



**UNIVERZITET U BEOGRADU**

Master program:

**EVROPSKA POLITIKA I UPRAVLJANJE KRIZAMA**

Master teza:

**ANALIZA MEDIJSKOG IZVEŠTAVANJA O MIGRANTSKOJ KRIZI NA  
BALKANSKOJ MIGRACIONOJ RUTI OD 2015. DO 2016.GODINE**

**Mentor:**

prof. dr Danica Šantić

**Student:**

Tihana Pavlović

98/2018

Beograd, 20. mart 2020.



**UNIVERZITET U BEOGRADU**

Master program:

**EVROPSKA POLITIKA I UPRAVLJANJE KRIZAMA**

Master rad:

**ANALIZA MEDIJSKOG IZVEŠTAVANJA O MIGRANTSKOJ KRIZI NA  
BALKANSKOJ MIGRACIONOJ RUTI OD 2015. DO 2016.GODINE**

**Članovi komisije:**

prof. dr Danica Šantić, mentor

prof. dr Zoran Krstić, predsednik

prof. dr Dejan Petrović, član

Datum odbrane rada: \_\_\_\_\_

Ocena: \_\_\_\_\_

Beograd, 20. maj 2020.

# SADRŽAJ

UVOD	1
1. SISTEM UPRAVLJANJA KRIZAMA EVROPSKE UNIJE	5
1.1. Uzorak istraživanja	5
1.2. Metod istraživanja	6
1.3. Pregled dosadašnjih istraživanja	7
2. TEORIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA	9
2.1. Migrantsko-izbeglička kriza – uzroci nastanka	9
2.1.1. Sajks-Piko sporazum kao uzrok nastanka krize na Bliskom istoku	9
2.1.2. Nacionalizacija naftne industrije kao uzrok krize na Bliskom istoku	10
2.1.3. Arapsko proleće kao uzrok nastanka migrantsko-izbegličke krize	11
2.2. Nastanak i razvoj događaja na Balkanskoj migracionoj ruti	12
2.3. Mediji u kriznim situacijama	16
2.3.1. Izveštavanje medija u kriznim situacijama	17
2.3.2. Etičnost prilikom medijskog izveštavanja u kriznim situacijama	19
2.3.3. Terminologija u medijskom diskursu prilikom izveštavanja o kriznim situacijama	21
2.3.4. Uticaj medija na formiranje stavova u javnom mnjenju	23
2.4. Medijsko predstavljanje migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj migracionoj ruti u periodu 2015-2016.	27
2.4.1. <i>The Guardian</i>	27
2.4.2. <i>The New York Times</i>	28
2.4.3. <i>The Washington Post</i>	28
2.4.4. <i>Euronews</i>	29
2.4.5. <i>Russia Today</i>	30
2.4.6. <i>Al Jazeera Balkans</i>	31
2.4.7. <i>NI</i>	31

2.4.8. <i>RTS</i>	32
3. ANALIZA I INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA	33
3.1. Analiza događaja koji su predstavljali povod za izveštavanje o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti	33
3.2. Zastupljenost medijskih žanrova u izveštavanju na temu migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti	38
3.3. Analiza sadržaja izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti prema tipu naslova	41
3.4. Analiza medijskog izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na osnovu opreme teksta	44
3.5. Analiza sadržaja tekstova prema akterima i njihovom međusobnom odnosu	45
3.6. Autorizacija sadržaja prilikom izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj Ruti	49
3.7. Nepristrasnost prilikom izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti	52
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	55
LITERATURA	57

## **SPISAK TABELA**

Tabela 1. Povod za izveštavanje o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti

Tabela 2. Zastupljenost medijskih žanrova u izveštavanju medijskih kuća o migrantsko-izbegličkoj krizi

Tabela 3. Zastupljenost tipova naslova u medijskom izveštavanju o migrantsko-izbegličkoj krizi

Tabela 4. Odnos aktera u izveštavanju o migrantsko-izbegličkoj krizi

Tabela 5. Autorizacija tekstova u medijskom izveštavanju o migrantsko-izbegličkoj krizi

Tabela 6: Nepristrasnosti prilikom izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi

## UVOD

Migracije kao proces kretanja stanovništva prisutne su kroz istoriju čovečanstva i predstavljaju promenu boravišta nastalu iz potrebe, nakon koje mogu da uslede potencijalno pozitivne, ali i negativne posledice. Moguće posledice ukazuju na to da „migracije nisu samo kretanja ljudi već i kretanja ideja“ (Aleksić, 2015: 7). Starović i Savin (2017) migracije posmatraju kao spontane ili induktivne. Spontane migracije objašnjavaju kao potrebu da se iz nedovoljno perspektivnog područja stanovništvo kreće ka potencijalno boljim uslovima za život. Kod migracija induktivnog karaktera uzrok vide u vanrednim situacijama poput prirodnih nepogoda ili ratnih okolnosti. Savremene migracije 21. veka razlikuju se od ranijih migracionih tokova i kretanja ljudi (Marković, 2018). Za razliku od ekonomski podstaknutih razloga migriranja u prethodnim decenijama, migracije koje su kulminirale u drugoj deceniji 21. veka, motivisane su begom od rata i nasilja. Osim motiva, razlike se ogledaju i u strukturi i manifestaciji migracionih tokova. Jednu od osnovnih distinkcija starih i novih migracija čine zahtevni, prljavi i opasni poslovi, poznati kao 3D poslovi (*eng. demanding, dirty, dangerous*). Značajnu razliku čini i privremenost zadržavanja koja karakteriše moderne, za u odnosu na ranije migracije, kod kojih je želja za permanentnim boravkom u državi u koju se migriralo jedna od glavnih karakteristika. Kao treću distinkciju Marković (2018) navodi feminizaciju migracija, odnosno veći udeo žena koje samostalno putuju. Moderno društvo suočava se sa naglim povećanjem migracionih kretanja u kojima je primetna dominacija migracija iz država sa severa Afrike i Bliskog istoka (Rakočević i Jovanović, 2019).

Politička previranja u MENA regionu (*eng. Middle East and North Africa* – Bliski istok i severna Afrika) početkom druge decenije 21. veka eskalirala su građanskim protestima koji su se iz Tunisa prelili na druge arapske države. Međutim, ovaj talas nemira manifestovao se na različite načine od kojih je najintenzivniji i najsuroviji u Siriji. Protesti protiv predsednika Sirije Bašara el Asada prerasli su u građanski rat koji je u periodu od tri godine izazvao interno raseljavanje skoro pet miliona ljudi unutar Sirije, dok je tri miliona izbeglo iz zemlje (Starović, 2014). Usled intenziviranja oružanih sukoba u 2015. godini, ali i brojnih smrtnih slučajeva kao posledice nebezbednih ruta po Mediteranskom moru, veliki broj ljudi, pre svega iz Sirije, ali i iz Avganistana i Iraka, uputio se ka državama Zapadne Evrope. Za lica koja dolaze iz Severne Afrike i Bliskog istoka, osim relativne geografske blizine, Evropa je prijemčiva zbog ideje o

otvorenom društvu, koje vrednuje slobodu pojedinca. Do tada nezabeleženo veliki talas migracionih kretanja izazvao je pažnju evropske i svetske javnosti, kako zbog svog obima, tako i zbog potencijalnog rizika koji sa sobom nosi. Pokušaji Evropske unije u suočavanju sa kriznom situacijom svodili su se na saniranje posledica na teritorijama evropskih država u momentu kada je ona već eskalirala, iako se problem koji izaziva krizu nalazi u matičnim državama iz kojih izbeglice i migranti dolaze.

Zatečenost evropskih lidera od kojih se očekivala adekvatna i pravovremena reakcija zapazila se najpre u neusklađenosti zvaničnog narativa predstavnika Evropske unije i predstavnika država članica. Nemačka kancelarka Angela Merkel ovu kriznu situaciju je nazvala najvećom pretnjom za Evropsku uniju<sup>1</sup>. Zasnovana na ekonomskoj i političkoj saradnji, konkretno na Evropskoj ekonomskoj zajednici, Evropska unije nije imala jaku umreženost socijalnog sistema. Različit istorijski i kulturološki kontekst država članica, uticao je na stvaranje drugačijih državnih uređenja, ali i stepena otvorenosti društva. Upravo ovaj sudar kultura izazvao je razlike u percepciji sopstvenih interesa između 28 država članica Evropske unije. Drugačija tumačenja promena koje nastupaju, glavni su uzroci razdora unutar Evropske unije. Najdramatičniji primer razdora jeste Bregzit (*eng. Brexit*), odnosno proces povlačenja Ujedinjenog Kraljevstva iz Evropske unije, prilikom kog je migraciona kriza korišćena radi političkih nadmetanja unutar samog Kraljevstva. Jedno od predizbornih obećanja iz kampanje za parlamentarne izbore 2015. godine tadašnjeg premijera Ujedinjenog Kraljevstva i vođe Konzervativaca, Davida Kameron, bio je referendum o članstvu u Evropskoj uniji. Ubrzo nakon pregovora sa liderima Evropske unije u kojima nije došlo do postizanja dogovora o kontroli migracija iz zemalja Evropske unije, nesuglasice unutar vladajuće partije dovele su do snažne podele na *za* i *protiv* zadržavanja članstva. Glavni argumenti pristalica napuštanja Evropske unije bili su problemi izazvani migracijama. Prema Oksfordskom istraživanju u većini najčitaniji britanskih medija vesti koje su bile u vezi sa referendumom naginjale su ka napuštanju Evropske unije, dok su kontrola migracija i suverenitet primarni prilikom argumentovanja iznesenih stavova (*Levy, Aslan & Bironzo, 2016*).

Sredinom 2015. godine, zajedno sa svojim susedima Severnom Makedonijom i Hrvatskom, uz Grčku, Srbija postaje deo najprometnije kopnene rute migranata i izbeglica iz ratom zahvaćenih delova Bliskog istoka. U popularnom medijskom diskursu, putanja kroz ove četiri

---

<sup>1</sup>

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/aug/21/angela-merkel-migration-crisis-europes-biggest-challenge>

države dobija naziv Balkanska migraciona ruta. Tokom svog postojanja, Balkanska ruta bila je podložna izmenama osnovne putanje, koja je u prvim mesecima išla u pravcu Mađarske, da bi nakon podizanja žičane ograde i zatvaranja granice sa Srbijom ona bila preusmerena ka Hrvatskoj. Iako je bilo više ulaznih tačaka, granica Srbije sa Severnom Makedonijom bila je jedina ulazna tačka koja je bila konstantna sve vreme postojanja rute.

Svoju ulogu u percipiranju krize izazvane velikim i teško kontrolisanim migracijama, kao i načinu na koje javno mnjenje doživljava migrante i izbeglice koji su prolazili kroz Balkansku rutu, imali su mediji. Kao svojevrsna spona između građana i institucija, funkcija medija jeste da upozna javnost sa situacijom i da kritički nadzire delovanje nadležnih organa. Naglim integrisanjem medija i pogodnosti interneta, omogućeni su znatno veći i brži protok informacija.

Istraživačko pitanje na koje će se kroz ovaj rad nastojati pronaći odgovor jeste kakav je bio medijski pristup migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti. Odgovor će pružiti analiza diskursa i sadržaja medijskog izveštavanja na ovu temu u vremenskom periodu od početka maja 2015. do sredine marta 2016. godine, kada je ruta formalno zatvorena.

Cilj istraživanja je analiza medijskog izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti u vremenskom periodu 2015-2016. godina. Naučni cilj istraživanja polazi od deskripcije delatnika obuhvaćenih istraživanjem, pre svega medija koji su u periodu od maja 2015. do marta 2016. godine izveštavali o kriznoj situaciji na Balkanskoj ruti. Naučni značaj ovog istraživanja jeste da se doprinese razjašnjavanju medijskog narativa prilikom izveštavanja o kriznim situacijama koji predstavlja ogledalo globalnih trendova u formiranju stavova javnog mnjenja. Prvobitni društveni cilj ovog istraživanja jeste upoznavanje akademske, ali i društvene javnosti u Srbiji sa medijskim predstavljanjem migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti u periodu od maja 2015. do marta 2016. godine. Utvrđivanje prakse odabranih globalnih i regionalnih medija prilikom izveštavanja u kriznim situacijama, te načinom na koji svojim sadržajem na internet portalima utiču na formiranje i oblikovanje javnog mnjenja, doprineće se boljem razumevanju uloge medija u civilnom društvu. Društveni značaj ovog istraživanja ogleda se i u doprinosu tumačenja odgovornosti medija i pitanja etike. Kriza identiteta novinarstva koja obuhvata krizu novinara i krizu civilnog društva najvidljivija je u etici koja je postala marginalni interes u odnosu na monetarni. Upravo krizne situacije su najpodložnije zanemarivanju etičkih principa kroz isticanje eksplicitnog sadržaja i nepoštovanja privatnosti i ličnog identiteta.

Na osnovu postavljenog cilja izvedeni su sledeći zadaci istraživanja:



- 1) Identifikovati događaje koji su predstavljali povod za izveštavanje o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti.
- 2) Ispitati zastupljenost medijskih žanrova prilikom medijskog izveštavanja na temu migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti.
- 3) Utvrditi tipove naslova sadržaja prilikom izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti.
- 4) Analizirati opremu teksta prilikom medijskog izveštavanja na temu migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti.
- 5) Utvrditi međusobni odnos aktera u objavljenim tekstovima na temu migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti.
- 6) Ispitati pristup ka autorstvu tekstova u izveštavanju o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti.
- 7) Ispitati u kojoj meri su sadržaji medijskog izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti nepristrasni.

# 1. SISTEM UPRAVLJANJA KRIZAMA EVROPSKE UNIJE

## 1.1 Uzorak istraživanja

Za sprovođenje istraživanja odabran je uzorak od osam medijskih kuća sa globalnom i regionalnom pokrivenošću i ustanovljenom respektabilnošću. Selekcija medija nije nasumična. Svaki od odabranih medija je renomiran u svojoj oblasti, a prilikom selekcije uzela se u obzir i geografska pozicija. Jedan od bitnijih kriterijuma je globalna zastupljenost, odnosno dostupnost. U slučaju javnog servisa, kriterijum za odabir prilikom analize pronalazi se u činjenici da je jedini mediji sa nacionalnom pokrivenošću koji ne bi mogao da se svrsta u senzacionalističke medije i koji bi trebalo da radi u službi javnosti.

Istraživanje se zasniva na analizi tekstova iz 2015. i 2016. godine čiji je sadržaj u vezi sa migrantsko-izbegličkom krizom na Balkanskoj rut, odnosno od momenta njenog prepoznavanja u medijima, pa sve do formalnog gašenja rute usled zatvaranja granica. Analiza diskursa i sadržaja obuhvata 149 tekstova objavljenih na internet portalima uglednih i svetski priznatih medija, eminentnih medijskih kuća na Balkanu, kao i javnog servisa Republike Srbije. Digitalne adrese internet portala odabranih globalnih i regionalnih medija, korišćenih za potrebe istraživanja su:

- *The Guardian*
- *The New York Times*
- *The Washington Post*
- *Euronews*
- *Russia Today*
- *Al Jazeera Balkans*
- *NI*
- *Radio-televizija Srbija*

U predstavljanju rezultata analize izvršene na osnovu kodnog lista pružiće se uvid u način pristupanja situaciji određenog medija. Jedan uzorak za analizu obuhvata naslov, tekst i propratni sadržaj u vidu fotografije, video snimka ili grafikona. Kodni list obuhvata 10 kategorija: žanr, povod, opremljenost teksta, tip naslova, autorstvo, izvor, subjekat, objekat, odnos subjekta prema objektu, i odnos novinara prema tekstu. U kategoriji žanra, determinisano je šest klasičnih medijskih žanrova. Zbog činjenice da je analiziran sadržaj objavljen na internet platformama, koje zbog nužnog prilagođavanja, predstavljaju prostor za gubljenje žanrovskih karakteristika, klasičnim žanrovima dodata je hibridna forma. Kod povoda za izveštavanje, osim aktuelnog događaja, određeni su pseudodogađaj i medijska inicijativa. Oprema teksta klasifikuje se na tri načina od kojih je prvi bez opreme i podrazumeva samo tekst. Drugi određuje srednje bogatu

opremu, odnosno samo jednu fotografiju ili grafikon, dok treći podrazumeva bogatiju opremu. Tip naslova može da bude informativan, metaforičan ili naslov-udica. Kada je u pitanju autorstvo, ono može da se odredi kao poznato, polupoznato ili nepoznato. Poznato autorstvo podrazumeva da je navedeno puno ime i prezime novinara, dok se kao polupoznato identifikuje naziv sopstvene medijske kuće. Izvor informacija se određuje kao poznat i nepoznat. Subjekat i objekat klasifikovani su na isti način u šest kategorija s tim da je sedma ostavljena kao mogućnost da funkciju vrši neko ko nije naveden u osnovnih šest: zvaničnici Evropske unije, predsednici, premijeri i ministri država članica Evropske unije, zatim predsednici, premijeri i ministri država Balkanske rute, policija, migranti i aktivisti ili članovi nevladinih organizacija. Odnos subjekta prema objektu može da se odredi kao neutralan, pretežno pozitivan, pretežno negativan, i kao i pozitivan i negativan. Kada je reč o odnosu novinara prema tekstu, on može da bude subjektivan i objektivan.

Za razumevanje objavljenog sadržaja neophodno je steći uvid u kontekst situacije u kojoj je on objavljen. Vlasnička struktura medijske kuće, njen razvoj kroz godine postojanja, kao i uloga koju je imala u društveno-političkom konstrukt predstavlja glavne faktore u kreiranju određenog stava sa kojim se pristupa analizi i dekonstrukciji događaja.

## **1.2. Metod istraživanja**

Za sticanje kompletnog uvida u medijski diskurs i kreiranje kritičke analize diskursa, korišćene su komparativna i deskriptivna metoda. Radi utvrđivanja sličnosti i razlika u medijskom izveštavanju odabranih globalnih i regionalnih medija za determinisani period primenjena je komparativna metoda. Deskriptivna metoda, potencijalno uslovljena komparativnom, uključuje različite karakteristike, ali i aspekte analiziranog sadržaja, te olakšava razumevanje društvenog i vremenskog konteksta pod kojim se izveštavanje medija odvijalo.

Analiza diskursa posmatrana kao odnos jezika i konteksta u kom se nalazi (*McCarthy, 1994*) zahteva da se uz analizu sadržaja objavljenog na internet portalima odabranih medija uvrsti kontekst medija i način na koji on utiče na medijski diskurs. Iz tog razloga je donesena odluka da se izvrši kvalitativna analiza sadržaja, koja je omogućila tumačenje medijskog narativa i načina na koji on utiče na kontekstualno značenje sadržaja. Kvalitativnom analizom, kao procesom

sistematske klasifikacije obezbeđeno je postepeno analiziranje i ostvarivanje veze sa osnovnim problemom koji se istražuje.

Istraživanje je zasnovano na tehnici analize sadržaja. Osnovne jedinice analize određene su ciljevima istraživanja, te u ovom slučaju jedinicu analize čini jedan objavljen tekst, nezavisno od novinarskog žanra, na odabranom internet portalu, u kom je reč o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti. S obzirom na to da jedinice analize mogu da budu i teme, odnosno događaji o kojima se izveštava, u zasebnoj analizi istražiće se pet osnovnih događaja u datom periodu o kojima su analizirani mediji izveštavali.

Kvantitativna analiza odabranog sadržaja objavljenog na temu krizne situacije na Balkanskoj migracionoj ruti, primenila se u najranijim fazama istraživanja, prilikom utvrđivanja broja i učestalosti mernih jedinica određenih u kodnom listu. Osnovna pretpostavka bez koje analiza ne bi bila relevantna jeste da su kategorije ustanovljene istim značenjima. Analitička matrica sadrži 10 relevantnih kategorija za analizu sadržaja – žanr, povod, opremljenost teksta, tip naslova, autorstvo, izvor, subjekat, objekat, odnos subjekta prema objektu, odnos novinara prema tekstu. Za analizu diskursa neophodno je uvrstiti još dve kategorije – mediji i vreme, odnosno datum objavljivanja sadržaja.

Tokom analize sadržaja primenjena je statistička metoda pomoću koje je izvršena statistička generalizacija neophodna za interpretiranje rezultata. Podaci dobijeni istraživanjem predstavljeni su kroz frekvencije, tabelarno i grafički.

### **1.3. Pregled dosadašnjih istraživanja**

Izuzev primarnih izvora, za analizu su korišćene i naučne studije i članci koji su za predmet istraživanja imali istu temu. S obzirom na to da je izveštavanje o izbeglicama u poslednjih nekoliko godina čest predmet izučavanja, ova analiza uporedna je sa dosadašnjim istraživanjima na ovu temu. Komparativna je sa sličnim istraživanjem objavljenim 2017. godine u godišnjaku Filozofskog fakulteta u Novom Sadu u kom se analizira predstavljanje izbeglica na Balkanskoj ruti u televizijskoj slici i novinskoj fotografiji (Kleut, Drašković, 2017). Autorke su svoju analizu zasnovale na vizuelnoj gramatici 125 tekstova i televizijskih priloga, a za cilj su imale istraživanje medijskog predstavljanja izbeglica u zemlji u kojoj ova kriza nije politizovana. U kontekstu isključivo dnevne štampe značajne su analize Zorana Jevtovića i Predraga Bajića iz

2016. godine. Prva analiza rađena je početkom 2016. godine i objavljena iste godine u časopisu *Kultura polisa* (Jevtović, Bajić, 2016), dok je druga rađena nekoliko meseci kasnije i objavljena u sklopu zbornika radova 2018. godine (Jevtović, Bajić, 2018). U drugom istraživanju, Jevtović i Bajić fokusirali su se na modele i naslovne kompozicije dnevne štampe u Srbiji analizirajući ukupan sadržaj naslovnih strana. Takođe je značajno istraživanje istih autora, objavljeno 2017. godine, o promeni medijskog narativa u izveštavanju o migrantima u dnevnoj štampi (Jevtović, Bajić, 2017). Ova istraživanja urađena u razmaku od godinu dana pogodna su za komparaciju.

