz Sirije. U oba slučaja, civili bježe od sveopćeg uništenja svojih domovina, međutim, razlike u medijskim prikazima izbjeglica o, između ostalog, percepciji prijetnje, legitimiteta izbjeglica ili ekonomskog doprinosa, pomogle su ocrtavanju narativa s kojim su se izbjeglice iz Ukrajine i Sirije susrele u Europi 2022. godine i u 2015. godine. Pitanja rase, blizine njihovih država, ali i spola izbjeglica nedvojbeno su igrale ulogu u oblikovanju ovih medijskih narativa. Također, zaključuju autori, svakako su i političke te socioekonomske promjene u regiji utjecale kada i kako su mediji izvještavali o migracijama.

Da je oblikovanje medijskog diskursa i narativa od osobite važnosti, potvrđuje i istraživanje

Bezić i Petrović /48/ koje su, koristeći se kritičkom analizom diskursa kao teoretskim okvirom, analizirale strategije imenovanja i kvalificiranja migranata u britanskom i talijanskom tisku, a s ciljem konstrukcije prikaza pozicije migranata kao pojedinaca i kao društvene skupine u dvjema geopolitički različitim europskim zemljama s različitim društvenokulturnim nasljeđem. "S obzirom na činjenicu da se pozicija migranata u europskom društvu ostvaruje u interakciji s ostalim društvenim akterima, posebnu pozornost autorice su obratile na konstrukciju opreke Mi/Oni ostvarenu preko odnosa Europa/europske zemlje – migranti te su pri analizi strategija imenovanja i kvalificiranja migranata ispitali i strategije imenovanja i kvalificiranja europskih aktera. Njihova je analiza pokazala da je opreka Mi/Oni prisutna u obama korpusima, ali više implicitno nego eksplicitno. Unatoč različitom društvenokulturnom nasljeđu, različitom geopolitičkom položaju te različitim razmjerima odjeka vala migracija u Velikoj Britaniji i Italiji, autorice su ustanovile da se konstrukcija opreke Mi/Oni ostvaruje upotrebom gotovo istih strategija nominacije u britanskim i talijanskim medijima, odnosno upotrebom općih i zbirnih imenica, etnonima, osobnih imena, toponima, osobnih zamjenica mi i oni te metafore i metonimije. No, potrebno je istaknuti da je nominacija migranata raznovrsnija u talijanskom korpusu, što dovodimo u vezu s većim razmjerom odjeka migrantskog vala u Italiji."

Nastavno na sve izneseno, važno je naglasiti četiri ključna teorijska koncepta koje se odnose na oblikovanje stavova javnosti u kontekstu medijskog izvještavanja o imigrantskim temama. Prva, teorija kultivacije, objašnjava kako velika izloženost medijskim sadržajima povećava opseg oblikovanja osobnih stavova u stvarnome svijetu /49/. Negativno portretiranje jedne rase može imati izrazito negativne učinke /50/. Ova teorija tumači medijske sadržaje kao informacije o svijetu koje su temelj za stvaranje ustaljenih mišljenja na razini društva, a u ovom kontekstu ta se mišljenja i stavovi odnose na etnička i rasna obilježja određenih skupina. Prema teoriji o kultivaciji, iz medijskih sadržaja koji portretiraju rase i etničke društvene skupine, mogu proizići dva oblika ishoda – onaj

prema kojem se jedna manjinska društvena skupina kroz medijske sadržaje neravnomjerno prikazuje u odnosu na sve druge dok se drugi oblik ishoda odnosi na već ustaljene stereotipne obrasce prikazivanja određenih društvenih skupina /51/, /52/.