Kada je reč o izveštavanju medija u državama članicama Evropske unije značajno je istraživanje Visokog komesarijata Ujedinjenih nacija za izbeglice (*United Nations High Commissioner for Refugees - UNHCR*) objavljeno krajem 2015. godine (Berry, Garcia-Blanco & Moore, 2015). Ovo istraživanje se osvrće na negativne izjave državnih zvaničnika zastupljenih u medijima pre početka migrantsko-izbegličke krize 2015. godine, koje su doprinele stvaranju negativnog stava javnog mnjenja. Istraživanjem sprovedenim u Velikoj Britaniji, Nemačkoj, Švedskoj, Španiji i Italiji, došlo se do zaključka da između ovih država postoje varijacije u načinu medijskog izveštavanja, kao i da postoji znatno manji broj članaka koji se bave problemima uzroka migracione krize. Takođe jedan od bitnijih zaključaka do kog se došlo u ovom istraživanju jeste da se akcije Evropske unije doživljavaju kao neadekvatne, ali se ona i dalje tumačila kao glavna odgovorna institucija za rešavanje ovog pitanja.

## **2. TEORIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA**

### **2.1. Migrantsko-izbeglička kriza – uzroci nastanka**

Migrantsko-izbeglička kriza iz sredine 2015. godine, koja je uticala na formiranje Balkanske rute, predstavlja rezultat višedecenijskih odluka. Rat i njegove posledice kojim su izložene zemlje Bliskog istoka izazvani su brojnim političkim previranjima. Nestabilno državno uređenje, prouzrokovano borbom za naftu, rezultiralo je onemogućavanjem socijalnog i ekonomskog razvoja društva. Posledice ovakve politike eskalirale su talasom nemira popularno poznatim kao Arapsko proleće, ali svoje korene vuku još sa početka 20. veka. Nekoliko razloga mogu da se razmatraju kao uzročnici krize na Bliskom istoku. Pre svega Sajks-Piko sporazum iz 1916. godine, zatim nacionalizacija nafte u novostvorenim državama, kao pokušaj sticanja kontrole nad sopstvenim resursima, ali i talas nemira pod nazivom Arapsko proleće. Detaljnije će se razmotriti svaki od navedenih uzroka.

#### **2.1.1. Sajks-Piko sporazum kao uzrok nastanka krize na Bliskom istoku**

Humanitarna kriza na Bliskom istoku koja više od tri decenije ne jenjava, omogućila je stranim silama da nastave kolonijalnu politiku sa početka prošlog veka. Na nastanak krize uticali su brojni međuzavisni faktori od kojih je jedan nepodesno formiranje granica novonastalih država na prostoru nekadašnjeg Otomanskog carstva. Neprestani verski i etnički sukobi na ovim prostorima rezultat su veštačke arhitekture država nastale tajnim sporazumom iz 1916. godine. Britanski i francuski diplomata, Mark Sajks i Fransa Žorž Piko, su u ime svojih vlada potpisali ključni dokument kojim se po završetku Prvog svetskog rata dele sfere i stepeni uticaja na teritoriji današnje Sirije, Libana, Palestine, Izraela, Jordana i Iraka (Starović, 2014). Ovaj sporazum sklopljen je između Velike Britanije i Francuske uz odobravanje treće članice Antante – Rusije. Saglasnost i tajnost sporazuma carska Rusija garantovala je Velikoj Britaniji, u zamenu za prisvajanje teritorije Kavkaza, koja je tada uključivala tursku Jermeniju i Kurdistan (*Khan & Islamia, 2016*). Završetkom Oktobarske revolucije, kada su boljševici objavili mnogobrojne međunarodne ugovore koje je potpisala carska Rusija, Sajks-Piko sporazum prestaje da bude tajan. Nakon četiri godine, 1920. ozvaničilo ga je Društvo naroda. Ozvaničenje ugovora izazvalo je veliko nezadovoljstvo među arapskom populacijom, jer je bio u suprotnosti sa njihovim očekivanjima i obećanjima koja su im data početkom rata. Za vreme Prvog svetskog rata Velika Britanija je sklapala razne dogovore o izgledu buduće mape Bliskog istoka sa više država,

individua i plemenskih zajednica, međutim Sajks-Piko je jedini sporazum kog se pridržavala (*Khan & Islamia, 2016*).

Sajks-Piko sporazum, poznat i pod nazivom *Sporazum o maloj Aziji*, odredio je veštačke političke jedinice duž etničkih, verskih i socijalnih zajednica po principu povlačenja linija u pesku. Kako Starović navodi “ostala je zabeležena rečenica Marka Sajksa sa jednog od sastanaka da bi želeo da povuče liniju od *e* u Akri (*eng. Acre*) do poslednjeg *k* u Kirkuku” (Starović, 2014: 21). Ove nametnute granice opstale su skoro neizmenjene više od 100 godina isključivo zbog intervencije stranih sila koje su težnju za soptsvenom ekonomskom i političkom dobiti, prekrile željom da očuvaju demokratiju i osnovna ljudska prava ugroženog stanovništva pod diktatorskim i autoritarnim režimima.

Nakon Drugog svetskog rata politička moć Velike Britanije i Francuske značajno slabi, te je opstanak Sajks-Piko sporazuma doveden u pitanje. Sve države formirane ovim sporazumom stiču nezavisnost u roku od tri godine nakon završetka Drugog svetskog rata, osim Libana koji je nezavisnost stekao za vreme rata, 1943. godine, i Iraka koji formalnu nezavisnost stiče 1932. ali u kom Velika Britanija zadržava svoje trupe sve do 1947. godine. Francuska je napustila Siriju 1946. dok je iste godine Velika Britanija napustila Jordan. Poslednja novoformirana zemlja koja je stekla nezavisnost bio je Izrael 1948. godine. Nakon što su izgubile direktnu kontrolu nad sporazumom podeljenim teritorijama, Velika Britanija i Francuska tražile su način da sačuvaju svoje interese, odnosno naftne kompanije. Nafta, kao osnovni strateški resurs, odnosno kontrola nad njenim kapacitetima obeležila je politička previranja na Bliskom istoku u posleratnom periodu.

### **2.1.2. Nacionalizacija nafte kao uzrok krize na Bliskom istoku**

U kolonijalističkom poretku evropske sile kontrolisale su proizvodnju nafte na Bliskom istoku, a ta praksa se nastavila i u prvoj deceniji nakon završetka Drugog svetskog rata. Međutim, ubrzo novoosnovane zemlje uspostavljaju određenu političku stabilnost, dovoljno jaku da stvori ideju o nacionalizaciji najskupljeg strateškog resursa. Želja da se kontrola nad naftnom industrijom stavi pod upravu nacionalne države obeležila je šezdesete godine 20. veka. Bliski istok je u ovoj deceniji postao glavni snabdevač naftom za države Zapadne Evrope, a sve do početka sedamdesetih multinacionalne kompanije iz Sjedinjenih Američkih Država i Velike Britanije imale su najveći uticaj nad svetskim naftnim tržištem. Poznate pod popularnim

nazivom *Seven Sisters*, britanske i američke kompanije stvorile su svojevrsan naftni kartel i udruženim snagama borile se protiv pokušaja novoosnovanih država Bliskog istoka da steknu kontrolu nad proizvodnjom i distribucijom nafte sa sopstvene teritorije. Međunarodna organizacija zemalja izvoznica nafte (*OPEC*)<sup>2</sup> sedamdesetih godina dobija na značaju i ostvaruje kontrolu nad tržištem. Države članice ove organizacije napokon postaju gospodari sopstvenog bogatstva (Cerić, 2012). Međutim, upravo ova borba nad monopolom naftne industrije koja se vodila između država izvoznica i multinacionalnih kompanija izazvala je naftne krize sedamdesetih i prouzrokovala drastičan pad cene nafte sredinom osamdesetih. Kolaps cena nafte uticao je na stvaranje malih naftnih kompanija čiji je neuspeh da se izbore sa troškovima proizvodnje omogućio članicama *OPEC*-a da do kraja 20. veka poseduju 40 % ukupne proizvodnje i 80 % rezervi nafte. Borba za *crno zlato*, na očigled svetske javnosti okarakterisala je krvav prelaz iz 20. u 21. vek izazivajući ratove na Bliskom istoku. Kada je oslabio uticaj kojim su, u cilju postizanja boljih uslova proizvodnje i prodaje nafte, države porekla multinacionalnih kompanija izazivale ratne sukobe između država Bliskog istoka, pojavio se novi termin kojim su pravdale neposrednu oružanu intervenciju. *Rat protiv terorizma*, kako je definisan u popularnom političkom i medijskom diskursu, osim ogromne materijalne štete, pričinio je nematerijalni gubitak omogućivši ratno nastrojanim grupacijama da ostvare vlast u demokratski opustošenim društvima. Sukobi koji i dalje traju pod izgovorom širenja demokratskih vrednosti i gušenja diktature, rezultirali su humanitarnom krizom okarakterisanom velikim migracijama.

### **2.1.3. Arapsko proleće kao uzrok nastanka migrantsko-izbegličke krize**

U periodu nakon Drugog svetskog rata mnoge države na Bliskom istoku imale su neku vrstu socijalističkog uređenja, a jedan od najvažnijih političkih pravaca bio je arapski socijalizam, koji je svoj vrhunac dostigao pedesetih i šezdesetih godina. Za vreme kulminacije političke ideje izvedene iz socijalizma, javljali su se pokušaji formiranja jedinstvene arapske države, među kojima je najuspešniji iz 1958. godine kada su Egipat i Sirija formirali Ujedinjenu Arapsku Republiku, koja je postojala svega tri godine, dok Sirija nije izvršila vojni udar (Starović, 2014). Krajem 20. veka dolazi do pada gvozdene zavese kao i komunističkih i socijalističkih državnih uređenja, koja su se u vidu domino efekta urušila u državama Istočne Evrope, zapadnog dela Azije i Severne Afrike.

---

<sup>2</sup> Osnivači: Irak, Iran, Kuvajt, Saudijska Arabija i Venecuela; pridružene članice: Alžir, Angola, Ekvador, Ekvatorijalna Gvineja, Gabon, Katar, Kongo, Libija, Nigerija, Ujedinjeni Arapski Emirati



Nedemokratska zaostavština komunističkog i socijalističkog državnog uređenja svoju kulminaciju doživela je 2010. godine kada je javnim samospaljivanjem mladića u Tunisu otpočeo talas nemira popularno poznat kao Arapsko proleće (*Dabashi, 2012*). U decembru 2010. godine mladi Tunizanin Mohamed Bouazizi zapalio se na ulici s namerom da skrene pažnju vlasti na bedu i siromaštvo u kom živi. Ovaj incident inicirao je ogromne proteste, zbog kojih je nakon mesec dana došlo do smene Ben Alijevog režima. Rezultat ovih protesta inspirisao je slične u Alžiru, Bahreinu, Egiptu, Jemenu, Jordanu, Maroku, Libiji, Omanu, Siriji. Međutim, iako protesti imaju isto izvišće, njihova manifestacija se znatno razlikuje.

Već u martu 2011. protesti u Siriji uzdrmali su Asadov režim, da bi krajem godine, nakon neusepele smene aktuelne vlasti i njenog oštrog odgovora, usledilo posrnuće u dublju krizu okarakterisanu oružanim sukobom, koji su kasnije prerasli u višegodišnji građanski rat. Režimu sirijskog predsednika Bašara el Asada podršku su pružali Iran i Rusija, dok su pobunjenicima pomagali Turska, Sjedinjene Američke Države, Katar i Saudijska Arabija. Ubrzo, Sirija je postala teren na kom se sukobe interesi velikih sila.

Prvi migracioni tokovi bili su usmereni ka susednim državama sličnog društveno-političkog konteksta. Intenziviranju migracionih tokova u pravcu država Zapadne Evrope, doprineo je socijalni i ekonomski pritisak u susednim zemljama izazvan prihvatanjem velikog broja migranata.

Evropa koja je direktnim i indirektnim delovanjem podržavala Arapsko proleće i tumačila ga kao put ka demokratskom i slobodnom uređenju, efekte borbe za slobodu i/ili političku prevlast, osetila je i na svojoj teritoriji. Posledice višedecenijskog krojenja marionetskih vlada i nadmetanja velikih sila prouzrokovale su veliki broji izbeglica i migranata, koje Evropa nije bila spremna ni kulturološki ni ekonomski da prihvati, kao i delovanje terorističke organizacije Islamska država Iraka i Levanta (*Islamic State of Iraq and the Levant - ISIL*).

## **2.2. Nastank i razvoj događaja na Balkanskoj migracionoj ruti**

Početak i kulminacija migrantsko-izbegličke krize vezuju se za 2015. godinu. Primetno intenziviranje manje ili više uspešnih pokušaja stanovnika država Bliskog istoka i Severa Afrike da dođu do evropskog tla iz 2011. godine, predstavljalo je vesnik migrantsko-izbegličke krize koja je eskalirala u drugoj polovini 2015. godine. U analizi Visokog komesarijata Ujedinjenih

nacija za izbeglice (*UNHCR*) iz septembra 2015. godine navodi se sedam motiva koji su usmerili izbeglički tok ka državama Evropske unije (Dragović, Tadić, Tadić, 2016). Na prvom mestu navodi se gubitak nade u mogućnost poboljšanja situacije, koji se pre svega odnosi na izbeglice iz Sirije. Povećano siromaštvo i ograničena mogućnost zaposlenja navedeni su na drugom i trećem mestu, dok su na četvrtom mestu nedovoljna pomoć i zdravstvena zaštita. Peti razlog čine poteškoće u obnovi izbegličkog statusa u Jordanu i Libanu. *UNHCR* procenjuje da skoro 90.000 dece iz Sirije nema osnovno obrazovanje, te se otežane mogućnosti školovanja navode kao šesti razlog. Sedmi razlog predstavlja strah od mogućeg širenja sukoba u susednim državama (Dragović, Tadić, Tadić, 2016).

Godina 2015. se posebno izdvaja u migrantsko-izbegličkoj krizi zbog velikog broja smrtnih slučajeva. Prema podacima Međunarodne organizacije za migracije (*International Organization for Migration - IOM*) i *UNHCR*-a 2015. godina je do tada rekordna u broju smrtnih slučajeva izbeglica u Mediteranskom moru. Procenjuje se da je život izgubilo oko 3.770 ljudi od kojih je 1.250 zabeleženo samo u aprilu. Izveštaji o tragedijama u Mediteranu predstavljali su hitan poziv za reagovanje država članica Evropske unije. Reakcija je usledila u aprilu 2015. godine kada je Evropska komisija usvojila Akcioni plan u 10 tačaka (*Joint Foreign and Home Affairs Council, 2015*) za finansijsko jačanje spasilačkih operacija na Mediteranu i suzbijanje krijumčarskih operacija. Ubrzo je usledilo usvajanje Evropske agende o migracijama (*A European Agenda on Migration, 2015*) koja je predvidela povećavanje budžeta za operacije Evropske granične službe (*FRONTEX, European Border and Coast Guard Agency*), kao i nacrt strategije za zaustavljanje krijumčarenja. Nebezbedni i surovi uslovi, kao glavni faktor velikog broja smrtnosti, učinili su Mediteransku rutu izuzetno nepoželjnom.

U pokušaju da se pruži brzo i vidljivo rešenje Savet Evropske unije je u julu 2015. godine pihvatio mere za relokaciju migranata i izbeglica iz Italije i Grčke. Za početak je predviđeno 32.256 lica, zatim 22.504 koji bi trebalo da budu raspoređeni u roku od dve godine (*European Commission Statement, 2015*). Preraspodela skoro 60.000 lica unutar Evropske unije sačinjena je na osnovu ekonomskih i društvenih faktora poput BDP-a, stepena zaposlenosti i broja stanovnika države članice. Trećina od predviđenog broja lica za alokaciju nalazila se na teritorijama država koje nisu članice Evropske unije, dok su se dve trećine nalazile u Grčkoj i Italiji. Nekontrolisani broj migranata i izbeglica koji su u pristigli na teritoriju Evrope sredinom 2015. godine opteretio je Zajednički evropski sistem azila, ali i doveo u pitanje Dablinsku regulativu (*Regulation No 604/2013*) iz 2013. godine. Regulativom, koja formira hijerarhiju kriterijuma za utvrđivanje

odgovorne članice za procesuiranje zahteva za azil, bi trebalo da se ubrza proces tako što se jedna država smatra odgovornom da obradi zahtev. Odgovorna država bi trebalo da bude prva zemlja Evropske unije u koju je tražilac azila ušao, međutim bilo koja država članica može da se pozove na klauzu o suverenosti i time dobrovoljno preuzme obradu zahteva za azil, koji inače ne bi bili u njenoj nadležnosti. Odluka Mađarske da ne prihvati migrante koji su već kročili na teritoriju Evropske unije, pozivajući se na Dablinsku regulativu, ali i ogroman pritisak javnosti usled konstantnih izveštaja o tragedijama i preopterećenim prihvatnim centrima, podstakli su Nemačku da primeni klauzu o suverenosti. U avgustu 2015. godine donesena je odluka da se sve započete procedure koje se odnose na pripadnike sirijske nacionalnosti, obustave i preusmere na Nemačku, koja postaje odgovorna za njih. Ubrzo nakon postupka Nemačke, Češka je takođe ponudila da obradi zahteve za azil sirijskim izbeglicama koje su u drugim zemljama Evropske unije već podnele zahtev. Ove odluke Nemačke i Češke, koje deluju kao izuzetak u odnosu na postupanje ostalih država članica jasno prikazuju nesaglasje lidera zemalja Evropske unije i različito tumačenje odgovornosti. Mediteranska ruta bila je aktivna sve dok Nemačka nije otvorila svoje granice i na taj način direktno uticala na formiranje Balkanske rute. Od avgusta 2015. godine Mediteranska ruta postaje manje značajna i fokus se preusmerava na Balkansku rutu. Termin Balkanska ruta odnosi se na države kroz koje se kreće migracijski tok od Turske, preko Grčke i Bugarske, Makedonije, Srbije i Hrvatske i dalje vodi do Nemačke.

Tokom prvog i najaktivnijeg perioda iz 2015. i 2016. godine, Balkanska ruta pretrpela je nekoliko promena pravaca. Nakon formalnog zatvaranja makedonske granice, migranti i izbeglice su zaobilazivši Severnu Makedoniju, preusmerili pravac kretanja ka Bugarskoj. Jedina tačka na Balkanskoj ruti koja se nikada nije menjala bila je srpsko-makedonska granica. U pokušaju da se uspostavi kontrola nad migracijskim tokovima, u avgustu 2015. godine Srbija i Severna Makedonija osnovale su privremene registracione centre na granicama. Centri su osnovani s ciljem prikupljanja podataka o migrantima i izbeglicama koji pokušavaju da pređu granicu. Kako bi se olakšalo praćenje kretanja, registrovana lica dobijala su dokumente za legalan boravak, odnosno slobodno kretanje na teritoriji države u koju su pristigli. Dozvola za slobodno kretanje važila je 72 sata za vreme kojih bi registrovana lica trebalo da zatraže azil (*Closed Borders: Programme Report, 2016*). Zbog nemogućnosti da se u tada pet postojećih centara za azil<sup>3</sup> smeste sva pristigla lica, otvoreni su novi prostori za privremen smeštaj, konkretno pet novih prihvatnih centara. Prema podacima Komesarijata za izbeglice i migracije u

---

<sup>3</sup> Banja Koviljača (2008), Bogovađa (2011), Sjenica (2013), Tutin (2013), Krnjača (2014); dostupno na: [http://www.kirs.gov.rs/wb-page.php?kat\\_id=50&lang=1](http://www.kirs.gov.rs/wb-page.php?kat_id=50&lang=1) (pristupljeno 23.11.2019)

Republici Srbiji, u periodu od jula do novembra 2015. godine, otvoreni su prihvatni centri Preševo, Principovac, Adaševci, Šid-Stanica i Subotica. Iako formalno nije imao prihvatni centar Beograd je bio izuzetno prometna tačka kretanja.

Dva meseca nakon prve odluke o prepraspodeli miganata i izbeglica, u septembru 2015. godine, Evopska komisija predložila je novi set mera koji uključuje relokaciju još 120.000 izbeglica iz Italije i Grčke, ali i drugih članica na koje utiče kriza. Mnoge države članice svojim protivljenjem odluci o preraspodeli pokrenule su talas rasističkih i nacionalističkih stavova zastupljenih u diskursu nacionalnih medija, koji su ostavili posledice na mišljenja javnog mnjenja.