Druga je teorija uokvirivanja (*framing theory*), a koja sugerira da način na koji se nešto predstavlja publici (okvir) utječe na oblikovanje stava ljudi o toj informaciji /53/. Kroz istaknutost i okvire, mediji imaju značajnu moć utjecanja na to kako javnost gleda na određeno političko, društveno ili ekonomsko pitanje /54/. Okviri su apstrakcije koje organiziraju ili strukturiraju značenje poruke. Najčešća upotreba okvira je način kojim se kontekstualiziraju vijesti i informacije. Ova teorija objašnjava kako mediji stvaraju okvir prezentiranjem vijesti s unaprijed definiranom i uskom kontekstualizacijom. Okviri se mogu dizajnirati za poboljšanje razumijevanja ili se koriste kao kognitivni prečaci za povezivanje priča sa širom slikom /53/.

Treća je teorija indeksiranja /55/ koja pretpostavlja da medijska pokrivenost u određenoj zemlji u velikoj mjeri odražava stav vlade o nekom pitanju u slučaju da postoji sveobuhvatni konsenzus u mišljenju političkih elita o tom pitanju. Prema Bennettu /55/, teorija indeksiranja počiva na elementu demokratskog zdravog razuma, odnosno ideji da sfere konsenzusa među elitama na neki način odražavaju javni interes. Čini se da u takvim slučajevima novinari ne dovode u pitanje taj konsenzus, već se oslanjaju na službene izjave, što dovodi do uglavnom suglasnog i pristranog medijskog izvještavanja koje podržava stajalište vlade i zanemaruje pretpostavljene uredničke linije medija. Teorija indeksiranja se stoga bavi ukupnom ravnotežom u određenom medijskom sustavu, a ne ravnotežom pojedinačnih izvještaja vijesti ili novinskih kuća. Do sada je teorija indeksiranja obično bila testirana u kontekstu medijskog izvještavanja o vojnim intervencijama /31/. Međutim, nedavne studije također pokazuju da mediji u prisustvu konsenzusa elite pokušavaju osigurati ravnotežu u svom izvještavanju uključivanjem vjerodostojnih stranih glasova koji se protive dominantnom stajalištu domaćih elita /56/, /57/.

Četvrta je teorija postavljanja dnevnog reda ili *agenda setting*, prema kojoj mediji odlučuju koje će se teme u određenom trenutku smatrati iznimno važnima. Zbog toga masovni mediji imaju sposobnost da odrede o čemu će ljudi razgovarati i razmišljati. U tom kontekstu, promjena stava medijskih konzumenata nema nikakvu ulogu. Teorija se temelji principu uočljivosti, odnosno, teme koje se više prikazuju, o kojima mediji više izvještavaju, prikazat će se kao važne, a time će biti važne i javnosti. Može se zaključiti kako značaj koji se određenim temama pridaje u medijima utječe na percepciju tih tema i u javnosti. Tako mediji imaju mogućnost da, uz pomoć različitih redakcijskih pristupa i politika, utječu na razmišljanje, ali i ponašanje ljudi glede odabira sadržaja /58/.

UMJESTO ZAKLJUČKA, SMJERNICE

Predstavljena istraživanja u ovome radu ukazuju kako mediji doprinose kreiranju stavova javnosti prema imigraciji, a koja su često negativna. Kako to promijeniti? Usvajanje različitih metoda medijskog izvještavanja o imigracijskim temama jedan je od odgovora. Prihvatanje novih načina novinarskog izvještavanja, primjerice u istočnoj Europi, regiji s najnižom ocjenom u svijetu u smislu prihvaćanja migranata, može donijeti značajan napredak u znanju javnosti u ovom području. Teza je to koju su istražili Kondor, Mihelj, Štetka i Toth /59/. "Kako bi to ispitali, istraživači su komparirali usporedni skup podataka mješovitih metoda koje su se sastojale od reprezentativnih populacijskih anketa (N=4092), ekspertne ankete (N=60) i kvalitativnih intervjua (N=120) provedenih u četiri istočnoeuropske zemlje. Za razliku od postojećih istraživanja u zapadnoj Europi, autori su pronašli značajne varijacije u odnosima između stavova prema imigraciji i korištenju javnih medija, pri čemu je konzumacija javnih medijskih servisa povezana s negativnijim stavovima prema imigraciji u nekim zemljama, a s pozitivnijim stavovima u drugim. Nadalje, rezultati ovog istraživanja potvrđuju da su različiti stavovi o imigraciji ugrađeni u različita kvalitativna razumijevanja imigracije, dok su sudionici s pozitivnijim stavovima često usvojili

inkluzivnije shvaćanje imigracije, oni s negativnijim stavovima usvojili su uže shvaćanje. Također, rezultati su ukazali na ključnu važnost obitelji i poznanika kao pouzdanih izvora informacija."