Kao prvi odgovor na kriznu situaciju izazvanu rapidnim prilivom izbeglica i migranata Vlada Republike Srbije donela je Odluku o obrazovanju Radne grupe za rešavanje problema mešovitih migracionih tokova<sup>4</sup>. Osnovni cilj formiranja Radne grupe bio je da se prati razvoj tokova migracionih kretanja i na osnovu toga pruži predlog mogućih mera upravljanja i rešavanja problema. U septembru 2015. godine Vlada Republike Srbije usvojila je i Plan reagovanja u slučaju masovnog priliva migranata. Međutim postavlja se pitanje da li je do ovakve reakcije došlo usled prepoznavanja opasnosti, kao i neophodnosti strateškog planiranja ili ipak kao hitan odgovor na odluku Vlade Mađarske da podigne žičanu ogradu dužinom čitave granice sa Srbijom. Nakon što je 14. septembra 2015. Mađarska završila sa izgradnjom 4 metra visoke i 175 kilometara dugačke žičane ograde, unela je izmene u zakonodavstvu koje se tiču procedure azila i krivičnog zakona. Ovim izmenama policiji je omogućeno automatsko vraćanje svih migranata koji su se zatekli na mađarskoj teritoriji u pojasu od 8 kilometara, a prema podacima *UNHCR*-a, prvog dana primene novina u zakonu, zabeleženo je 120 slučajeva povratka lica na teritoriju Srbije. Neophodnost jačanja sistema readmisije i azila bila je najuočljivija nakon što je Mađarska zatvorila granicu sa Srbijom u oktobru 2015. godine i time izazvala preusmeravanje rute ka Hrvatskoj. U periodu od sredine septembra do kraja oktobra 2015. godine na granici Srbije sa Hrvatskom zabeleženo je u proseku 6.400 prelazaka dnevno.

Sastanak zvaničnika Evropske unije i lidera 11 država<sup>5</sup> koje se nalaze pod direktnim uticajem migrantsko-izbegličke krize održan je 25. oktobra 2015. godine u Briselu. Sastanak je rezultirao donošenjem Plana u 17 tačaka koji je podrazumevao stalnu razmenu informacija, ograničavanje

---

<sup>4</sup> "Službeni glasnik RS", br. 54/2015-20, 60/2015-15, 72/2015-22, 78/2015-3, 75/2016-4, 73/2017-6

<sup>5</sup> Albanija, Austrija, Bugarska, Grčka, Hrvatska, Mađarska, Nemačka, Rumunija, Slovenija, Severna Makedonija, Srbija

sekundarnih kretanja, podršku izbeglicama i pružanje skloništa, upravljanje granicama i suzbijanje krijumčarenja i trgovine ljudima (*Meeting on the Western Balkans Migration Route, 2015*). Do kraja oktobra 2015. zabeleženo je skoro 700.000 migranata i izbeglica na Balkanskoj ruti, dok je do kraja decembra broj došao do 760.000 (*Western Balkans Route: Progress Report, 2016*). Nakon terorističkog napada u Parizu, novembra 2015. godine, donesena je odluka o dozvoljenom prelasku grčko-makedonske granice isključivo izbeglicama iz Sirije, Avganistana i Iraka (*Closed Borders: Programme Report, 2016*). Od tog momenta situacija na ruti se drastično izmenila, a Evropska unija je počela da pregovara sa Turskom o načinima upravljanja kriznom situacijom, prepoznavši je kao ključnu zemlju u rešavanju problema. Krajem novembra u Briselu je održan samit lidera Evropske unije i Turske u cilju postizanja sporazuma oko zajedničkog suočavanja sa migrantsko-izbegličkom krizom. Ubrzo nakon što je u februaru 2016. godine Severna Makedonija zabranila ulazak u zemlju za pripadnike avganistanske nacionalnosti, potreba za saradnjom sa Turskom pokazala se esencijalnom. Sporazum postignut 18. marta 2016. podrazumeva da u Tursku budu vraćeni svi pristigli na grčku teritoriju nakon 20. marta 2016. godine (Grupković, Jelačić Kojić, Petronijević, 2016). Takođe podrazumeva i sistem „jedan za jedan“ odnosno sistem vraćanja ilegalnih migranata iz zemalja Evropske unije u Tursku, u zamenu za jednog registrovanog Sirijca iz Turskih prihvatnih centara u program legalnog prijema. Predviđen broj ovakvih razmena je 72.000 migranta i izbeglica. Sporazum nalaže finansijsku pomoć Turskoj u iznosu od šest milijardi evra, kao i ubrzavanje pristupnog procesa Turske Evropskoj uniji (Grupković, Jelačić Kojić, Petronijević, 2016:9). Osim sporazuma sa Turskom, zatvaranju Balkanske rute u martu 2016. prethodile su Konferencija predstavnika ministarstava unutrašnjih poslova zapadno-balkanskih zemalja, uključujući Hrvatsku, Sloveniju i Austriju, kao i potpisivanje Zajedničke izjave načelnika policije u Zagrebu iz februara iste godine (Petronijević, 2016).

Prema podacima Eurostata, u 2015. godini države članice Evropske unije primile su 1.255.600 zahteva za azil, od čega je 441.800 (više od 35%) registrovano u Nemačkoj, dok je čak 174.400 (14%) predalo zahtev u Mađarskoj (*Eurostat, 2016*).

### **2.3. Mediji u kriznim situacijama**

Prema definiciji iz Oksfordovog rečnika, imenica kriza potiče od grčke reči *krisis* što znači odluka, a označava *vreme intenzivnih poteškoća* ili *opasnosti* uz objašnjenje da je to momenat u

kom treba da se donese važna odluka. Ukoliko se kao odrednica krizne situacije uzima indikacija pretnje sa potencijalnim negativnim posledicama, bilo one ekonomske, socijalne ili političke prirode, postavlja se pitanje njenog upravljanja. Neke od definicija krize fokusiraju se na nesigurnost, neke na upravljanje stresnom situacijom, neke na kršenje zakona ili etike, ali ono zajedničko za sve definicije jeste kontrola (Coombs & Holladay, 2010). Svojim tumačenjem krize kao situacije bez jasnih uzroka i posledica, Kuaranteli potvrđuje neočekivanost i nepredvidivost kao osnovne karakteristike kriznih situacija (Quarantelli, 1988). Često se odnose na javnu bezbednost ili finansijski gubitak, a ogledaju se u narušavanju nesmetanog odvijanja svakodnevnog života. U kriznim situacijama informacije koje prenose mediji imaju tendenciju da izazovu strah, neizvesnost i tugu, što izveštavanje o krizama čini kompleksan i iscrpljujuć vid medijskog angažovanja. Inglis (1997) objašnjava da je suština izveštavanja u kriznim situacijama da se iskustveno prebaci u kognitivno, odnosno da se izveštavanjem kao vidom dokumentovanja krizne situacije pruži mogućnost analiziranja i spoznaje, kao i potencionalnog unapređenja suočavanja sa krizom.

U popularnom medijskom govoru sve češće je u upotrebi termin vanredna situacija. Perinić i Barović (2009) krizne situacije u kontekstu medijskog diskursa objašnjavaju kao teme koje vrlo brzo postaju *top teme*, kako za medije tako i za javnost. Perinić (2008) prepoznaje krizni odgađaj istovremeno kao odgovornu reakciju medija, ali i kao priliku da se uveća finansijska dobit. Monetizovanje krizne situacije odvija se u recipročnom odnosu problema i publike, odnosno veličina problema utiče na veličinu publike.

### **2.3.1. Izveštavanje medija u kriznim situacijama**

Krizna situacija po svojoj prirodi nije jednokratna, već predstavlja pojavu koja zahteva izvesno vreme trajanja i od javnosti iziskuje propratne reakcije. Fink (1986) smatra da svaka kriza ima životni ciklus u četiri faze: najava, akutna faza, hronična faza i faza rešavanja/saniranja krize. U fazi najave radi se o temama koje su svojevrsni okidači i one se najčešće nalaze u funkciji buđenja interesovanja za potencijalnu problematiku. Najkraća po trajanju, akutna faza ili faza nastanka je obaveštajnog tipa i predstavlja prostor za hronološko tumačenje. U hroničnoj fazi zastupljena je deskriptivna metoda, uz usmeravanje medijskog sadržaja na kritiku i pronalaženje odgovornosti, a u njoj novinar ili medijska kuća iskazuje svoje opredeljenje za empatijsku ili faktografsku teoriju. Kao zagovornik empatijske teorije Vuliami je mišljenja da

novinar mora da ima stav u odnosu na događaj o kom izveštava (*Vulliamy, 1993*), dok Simpson, kao pristalica faktografske, smatra da novinar mora da bude lišen svih emocija kako bi u potpunosti objektivno izveštavao (*Simpson, 1997*). Mediji najčešće započinju izveštavanje o krizi u fazi u kojoj ona postaje najuočljivija, a zatim pristupe izveštavanju o svim etapama krizne situacije.

Stivens i Malon prepoznaju četiri načina medijske konstrukcije krizne situacije: direktan, rasvetljavajući, kvazi naučni i transformativni (*Stephens & Malone, 2010*). Direktan način podrazumeva prosto definisanje problema koji izaziva kriznu situaciju. U rasvetljavajućem načinu krizna situacija se opširno obrazlaže, razmatraju se uslovi nastanka, problemi i navode konkretni primeri. Kvazi naučni način predstavljanja krizne situacije sadrži mnoštvo metafora, fotografija, grafikona. Upotrebom propratnog materijala omogućava se uprošćavanje, što kvazi naučni model čini najbližijim senzacionalističkom izveštavanju. Transformativni način se koristi kada su u pitanju kompleksni i teško pojmljivi fenomeni za čije je razumevanje neophodna detaljna analiza. Koji način će biti odabran, zavisi pre svega od urednika. Odabir načina izveštavanja iskazuje stav uredništva prilikom pristupanja i tumačenja situacije. Odlukom o upotrebi metafora, personifikacije informacija i senzacionalističkog šarenila, odaje se utisak da je želja za izveštavanjem prevashodno vođena finansijskim motivima, koji često novinare šalju u potragu za skandalima.

Perinić i Barović (2009) ukazuju na potencijal kriznih događaja da proizvedu veliki broj populističkih vesti, ali i sklonost masovnih medija ka hotimičnom zanemarivanju distinkcija između informacije i senzacije. Prilikom izveštavanja o kriznim situacijama javlja se tendencija ka senzacionalizmu, u kontekstu brutalnosti izveštavanja radi privlačenja pažnje javnosti. S obzirom na neočekivanost, potresnost ili pretnju koje se odnose se na veliki broj ljudi, neophodno je da izveštavanju o kriznim situacijama pristupe stručni, obučeni i pre svega dobro informisani novinari.

Vreg (2004) ističe da masovni mediji imaju mogućnost uticaja na trajanje i intenzitet krizne situacije. Međutim, tržišni faktori kontrolišu povod izveštavanja i odabir dekonstrukcije krizne situacije zbog toga što se vlasništvo masovnih medija najčešće nalazi pod upravom korporacija. Brzina kao jedan od elementarnih faktora prilikom izveštavanja u kriznim situacijama, često izaziva objavljivanje neproverenih podataka, podataka bez čvrstih dokaza, kao i informacija prikupljenih od samo jednog izvora.

### 2.3.2. Etičnost prilikom medijskog izveštavanja u kriznim situacijama

Postojanje etike u medijima iziskuje postojanje etike u svim društvenim sferama. Kao nauka o moralu, etika predstavlja granu filozofije koja se bavi istraživanjem teorije onoga šta bi i ne bi trebalo da bude ispravno, odnosno kako Dej (2004) navodi, ona je *filozofija o moralu*. Etimologija same reči pronalazi se u grčkom jeziku gde *ethos* znači običaj, te odatle Dej (2004) tumači etiku kao društveno prihvatljive moralne vrednosti. Etika se često odnosi na balans između dve ili više mogućnosti koje smatramo ispravnim.

Posebna pažnja se pridaje etici za vreme izveštavanja o kriznim situacijama, pošto su takvi događaji najpogodniji za kršenje moralnih principa. U poslednjih nekoliko decenija mediji su iz uloge tehničkih posrednika prešli u poziciju najsnažnije industrije koja pružanjem usluga informisanja i zabave, utiče na javno mnjenje. Ove dve usluge često budu bez jasnih razgraničenja. Jedan od najvidljivijih dokaza snage medija ogleda se u činjenici da su integrisani u svakodnevni život do mere u kojoj je nepostojanje njihovog prisustva nezamislivo. Uzevši u obzir domet i uticaj masovnih medija njihova etička odgovornost igra važnu ulogu u društvenom konstrukt. Nikolić (2010:19) objašnjava da „medijska etika za svoj osnovni cilj ima stvaranje ambijenta u kome bi se ovladalo parametrima na osnovu kojih je moguće utvrditi odgovornost medijskog poslenika“. Novinari i javnost igraju podjednaku ulogu u omogućavanju očuvanja zastupljenosti etičkih principa u medijskom kontekstu.

Narušavanje etičkih principa u medijima praktikuje se širenjem govora mržnje, neistinitih i neproverenih informacija, informacija iz nepouzdanih izvora, neetičnom interpretacijom stvarnosti, kao i povredom prava na privatnost. Iako nikada nije postojao univerzalan etički kodeks, u zemljama koje imaju dugu tradiciju poštovanja demokratskih principa, poput Sjedinjenih Američkih Država i skandinavskih zemalja, početkom 20. veka usvajali su se prvi regulatorni dokumenti, u vidu kodeksa, i regulatorna tela, koji su se prevashodno odnosili na štampu u privatnom vlasništvu. U Republici Srbiji, Savet za štampu kao regulatorno telo osnovan je tek 2009. godine. Kako država ne bi bila nadzorno telo i uticala na postojanje demokratskih principa, osmišljen je model samoregulacije, ali da bi on zasta mogao da funkcioniše neophodno je obavezati javnost, regulatorna tela i političke subjekte. Da bi etika u medijima bila održiva, kao njen preduslov pronalaze se obrazovanje novinara i njihova ekonomska stabilnost, ali i ekonomska stabilnost medijske kuće.



U digitalno doba, ovi preduslovi nalaze se pod uticajem novih platformi za komunikaciju medijskog sadržaja. Intenzivna zastupljenost upotrebe društvenih mreža i interneta uopšte poljuljala je tradicionalan odnos ka privatnom, učinivši odricanje od privatnosti esencijalnim za funkcionisanje „života na internetu“, ali i van njega. Fiktivni prostor za komunikaciju, popularno poznat kao *sajberspejs*, predstavlja neregulisani, haotični skup informacija, koji sa sobom nosi nove izazove. Deficit koji se pronalazi u regulaciji sadržaja ostavlja prostor za ostale medije da prate primer neetičnih poruka, te nemoralnim ponašanje izazovu gubitak poverenja u medije uopšte.

Sve karakteristike nemoralnog ponašanja medija kojima se krše etički propisi mogu se pronaći u senzacionalističkom izveštavanju. U medijskom diskursu senzacionalizam podrazumeva upotrebu šokantnih događaja i kolorističnog jezika, ali i propratnog sadržaja u vidu foto i video materijala, s namerom pridobijanja pažnje javnosti. Ovaj vid izveštavanja poznat je i pod nazivom *žuta štampa* zbog popularnog stripa<sup>6</sup> koji je izazvao jedno od prvih nadmetanja između medijskih giganta. Metode ove borbe za tiraž i moć, s kraja 19. veka, više od 100 godina predstavljaju glavne odlike senzacionalističkog, odnosno tabloidnog novinarstva. U praksi senzacionalističko izveštavanje predstavlja naglašavanje eksplicitnog, nasilnog i kriminalnog ponašanja u odnosu na bitne informacije u vezi sa događajem o kom se izveštava. Jedan od najjačih primera medijske obmane u istoriji novinarstva proistekao je iz radijske šale Orsona Velsa<sup>7</sup> koji je svojom verodostojnom adaptacijom naučno fantastičnog romana *Rat svetova* (*eng. The War of the Worlds*)<sup>8</sup> izazvao paniku širom Sjedinjenih Američkih Država i time dokazao ljudsku podložnost manipulaciji. Istu teoriju su ubrzo potvrdile i nacističke propagandne metode zastupljene u tradicionalnim medijima poput štampe, radija i filma. U novim digitalnim medijskim formama manipulacija se manifestuje u drugačijem obliku, ali njen intenzitet nije ništa slabiji.

Zbog uticaja na rekonstrukciju stvarnosti i stavove koje javno mnjenje formira, senzacionalističko izveštavanje istovremeno predstavlja novi vid pristupa negativnim vestima. Burić (2009) ističe da sadržaj stranica crne hronike postaje udarna vest sa naslovne strane što kao posledice može da izazove naviku na nasilan i eksplicitan medijski sadržaj, koje dalje prouzrokuje nedostatak empatije. Problemi koji se takođe javljaju prilikom zastupljenosti

---

<sup>6</sup> *The Yellow Kid*, strip autora Richard Felton Outcault, koji su takmičeći se objavljivali i New York World i New York Journal u periodu od 1895. do 1898. godine

<sup>7</sup> George Orson Wells (1915-1985) režiser, scenarista, glumac i producent najpoznatiji po radio adaptaciji romana *Rat svetova* (1938), kao i filmovima *Gradanin Kejn* (1941) i *Treći čovek* (1949)

<sup>8</sup> Herbert George Wells, 1898.

senzacionalističkog izveštavanja jesu lažna nada i neosnovani strahovi (*Ransohoff & Ransohoff, 2001*). Podležnost hiperbolizaciji prilikom izveštavanja u kriznim situacijama, medijima omogućava da lako izazovu ova emotivna stanja sakrivanjem argumenata i naglašavanjem emocija (Jevtović i Bajić, 2018).

Izbeglička i migrantska kriza iz 2015. godine bila je tema o kojoj izveštavanje lako može da preraste u senzacionalizam. Pitanje etike posebno je došlo do izražaja kada je u septembru 2015. godine turska medijska kuća *Dogan News Agency* objavila fotografiju mrtvog tela trogodišnjeg deteta. Objavljivanje ovakvog eksplicitnog sadržaja kojim se krši nekoliko etičkih principa izazvalo je burnu reakciju javnosti. Međutim, reakcija javnosti nije osuđivala odluku o objavljivanju fotografije, već aktere na svim društveno-političkim nivoima čija delovanja su percipirana kao uzročnicima tragedije.

### **2.3.3. Terminologija u medijskom diskursu prilikom izveštavanja o kriznim situacijama**

Za potpuno razumevanje jezika kao sistema komunikacije neophodno je sagledati i ostale uloge koje ima. Osim komunikativne, Savić (2008) objašnjava da su podjednako značajne emocionalna i ubeđivačka, te jezik ima funkciju kako iskazivanja, tako i oblikovanja misli. Alić (2008) ističe da je dramski pisac Džordž Bernard Šo svojevremeno pokušavao da ukaže na ulogu vokabulara određene društvene grupe u distanciranju od ostalih, i naglašava da se na taj način jezik izopštava iz svoje osnovne funkcije razumevanja u sredstvo nerazumevanja.

Pojava novih digitalni medijskih formi stvorila je iluziju uvećavanja slobode izbora u mnoštvu informacija. Međutim, ni na koji način nije uticala na razbijanje homogenizacije mišljenja. Mediji jezikom grade konstrukciju stvarnosti koja nije nužno realna, te da bi se olakšala dekonstrukcija plasiranog sadržaja, osim jezika koji je u upotrebi, neophodno je razumeti kontekst medija i društvene sredine. Nepostojanje lektora u većini medijskih kuća, kao i nekontrolisano objavljivanje sadržaja na internet platformama, jedne su od najvećih opasnost koje prete jeziku. S obzirom na opširan doseg plasiranog sadržaja, ali i činjenice da su medijske kuće institucionalizovane u odnosu na građansko novinarstvo društvenih mreža, mediji imaju odgovornost da obezbede kvalitet sadržaja koji ne može da se posmatra bez ispravne upotrebe jezika.

Od samog početka izveštavanja o krizi mediji su imali problem sa razumevanjem i navođenjem osnovnih termina. U medijskom diskursu primećuje se nedostatak konzistentnosti prilikom izveštavanja koji je doveo do terminološke kakofonije u kojoj prevladavaju termini *migranti* i *azilanti* (Kleut i Drašković, 2017). Sa nazivom migrant govorilo se o svim ljudima koji su se našli na ruti, bez obzira na uzrok njihovog kretanja, poreklo, status. Ova praksa je razumljiva s obzirom na nepostojanje zakonski definisanog termina, i na definisanje termina od strane najveće organizacije koja se bavi pitanjima čoveka. Ujedinjene nacije su na svojoj zvaničnoj internet stranici termin migrant definisale kao nekoga ko promeni svoju zemlju prebivališta, bez obzira na uzrok promene (*UNHCR*). Prilikom analiziranja ovog pojma pravi se razlika između kratkotrajnih i dugotrajnih migracija čija je odrednica vremenski period od godinu dana. Međutim, važno je razlikovati one koji su se na ruti našli progonjeni nasiljem i ratnim okolnostima u matičnoj državi. Termin izbeglica definisan je 1951. godine u Konvenciji o statusu izbeglica i odnosi se na osobe koje napuštaju svoju matičnu državu i traže međunarodnu zaštitu iz strah od okolnosti koje narušavaju javni red, poput oružanih sukoba i progona. Moguće je da ukoliko osoba napusti svoju državu iz nekih drugih razloga, a u međuvremenu u toj zemlji izbije neka vrsta oružanog sukoba, ipak dobije status izbeglice. Tokom 2015. godine *UNHCR* doneo je odluku o usvajanju termina *osoba za koju se jasno može pretpostaviti da je u potrebi za međunarodnom zaštitom*. Ovaj termin odnosi se na osobu koja ne želi da zatraži azil u državi na čiju teritoriju je došla (Dičić, Stanković, Petrović, 2016).

U pravnom sistemu Republike Srbije prilikom kategorizacije vrsta migranata najveću grupu zauzimaju stranci, koji predstavljaju sva lica bez državljanstva Republike Srbije. Osim stranaca, razlikuju se tražioci azila, izbeglice, lica pod privremenom zaštitom, interno raseljena lica, povratnici po sporazumu o readmisiji i žrtve trgovine ljudima (Lončar, 2019). Pod tražiocima azila ili azilantima, podrazumevaju se lica koja su podnela zahtev za azil na teritoriji Srbije. Izbeglicama se smatraju lica koja se iz opravdanog straha ne nalaze u svojoj državi, dok su lica pod privremenom zaštitom lica kojima je odobren boravak i zaštita u Srbiji. Za razliku od ostalih kategorija, povratnik po osnovu sporazuma o readmisiji i interno raseljena lica odnose se na državljane Republike Srbije. U periodu nastanka i najaktivnijeg postojanja Balkanske rute u Srbiji su pravni položaj stranaca, pitanje njihovog ulaska, boravka i kretanja, bila uređena Zakonom o strancima iz 2008. godine<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Zakon o strancima, „Službeni glasnik RS“, br. 97/2008

Narativ pojedinih evropskih zvaničnika sklon je nazivanju krizne situacije *migrantskom krizom* s ciljem izbegavanja odgovornosti prema izbeglicama koju međunarodne konvencije nalažu kao obavezu svojim potpisnicama. S obzirom na činjenicu da je najveći broj ljudi u tranzitu poreklom iz zemalja zahvaćenih ratom, prema međunarodnom pravu ispravno bi bilo koristiti termin izbeglice.

#### **2.3.4. Uticaj medija na formiranje stavova u javnom mnjenju**

Digitalna revolucija, popularno poznata kao *0.4*, čiji se efekti prepoznaju u političkim, ekonomskim i bezbednosnim promenama, inicijalno se primetila u medijima. Poređenjem sveta sa kompjuterom, nazivajući ga *elektronskim mozgom*, kako je Mekluan obrazložio intenziviranje elektronske međuzavisnosti, ostavlja se prostor za razvijanje teorije o globalnom selu (*McLuhan, 1962*). Upravo taj imaginarni prostor u kom dolazi do kulminacije elektronske umreženosti anulira odnos centra i periferije na kom se zasnivao društveni poredak. Ideja o globalnom selu, kroz pristup deterritorijalizovanja informacija, čini iste informacije dostupne korisnicima iz svih delova sveta, omogućava globalnim medijima da transformišu događaje u vest i distribuiraju ih unutar šireg medijskog diskursa. Vreg (2007) objašnjavajući medijsku rekonstrukciju stvarnosti, ističe kako masovni mediji ne reflektuju istinitu stvarnost, već se bave njenom adaptacijom. Objavljeni medijski sadržaj kao kombinacija odabranih različitih varijanti stvarnosti, u vidu istine koja se prelama kroz prizmu realnosti, predstavlja selekciju njene interpretacije. Esencijalna uloga u selekciji interpretacije istine, medijma, kao najzastupljenijem vidu opskrbe informacijama, nameće odgovornost za zastupljene stavove u javnom mnjenju.

Masovni mediji, kao neizostavan deo demokratskog, pluralističkog društva, pridržavajući se principa objektivnosti, trebalo bi da omoguće prostor različitim društvenim strukturama da izraze svoje mišljenje i na taj način pruže korisnicima mogućnost da selektivnim rezonovanjem kreiraju stavove. Dvadesetčetovoročasovno izveštavanje o konkretnom problemu ima potencijal da izazove izmene u aktivnostima donosioca odluka. Pojava, poznata pod terminom *CNN efekat*, predstavlja rezultat zajedničkog delovanja civilnog društva i medija kao njihovog glavnog alata, u svrhu nadzora vlasti prilikom upravljanja javnim interesom (*Livingston, 1997*). Najbolji primer uticaja medija na vlast je Vijetnamski rat, poznat i kao prvi televizijski rat zbog toga što se prva ekipa sa prenosivom video kamerom na zaraćenom terenu pojavila 1972. godine u Vijetnamu (Đurović, 2014). Na porast zastupljenog antiratnog stava u američkom javnom mnjenju uticale

su fotografije objavljene uprkos etičkim pravilima medijskih kuća. Uredništva su se odlučila da je u ovom slučaju legitimno objaviti eksplicitan materijal prepun krvi, mrtvih i golih tela, koji predstavlja istinu, znatno drugačiju od zvanične političke propagande Sjedinjenih Američkih Država. Među najistaknutijim fotografijama nalaze se *Egzekucija u Sajgonu*, fotografa Edi Adamsa, *Devojčica koja beži pred napalmom*, fotografa Nick Uta i fotografija Horst Fasa koji je zabeležio Južno Vijetnamca kako pored tenka drži mrtvo dete u naručju.

Ekspanzijom novih medija menja se sam koncept objektivnosti, dok se njihovom dostupnošću proširuju mogućnosti komunikacije. Nove internet platforme za komunikaciju izmenile su potrebu pojedinca za dobijanjem informacija. Kombs i Holidaj objašnjavaju kako nove tehnologije poput interneta, olakšavajući hitar prenos informacija, omogućavaju recipročan odnos sa konzumentima informacija (*Coombs & Holladay, 2010*). Taj potencijal dijaloga sa konzumentima informacija predstavlja glavnu distinkciju između novih i starih medija. Komuniciranje sa javnim mnjenjem putem Tviter (*eng. Twitter*) i Jutjub (*eng. YouTube*) naloga, ali i podkasta kod recipijenata izaziva osećaj bliskosti. Pojavom društvenih mreža omogućava se aktivno učešće u diskusiji o događajima širom sveta, kao i stvaranje i plasiranje vesti od strane ljudi koji nisu profesionalni novinari. Ovakva praksa dovodi u pitanje objektivnost i legitimnost plasiranih informacija. Kredibilitet informacija upitan je zbog sve većeg značaja koji se pridaje popularnim glasovima iz društva bez relevantnog znanja i iskustva. Nedostatak stručnosti, neophodne za pristupanje događaju i informaciji o kojoj se daje mišljenje, čini distribuirane informacije podložne uproščavanju. Opasnost od uproščavanja leži u potencijalnom podsticanju neznanja čime se kreira prostor za manipulaciju širokim narodnim masama.

Kako bi ispunili nove potrebe publike, tradicionalni mediji stupaju u svojevrsnu metamorfozu iz koje uklanjanjem jasne distinkcije između žanrova nastaje hibridna forma. Kao njene glavne karakteristike pronalaze se interaktivnost, multimedijalnost i hipertekstualnost (*Gruhonjić, 2016*). Još jedna od izmena koje su učinjene radi zadovoljavanja potreba konzumenata informacija, ali i sopstvene potrebe da ostanu relevantni, jeste masovna kategorizacija vesti kao *breaking news*, odnosno vesti od izuzetne važnosti. Ovim načinom plasiranja vesti konzument informacije stiče utisak da je pravovremeno obavešten o najvažnijim događajima, te da je u toku sa globalnim dešavanjima, iako sama vest nije nužno bitna za konzumenta ili društvo u kom živi.

Nove, uslovno rečeno slobodne, digitalne platforme medijskog komuniciranja, paradoksalno, nisu naglasile nezavisnost informacija i slobodu govora, već su podstakle potčinjenost

komercijalnim interesima. Komercijalizacija masovnih medija, koja izaziva percipiranje konzumenta informacija kao kupce proizvoda, a ne kao publiku prema kojoj imaju odgovornost, dovela je do izmene njihove uloge. Izmena uloge globalnih medija preusmerava fokus sa potrebe za proverom tačnosti informacija, na zauzimanje prostora u interesnim sferama javnog mnjenja u cilju postizanja što većeg tiraža. Iako su u teoriji mediji i dalje u službi javnog interesa, u praksi oni predstavljaju potencijalno vrlo unosan biznis, što dovodi u pitanje njihov kredibilitet. Borba za opstankom na tržištu uslovljena je zakonima kapitalističkog sistema koji u prvi plan stavljaju zaradu, dok je profit kao mera uspeha zamenio istinitost i verodostojnost informacija. U svetu koji sve više nalikuje na veliki globalni mediji predstava realnosti satkana je od mnoštva informacija i dezinformacija, bez postojanja efikasnog načina kojim bi se regulisao njihov protok (Burić, 2009). Slaba zakonska regulacija strukture medijskog vlasništva i plasiranog medijskog sadržaja, pogotovo u zemljama Globalnog juga, oslabljuju civilno društvo i čine javno menjenje podložno manipulaciji. Iako u svim političkim uređenjima može da se pronade u manjoj ili većoj meri, prisilno ili dobrovoljno savezništvo između političara i medija, ona su ipak najveća u nedemokratskim sistemima.

Uticao masovnih medija se ne ogleda u sili, već u zavodljivom pristupu plasiranja atraktivnih informacija koje kod čitaoca bude najprostija osećanja. Iako ne govore jasno šta bi pojedinac trebalo da misli, masovni mediji odabirom i intenzitetom objavljivanja sadržaja upućuju na određene situacije i aktere. O tome šta bi ljudi trebalo da misle, mediji pasivno sugerišu iskazivanjem sopstvenih stavova u vezi sa događajem ili situacijom. Ovi principi medijskog uokviravanja i isticanja ideja i informacija, u društvenim naukama objašnjavaju se kroz koncepte frejminga (*eng. framing*) i prajminga (*eng. priming*). Manje suptilnim konceptom, frejmingom, mediji isticanjem odabranih informacija, a zanemarivanjem ostalih (Kunczik & Zipfel, 2006), struktuiraju verziju realnosti koju prikazuju u svom sadržaju, odnosno uokviravanjem vesti govore konzumentima informacija šta bi trebalo da misle. Entman (1993) frejming objašnjava kao princip selekcije i isticanja informacija kako bi se one u mnoštvu sadržaja lakše zapazile. S druge strane, odabirom vesti i događaja o kojima će izveštavati, odnosno prajmingom, mediji upućuju na ono o čemu bi ljudi trebalo da misle (McCombs & Shaw, 1972). Međutim, uokviravanje sadržaja u medijskim formama nije nužno promišljen čin pristrasnosti, već često biva odraz moralnih vrednosti koje su dominantne u uredništvu (Slijepčević, Filgić, 2018). Prikrivena moć masovnih medija manifestovana kroz oba teorijska koncepta bila je primetna i za vreme akutne faze migrantsko-izbegličke krize.

U studiji koja je 2018. godine sprovedena pod pokroviteljstvom *EUROMED*-a (*Public attitudes on migration, 2018*) navodi se da je uticaj medija na formiranje stavova više verovatan u sredinama u kojima je mali udeo imigrantske populacije. Prema istom istraživanju navodi se da različite poruke koje mediji šalju na drugačiji način utiču na ljude sa različitim moralnim vrednostima, kao i da stavovi prema migraciji variraju u odnosu na vrstu medija putem kojih se pristupa informacijama.

Prema podacima koje je 2017. godine Evropski savet za izbeglice i prognanike (*European Council on Refugees and Exiles - ECRE*) izneo na osnovu istraživanja sprovedenog u periodu od 2002. do 2016. godine, za vreme izbegličke i migrantske krize 10 od 14 analiziranih evropskih zemalja pokazalo je veću naklonost prema tražiocima azila u odnosu na raniji period. Ipak, naglašava se da ovaj podatak ne podrazumeva podjednaku zainteresovanost Evropljana da ta lica prime u svoju državu, iako je u svega tri države, Mađarskoj, Poljskoj i Turskoj većina stanovništva bila za zatvaranje granica. Prema istraživanju koje je u 2017. godini sproveo Ipsos (*Global Views on Immigration and the Refugee Crisis, 2017*), države u kojima je veći udeo imigranata imaju veću zastupljenost pozitivnih stavova prema imigraciji. U istom istraživanju navodi se da u proseku manje od većine ispitanih stanovnika analiziranih zemalja oseća neprijatnost povodom promena koje se javljaju usled migracija, dok od promena najviše strepe stanovnici Turske i Italije.

Velika Britanija nalazila se u paradoksalnoj situaciji u kojoj je u odnosu na ostale države Evropske unije imala najzastupljenije pozitivne stavove prema migraciji, dok je istovremeno bila najmanje zainteresovana za prihvatanje izbeglica i migranata (*Holloway, Smart, Foresti & Leach, 2019*). Princip otvorenih granica i prihvatanje izbeglica i migranata u Velikoj Britaniji odigralo je ključnu ulogu prilikom referenduma o napuštanju Evropske unije koji je usledio 2016. godine. Osim u Velikoj Britaniji, jačanje desničarskog narativa i popularizacija nacionalističkih ideja javila se i u ostalim državama Evropske unije, poput Mađarske, Poljske, Italije, Austrije. Usled sumiranja ovih podataka nameće se pitanje mogućnosti istovremenog postojanja liberalnog i desničarskog pristupa.

## **2.4. Medijsko predstavljanje migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj migracionoj ruti u vremenskom periodu 2015-2016.**

Krizna situacija izazvana naglim intenziviranjem kretanja izbeglica i migranata kroz balkanske države, prvi je događaj na Balkanu, nakon devedesetih godina prošlog veka, o kom su svakodnevno izveštavali globalni mediji. Ulogu krivca ovoga puta mediji su pripisali zvaničnicima država članica Evropske unije koji su svojim narativom iskazivali negativne stavove ka izbeglicama i migrantima.

Mediji kod kog je najveći broj tekstova prepoznat kao relevantan za analizu je javni servis *Radio-televizija Srbije* sa 25 tekstova, dok su najmanje imali dnevni list *The Guardian* i *Russia Today* oba po 16 tekstova. Internet portal javnog servisa Srbije ističe se po broju objavljenih tekstova konkretno 25. Odmah za njim po brojnosti su internet portali *NI* sa 20 tekstova, te *The New York Times* i *The Washington Post* sa 19 tekstova. Po 17 tekstova imali su *Al Jazeera Balkans* i *Euronews*. Od analiziranih medija, sadržaj se u vidu pretplate naplaćuje samo na dva internet portala, a u pitanju su dnevni listovi *The New York Times* i *The Washington Post*. Iako ovo čini sadržaj manje dostupnim široj publici, takođe znači da objavljeni tekstovi idu do čitalaca koji su zaista zainteresovani, izbegavajući one koji bi nasumično naleteli na vest prilikom pretrage sadržaja na internetu.

Kako bi se u potpunosti razumeo analizirani sadržaj, neophodno je steći uvid u kontekst medija o kojima je reč. U daljem tekstu pružiće se osnovne informacije o medijskim kućama o kojima je reč.

### **2.4.1. *The Guardian***

Dnevne novine *The Guardian* deo su britanske medijske kuće Guardian Media Group, zajedno sa *The Observer* i *The Guardian Weekly*. Osnovane pod nazivom *The Manchester Guardian* 1821. da bi tek 1959. godine promenile naziv u ovaj pod kojim su danas poznate, te postale jedne od najuticajnijih dnevnih novina<sup>10</sup>.

Sredinom devedesetih godina prošlog veka *The Guardian* je započeo sa razvijanjem internet platforme i bio među prvim medijima koji su počeli plasiranje svog sadržaja na internetnu (1995), da bi 2001. godine bili najpopularniji veb sajt britanskih novina, 2013. godine. *The*

---

<sup>10</sup> <https://www.theguardian.com/gnm-archive/2002/jun/06/1>



*Guardian* je među prvim globalnim medijima koji su prepoznali nove trendove i svoj sadržaj uobličili novim platformama, te 2005. uveli podkast (*eng. podcast*), a 2009. godine mobilnu aplikaciju i bazu podataka. Iako je štampana verzija tabloidnog formata, a karakteristike istog se naziru i na internet platformi, ovaj dnevni list je poznat po ozbiljnim istraživačkim pričama i verodostojnim informacijama. Saradnja sa Wikiliksom (*eng. Wikileaks*) podstakla je svetski priznato istraživanje o “hakovanju” telefona, a 2013. zajedno sa *The New York Times*, prvi su imali uvid i objavili materijal o tajnom prikupljanju telefonskih zapisa koji je prikupio Edvard Snouden.

#### **2.4.2. *The New York Times***

Dnevne novine *The New York Times* osnovane su 1851. godine sa sedištem u Njujorku<sup>11</sup>. Sa razvijanjem internet platforme počeli su sredinom devedesetih da bi sa svakodnevnim objavljivanjem sadržaja krenuli 1996. godine. Deset godina kasnije, 2006. zajedno sa britanskim *The Guardian*, bili su među prvima koju su prepoznali nove medijske platforme i pokrenuli podkast. Mobilnu aplikaciju pokreću 2008. godine, a 2009. Biznis Insajder (*Business Insider*) objavljuje podatak da od 50 najpopularnijih blogova, 22 pripadaju *The New York Times* (*The 50 Most Popular Newspaper Blogs, 2009*). Verzije svog sadržaja objavljuju na španskom i kineskom jeziku, a osim sedišta u Njujorku, imaju kancelarije u Londonu i Hong Kongu.

Za najveće doprinose novinarstvu dobili su 127 Pulicerovih nagrada, a o ozbiljnosti njihovog rada govori i žustra borba za slobodu govora koju vode po američkim sudovima više od 50 godina. Među najpoznatijim slučajevima koji su završili na Vrhovnom sudu Sjedinjenih Američkih Država su tužba iz 1964. godine, zbog klevete koju je podneo policijski komesar L.B. Sullivan (*New York Times Co. v. Sullivan, 376 U.S. 254 -1964*), kao i slučaj *Pentagonoški papiri* iz 1971. godine, kada je *The New York Times* zajedno sa *The Washington Post* dobio tužbu protiv Sjedinjenih Američkih država.

#### **2.4.3. *The Washington Post***

Jedan od vodećih dnevnih listova u Sjedinjenim Američkim Državama osnovan je 1877. godine u prestonici. Kada je 1933. na aukciji za stečaj, Eugen Majer kupio *The Washington Post*

---

<sup>11</sup> <https://www.nytc.com/>

napisao je sedam principa<sup>12</sup> na osnovu kojih ovaj dnevni list i danas funkcioniše. Principi koji se mogu tumačiti i kao osnovne teze kvalitetnog novinarstva, ali i demokratskog društva, branjeni su tokom prethodnih decenija po američkim sudovima. Osnovni principu obuhvaćeni su i u sloganu koji stoji na samom vrhu internet stranice ovog dnevnog lista - *Democracy Dies in Darkness*. Zajedno sa dnevnim listom *The New York Times* 1971. dobili su tužbu protiv Sjedinjenih Američkih Država, a iduće godine započinju seriju tekstova o jednom od najvećih političkih skandala koji su 1974. doveli do ostavke predsednika Niksona. Izveštavanje o ovoj političkoj aferi poznatoj pod nazivom Votergejt (eng. *Watergate*), dnevnom listu *The Washington Post* je donelo 10 Pulicerovih nagrada<sup>13</sup>. Do danas, jedino *The New York Times* ima više Pulicerovih nagrada, dok je *The Washington Post* odmah za njim sa 47 osvojenih. Od 2011. *The Washington Post* ima kolumnu u kojoj je reč o proveru objavljenih informacija, pod nazivom *The Fact Checker*, opisanu kao „odred istine“.

Nakon što je 80 godina *The Washington Post* bio pod upravom Majerovih naslednika, 2013. godine Jefri P. Bezos, vlasnik *Amazon* kompanije, kupuje ovaj dnevni list<sup>14</sup>. *The Washington Post* trenutno ima 30 stranih dopisnika i 21 kancelariju širom sveta<sup>15</sup>.

#### **2.4.4. Euronews**

Integrisanjem više javnih servisa evropskih država 1993. godine nastaje *Euronews* sa sedištem u francuskom gradu Lion. *Euronews* broji 600 novinara i ponosi se njihovom raznolikošću ističući da obuhvataju preko 30 nacionalnosti, a emituju vesti na čak 11 jezika - arapskom, engleskom, francuskom, nemačkom, grčkom, mađarskom, italijanskom, persijskom, ruskom, turskom i španskom. Procenjuju da se njihov sadržaj gleda u 400 miliona domova širom 160 zemalja, što ih čini najvećim evropskim servisom. Obuhvatajući preko 80% jezičke pokrivenosti evropskog kontinenta, Evropska unija ih je prepoznala kao zvaničan medijski servis Evrope. Sklopili su ugovor kojim se obavezuju da će pokrivati teme koje se tiče Evropske unije u zamenu finansijsku pomoć. Ugovor i njegovo tumačenje, objavljeni su na zvaničnom sajtu medijske kuće *Euronews* gde se ističe klauza o nezavisnosti kojom institucije Evropske unije

---

<sup>12</sup> <https://www.washingtonpost.com/policies-and-standards/>

<sup>13</sup> The Pulitzer Prizes dostupno na: <https://www.pulitzer.org/winners/washington-post> (27.11.2019)

<sup>14</sup>

[https://www.washingtonpost.com/business/economy/washington-post-closes-sale-to-amazon-founder-jeff-bezos/2013/10/01/fca3b16a-2acf-11e3-97a3-ff2758228523\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/business/economy/washington-post-closes-sale-to-amazon-founder-jeff-bezos/2013/10/01/fca3b16a-2acf-11e3-97a3-ff2758228523_story.html)

<sup>15</sup> <https://www.washingtonpost.com/graphics/world/washington-post-foreign-correspondents/>

obećavaju da neće vršiti pritisak i nametati zahteve. Iste 2017. godine, potpisuje se ugovor sa severno američkom medijskom kućom *NBC (National Broadcasting Chanel)* koja kupuje 25% deonica vlasništva i time se omogućava logistička saradnja, odnosno razmena materijala i veća dostupnost njihovog distribuiranja. Ova saradnja je olakšala programsku šemu dvadesetčetvoročasovnog emitovanja od čega je 17 sati programa uživo.