Pregled medijskog izvještavanja o migracijama i njihovog utjecaja na javnosti ukazuje na nužnost daljnjih istraživanja, a Allen i Blinder /60/ sugeriraju sljedeće četiri smjernice:

1. Više istraživanja o ulozi medija u tranzitnim zemljama i zemljama porijekla migranata, a posebno utvrđivanje konzumacije i odabira medija od strane imigranata.
2. Dodatna primijenjena istraživanja o tome oblikuju li i kako različite vrste poruka i emocija javne stavove.
3. Usmjeriti više pozornosti različitim medijskim sustavima i načinu na koji oni mogu (ili ne mogu) proizvoditi različite vrste sadržaja u vezi s imigracijom.
4. Poticati javnu raspravu kod različitih javnosti o ulozi medija u određenim kontekstima jer to može doprinijeti razvoju boljih mjera i politika, kao i jačanju civilnog društva.

U UNESCO-vom Priručniku za izvještavanje o migrantima i izbjeglicama (2021) pojašnjava se kako novinarstvo ima ključnu ulogu u balansiranju odnosa između nositelja prava i nositelja dužnosti. Konkretno, i migranti i izbjeglice imaju prava, a korelativno svi imaju dužnost poštivati ih. Stoga, kreatori politike koji upravljaju takvim raseljavanjem ljudi, trebaju kvalitetne informacije ali i povećalo javnosti kako bi ih potaknuli na odgovornost. Priručnik naglašava kako mediji također imaju etičku obvezu prema migrantima o kojima izvještavaju, i to kao dio svojih dužnosti prema ljudskim pravima u širem smislu. Postoje i pravna i etička pitanja vezana uz migracije ljudi, a novinari moraju znati i uskladiti se s tim postulatima. Nadalje, autori Priručnika ukazuju na mogućnosti utjecajnog novinarstva, točnije na važnost prelaska iz pozicije izlaganja problema u poziciju istraživanja rješenja /61/. Također, postoji potreba za praćenjem medijskog izvještavanja i sprječavanjem stereotipnih, negativnih izraza koji se odnose na etničko podrijetlo osumnjičenika, na

primjer, u kaznenim prijavama ili naglašavanje legalnog statusa boravka osobe, što se ističe u Priručniku o medijskoj pokrivenosti migracija izdanog od Međunarodne organizacije za migracije (2017). Autori Priručnika navode kako je iznimno važno medijsko praćenje vrste problema vezanih uz migracije, kao i nastojanje da se osigura uravnoteženo izvješćivanje koje pokriva različite aspekte migracije. Zato sugeriraju novinarima da uključe u udarne termine svojih emisija, ne samo pitanja prelaska granice i/ili čamaca koje je voda izbacila na obale Sredozemnog mora, već i pitanja stanovanja, vjere, zaposlenja, primjere uspješnih umjetnika, profesionalaca i poduzetnika. Sugerira se medijskim profesionalcima da uvažavaju i prikupljaju različite izvore (ponajviše same migrante) u izvještavanju i da se nastoje pružiti objašnjenja, procjene i složeniji prikazi umjesto jednostavnog, općenitog izvještavanja. Također, zapošljavanje novinara migranata mora biti jedan od prioriteta, a kroz odgovarajuće pripravnštvo i studij za rad u različitim redakcijama. Obuka o jednakosti i raznolikosti važna je i trebala bi biti uključena u sve razine obrazovanja, od studenata novinarstva, preko medijskih profesionalaca i svih onih koji su obvezni na cjeloživotno učenje u medijskom sektoru /62/.