Za sebe kažu da su prvi *glocal*<sup>16</sup> medijski brend, odnosno globalni medij koji se prilagođava potrebama različitih lokalnih zajednica. *Euronews* je prepoznatljiv po svom jednostavnom logou i *no comment* (bez komentara) programu, kojih ih znatno razlikuje od globalnih medija. Odabirom video materijala koji se nalazi u televizijskoj rubrici bez narativa, pod nazivom *no comment* ostavlja se znatno jači utisak u odnosu na komentarisanje događaja, po čemu su poznati *Fox* i *CNN*.

#### **2.4.5. *Russia Today***

Osnovana 2005. godine *Russia Today (RT)* je prva u potpunosti digitalna ruska televizijska mreža sa globalnom pokrivenošću. Prilikom osnivanja *RT* je imala 100 voditelja sa engleskim kao maternjim jezikom, a glavna urednica je imala samo 25 godina<sup>17</sup>. Dve godine kasnije, 2007. počinju sa izveštavanjem sa mesta događaja uživo, a interesantan je podatak da su sa tim započeli na Severnom polu. Iste godine, *Russia Today* je bila prva ruska televizija koja je napravila svoj zvaničan Jutjub kanal, a 2013. postaju prva televizijska kuća čiji kanal broji milijardu pregleda. Osim sedišta koje se nalazi u Moskvi, postoje lokalni studiji u Sjedinjenim Američkim Državama, Velikoj Britaniji, Francuskoj, Indiji i Izraelu. *Russia Today* ima dvadesetčetvoročasovni program, a emituje se na ruskom, engleskom, arapskom i španskom jeziku u preko 100 država i u 200 miliona domaćinstava.

Na svom sajtu navode rezultate analize istraživanja koje je sprovedla *Nielsen Media* 2009. godine ističući da su tada u Vašingtonu bili gledaniji od *Al Jazeera English*, *Euronews* i *Deutsche Welle* iako im je budžet bio znatno manji<sup>18</sup>.

Još jedna karakteristika po kojoj se *RT* ističe od ostalih ruskih medijskih kuća jeste partnerstvo sa Ruskom svemirskom agencijom (*Federal Space Agency of Russia* -

---

<sup>16</sup> <https://www.euronews.com/about>

<sup>17</sup> <https://www.rt.com/about-us/history/>

<sup>18</sup> <https://web.archive.org/web/20110705210038/http://rt.com/about/corporate-profile/>

*ROSCOSMOS*) sklopljeno 2008. godine, kao i saradnja u vidu serije intervjua sa jednim od osnivača Vikiliksa, Džulijanom Asanžom iz 2012. godine.

#### **2.4.6. *Al Jazeera Balkans***

Prvi regionalni kanal medijske kuće *Al Jazeera Media Network*, ujedno i prvi regionalni kanal na Balkanu, osnovan je 2011. godine sa sedištem u Sarajevu. Kao prva velika medijska kuća *Al Jazeera* osniva centre u Beogradu, Skoplju, Zagrebu, i Podgorici<sup>19</sup>. U Republiku Srbiju je došla kupovinom medijske kuće *TV Avala*. Od šest gradova u kojima *Al Jazeera Balkans* ima dopisnike, tri su na Balkanu, dva u Evropi i jedan u Sjedinjenim Američkim Državama.

Pogodnosti i povlastice globalnog medija koje su zainteresovale renomirane novinare i urednike regionalnih medija, učinile su ovaj kanal primerom odgovornog, brzog i tačnog medijskog izveštavanja. Program se emituje u Bosni i Hercegovini, Srbiji, Hrvatskoj, Sloveniji, Makedoniji, Crnoj Gori i Kosovu<sup>20</sup>. Slogan *Iz svakog ugla i sa svake strane* izražava njihov cilj da obavljaju svoj posao savesno i u skladu sa osnovnim principima novinarstva u multietničkom i multireligioznom prostoru.

#### **2.4.7. *NI***

*CNN* kao druga globalna medijska kuća koja je došla na Balkan, 2014. godine pokrenula je svoj kanal sa tri produkcijska centra u Beogradu, Zagrebu i Sarajevu, zapošljavajući preko 150 novinara<sup>21</sup>. Sva tri centra imaju zasebno uredništvo i novinare koji kreiraju sopstvene sadržaje sa mogućnošću razmene i udruživanja u jedan kanal prilikom zajedničkih emisija. Osim televizijskih kanala, svaki od centara ima svoju mobilnu i veb platformu.

Putem kablovskih emitera program je dostupan u Srbiji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Makedoniji i Crnoj Gori, dok se u Sloveniji emituje putem kablovskog operatera. Predstavnic organizacije Reporteri bez granica, Ades-Mevel, prepoznaje *NI* kao jedinu veliku nezavisnu televiziju u Srbiji<sup>22</sup>.

---

<sup>19</sup> <https://www.aljazeera.com/news/europe/2011/11/20111111201910810159.html>

<sup>20</sup> <http://balkans.aljazeera.net/o-nama>

<sup>21</sup> <http://rs.n1info.com/O-nama>

<sup>22</sup> <https://www.slobodnaevropa.org/a/reporteri-bez-granica-n1-srbija/30278292.html>

#### 2.4.8. RTS

Radio-televizija Srbije pod ovim imenom postoji od 1992. godine, međutim početak televizijskog programa vezuje se za 1938. kada je holandska firma *Philips* emitovala program iz studija na Sajmištu, a redovan televizijski program *Televizije Beograd* počinje sa emitovanjem 1958. godine<sup>23</sup>.

Na čelu ove javne medijske ustanove nalazi se Upravni odbor, čije članove imenuje Savet regulatornog tele za elektronske medije, dok ustanovom rukovodi generalni direktor. RTS danas ima četiri radijska programa i dva televizijska, uz jedan satelitski program namenjen za publiku u dijaspori. Kao članovi javnog servisa, novinari i urednici odgovorni su da obavljaju svoj posao u skladu sa javnim interesom, što znači u zajedničkom interesu za sve građane (Nedeljković, 2007).

---

<sup>23</sup> <http://www.rts.rs/page/rts/sr/Пола+века+РТС-а/story/2431/i-juce/27272/razvoj-televizije.html>

### 3. ANALIZA I INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

#### 3.1. Analiza događaja koji su predstavljali povod za izveštavanje o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti

Prvi istraživački zadatak bio je usmeren na analizu događaja koji su predstavljali povod za izveštavanje o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti. Prilikom analize sadržaja tekstova istraživanje je bilo usmereno na događaje koji se tiču Makedonije, Srbije, Mađarske i Hrvatske, a obuhvaćena je i Grčka jer predstavlja početnu tačku Balkanske rute. U širokom spektru tema u kojima je reč o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti, postoji pet ključnih događaja za tok Balkanske rute, koji se ogledaju i u medijskim aktivnostima, odnosno praćenosti.

Glavna tačka ulaska na teritoriju zemalja Evropske unije na Balkanskoj ruti prvobitno je bila granica sa Mađarskom, konkretno granični prelazi Horgoš 1 i Horgoš 2. Mađarski premijer Peter Sijarto 17. juna 2015. godine u javnost iznosi odluku o podizanju žičane ograde dužinom čitave granice sa Srbijom. Od pet globalnih medija čiji se sadržaj analizirao, tri (*The Guardian*, *The Washington Post*, *Euronews*) su svoje izveštavanje o migracionoj krizi i Balkanskoj ruti započela prenoseći ovu vest, s tim da su *The Guardian* i *Euronews* to učinili istog dana, dok je *The Washington Post* to učinio dan kasnije, 18. juna. Od preostala dva globalna medija, *RT* ni u jednom tekstu nije pominjala odluku o podizanju ograde, dok je za *The New York Times* vest o ogradi bila treći tekst, objavljen nedelju dana nakon donošenja odluke. U prva dva teksta bilo je reči o formiranju nove migracione rute i o intervenciji makedonske vojske koja je suzavcem sprečavala prolazak. Od regionalnih medija samo je *Al Jazeera Balkans* izveštavanje o Balkanskoj ruti započela sa odlukom o ogradi, dok je ta vest za *NI* i *RTS*, hronološki posmatrano, bila pri sredini analiziranih tekstova. Uzevši u obzir da ove dve medijske kuće predstavljaju regionalne medije i da Balkanska ruta ostavlja direktan trag u državi u kojoj ovi mediji izveštavaju, očekivano je da se o kriznoj situaciji pisalo i pre najave o podizanju ograde.

Drugi događaj o kom su globalni mediji mahom izveštavali u vezi sa krizom na Balkanskoj ruti bio je intervencija makedonske vojske koja je suzavcem i šok bombama pokušavala da zaustavi ilegalan prelazak grčko-makedonske granice. Ova vrsta sukoba izazvala je veliko

negodovanje javnog mnjenja, podstaknuto medijskim izveštavanjem u kom se situacija mahom poredila sa dešavanjima za vreme Drugog svetskog rata. Od analiziranih regionalnih medija *Al Jazeera Balkans* i *RTS* su 21. avgusta imali po jedan tekst o sukobu na graničnom prelazu, dok je za *NI* ovaj događaj analiziran u dva teksta bio prvi o kom su izveštavali u vezi sa temom istraživanja. Kada je reč o globalnim medijima, po jedan tekstu o intervenciji sa suzavcima i proglašavanju vanredne situacije, objavljen istog dana, 21. avgusta, imali su *The New York Times*, *The Washington Post* i *Russia Today*. Ovaj krizni događaj je u slučaju medijske kuće *The Guardian* podeljen u dva teksta od kojih se jedan odnosi na proglašavanje krizne situacije, dok se drugi odnosi na sukob makedonske vojske sa izbeglicama i migrantima. Slično je izveštavao i *Euronews*, s tim da je u jednom tekstu bilo reči o sukobu, dok su u drugom pisali o intervenciji Ujedinjenih nacija.

Nakon podizanja ograde, Mađarska je zvanično zatvorila sve granične prelaze sa Srbijom i time izazvala preusmeravanje migrantske rute ka Hrvatskoj, prevashodno ka graničnom prelazu Šid. Ova izmena situacije na Balkanskoj ruti bila je treća tema koja je zauzela prostor u medijima. Kako je vlast u Hrvatskoj pred kraj 2015. godine bila u kampanji za parlamentarne izbore, a vlast u Srbiji već započela predizbornu kampanju za proleće 2016. godine, krizu koja se pojavila na granici obe strane su iskoristile za pridobijanje naklonosti glasača. Dok su se naizmenično zatvarale granice, počevši sa odlukom Hrvatske da uvede blokadu kamionskog saobraćaja sa srpskim tablicama, zatim sa odgovorom Srbije u vidu zabrane uvoza hrvatske robe, zvanični narativi vlasti u obe države okarakterisani su huškačkim i nacionalističkim diskursom smišljenim radi stvaranja panike. Aludirajući na paniku mediji podstiču potrebu za potvrdom u sigurnost i time stvaraju prostor za trenutnu vlast da stupi u ulogu velikog zaštitnika. Od analiziranih globalnih medija *RT* ni u jednom tekstu nije pomenula promenu rute i kriznu situaciju koja je izbila na granici Srbije i Hrvatske, dok je *The Guardian* samo u jednom tekstu pomenuo kako se putem društvenih mreža razgovara o usmeravanju ka Hrvatskoj. Slično je postupio i *Euronews* koji je samo u jednoj rečenici jednog teksta naveo preusmeravanje rute ka Hrvatskoj nakon što je Mađarska zatvorila granične prelaze, dok je *The New York Times* posvetio čitav tekst o proizvoljnom preusmeravanju rute. Jedini globalni mediji koji je pisao o zaoštrenom odnosu Srbije i Hrvatske usled intenziviranja broja migranata na graničnim prelazima ove dve države, sa posebnim osvrtom na blisku ratnu prošlost, bio je *The Washington Post*. U dva teksta reč je o preusmeravanju rute, situaciji na granici, načinu na koji lokalno stanovništvo reaguje i dodatnoj opasnosti u kojoj se migranti nalaze zbog neposredne blizine minskih polja kao

zaostavštine rata iz '90-ih. Treći tekst je usledio nakon smirivanja tenzija između Srbije i Hrvatske, a u njemu je reč o tome kako krizna situacija tera na saradnju ove bivše zaraćene države. Od regionalnih medija *Al Jazeera Balkans* pristupa kriznoj situaciji kroz analizu uloge *FRONTEX*-a na srpsko-hrvatskoj granici, dok *NI* i *RTS* u većini tekstova razdvajaju preusmeravanje rute i sukoba vlasti Srbije i Hrvatske. *NI* je posvetio dva teksta ovoj situaciji, od kojih je u jednom reč o preusmeravanju rute, a u drugom o trenutnom nepostojanju ilegalnih prelazaka srpsko-hrvatske granice. *Radio-televizija Srbije* ne pominje preusmeravanje rute, ali zato objavljuje tekst u kom se tumači izjava hrvatske predsednice Kolinde Grabar Kitarović o tome kako se odluka Hrvatske o zatvaranju granica donosi u dogovoru sa Evropskom unijom. Ovi turbulentni bilateralni odnosi dve zemlje okončani su sporazumom koji je za rezultat imao uspostavljanje direktne vozne linije Šid (Srbija) - Slavonski brod (Hrvatska), namenjene prevozu izbeglica.

Ubrzo nakon odluke o zatvaranju granice sa Srbijom, Mađarska je zatvorila i granicu sa Hrvatskom što je uticalo na preusmeravanje rute ka Sloveniji. Samiti i konferencije koje su usledile predstavljali su četvrtu temu o kojoj se mahom izveštavalo. O samitu iz oktobra 2015. godine održanom u Briselu, kom su prisustvovali lideri Austrije, Nemačke, Mađarske, Bugarske, Rumunije, Grčke, Makedonije, Albanije, Srbije, Hrvatske i Slovenije, *The Guardian* i *The New York Times* nisu pisali. Ne pominjanje ovog događaja nije iznenađujuće s obzirom na to da se radi o iznenadnom kratkom sastanku koji uprkos svojoj suštinskoj relevantnosti, u datom momentu nije od velikog značaja za širi auditorijum ova dva medija. Međutim, nemogućnost pronalaska teksta o ovom samitu na internet portalu medijske kuće *Al Jazeera Balkans* ima drugačiju konotaciju s obzirom na to da je u neposrednoj vezi sa državama Balkana, u kojima se nalazi primarni auditorijum ovog medija. Po jedan tekst su imali *Russia Today*, *The Washington Post* i *Euronews* koji jedini pominje dogovoreni broj mesta za zbrinjavanje. Po dva teksta su imali *NI* i *RTS* koji u jednom od ta dva teksta piše samo o tome šta je tadašnji premijer Republike Srbije rekao.

O februarskoj konferenciji u Beču na kojoj su se sastali lideri Hrvatske, Makedonije, Slovenije i Srbije, četiri od pet analiziranih globalnih medija nisu izveštavali. U pitanju su *The New York Times*, *The Washington Post*, *Euronews* i *Russia Today*. *The Guardian* je imao dva teksta od kojih se jedan odnosio na opozivanje grčkog ambasadora, kao protestna nota, zbog ne dobijanja poziva za učešće na konferenciji, dok se drugi odnosio na samu konferenciju. *Al*



*Jazeera Balkans* je odabrala da ovu temu obradi kroz pisanje o protestu Grčke zbog ne pozivanja na učešće. *Radio-televizija Srbije* i *NI* imali su po jedan tekst o sastanku u Beču.

Od četiri globalna medija koja nisu izveštavala o samitu u Briselu, tri (*The New York Times*, *The Washington Post* i *Euronews*) su odabrala da izveštavaju o segregaciji po nacionalnoj osnovi na graničnim prelazima, kao i odluci da se privremeno zabrani prolaz licima avganistanske nacionalnosti. Primena principa diferenciranja migranata na osnovu etničkog profilisanja predstavlja kršenje ljudskih prava, a pogotovo prava izbeglica. Izbor uredništva da ključnim konferencijama i samitima na kojima se donose odluke o Balkanskoj ruti i rešavanju krizne situacije ne posveti podjednako pažnje koliko i izveštavanju sa graničnih prelaza ili toplim ljudskim pričama koje su bile čest slučaj u izveštavanju globalnih medija, govori o narativu koji se pasivno nameće. Prilikom ovakvih situacija postavlja se pitanje uloge novinara i medija u isticanju problema sa kojima se društvo suočava, odnosno da li su njihova jasna opredeljenost i iskazivanje stavova opravdani ili se razlog za odabir krije u postizanju većeg tiraža, što se u slučaju internet portala odnosi na broj pregleda koji dalje motivišu oglašivače za saradnju sa konkretnim medijem.

Kroz dve nedelje nakon konferencije u Beču, dolazi do zatvaranja svih graničnih prelaza na Balkanskoj ruti, odnosno formalno gašenje rute. Ovo je predstavljalo peti događaj o kom su svi mediji izveštavali. Svi analizirani mediji imali su po bar dva teksta o zatvaranju granice, dok je većina nastavila da izveštava o kriznoj situaciji naglašavajući da je ruta samo formalno zatvorena, ali da ona u praksi i dalje postoji, sa svim problemima koje obuhvata.

Ako se povod za izveštavanje posmatra kroz prizmu medija, postoje tri kategorije na osnovu kojih može da se izvrši analiza događaja koji su predstavljali povod za izveštavanje o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti. U pitanju su aktuelni događaj, pseudodogađaj i medijska inicijativa. Pravovremeno izveštavanje o situaciji koja je u toku klasifikovalo se kao akutelni događaj. Pseudodogađaji stvaraju se kako bi se osigurao publicitet, a u pitanju su konferencije za medije, predizborni mitinzi ili konvencije. Medijski inicirane događaje Valić Nedeljković objašnjava kao one događaje „koje mediji sami izdoje i postave na društvenu lestvicu prioriteta kao izuzetno važne za javni interes“ (2007: 69).

Rezultati analize sadržaja pokazuje da od ukupno 149 analiziranih tekstova u kojima se pisalo o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti, 98 tekstova za povod je imalo aktuelni događaj, 18 pseudodogađaj i 33 medijsku inicijativu (Tabela 1).

Tabela 1. *Povod za izveštavanje o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti*

Mediji	Aktuelni događaj	Pseudodogađaj	Medijska inicijativa	Ukupno
The Guardian	10	/	6	16
The New York Times	15	/	4	19
The Washington Post	13	/	6	19
Euronews	17	/	/	17
Russia Today	10	2	4	16
Al Jazeera Balkans	6	8	3	17
N1	13	4	3	20
Radio-televizija Srbije	14	4	7	25
Ukupno	98	18	33	149

Na internet portalu dnevnog lista *The Guardian* povod za objavljivanje prvog teksta bila je vest o donošenju odluke mađarske vlade da podigne ogradu dužinom granice sa Srbijom. Aktuelni događaj je bio povod za pisanje još 10 tekstova, dok je za ostalih šest u pitanju medijska inicijativa. Sličan odnos povoda za objavljivanje prepoznao se i na portalima dnevnih listova *The New York Times*, koji je u 15 tekstova imao aktuelni događaj, a u četiri medijsku inicijativu, i *The Washington Post* kod kog je bilo 13 aktuelnih događaja i šest medijskih inicijativa. Ova tri globalna medija su jedini kod kojih se ni u jednom analiziranom tekstu ne prepoznaje pseudodogađaj. Interesantan podatak dobijen na osnovu analize ukazuje na to da je *Euronews* jedini mediji kod kog se aktuelni događaj prepoznaje kao povod za izveštavanje u svim analiziranim tekstovima.

Od pet analiziranih globalnih medija, *Russia Today* je prva počela da izveštava o migrantsko-izbegličkoj krizi, s tim da u prvom tekstu u kom pojam Balkanska ruta i dalje nije definisana, jasno se primećuje medijska inicijativa. Interesantno za ovaj mediji jeste da je jedini koji piše o pomoći koju je Rusija pružila Srbiji u opremanju kampova kroz Rusko-srpski humanitarni centar (*RSHC*). Međutim ovaj tekst po svom sadržaju i karakteru deluje kao promotivni materijal. U više od polovine analiziranih tekstova, odnosno tačno 10, povod za izveštavanje bio je aktuelan događaj. Medijska inicijativa prepoznata je u četiri teksta, dok je povod za izveštavanje u dva teksta bio pseudodogađaj.

Ono što analizirane tekstove objavljene na internet portalu *Al Jazzera Balkans* razlikuje od tekstova ostalih medijskih kuća jeste broj pseudodogađaja, koji se pojavljuje u tačno polovini od

ukupnog broja tekstova. U ostalih osam, prepoznaju se tri medijske inicijative i šest aktuelnih događaja, što je ubedljivo najmanji broj aktuelnih događaja u odnosu na sve ostale medije.