Iako se o interpolaciji medija, migranata, javnosti i ostalih društvenih dionika istraživalo, što prikazuje i ovaj pregledni rad, neosporno je činjenica kako je sustavna analiza medijskog narativna važna, osobito u kontekstu edukacije medijskih profesionalaca, ali i samih migranata.

Bilješke

- /1/ Dixon, T. L. i Williams, C. L. (2015). The changing misrepresentation of race and crime on network and cable news. *Journal of Communication*, 65(1): 24–39.
- /2/ Hainmueller, J. i Hopkins, D. J. (2014). Public Attitudes Toward Immigration. *Annual Review of Political Science*, 17 (1): 225–249.
- /3/ Shehata, A. i Strömbäck, J. (2014). Mediation of Political Realities: Media as Crucial Sources of Information, u: F. Esser, J. Strömbäck (ur.). *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 93-113.
- /4/ Arendt, F. i Matthes, J. (2014). Cognitive Effects of Political Mass Media, u: C. Reinemann (ur.). *Political Communication*. Berlin: De Gruyter.
- /5/ Maurer, M. (2014). Attitudinal effects in political communication, u: C. Reinemann (ur.). *Political Communication*. Berlin: de Gruyter. 591-607.
- /6/ Nabi, R. L. i Oliver, M. B. (2009). *The Handbook of Media Processes and Effects*. Thousand Oaks: Sage.
- /7/ Igartua, J. J. i Cheng, L. (2009). Moderating Effect of Group Cue While Processing News on Immigration: Is the Framing Effect a Heuristic Process? *Journal of Communication*, 59 (4): 726–749.
- /8/ Schemer, C. i Müller, P. (2017). *Representations of Ethnic Minorities in European Media: Prevalance and Effects*, u: C. P. Campbell (ur.). *The Routledge Companion to Race and Media*. New York: Routledge.
- /9/ Arendt, F. (2010). Cultivation Effects of a Newspaper on Reality Estimates and Explicit and Implicit Attitudes. *Journal of Media Psychology*, 22 (4): 147-159.
- /10/ Héricourt, J. i Spielvogel, G. (2014). Beliefs, Media Exposure and Policy Preferences on Immigration: Evidence from Europe. *Applied Economics*, 46 (1): 225–239.
- /11/ Allen, W.: Blinder S.; McNeil, R. (2017). Media reporting of migrants and migration in IOM (2017) *World Migration Report 2018*, IOM: Geneva.
- /12/ Etchegaray, N. i Correa, T. (2015). Media Consumption and Immigration: Factors Related to the Perception of Stigmatization Among Immigrants. *International Journal of Communication*, 9: 3601-3620
- /13/ Gonzo, P.; Fuochi, G.; Anfossi, L.; Spaccatini, F. i Mosso, C., O. (2021). Negative media portrayals of immigrants increase ingroup favoritism and hostile physiological and emotional reactions. *Scientific reports*. 11: 16407, <https://doi.org/10.1038/s41598-021-95800-2>
- /14/ Agovino, M., Carillo, M. i Spagnolo, N. (2022). Effect of Media News on Radicalization of Attitudes to Immigration. *Journal of Economics, Race, and Policy*, 5: 318–340. <https://doi.org/10.1007/s41996-021-00091-4>
- /15/ Jakob, N. G. E. (2010). No alternatives? The relationship between perceived media dependency, use of alternative information sources, and general trust in mass media. *International Journal of Communication*, 4: 589–606.
- /16/ Allen, W., Blinder, S. i McNeil, R. (2018). World Migration Report 2018: Media Reporting of Migrants and Migration. *Journalism Practice*, 16(4): 1-21., <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1792333>
- /17/ Takahashi, M., Skoko, F. i Pavić, D. (2018). Uloga digitalnih medija i uspon populizma u kontekstu