Kada je u pitanju nacionalni mediji, internet portal televizije *NI*, više od polovine analiziranog objavljenog sadržaja imalo je za povod aktuelan događaj, dok je za četiri teksta to bio pseudodogađaj. Medijska inicijativa prepoznata je u tri objavljena teksta. Na internet portalu *Radio-televizije Srbije* relevantan sadržaj o Balkanskoj ruti pojavio se više od mesec dana ranije u odnosu na većinu ostalih analiziranih medija. U 14 tekstova povod za izveštavanje bio je aktuelan događaj dok je u četiri teksta u pitanju pseudodogađaj. Medijska inicijativa kao povod za izveštavanje na internet portalu *Radio-televizije Srbije* prepoznala se u preostalim sedam tekstova.

Rezultati analize koji ukazuju na to da je 65,7% od ukupno analiziranih tekstova za povod imalo aktuelan događaj, dok je ostalih 34,3% bilo na neki način inicirano, govore o neophodnosti medija da ostanu relevantni u mnoštvu informacija koje se dvadesetčetvoročasovno plasiraju na internet platformi. Važnost postojanja aktuelnog događaja kao povoda za izveštavanje jeste u tome što je najmanje podložan medijskoj manipulaciji, za razliku od pseudodogađaja ili medijske inicijative. Mediji reprodukuju sopstveni već objavljeni materijal u formi novog teksta kako bi neprestano bili prisutni i time zadržali svoje čitaoce, te iz tog razloga nije iznenađujući procenat iniciranih tekstova od strane renomiranih netabloidnih medija.

### **3.2. Zastupljenost medijskih žanrova u izveštavanju na temu migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti**

Drugi istraživački zadatak bio je usmeren na analizu zastupljenosti medijskih žanrova prilikom medijskog izveštavanja na temu migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti. Analiza sadržaja izvršena je prema sledećim kategorijama: hibridna forma, vest, članak, izveštaj, reportaža, intervju, foto vest. Analizom osam medijskih internet portala identifikovano je ukupno 149 tekstova koji su za temu imali migrantsko-izbegličku krizu na Balkanskoj ruti.

Hibridna forma se pokazala najdominantnijom prilikom istraživanja o medijskom izveštavanju na temu migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti, sa tačno 80 od 149 analiziranih tekstova (Tabela 2). Kao novi medijski žanr bez jasnih karakteristika, hibridna forma rezultat je zadovoljavanja novih potreba konzumenata informacija nastalih usled intenziviranja

upotrebe mogućnosti komunikacije koju pruža internet. Gruhonjić objašnjava da „dolazi do preoblikovanja tradicionalnih novinarskih žanrova pa je u jednom hipertekstu moguće pronaći mešavinu više tradicionalnih žanrova, kao i mešavinu proizvoda tradicionalnih medija, koji su u hipertekstu prilagođeni internetu“ (2016: 101).

Drugi najzastupljeniji žanr bile su vesti koje su identifikovane u 43 (28,86%) objavljenih tekstova, dok je članak kao treći najzastupljeniji žanr prepoznat u 16 (10,74%) tekstova. Međutim, primetno je da su vesti najmanje zastupljene u analiziranim globalnim medijima, pogotovo na internet portalima dnevnih listova *The Guardian*, *The Washington Post* i *The New York Times*. Od ukupno sedam vesti na ova tri portala, samo jedna je uočena na portalu dnevnog lista *The New York Times*. Osim hibridne forme, kod ova tri medija zastupljeni su članak i reportaža.

Od ostalih tradicionalnih medijskih žanrova uočeno je četiri izveštaja, tri reportaže, dva intervjua i jedna foto vest. Oba intervjua bila su deo objavljenog sadržaja na internet portalu medijske kuće *Russia Today*.

Tabela 2. Zastupljenost medijskih žanrova u izveštavanju medijskih kuća o migrantsko-izbegličkoj krizi

Mediji	Hibridna forma	Vest	Članak	Izveštaj	Reportaža	Intervju	Foto vest	Ukupno
The Guardian	10	3	2	/	/	/	1	16
The New York Times	9	1	7	/	2	/	/	19
The Washington Post	12	3	3	/	1	/	/	19
Euronews	10	6	1	/	/	/	/	17
Russia Today	8	4	2	/	/	2	/	16
Al Jazeera Balkans	10	4	1	2	/	/	/	17
N1	9	11	/	/	/	/	/	20
Radio-televizija Srbije	12	11	/	2	/	/	/	25
Ukupno	80	43	16	4	3	2	1	149

Kada je u pitanju izbor medijskog žanra na internet portalu dnevnog lista *The Guardian* analiza je pokazala da za skoro dve trećine nije mogao da se odredi medijski žanr, te su definisani kao hibridna forma. Jedan od 10 tekstova koji su klasifikovani kao tekstovi hibridne

forme bio je hronološka analiza događaja. U preostalih šest tekstova prepoznate su tri vesti, dva članka i jedna objava je u formi fotovesti.

Kao i u slučaju dnevnog lista *The Guardian*, najzastupljeniji medijski žanr na internet portalu dnevnih novina *The New York Times* bila je hibridna forma, sa ukupno devet tekstova. Činjenica da je *The New York Times* ovoj temi pristupio retrospektivno i analitički, govori podatak da su uz veliki broj članaka i hibridnih formi koje podsećaju na članke, objavljene i dve reportaže, a samo jedna vest. U prvom tekstu koji se obraća problematici migrantske krize na Balkanskoj ruti bilo je reči o novim tokovima kretanja koji su opisani u formi analitičkog članka.

Na internet platformi dnevnih novina *The Washington Post* od ukupno 19 tekstova, više od polovine, tačno 12, ne pripada nijednom medijskom žanru i klasifikovani su kao hibridna forma. U dva teksta koja su svrstana u kategoriju hibridne forme pronađene su izvesne sličnosti sa karakteristikama esejskog pisanja, koje objedinjuje književni i naučni pristup i time napušta sve kategorije novinarskog pisanja. Među ostalim tekstovima prepoznate su tri vesti, tri članka i jedna reportaža.

Prilikom odabira medijskog žanra, *Euronews* se u polovni tekstova opredelio za formu vesti, odnosno ukupno devet tekstova, od čega je šest tekstova u obliku klasične vesti, dok su tri teksta hibridne vesti, što bi značilo da su to vesti čija je forma izmenjena i prilagođena internet platformi. U čak sedam tekstova forma nije mogla da se pripiše nijednom medijskom žanru iz razloga što ne postoje jasne karakteristike, te su oni svrstani u kategoriju hibridne forme. Od ukupno 17 analiziranih tekstova u samo jednom se pronalaze sve karakteristike članka.

Rezultati analize 16 tekstova objavljenih na internet portalu medijske kuće *Russia Today* pokazuju da za tačno polovinu tekstova nije bilo moguće odrediti medijski žanr, te su klasifikovani kao sadržaji hibridne forme. Četiri teksta bila su napisana u formi vesti, dok su po dva teksta objavljena u formi članka i intervjua. Ova medijska kuća je jedina koja je na temu migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti objavila sadržaj u formi intervjua, a za sagovornike su odabrani bivši direktor Međunarodne organizacije za migracije (*IOM*) Brunson Mekinli i šef ruske Federalne službe za migraciju Konstantin Romodanovski. Primetna razlika u odnosu na ostale analizirane medije jeste rezultat istraživanja koji pokazuje da *Russia Today* jedina ni u jednom tekstu ne pominje podizanje žičane ograde dužinom mađarsko-srpske granice. Takođe se ne pominje ni preusmeravanje rute ka Hrvatskoj nakon zatvaranje mađarske granice sa Srbijom, kao ni destabilizaciju odnosa koja je usledila između Srbije i Hrvatske.

Prvi od analiziranih tekstova na temu Balkanske rute na internet portalu medijske kuće *Al Jazeera Balkans* bio je članak, povodom najave o izgradnji ograde duž mađarsko-srpske granice. Ujedno, to je bio jedini tekst koji je objavljen u formi članka. Četiri teksta objavljena su u obliku klasične vesti, dok je u tri teksta u pitanju vest čija je forma prilagođena internet platformi, te su oni klasifikovani kao tekstovi hibridne forme. Postoji još sedam tekstova koji ne pripadaju nijednom medijskom žanru, te su klasifikovani kao hibridi. Dva teksta objavljena su u formi klasičnog izveštaja.

Na internet portalima televizije *NI* i *Radio-televizije Srbije* dominira sadržaj objavljen u formi vesti. Drugi najzastupljeniji medijski žanr u slučaju oba internet portala bila je hibridna forma. Interesantno je da su obe medijske kuće imale po dva izveštaja, s tim da su u slučaju internet portala *NI* u pitanju dva hronološka izveštaja, koji su zbog nepostojanja osnovnih karakteristika novinarskog izveštaja kategorisani kao tekstovi hibridne forme.

Rezultati analize zastupljenosti medijskih žanrova u izveštavanju medija o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti ukazuju na postojanje trenda, uslovno rečeno, novog medijskog žanra bez jasne forme. U više od polovine analiziranog sadržaja, konkretno 53% upotrebljena je hibridna forma. Sloboda koja se pronalazi u ovom medijskom žanru pretenduje da umanjuje kvalitet samog sadržaja zbog toga što je okarakterisana nedostatkom normi koje u ostalim medijskim žanrovima razdvajaju ozbiljno novinarsko izveštavanje od reportažnih i promotivnih materijala. Distinkcija između ovih vidova stvaranja medijskog sadržaja neophodna je da bi se očuvao kredibilitet same informacije ili događaja o kom se izveštava, kao i medija koji ih prenosi.

### **3.3. Analiza sadržaja medijskog izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi prema tipu naslova**

Analiza sadržaja izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti, prema tipu naslova koji je upotrebljen, izvršena je na osnovu tri kategorije: informativni, metaforični i naslov-udica. Naslovi koji sadrže informacije i kod kojih se ni na koji način nije mogao uočiti senzacionalistički narativ okarakterisani su kao informativni. Metaforični naslovi često su dvosmisleni i „ne ispunjavaju svoju informativnu funkciju“ (Obradović, 2014:604). Primer

metaforičnog naslova jeste *Pat pozicija u evropskoj migrantskoj politici*<sup>24</sup> koji se identifikovao u analiziranom sadržaju internet portala medijskog javnog servisa Srbije. Treću kategoriju čini naslov-udica koji je najekstremniji po pitanju manipulativne upotrebe metafora i znakova interpunkcije, te zbog toga karakterističan za tabloidne medije.

Rezultati analize sadržaja pokazuju da od ukupno 149 analiziranih tekstova zabeležena su 123 informativna, 25 metaforičnih naslova i jedan naslov-udica, koji se javlja na internet portalu medijske kuće *Al Jazeera Balkans* (Tabela 3). Zbog svoje atraktivnosti kojom privlače pažnju, mediji, pogotovo tabloidni, su skloni upotrebi tipa naslov-udica, međutim oni često imaju tendenciju da pređu u senzacionalizam. Upravo zbog ovih karakteristika nije iznenađujuće što se naslov-udica pojavio samo jednom, jer medijske kuće odabrane za analizu ne pripadaju senzacionalističkim medijima. Međutim, podatak koji ukazuje na uopšte postojanje ovakvog naslova među analiziranim sadržajem, govori o nemogućnosti apsolutnog izbegavanja tabloidnog diskursa.

Tabela 3. Zastupljenost tipova naslova u medijskom izveštavanju o migrantsko-izbegličkoj krizi

Mediji	Informativni	Metaforični	Naslov - udica	Ukupno
The Guardian	13	3	/	16
The New York Times	17	2	/	19
The Washington Post	18	1	/	19
Euronews	12	5	/	17
Russia Today	14	2	/	16
Al Jazeera Balkans	13	3	1	17
NI	19	1	/	20
Radio-televizija Srbije	17	8	/	25
Ukupno	123	25	1	149

Ozbiljan pristup medijskom izveštavanju koji se ogleda i u odabiru naslova najuočljiviji je u analiziranom sadržaju na portalima medijskih kuća *The Washington Post* i *NI* koje su imale po

<sup>24</sup> dostupno na:

<https://www.rts.rs/page/stories/sr/story/10/svet/2146354/pat-pozicija-u-evropskoj-migrantskoj-politici.html>  
(pristupljeno 12.11.2019)

samo jedan metaforični naslov. Po dva metaforična su imali *Russia Today* i *The New York Times*, dok su po tri imali *The Guardian* i *Al Jazeera Balkans*.

Od svih medija, *Euronews* i *Radio-televizija Srbije* imali su najveći broj metaforičnih naslova. U slučaju internet portala medijske kuće *Euronews*, od 17 analiziranih tekstova u pet je upotrebljen naslov u metaforičnom stilu. Kada je u pitanju sadržaj objavljen na internet portalu *Radio-televizije Srbije*, za dve trećine tekstova odabran je informativni tip naslova, dok je kod ostalih u pitanju metaforični tip, sa ukupno osam naslova. To je znatno više u odnosu na ostale analizirane medije, koji pri tom ne vrše funkciju javnog servisa.

Dobijeni podaci koji pokazuju dominantnost informativnog tipa naslova, sugerišu da je pristup izveštavanju bez senzacionalističkog karaktera. Ovakvi podaci bili su donekle očekivani s obzirom na to da se medijske kuće, čiji se sadržaj analizirao, nalaze među najuglednijim i najozbiljnijim medijima. Činjenica iskazana u rezultatima analize, koja naglašava frekvenciju upotrebe informativnog naslova, ukazuje na opstanak striktno informativnog izveštavanja na internet portalima. Ovo je interesantno iz razloga što na internet portalima dominira hibridna forma, te dolazi do simbioze doslednog informativnog i skoro anarhičnog vida izveštavanja.

### **3.4. Analiza medijskog izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na osnovu opreme teksta**

Analiza opreme teksta izvršena je na osnovu tri kategorije, od kojih prva podrazumeva isključivo tekst, druga tekst uz jednu fotografiju ili grafikon, a treća je određena kao kategorija „bogatije“ opreme. Treća kategorija podrazumeva video snimak ili kako se u analizi pokazalo kao čest slučaj, video snimak i fotografija i/ili grafikon. U istu kategoriju svrstali su se i hiperlinkovi Tviter naloga, koji su se nalazili između pasusa u objavljenom sadržaju. Ova integracija teksta i društvenih mreža popularna je ne samo zbog dopadljivog izgleda, već i zbog pružanja direktne potvrde tačnosti prenesenih izjava lica koja se pominju i citiraju u tekstu.

U analiziranim tekstovima identifikovani su primeri različitog pristupa dopunjavanju sadržaja. Dodatna oprema može da služi samo radi zadovoljavanja normi koje trendovi na internet platformama nalažu, međutim, pažljivim odabirom prpratnog materijala može da se utiče na celokupan doživljaj teksta.



Najmanji broj objavljenog video materijala imali su internet portali dnevnih novina *The Guardian*, sa samo jednim video snimkom, i televizije *Russia Today*, sa dva video snimka. Imajući u vidu da je *Russia Today* primarno televizijski kanal, iznenađujuć je podatak da se po pitanju opremanja teksta video materijalom nalazi u kategoriji najslabije opremljenih. S druge strane, kompletan sadržaj objavljen na internet portalu medijske kuće *Euronews* bio je upotpunjen video prilogom. Šest tekstova je uz video materijal imalo i isečke objava sa Tvitera, dok su dva teksta imala i fotografije. Nijedan tekst nije bio bez dodatne opreme.

Iako je većina tekstova svih analiziranih medija bila manje ili više obogaćena propratnim sadržajem, bilo je i nekoliko izuzetaka. U pitanju su internet portali *Radio-televizije Srbije* i dnevnog lista *The Washington Post*. Ovaj globalni mediji je jedini od pet analiziranih koji je imao objavljen sadržaj bez bilo kakve dodatne opreme, a u pitanju je samo jedan tekst. U ostalim tekstovima dominantno su prisutne kombinacije grafikona, fotografije i video materijala, dok se ređe javljaju samo po jedna fotografija ili grafikon. Primetno je da se jedan grafikon pojavio kao propratni sadržaj u nekoliko različitih tekstova. Na internet portalu *Radio-televizije Srbije* u pitanju je malo veći broj sadržaja objavljenog bez ikakve dodatne opreme. Radi se o pet tekstova, što je tačno jedna petina ukupno analiziranog sadržaja, od kojih su tri vesti i dva teksta hibridne forme. Bogatstvo opreme propratnog sadržaja na ovom portalu je u 13 tekstova činila samo fotografija ili samo grafikon. Sedam tekstova bilo je obogaćeno video materijalom, s tim da su dva teksta objavljena istog dana kao dodatnu opremu imala isti video.

Kada su u pitanju internet portali medija *Al Jazeera Balkans* i *NI* svi analizirani tekstovi su imali neku vrstu dodatne opreme. Većina bila samo sa jednom fotografijom ili grafikonom, što je u slučaju internet portala *Russia Today* najzastupljeniji tip propratnog sadržaja, konkretno 14 od 16 tekstova.

Najveća sličnost primetila se na internet portalima *The Guardian*, *Al Jazeera Balkans* i *NI*. Osim što nisu imali nijedan tekst bez propratnog sadržaja, kod ova tri medija skoro dve trećine sadržaja obogaćeno je jednom fotografijom ili grafikonom. Malo više od jedne trećine opremljeno je bogatijim sadržajem koji podrazumeva kombinaciju fotografija i video materijala, sa dosta grafikona.

Imajući u vidu da su u pitanju internet portali medijskih kuća, podaci dobijeni na osnovu analize objavljenih tekstova o propratnom sadržaju, ne odstupaju znatno od očekivanog. Rezultati analize pokazali su da svega šest od ukupno 149 tekstova nije bilo obogaćeno bilo

kakvom dodatnom opremom. Među ostala 143 teksta često se javljaju isti ili vrlo slični propratni materijali. Fotografije i video materijal koji su činili propratni sadržaj uglavnom su vlasništvo novinskih agencija *Reuters*, *Associated Press (AP)* i *Tanjug*. Ime jednog fotografa javlja se u nekoliko analiziranih medija i u pitanju je Marko Đurica. Ova dominacija pretežno istih novinskih agencija prilikom nabavljanja propratnog materijala ukazuje na potrebu za brzim objavljivanjem što većeg broja različitih tekstova, prilikom čega se prednost daje tekstu u odnosu na dodatnu opremu.

### 3.5. Analiza sadržaja tekstova prema akterima i njihovom međusobnom odnosu

Kako bi se izvršila kompletna analiza aktera prisutnih u objavljenom sadržaju na temu migrantsko-izbegličke krize na Balkanskoj ruti, subjekat i objekat određuju se kroz šest kategorija, uz sedmu koja je slobodnog tipa: (1) zvaničnici Evropske unije; (2) predsednici, premijeri i ministri država Evropske unije; (3) predsednici, premijeri i ministri država Balkanske rute; (4) policija; (5) migranti; (6) aktivisti/nevladine organizacije; (7) drugo.

Odnos subjekta i objekta utvrđen je na osnovu četiri kategorije: (1) pozitivan odnos, (2) negativan odnos, (3) i pozitivan i negativan, (4) neutralan. Od ukupno 149 analiziranih tekstova odnos subjekta i objekta bio je jasno uočljiv u 69 od čega je u skoro polovini (30) bio određen kao odnos negativnog karaktera (Tabela 4). Druga najveća kategorija u analiziranim tekstovima bila je ona koja obuhvata podjednaku zastupljenost i pozitivnog i negativnog narativa.

*Tabela 4. Odnos aktera u izveštavanju o migrantsko-izbegličkoj krizi*

Mediji	Pozitivan odnos	Negativan odnos	Pozitivan i negativan	Neutralan	Ukupno
The Guardian	/	4	2	1	7/16
The New York Times	2	3	5	2	12/19
The Washington Post	/	6	5	2	13/19
Euronews	/	3	3	1	7/17
Russia Today	/	5	4	1	10/16
Al Jazeera Balkans	1	3	/	1	5/17
N1	2	2	2	/	6/20
RTS	/	4	4	1	9/25
Ukupno	5	30	25	9	69/149

Prilikom analiziranja sadržaja objavljenog na internet portalu dnevnog lista *The Guardian*, primetno je da u najvećem broju tekstova u kojima je identifikovan subjekt, njegovu funkciju vrše migranti, ukupno šest puta. Zvaničnici Evropske unije, kao i predsednici, premijeri i ministri država članica Evropske unije u ulozi subjekta pronalaze po dva puta. Ove dve kategorije u jednom tekstu dele funkciju subjekta. Glasnogovornici Ujedinjenih nacija, mađarske policije i makedonska vojska se u ovoj ulozi pronalaze po jednom. U tačno polovini od ukupnog broja analiziranih tekstova nije bilo moguće utvrditi objekat, dok je u sedam tekstova ta uloga pripisana migrantima, a u jednom predstavnicima austrijske vlade. Odnos subjekta prema objektu, u identifikovanim slučajevima bio je pretežno negativan, jednom neutralan, i u dva teksta i pozitivan i negativan.