- aktualne izbjegličke krize. *Communication Management Review*, 03 (02): 96-110.
- /18/ Kreutler, M.; Orcid, B.; Fengler, S.; Asadi, N.; Bodrunova, S.; Ertz, G.; Gigola, D.; Media, M.; Kus, M.; Láb, F.; Lábová, S.; Rodríguez P. C. i Szynol, A. (2022). Migration Coverage in Europe, Russia and the United States A comparative Analysis of Coverage in 17 countries (2015-2018). *Central European Journal of Communication*. 15: 202-226. [https://doi.org/10.51480/1899-5101.15.2\(31\).2](https://doi.org/10.51480/1899-5101.15.2(31).2)
- /19/ Brosius, A., van Elsas, E. J. i de Vreese, C. H. (2019). How media shape political trust: News coverage of immigration and its effects on trust in the European Union. *European Union Politics*, 20(3): 447-467. <https://doi.org/10.1177/1465116519841706>
- /20/ Eberl, J. M.; Meltzer, C. E.; Heidenreich, T.; Herrero, B.; Theorin, N.; Lind, F.; Strömbäck, J. (2018). The European media discourse on immigration and its effects: A literature review. *Annals of the International Communication Association*, 42(3), 207-223.
- /21/ Heidenreich, T., Lind, F., Eberl, J. M. i Boomgaarden, H. (2019). Media Framing Dynamics of the 'European Refugee Crisis': A Comparative Topic Modelling Approach. *Journal of Refugee Studies*. 32 (1): 172-182., <https://doi.org/10.1093/jrs/fez025>
- /22/ Balabanova, E. i Balch, A. (2010). Sending and receiving: The Etical Framing of Intra-EU Migration in the European Press. *European Journal of Communication*, 25(4): 382-397.
- /23/ Greussing, E. i Boomgaarden, H. G. (2017). Shifting the refugee narrative? An automated frame analysis of Europe's 2015 refugee crisis. *Journal of Ethnic and Migration Studies* 43(11): 1749-1774.
- /24/ Berry, M., Garcia-Blanco, I. i Moore, K. (2016). *Press Coverage of the Refugee and Migrant Crisis in the EU: A Content Analysis of Five European Countries*. Project Report. Dostupno na: [56bb369c9.pdf \(unhcr.org\)](https://www.unhcr.org/refugees/56bb369c9.pdf)
- /25/ How does the media on both sides of the Mediterranean report on migration? A study by journalists, for journalists and policy-makers (2017). Dostupno na: <https://www.icmpd.org/file/download/48386/file/How0does0the0media0on0both0sides0of0the0Mediterranean0report0on0migration0EN>
- /26/ De Coninck, D.; Matthijs, K.; Debrael, M.; Joris, W.; De Cock, R. i D'Haenens, L. (2018). The relationship between media use and public opinion on immigrants and refugees: A Belgian perspective. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 43(3): 403-425. <https://doi.org/10.1515/commun-2018-0016>
- /27/ De Coninck, D.; Matthijs, K. (2020). Who is allowed to stay? Settlement deservingness preferences towards migrants in four European countries. *International Journal of Intercultural Relations*, 77, 25-37. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2020.05.004>
- /28/ Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4): 51-58.
- /29/ McAuliffe, M., Weeks, W. i Koser, K. (2017). Media and migration: Comparative analysis of print and online media reporting on migrants and migration in selected countries, u: M. McAuliffe, K. Koser (ur.). *A Long Way to Go: Irregular Migration Patterns, Processes, Drivers and Decision-making*. Australia: ANU Press, 277-316. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt20krxxh.19>
- /30/ Cooper, G., Blumell, L. i Bunce, M. (2021). Beyond the 'refugee crisis': How the UK news media represent asylum seekers across national boundaries. *International Communication Gazette*, 83(3): 195-216. <https://doi.org/10.1177/1748048520913230>
- /31/ Maurer, M., Haßler, J., Kruschinski, S. i Jost, P. (2022). Looking over the channel: The balance of media coverage about the "refugee crisis" in Germany and the UK *Communications*, 47(2): 219-240. <https://doi.org/10.1515/commun-2020-0016>
- /32/ Kunczik, M. i Zipfel, A. (1998.) *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
- /33/ Young M. T.; Sarnoff H.; Lang D.; Ramirez A. S. (2021). Coverage and Framing of Immigration Policy in US Newspapers. *The Milbank Quarterly*, 100 (1), 78-101. <https://doi.org/10.1111/1468-0009.12547>
- /34/ Chavez, M.; Whiteford, S. i Hoewe, J. (2010). Reporting on Immigration: A Content Analysis of Major U.S. Newspapers' Coverage of Mexican Immigration. *Norteamérica*, 5(2): 111-125.
- /35/ Kržalić, A. i Kobajica, S. (2021). Migranti u javnom diskursu medija u Bosni i Hercegovini. *Policija i sigurnost*, 30 (2): 233-244.
- /36/ Delić, A. i Begić, S. (2021). Od riječi do žice: Targetiranje migranata i izbjeglica kao izvora i prijenosnika zaraze COVID-19 bolesti. *In medias res*, 10 (19): 3129-3145. <https://doi.org/10.46640/imr.10.19.10>
- /37/ Vuletić, V. i Filipović, B. (2019). Politički i medijski (od)govori na „migrantsku krizu“ u Srbiji. *Forum za sigurnosne studije*, 3 (3): 116-137.
- /38/ Popović, H. ; Kardov, K.; Župarić-Ilić, D. (2022). Medijske reprezentacije migracija: Diskurzivne konstrukcije migranata, izbjeglica i tražitelja azila u hrvatskim medijima. Ured za ljudska

- prava i prava nacionalnih manjina Vlade Republike Hrvatske. Dostupno na: <https://pravamanjina.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Medijske%20reprezentacije%20migracija%20-%20diskurzivne%20konstrukcije%20migranata,%20izbjeglica%20i%20tra%C5%BEtelja%20azila%20u%20hrvatskim%20medijima%20.pdf>
- /39/ Slijepčević, M. i Fligić, S. (2018). Analiza medijskog praćenja izbjegličke krize u Hrvatskoj i interpretacijski okviri (framing). *Suvremene teme*, 9 (1): 31-48.
- /40/ Bagarić, Ž. i Mandić, A. (2019). Istina, mediji i žilet-žica: migranti u hrvatskom medijskom krajoliku. *In medias res*, 8 (15): 2423-2443.
- /41/ Volarević, M. i Has, M. (2019). Percepcija migrantskog poduzetništva u RH: što građani misle, a što mediji izvještavaju?, u: F. Bašić, A. Akrap, D. Feletar, M. Perić, Kaselj i D. Knežević (ur.). *Migracije i identitet: kultura, ekonomija, država*. Zagreb: Institut za migracije i narodnosti, 427-450.
- /42/ Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Hodder Headline: London
- /43/ Ahmed, S. (2004). *The Cultural Politics of Emotion*. New York: Routledge.
- /44/ Žižek, S. (1993). *Tarrying with the Negative. Kant Hegel and the Critique of Ideology*. Durham: Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv11hphn6.1>
- /45/ Stavrakakis, Y. (2005). Passions of Identification, u: D. Howarth, J. Torfing (ur.). *Discourse Theory in European Politics: Identity Policy and Governance*. London: Palgrave Macmillan, 68-92.
- /46/ Karabuva, Ž. (2021). The role of media in shaping public perception of immigrants. *Fluminensia*, 33(1): 143-167.
- /47/ McCann, K.; Sienkiewicz, M i Zard, M. (2023). *The role of media narratives in shaping public opinion toward refugees: A comparative analysis*. Migration Research Series, International Organization for Migration (IOM): Geneva
- /48/ Bezić, M. i Petrović, I. (2019). Diskursne strategije u medijskom prikazu migranata. *Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Splitu*, (12): 81-97.
- /49/ Kunczik M. i Zipfel A. (2007). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert
- /50/ Osmančević, L. (2022). *Djeca i medijski konstruirana stvarnost* (doktorski rad). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.
- /51/ Shrum, J. i Bischak, D. (2001). Mainstreaming, resonance, and impersonal impact. *Human Communication Research*, 27: 187-215. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2001.tb00780.x>
- /52/ Calvert, S. L. i Wilson, B. J. (2009). *The handbook of children, media and development*. Wiley Blackwell: John Wiley & Sons.
- /53/ Arowolo, O. (2017). *Understanding framing theory*. Research Gate. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25800.52482>
- /54/ Lindström, L. (2017). *Media framing of immigration: A comparison of newspaper coverage in Sweden and the United Kingdom during the 2016 Brussels terrorist attack*. Lund University
- /55/ Bennett, W. L. (2016). Indexing theory, u: G. Mazzoleni, K. G. Barnhurst, K. Ikeda, R. C. M. Maia, H. Wessler (ur.). *The international encyclopedia of political communication*. Chichester: Wiley Blackwell, 1-5.
- /56/ Hayes, D. i Guardino, M. (2010). Whose views made the news? Media coverage and the march to war in Iraq. *Political Communication*, 27(1): 59-87.
- /57/ Murray, S. (2014). Broadening the debate about war: The inclusion of foreign critics in media coverage and its potential impact on US public opinion. *Foreign Policy Analysis*, 10(4): 329-350.
- /58/ Kunczik, M.; Zipfel, A. (1998). *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada F. Ebert
- /59/ Kondor, K.; Mihelj, S.; Štětka, V. i Tóth, F. (2022). News consumption and immigration attitudes: a mixed methods approach. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 48(17): 4129-4148. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2022.2054786>
- /60/ Allen, W., Blinder, S.; McNeil, R. (2019). Informing Realities: Research, Public Opinion, and Media Reports on Migration and Integration in *Bridging the Gaps Linking Research to Public Debates and Policy-making on Migration and Integration*, Ruhs, M., Tamas, K. & Palme, J (eds), Oxford University Press
- /61/ Fengler, S., Lengauer, M. i Zappe, A. C. (2021). *Reporting on Migrants and Refugees. Handbook for Journalism Educators*. Paris: UNESCO
- /62/ Triandafyllidou, A. (2017) Media Coverage on Migration: Promoting a Balanced Reporting, u: M. McAuliffe, M. Klein Solomon (ur.). *Ideas to Inform International Cooperation on Safe, Orderly and Regular Migration*, IOM: Geneva.
- /63/ Popović, H., Župarić-Iljić, D. i Kardov, K. (2022). "Nas nitko niš' ni' pital": Medijske reprezentacije slučaja pokušaja uspostave prihvatilišta za tražitelje azila kod Petrinje. *Revija za sociologiju*, 52 (2): 153-181.

REVIEW OF MEDIA COVERAGE ON MIGRANTS

Krešimir Dabo

Institute for Migration Research, Zagreb, Croatia

Abstract

The influence and effect of media reporting on migrant topics is extremely important, especially in the context of shaping the attitudes and opinions of different publics, that is, media consumers. The journalistic narrative about migrants has changed over time, and even today it is subject to different social, cultural and political circumstances, as well as the legal framework of the country in which it is reported. In addition, media practices largely depend on the editorial policies and informational priorities of each country (agenda-setting theory), but also on current social trends and changes occurring at the national and broader levels. In addition, journalistic reporting largely depends on the different use of narratives, so it is extremely important to understand the methods of shaping the media text, which most often rely on different theoretical bases such as cultivation theory, framing theory and indexing theory. Therefore, this overview paper aims, through the analysis of dozens of papers, to present current media reporting on migrant topics, to present different journalistic approaches, to interpret the theoretical basis of the media narrative, but also to present some guidelines for more responsible reporting indicated by world organizations.

Keywords

media coverage, migrants, media framing, media trends