S obzirom na opširnost i dužinu objavljivanih tekstova na internet portalu *The New York Times*, u velikom broju tekstova nije bilo moguće identifikovati samo jednog subjekta. Često se zajedno u toj ulozi nalaze zvaničnici Evropske unije, premijeri, predsednici i ministri država članica Evropske unije, kao i država koje se nalaze na Balkanskoj ruti. U odnosu na ostale analizirane medijske kuće, *The New York Times* ima najveći broj subjekata identifikovanih kao aktivisti i članovi nevladinih organizacija. U dva teksta migranti vrše funkciju subjekta, dok za tu ulogu činilac nije mogao da bude identifikovan čak pet puta. Postojao je samo jedan tekst u kom su u ulozi subjekta bili članovi nevladinih organizacija. Objekat nije bio identifikovan u šest tekstova, dok su u 12 tekstova tu funkciju vršili migranti. U tekstu u kom su pripadnici vlada Srbije i Hrvatske identifikovani kao objekti, pružen je osvrt na konfliktne odnose iz bliske prošlosti ove dve države, kako bi se istakao značaj njihove saradnje. Odnos subjekta prema objektu u sedam slučajeva nije postojao. Ova razlika u broju identifikovanog objekta i broju neidentifikovanog odnosa subjekta i objekta, uslovljena je tekstem bez subjekta napisanim u prvom licu, gde su funkciju objekta vršili migranti. Odnos subjekta i objekta je u pet slučajeva identifikovan kao i pozitivan i negativan, dok je od preostalih šest tekstova, u tri bio pretežno negativan, u dva pretežno pozitivan i dva neutralan.

Od ukupno 19 analiziranih tekstova na internet portalu dnevnog lista *The Washington Post*, subjekat nije identifikovan samo u jednom tekstu, dok su izbeglice i migranti tu ulogu vršili šest puta. U četiri teksta u ulozi subjekta prepoznati su predsednici, premijeri i ministri država članica Evropske unije, s tim da su oni bili identifikovani u još jednom tekstu u kom su tu funkciju delili sa zvaničnicima Evropske unije. Interesantno je primetiti da od ukupno 149 tekstova analiziranih za potrebe ovog istraživanja, samo u jednom tekstu, objavljenom na internet portalu *The*

*Washington Post*, je funkciju subjekta vršio tadašnji premijer Ujedinjenog Kraljevstva, David Kameron. Kada je u pitanju objekat, u analiziranim tekstovima njegova identifikacija nije bila moguća u šest slučajeva, dok su se u 12 tekstova u njegovoj ulozi našli migranti. U jednom tekstu, ulogu objekta vršili su zvaničnici Evropske unije. Odnos subjekta prema objektu, u tekstovima u kojima je mogao da se identifikuje, svega dva puta je bio neutralan, šest puta prepoznat kao negativan, dok je u pet tekstova on bio i pozitivan i negativan.

Na internet portalu medijske kuće *Euronews* u svega šest tekstova migranti su vršili funkciju subjekta. Predsednici, premijeri i ministri država Evropske unije vršili su ulogu subjekta u dva teksta, dok su u dva tu ulogu delili sa akterom iz kategorije predsednika i ministra država Balkanske rute. Po jednom su funkciju subjekta vršili makedonska policija i makedonski predsednik. Zvaničnici Evropske unije kao subjekti su prepoznati u dva teksta. U nešto više od polovine tekstova nije mogao jasno da se razazna objekat, dok su u ostalima tu ulogu vršili migranti. Samim tim, odnos subjekta prema objektu nije postojao u osam slučajeva, dok je u preostalih sedam, tri puta bio prepoznat kao negativan, tri puta i pozitivan i negativan, a samo jednom neutralan.

Funkcija subjekta na internet portalu *Russia Today* nije prepoznata u tri slučaja, dok su u tri teksta to bili predsednici, premijeri i ministri država članica Evropske unije. Isti akteri su funkciju subjekta u još dva teksta delili sa zvaničnicima Evropske unije. U ostalim tekstovima u ulozi subjekta našli su se po jednom glasnogovornica Vlade Republike Srbije, migranti, predsednik Severne Makedonije i članovi nevladinih organizacija. U svim tekstovima u kojima je mogao da se identifikuje objekat, konkretno 10, tu funkciju su vršili migranti. Odnos subjekta prema objektu u polovini identifikovanih slučajeva bio je pretežno negativan, dok je od ostalih pet, samo jednom bio neutralan, a četiri puta protumačen kao i pozitivan i negativan.

Ono što razlikuje sadržaj objavljen na internet portalu *Al Jazeera Balkans* od ostalih analiziranih medija jeste podatak da se u jednom tekstu u ulozi subjekta našao analitičar. Tri teksta nisu imala identifikovan subjekat, dok su tu funkciju u dva teksta vršili migranti. U ulozi subjekta tri puta se javljaju zvaničnici Evropske unije, a četiri puta predsednici, premijeri i ministri država članica Evropske unije. Predsednici, premijeri i ministri država kroz koje prolazi Balkanska ruta u ovoj ulozi se prepoznaju u dva teksta, dok u jednom ovu ulogu dele sa predsednicima, premijerima i ministrima država članica Evropske unije. Primećuje se negativan narativ u tekstovima u kojima su u ulozi subjekta predstavnici država EU i Balkanske rute, najviše kada je u pitanju Mađarska, dok je narativ pozitivan ili neutralan ukoliko tu funkciju vrše

zvaničnici Evropske unije. Objekat u 12 tekstova nije mogao jasno da se determiniše, dok su u preostalih pet tu funkciju vršili migranti. Odnos subjekta prema objektu u tekstovima u kojima je mogao da se odredi, bio je pretežno negativan, dok se samo po jednom javlja pozitivan i neutralan odnos.

Od ukupno 20 analiziranih tekstova na internet portalu medijske kuće N1 u skoro trećini nije identifikovan subjekat, dok su migranti vršili tu funkciju u tri teksta. Predsednici, premijeri i ministri država članica Evropske unije u ulozi subjekta prepoznati su u tri teksta, dok su u još dva ulogu delili sa zvaničnicima Evropske unije. U tekstu o samitu u Briselu, u ulozi subjekta su se našli predstavnici država članica Evropske unije i predstavnici država Zapadnog Balkana. Ministri Republike Srbije funkciju subjekta vršili su dva puta, dok je predsednik Severne Makedonije tu funkciju delio sa članom nevladine organizacije. U jednom tekstu uloga subjekta pripisana je zvaničnici Evropske unije. Objekat nije identifikovan u 14 tekstova, dok su u šest tu funkciju vršili migranti. U tekstovima u kojima je mogao da se odredi odnos subjekta i objekta, po dva puta je bio i pozitivan i negativan, zatim pretežno negativan, kao i pretežno pozitivan.

U slučaju internet portala Radio-televizije Srbije subjekat nije bilo moguće odrediti u osam tekstova, dok je samo u jednom tu funkciju vršio migrant. Predsednici, premijeri i ministri država članica Evropske unije u ovoj ulozi prepoznati su u 10 tekstova, a jednom su tu funkciju delili sa predsednicima, premijerima i ministrima država kroz koje prolazi Balkanska ruta. Ministar za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja Republike Srbije u ovoj ulozi našao se dva puta, dok je predsednik Republike Srbije tri puta identifikovan kao subjekat. U jednom tekstu uloga subjekta bila je pripisana članu nevladine organizacije. Objekat nije bilo moguće odrediti u skoro dve trećine tekstova, dok su u 9 tekstova tu funkciju vršili migranti. U tekstovima u kojima je postojao odnos subjekta i objekta, samo jednom je mogao da se opiše kao neutralan, dok je u po četiri teksta on bio pretežno negativan, kao i pozitivan i negativan.

U tekstovima u kojima je bilo moguće odrediti odnos subjekta i objekta, taj odnos je u najmanjem broju bio pozitivan, svega pet puta, dok je neutralan bio u devet tekstova. Kao i pozitivan i negativan protumačen je u 25 tekstova, dok je isključivo negativan bio u 30 tekstova. Rezultat analize nije iznenađujuć s obzirom na to da su u ulozi subjekta najčešće bili predsednici, premijeri, ministri država članica Evropske unije, ali i država na Balkanskoj ruti, dok su u ulozi objekta najčešće nalazili migranti. Odnos subjekta i objekta, iako pretežno negativan, on nije obojen senzacionalističkim šarenilom. Međutim, bez obzira na to što odnos aktera u većini analiziranih tekstova nije predstavljen tabloidnim narativom, on ipak utiče na formiranje stavova

u javnom mnjenju. Odabir redosleda, broja i značenja koje se pronalazi u izjavama aktera u tekstu utiče na celokupan doživljaj koji se stvara kod recipijenta informacija. On takođe predstavlja i svojevrsan stav redakcije s obzirom na to da je u pitanju odabir koji donosi novinar a potvrđuje uredništvo.

### **3.6. Autorizacija sadržaja prilikom izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi**

Jedan od indikatora kvalitetnog pristupa novinarstvu razaznaje se u načinu ophođenja prema autorstvu sadržaja. Odnos uredništva prema autorstvu oslikava vrednovanje kredibiliteta informacija i novinara koji o njima izveštavaju. U analiziranom sadržaju navođenje autora kategorisano je u tri grupe, dok su izvori podeljeni na dve. Prva kategorija za autorstvo određena je kao poznat autor, odnosno podrazumeva da je precizno navedeno ime i prezime autora teksta. Druga kategorija koja je određena kao delimično poznato podrazumeva potpis imenom medijske kuće na čijem internet portalu je objavljen sadržaj. U treću kategoriju koja podrazumeva nepoznatog autora, osim tekstova bez ikakvog potpisa, svrstani su svi tekstovi koji su potpisani sa nazivom nekog drugog medija ili agencije. Dve grupe koje određuju navođenje izvora podataka determinisane su kao poznato i nepoznato.

Tabela 5. *Autorizacija tekstova u medijskom izveštavanju o migrantsko-izbegličkoj krizi*

Mediji	Autorstvo teksta			Ukupno
	Poznato	Delimično poznato	Nepoznato	
The Guardian	12	/	4	16
The New York Times	19	/	/	19
The Washington Post	17	2	/	19
Euronews	2	8	7	17
Russia Today	/	1	15	16
Al Jazeera Balkans	2	/	15	17
N1	4	3	13	20
Radio-televizija Srbije	3	5	17	25
Ukupno	59	19	71	149

Skoro polovina od ukupnog broja analiziranih tekstova nije imala jasno navedenog autora, dok je u preostalim tekstovima autorstvo u većini slučajeva bilo navedeno punim imenom i prezimenom (Tabela 5). Jedina medijska kuća koja nije imala nijedan potpisan tekst objavljen na internet portalu je *Russia Today*. Međutim, u 14 tekstova imenovani su autori fotografija i video materijala. Izvor podataka nije naveden u šest slučajeva, dok je u dva teksta koja su u formi intervjua izvor podataka intervjuisana osoba. U ostalim tekstovima, kao izvor podataka navedeni su Ujedinjene nacije, *Russia Today* novinar imenom i prezimenom, *Reuters*, *AP*, *Der Spiegel*, *RTL*, *Radio-televizija Srbije* koji citira policiju, *IOM*, *FRONTEX*.

Jedini mediji čiji se tekstovi na internet portalima nisu našli u kategoriji nepotpisanih su dnevni listovi *The New York Times* i *The Washington Post*. U slučaju medija *The New York Times* svi tekstovi su potpisani imenom i prezimenom autora, a na dnu stranice navedeni su i saradnici koji su dopirneli nastanku teksta, kao i datum i broj izdanja u štampanoj verziji. Osim autora teksta, punim imenom navedeni su i autori foto i video materijala, kao i agencija za koju rade. Interesantno je da *The New York Times* prilikom razmene foto i video materijala saraduje sa istim agencijama kao i *The Washington Post*, te su se među potpisanimima našli *Agence France-Presse (AFP)*, *AP*, *European Pressphoto Agency (EPA)* i *Reuters*. Takođe se primećuje sličnost u postupanju sa objavljivanjem izvora podataka, koji je u slučaju sadržaja na internet portalu *The New York Times* naveden u samo tri teksta. Po jednom su navedeni *AP*, Ministarstvo za međunarodne odnose Severne Makedonije i *FRONTEX*. Kada je u pitanju *The Washington Post* duga istorija ozbiljnog novinarstva ove medijske kuće ogleda se i u njihovom ophođenju prema navođenju autorstva tekstova. Autorstvo nije bilo jasno definisano samo u dva slučaja, od kojih je jedan potpisan kao produkt njihove medijske kuće, dok drugi predstavlja rad urednika. Ozbiljnost pristupa ka autorstvu teksta i važnosti koju pridaju prepoznavanju autora, primećuje se u praksi potpisivanja i onih koji su na bilo koji način doprineli tekstu. Uglavnom je reč o novinarima i saradnicima iz dopisništva. Sav prpratni materijal je potpisan punim imenom i prezimenom autora, kao i medijske kuće za koju radi. Zbog načina na koji su rešili da pristupe autorstvu, sam izvor podataka u 15 tekstova nije naveden. Od preostala četiri teksta, *Reuters* je naveden kao izvor za jedan tekst, dok je u tri teksta izvor podataka *FRONTEX*. Interesantno je primetiti da se među objavljenim sadržajem na internet portalu ovog medija često se pronalaze iste teme i događaji, o kojima na sličan način pišu različiti autori.

U slučaju internet portala dnevnog lista *The Guardian*, u 12 tekstova je poznato autorstvo, dok je u jednom navedeno pet autora teksta. Za dva teksta autorstvo je pripisano agenciji *AFP*,

dok je za preostala dva autorstvo po jednom navedeno *Reuters* i *AP*. Kada je u pitanju propratni sadržaja, primećuje se propust u navođenju autorstva materijala, te je ono zabeleženo samo u pet slučajeva. Izvor podataka je naveden samo u tri slučaja, dok je 13 nepoznato.

Malo manje ozbiljan pristup imala je medijska kuća *Euronews* koja je od ukupnog broja analiziranih tekstova imala svega dva potpisana imenom i prezimenom, dok se autorstvo kod svih ostalih krilo iza naziva njihove medijske kuće. Primetno kod ovog medija jeste saradnja sa medijskom kućom *Reuters* koja je u pet slučajeva navedena kao saradnik u tekstu. Osim nje, navedeni su i *AFP*, *Aboriginal Peoples Television Network (APTN)*, *European Broadcasting Union (EBU)*, *FRONTEX* i *IOM*. Ukupno 12 tekstova nije imalo naveden izvor.

Znatno slabiji pristup autorstvu i izvorima podataka imale su medijske kuće sa ovih prostora. U slučaju medijske kuće *Al Jazeera Balkans* tekstovi objavljeni na internet portalu uglavnom nisu potpisani, osim u dva slučaja kada su potpisani punim imenom i prezimenom novinara. Matična medijska kuća *Al Jazeera* navodi se kao izvor u svakom tekstu, dok se uz nju u dva slučaja javljaju *Al Jazeera Balkans*, *UNHCR*, *Hina* i *Tanjug*. Slična situacija je i na internet portalu *NI* čiji su tekstovi punim imenom i prezimenom potpisani u samo četiri slučaja, dok je u većini tekstova kao autor navedena agencija. Za svaku fotografiju ili video snimak navedeno je puno ime i prezime autora, kao i agencija za koju radi. Najviše je sadržaja preuzeto je od novinskih agencija *Tanjug* i *Beta*, ali postoji i po jedan tekst od *Srne* i *Hine*. *Tanjug* je jedina agencija koja se navodi kao izvor podataka, dok je u 14 tekstova on nepoznat.

Kada je u pitanju stav uredništva javnog servisa Republike Srbije, autorstvo nije navedeno u dve trećine, dok je u pet tekstova autor *Radio-televizija Srbije*. Samo tri od ukupno 25 analiziranih tekstova su potpisani imenom i prezimenom novinara. Izvor podataka je nepoznat u pet tekstova, dok se javni servis, *Beta* i *MI* navode po jednom. U ostalih 17 analiziranih tekstova *Tanjug* se kao izvor samostalno javlja devet puta, dok su u sedam tekstova uz njega navedene i druge agencije i mediji, kao što su *Hina*, *AP*, *FRONTEX*, *The Guardian*. Navođenje autorstva objavljenog foto i video materijala, svega nekoliko puta je napisano „iz arhive“, dok u većini slučajeva ne postoji nikakvo imenovanje.

Rezultati istraživanja pokazali su da dva medija čiji je sadržaj primarno televizijski, *Russia Today* i *Al Jazeera Balkans*, imaju najmanji broj potpisanih autora. S druge strane, mediji koji su prevashodno dnevni listovi *The New York Times* i *The Washington Post* nemaju nijedan nepotpisan tekst. Interesantno je to što su *Russia Today* i *Al Jazeera Balkans* medijske kuće čija



se sedišta nalaze u državama sa slabije razvijenim demokratskim uređenjem u odnosu na *The New York Times* i *The Washington Post*, čija se sedišta nalaze u Sjedinjenim Američkim Državama, koje se, bar u teoriji, zasnivaju na demokratiji i slobodi medija. Iako u skoro polovini analiziranog sadržaja (47%) nije navedeno ime autora, ono ne mora nužno da ugrozi istinitost samih informacija, međutim taj podatak govori o odnosu uredništva prema kredibilitetu novinara, kao i medija.

### **3.7. Nepristrasnost prilikom izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti**

Termini nepristrasnost i objektivnost u medijskom govoru imaju isto značenje i odnose se na realno, višestrano prikazivanje činjenica koje nisu ispunjene ličnim interesima i stavovima autora. Ostvarivanje značenja ovih termina dovodi se u pitanje uzimajući u obzir da medijski sadržaj stvara čovek koji kao pojedinac ima sopstvenu percepciju sveta oko sebe i kao takav, ne može se svrstati u jedan određen kalup tumačenja stvarnosti. Nemogućnost jasnog definisanja ovih termina pruža nekoliko različitih interpretacija i razdvajanja objektivnosti kao filozofskog ideala od objektivnosti kao načina delovanja. U prvom slučaju ona se odnosi na nešto ka čemu se teži prilikom rada, dok u drugom ona predstavlja ravnodušno iznošenje informacija i podataka. U kriznim situacijama, u kojima mediji igraju nekoliko uloga, jaz između novinarske ideologije i prakse postaje još veći. Novinari prilikom ovakvog izveštavanja treba da se opredele za jedan od dva suprotstavljena pristupa – empatičku ili faktografsku teoriju (Barović, 2011). Prva teorija nalaže da novinar treba da ima razvijeno suosećanje za one koji se nalze u teškoj situaciji, dok druga teorija podrazumeva hladnokrvnog novinara čiji je osnovni zadatak da razume situaciju.

Od ukupno 149 analiziranih tekstova, 118 okarakterisani su kao objektivni, dok se kod 31 teksta jasno uviđa pristrasnost autora. Empatička teorija prepoznaje se u izveštavju globalnih medija *The Guardian* i *The Washington Post* koji imaju najveći broj tekstova u kojima je uočena subjektivnost. U slučaju internet portala dnevnog lista *The Guardian* od ukupno 16 analiziranih tekstova, svega devet tekstova moglo je da se tumači kao objektivno napisanih, dok je u sedam tekstova prepoznat subjektivan narativ, od kojih jedan deluje objektivno, ali zbog nedostatka relevantnih sagovornika, nepristrasnost autora je upitna. U slučaju tekstova koju su

identifikovani kao subjektivni, tri teksta su izrazito subjektivna i podsećaju na novelu ili tužnu priču.

Prilikom analiziranja objavljenog sadržaja na internet portalu dnevnog lista *The Washington Post*, kod 10 od ukupno 19 tekstova uočen je subjektivni karakter, pretežno zbog odabira lica čiji se citati nalaze u tekstu. U dva teksta koja su determinisana kao subjektivne prirode, razlog ovakve klasifikacije nije u narativu teksta, već u jednostranom odabiru citata koji su isključivo izjave izbeglica i migranata. Primetno je da se u većini tekstova nalazi nedovoljan broj relevantnih sagovornika. Ova dva globalna medija karakteristična su zbog objavljivanja velikog broja tekstova hibridne forme koja najviše nalikuju reportaži ili eseju.

Kada je u pitanju medijska kuća *Euronews* analiza je pokazala da je odnos novinara prema tekstu u 13 slučajeva bio objektivni, dok je u četiri slučaja određen kao subjektivni. U dva od četiri objavljena sadržaja u kojima se odnos prepoznaje kao subjektivni, na njegovo određenje nije uticao sam tekst, već odabir pratećeg sadržaja u vidu citata i isečka sa Tvitera koji utiču na diskurs teksta.

U slučaju sadržaja objavljenog na internet portalima *Russia Today*, *Al Jazeera Balkans* i *Radio-televizija Srbije* odnos novinara prema tekstu je u velikoj većini analiziranog sadržaja prepoznat kao objektivni.

Tabela 6: *Nepristrasnosti prilikom izveštavanja o migrnatsko-izbegličkoj krizi*

Mediji	Objektivni	Subjektivni	Ukupno
The Guardian	10	6	16
The New York Times	15	4	19
The Washington Post	9	10	19
Euronews	13	4	17
Russia Today	14	2	16
Al Jazeera Balkans	16	1	17
N1	20	/	20
Radio-televizija Srbije	22	3	25
Ukupno	119	30	149

*NI* je jedini od analiziranih medija kod kog se nijedan tekst nije tumačio kao subjektivan. Osim u samom sadržaju teksta, objektivnost medija se takođe ogleda u odabiru sagovornika, odabiru teme i učestalošću njenog pojavljivanja kao akutelnog događaja, kao i način ophođenja subjekta prema objektu. Odnos subjektivno i objektivno tumačenih tekstova ne iznenađuje s obzirom na to da su za analizu odabrani mediji koji se nalaze među najrespektabilnijim u svojoj oblasti. Opasnost od izražavanja ličnih stavova autora kako u samim rečenicama, tako i kroz sugestije putem odabira citiranih lica, pronalazi se u uticaju koji ima na formiranje stavova u javnom mnjenju. Suptilno sugerisanje stavova zasnovanih na emocijama, kada su u pitanju masovni mediji, može da izazove formiranje kolektivnih stavova ka određenom događaju ili pojavi.

## ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Globalni mediji zbog dometa plasiranog sadržaja koji im omogućava da direktno utiču na masovno zastupljene stavove u obavezi su da ne zavaravaju i ne manipulišu konzumentima informacija. Ta obaveza pretenduje da bude zanemarena u odnosu na finansijske ambicije, radi čijeg se ostvarivanja prate trendovi internet platformi i društvenih mreža. Isti trendovi pronalaze se i među regionalnim i nacionalnim medijima, ali u manjem obimu. Jedan od trendova jeste skoro neizostavno dopunjavanje sadržaja foto i video materijalom, grafikonima i hiperlinkovima Tviter naloga. Upotpunjavanje sadržaja dodatnim materijalom, pogotovo hiperlinkovima koji vode ka nalogima društvenih mreža, doprinosi razumevanju informacije koja se prenosi u tekstu. Iz ovog razloga iznenađujuć je podatak analize da je *Russia Today*, koja je pre svega televizijska kuća, imala samo dva video materijala.

Još jedan od trendova koji su posledice sinergije medija i interneta, vidi se u rezultatima analize medijskog izveštavanja o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti. Od ukupno analiziranog sadržaja 53% je hibridne forme, nastale integracijom medija i interneta. Rezultati analize ukazuju na trend objavljivanja sadržaja čije se karakteristike mogu pronaći u reportažama i kolumnama, ali sa naglašenim informativnim karakterom. Ovaj trend najzastupljeniji je na internet portalima medija *The New York Times* i *The Washington Post*, čija se sedišta nalaze u Sjedinjenim Američkim Državama. Dnevni listovi *The Guardian*, *The New York Times* i *The Washington Post* izveštavanju o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti pristupili su skoro analitički, u tekstovima hibridne forme koji nalikuju na reportaže ili tople ljudske priče. Ovaj pristup ukazuje na pozitivan narativ kada je reč o migrantima i izbeglicama. Naklonost prema izbeglicama i migrantima koja se prepoznala u analiziranom sadržaju odabranih netabloidnih predstavnika globalnih i regionalnih medija mogla je da ima uticaj na formiranje stavova, ali samo na deo javnog mnjenja koji nije sklon senzacionalističkom izveštavanju. Prevažodno se odnosi na individue koje kritički pristupaju informacijama, uzimajući u obzir kontekst pod kojim se one distribuiraju. Negativan medijski narativ usmeren ka predstavnicima država članica Evropske unije, najvidljiviji je u slučaju analiziranog sadržaja na internet portalu *Al Jazeera Balkans*. Iako je negativan narativ usmeren ka predstavnicima država, pre svega Mađarske i Austrije, kada su u pitanju zvaničnici Evropske unije, narativ je ili pozitivan ili neutralan.

Rezultati analize medijskog diskursa i sadržaja u objavljenim tekstovima u kojima se izveštavalo o migrantsko-izbegličkoj krizi na Balkanskoj ruti, jasno ukazuju na postojanje novog trenda i u medijskom pristupu kriznim situacijama. Vest koja donosi informacije o kriznom događaju predstavlja robu koja se dobro prodaje, što iziskuje da se proizvodi u znatno većim količinama, kako bi se ostvarila konstantna prisutnost. Kao rezultat takvom pristupu informacijama dolazi do promena u iskazivanju i tumačenju pristrasnosti. Objektivnost kao princip neophodan prilikom ozbiljnog izveštavanja dosta zavisi od povoda za izveštavanje, profesionalnosti novinara, stava uredništva, ali i oblikovanja naslova i predstavljanja međuodnosa aktera. Odabir izjava aktera i njihovo pozicioniranje u tekstu suptilno ukazuje na stav autora i redakcije o temi izveštavanja. Prilikom analize takav pristup bio je uočljiv u tekstovima na internet portalima medijskih kuća *Euronews*, *The Guardian*, *The New York Times* i *The Washington Post*, koji su često bili kategorisani kao tekstovi subjektivnog karaktera zbog odabira i intenziteta citata i hiperlinkova izjava sa Tviter naloga. Pristrasnost može da se uoči i prilikom prezentovanja odnosa između aktera. Opasnost od njenog suptilnog prisustva jeste u tome što nepostojanje jasnih razlika između objektivnog i subjektivnog dovodi u pitanje verodostojnost informacija.

Istraživanje je pokazalo da novi trendovi u medijima utiču na način kojim će informacija biti oblikovana u medijski sadržaj, te da se izmene moraju dogoditi i prilikom doživljavanja onoga što se smatra nepristrasnim.

## LITERATURA

1. Al Jazeera, (n.d.). [Online] Dostupno na: <https://www.aljazeera.com/news/europe/2011/11/20111111201910810159.html> [Pristupljeno 28.11.2019.]
2. Al Jazeera, (n.d.). *O nama*. [Online] Dostupno na: <http://balkans.aljazeera.net/o-nama> [Pristupljeno 28.11.2019.]
3. Aleksić, M. (2015) *Granica je zatvorena, ali razgovor je otvoren, u Granica je zatvorena*, Beograd, Muzej Afričke umetnosti.
4. Alić, S. (2009). Globalno selo. *Filozofska istraživanja*, 29 (01/113), 51–61.
5. Aslan B., A.L. Levy D., Bironzo D. (2016) UK Press Coverage of the EU Referendum, Reuters Institute.
6. Barović, V. (2011). Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama. *Medijske studije*, 2(3–4), 118–126.
7. Berry M., Garcia-Blanco I. & Moore K. (2015) *Press Coverage of the Refugee and Migrant Crisis in the EU: A Content Analysis of Five European Countries*, United Nations High Commission for Refugees.
8. Bertrand C. J. (2007). *Deontologija medija (La déontologie des médias)*. Zagreb: ICEJ Sveučilišna knjižara.
9. Bobić, M. (2007). *Demografija i sociologija – veza ili sinteza*. Beograd: Službeni glasnik
10. Burić, J. (2009). Masovni mediji kao subjekti manipulacije. Etičke vrijednosti nasuprot «trendovskoj tržišnoj kulturi» manipuliranja nasiljem, nesrećama i zločinima. *Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti*, 64 (4), 531–543.
11. Carlson, N., (2009). The 50 Most Popular Newspaper Blogs. *Business Insider*. [Online] Dostupno na: <https://www.businessinsider.com/the-50-most-popular-newspaper-blogs-2009-5> [Pristupljeno 25.11.2019.]
12. Cerić, E. (2012). *Nafta, procesi i proizvodi*; Sarajevo: Dobra knjiga.
13. Clayton, J., Holland, H., Gaynor, T. (2015). Over one million sea arrivals reach Europe in 2015. *UNHCR* [Online] Dostupno na: <https://www.unhcr.org/news/latest/2015/12/5683d0b56/million-sea-arrivals-reach-europe-2015.html> [Pristupljeno 15.11.2019.]

14. Coombs T. (2012). *Ongoing Crisis Management: Planning, Managing and Responding*. 3rd ed. Thousands Oak: Sage.
15. Coombs, T. & Holladay S. J. (2010). *The Handbook of Crisis Communication*, Blackwell Publishing Ltd.
16. Dabashi, H. (2012). *The Arab Spring: The End of Postcolonialism*, London: Zed Books Ltd.
17. Dej L. A. (2004). *Etika u medijima, primeri i kontraverze*. Beograd: Medija centar, Plus.
18. Dennison, J., Geddes, A. (2017). Op-ed: Are Europeans turning against asylum seekers and refugees?. *ECRE*. [Online] Dostupno na: <https://www.ecre.org/op-ed-are-europeans-turning-against-asylum-seekers-and-refugees/> [Pristupljeno 24.11.2019.]
19. Dičić, R. D., Stanković, M. V., Petrović, L. (2016). *Primena načela nekažnjavanja izbeglica u prekršajnom postupku; Beogradski centar za ljudska prava*, Beograd: Dosije studio.
20. DIVAC, (2017). *Stavovi o izbeglicama*. [Online] Dostupno na: [https://www.divac.com/upload/document/stavovi\\_o\\_izbeglicama\\_srpski\\_jun\\_2017\\_preview.pdf](https://www.divac.com/upload/document/stavovi_o_izbeglicama_srpski_jun_2017_preview.pdf) [Pristupljeno 2.12.2019.]
21. Đurović, V. (2014). *Profesija ratni reporter*. Beograd: Samizdat B92.
22. Entman, R. M. (1991). Framing U. S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents, *Journal of Communication*, 41 (4), 6-27
23. EUROMED, (2018). *Public attitudes on migration: rethinking how people perceive migration*. [Online] Dostupno na: [https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/62348/MPC\\_OPAM\\_Public\\_attitudes\\_on\\_migration\\_study.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/62348/MPC_OPAM_Public_attitudes_on_migration_study.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [Pristupljeno 24.11.2019.]
24. Euronews, (2019). *About*. [Online] Dostupno na: <https://www.euronews.com/about> [Pristupljeno 27.11.2019.]
25. Evropska komisija, (2015). *A European Agenda on Migration*. [Online] Dostupno na: [https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/policies/european-agenda-migration/background-information/docs/communication\\_on\\_the\\_european\\_agenda\\_on\\_migration\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/policies/european-agenda-migration/background-information/docs/communication_on_the_european_agenda_on_migration_en.pdf) [Pristupljeno 20.11.2019.]
26. Evropska komisija, (2015). *European Commission Statement following the decision at the Extraordinary Justice and Home Affairs Council to relocate 120,000 refugees*. [Online] Dostupno na: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT\\_15\\_5697](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT_15_5697) [Pristupljeno 20.11.2019.]

27. Evropska komisija, (2015). *Joint Foreign and Home Affairs Council: Ten point action plan on migration*. [Online] Dostupno na: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_15\\_4813](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_15_4813) [Pristupljeno: 20.11.2019.]
28. Evropska komisija, (2015). *Meeting on the Western Balkans Migration Route: Leaders Agree on 17-point plan of action*. [Online] Dostupno na : [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_15\\_5904](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_15_5904) [Pristupljeno 22.11.2019.]
29. Evropska komisija, (2016). *Eurostat: Asylum in the EU Member States* [Online] Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7203832/3-04032016-AP-EN.pdf/790eba01-381c-4163-bcd2-a54959b99ed6> [Pristupljeno 22.11.2019]
30. Evropska komisija, (2016). *Western Balkans Route: Progress Report*. [Online] Dostupno na: [https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/policies/european-agenda-migration/background-information/docs/managing\\_the\\_refugee\\_crisis\\_-\\_western\\_balkans\\_route\\_state\\_of\\_play\\_report\\_20160210\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/policies/european-agenda-migration/background-information/docs/managing_the_refugee_crisis_-_western_balkans_route_state_of_play_report_20160210_en.pdf) [Pristupljeno 22.11.2019.]
31. Fahri, P. (2013). Washington Post closes sale to Amazon founder Jeff Bezos. *The Washington Post*. [Online] Dostupno na: [https://www.washingtonpost.com/business/economy/washington-post-closes-sale-to-amazon-founder-jeff-bezos/2013/10/01/fca3b16a-2acf-11e3-97a3-ff2758228523\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/business/economy/washington-post-closes-sale-to-amazon-founder-jeff-bezos/2013/10/01/fca3b16a-2acf-11e3-97a3-ff2758228523_story.html) [Pristupljeno 27.11.2019.]
32. Fink, S. (1986). *Crisis management: planing for the Inevitable*, New York: American Management Association.
33. Frontex (2016) *Annula Risk Analysis*, Frontex reference number: 2499 /2016
34. Gruhonjić, D. (2016). Hibridizacija novinarskih žanrova i budućnost radija. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, 41(1), 97-112.
35. Grupković, B., Kojić, M. J., Petronijević, V. (2016). Srbija na izbegličkoj ruti – humanitarni odgovor i pravna prilagođavanja. *Spoljnopolitičke sveske 2*, 2016. Beograd, Fondacija Fridrih Ebert, : Evropski pokret u Srbiji, Forum za međunarodne odnose (Beograd : Grafolik), 5–20.
36. Holloway, K., Smart, C., Foresti M. & Leach, A. (2019). *Public narratives and attitudes towards refugees and other migrants, UK country profile*, London: Overseas Development Institute.
37. Holloway, K., Smart, C., Foresti, M., Leach, A., (2019). Public narratives and attitudes towards refugees and other migrants. *Overseas Development Institute*. [Online] Dostupno na:



24.11.2019.]

38. Inglis, F. (1997). *Teorija medija*, Zagreb: Barbat.
39. Ipsos, (2017). *Global Views on Immigration and the Refugee Crisis*. [Online] Dostupno na: [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2017-09/ipsos-global-advisor-immigration-refugee-crisis-slides\\_0.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2017-09/ipsos-global-advisor-immigration-refugee-crisis-slides_0.pdf) [Pristupljeno 24.11.2019.]
40. Jevtović Z., Bajić P. (2016). Migrantska kriza u ogledalu srpske dnevne štampe. *Kultura polisa, časopis za negovanje demokratske političke kulture*, XIII (31), 29–43.
41. Jevtović Z., Bajić P. (2017). Promena komunikacione paradigme u izveštavanju o migrantima u dnevnoj štampi Srbije, *Kultura polisa, časopis za negovanje demokratske političke kulture*, XIV (2), 221-239.
42. Jevtović Z., Bajić P. (2018). Slika o migrantima u diskursu dnevne štampe Srbije, U: Z. Lutovac i S. Mrđa (ur.): *Savremene migracije i društveni razvoj: interdisciplinarna perspektiva* (97-110). Beograd: Srpsko sociološko društvo, Beograd: Institut društvenih nauka, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet, Institut za sociološka istraživanja
43. Justia, (n.d.). *New York Times Co. v. Sullivan, 376 U.S. 254 (1964)* [Online] Dostupno na: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/376/254/> [Pristupljeno 25.11.2019.]
44. Khan, A., Islamia, M. (2016). *100 Years of the Middle East, The Struggle for the Post Sykes-Picot Middle East*; Createspace Independent Publishing Platform.
45. Kleut, J., Drašković, B. (2017). Vizuelne reprezentacije izbeglica na "Balkanskoj ruti" u medijima u Srbiji. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, 42(2), 165-183.
46. Komesarijat za izbeglice i migrante Republika Srbija, (2019). *Centri za azil i prihvatni centri u Republici Srbiji*. [Online] Dostupno na: [http://www.kirs.gov.rs/wb-page.php?kat\\_id=50&lang=1](http://www.kirs.gov.rs/wb-page.php?kat_id=50&lang=1) [Pristupljeno 22.11.2019.]
47. Kunczik, M., Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
48. Levy, D. A. L., Aslan, B., & Bironzo, D. (2016). *UK press coverage of the EU referendum*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Preuzeto (2.2.2020) [https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:8a0aac1f-8805-4ce4-96a8-207c1479c0c6/download\\_file?file\\_format=pdf&safe\\_filename=UK%2BPress%2BCoverage%2Bof%2Bthe%2BEU%2BReferendum.pdf&type\\_of\\_work=Report](https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:8a0aac1f-8805-4ce4-96a8-207c1479c0c6/download_file?file_format=pdf&safe_filename=UK%2BPress%2BCoverage%2Bof%2Bthe%2BEU%2BReferendum.pdf&type_of_work=Report)

49. Livingston, S. (1997). *Clarifying The CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention*; Research Paper R-18, Harvard University, John F. Kennedy School of Government.
50. Lončar, Z. J. (2019) Uloga uprave u Republici Srbiji u rešavanju migrantske krize, u: B. Ristivojević (ur.): *Pravni aspekti migracija u regionu – balkanska ruta* (25 – 40). Novi Sad: Pravni fakultet u Novom Sadu, Centar za izdavačku delatnost.
51. Marković, A. (2018). Prekarnosti i migranti: Prolazni izazovi ili pretnja za sigurnost i stabilnost neoliberalizma; U: Z. Lutovac i S. Mrđa (ur.): *Savremene migracije i društveni razvoj: interdisciplinarna perspektiva* (215–228). Beograd: Srpsko sociološko društvo, Beograd: Institut društvenih nauka, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet, Institut za sociološka istraživanja.
52. McCarthy, M. (1994). *Discourse Analysis for Language Teachers*, Cambridge: Cambridge University Press.
53. McCombs, M. E., Shaw D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media, *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187.
54. McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press.
55. N1, (n.d.). *O nama*. [Online] Dostupno na: <http://rs.n1info.com/O-nama> [Pristupljeno 28.11.2019.]
56. Nikolić, M. (2010). Etika medija–između lične, profesionalne i društvene odgovornosti. *Kultura*, 127, 35-50.
57. Nougayrède, N. (2015) .Angela Merkel is right: the migration crisis will define this decade. *The Guardian* [Online] Dostupno na: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/aug/21/angela-merkel-migration-crisis-europes-biggest-challenge> [Pristupljeno 13..11.2019.]
58. Obradović, N. (2014). Manipulacija naslova u srpskoj dnevnoj štampi, u: B. Dimitrijević (ur.): *Istoriografika i savremeno društvo* (600–611). Niš: Filozofski fakultet.
59. Official Journal of the European Union, (2013). *Regulation (EU) No 604/2013 of the European Parliament and of the Council*. [Online] Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R0604&from=EN> [Pristupljeno 20.11.2019.]
60. Oxfam, (2016). *Closed Borders: Programme Report* [Online] Dostupno na: <https://www.oxfam.org/en/research/closed-borders> [Pristupljeno 13.11.2019.]

61. Perinić J., Barović V. (2009). Društvena odgovornost medija u izveštavanju o akcidentima i kriznim situacijama, *International Scientific Conference – Media and Tourism* (1-17), University of Zadar, Department of Information and Communication Studies, March 20th-22nd. 2009.
62. Perinić, J. (2008). Masovni mediji u životnom ciklusu krize–teorijski pristup. *Mioko*, 2 (3), 34-41.
63. Petronjević V. (2016). *Izazovi migrantsko-izbegličke krize iz ugla OCD*; Grupa 484.
64. Quarantelli, E. L. (1988). Disaster crisis management: A summary of research findings, *Journal of Management Studies*, 25(4), 373-386.
65. Rakočević V. D., Jovanović A.V. (2019). Migracioni procesi u jugoistočnoj Evropi i bezbednosni izazovi. u: B. Ristivojević (ur.): *Pravni aspekti migracija u regionu – balkanska ruta* (1–10). Novi Sad: Pravni fakultet u Novom Sadu, Centar za izdavačku delatnost.
66. Ransohoff, D. F., Ransohoff R. M. (2001). Sensationalism in the media: when scientists and journalists may be complicit collaborators. *Effective Clinical Practice*, 4(4), 185-188.
67. RT, (n.d.). *Corporate profile*. [Online] Dostupno na: <https://web.archive.org/web/20110705210038/http://rt.com/about/corporate-profile/> [Pristupljeno 28.11.2019.]
68. RT, (n.d.). *History*. [Online] Dostupno na: <https://www.rt.com/about-us/history//> [Pristupljeno 27.11.2019.)]
69. RTS, (2008). *Pat pozicija u evropskoj migrantskoj politici*. [Online] Dostupno na: <https://www.rts.rs/page/stories/sr/story/10/svet/2146354/pat-pozicija-u-evropskoj-migrantskoj-politici.html> (pristupljeno 12.11.2019)
70. RTS, (2008). *Razvoj televizije*. [Online] Dostupno na: <http://www.rts.rs/page/rt/sr/Пола+века+PTC-a/story/2431/i-juce/27272/razvoj-televizije.html> [Pristupljeno 28.11.2019.]
71. Savić, S. (2008) *Svenka Savić u intervjuu za Medija Centar Beograd*, dostupno na: <http://www.mc.rs/moc-jezika.1351.html>
72. Simpson, J. (1997). Save us from reporters who pass judgement. *Sunday Telegraph*, 14, 1997.
73. Slijepčević, M., & Fligić, S. (2018). Analiza medijskog praćenja izbjegličke krize u Hrvatskoj i interpretacijski okviri (framing). *Suvremene teme: međunarodni časopis za društvene i humanističke znanosti*, 9(1), 31-48.

74. Slobodna Evropa, (2019). *Reporteri bez granica osuđuju napade na TV NI*. [Online] Dostupno na: <https://www.slobodnaevropa.org/a/reporteri-bez-granica-n1-srbija/30278292.html> [Pristupljeno 28.11.2019.]
75. Splichal, S. (2014). Masovni mediji između javnosti i javne sfere Mass Media Between the Public and the Public Sphere. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 20 (1), 5-25.
76. Starović, N. (2014) *Bliski istok, kratko i jasno*, Beograd: Srpska reč
77. Starović, N., Savin, M. (2017). Migrantska kriza u Srbiji 2015-16. *Kultura polisa, Kultura bezbednosti: Migrantske krize, stanje, perspektive, rizici*, XIV, 275-286.
78. Stephens, K. K., & Malone, P. (2010). New media for crisis communication: Opportunities for technical translation, dialogue, and stakeholder responses. *The handbook of crisis communication*, 381-395.
79. Tadić, J., Dragović, F., & Tadić, T. (2016). Migracijska i izbjeglička kriza–sigurnosni rizici za EU. *Policija i sigurnost*, 25(1/2016), 14-42.
80. The Guardian, (2017). *History of the Guardian*. [Online] Dostupno na: <https://www.theguardian.com/gnm-archive/2002/jun/06/1> [Pristupljeno 25.11.2019.]
81. The New York Times Company, (2019). *History*. [Online] Dostupno na: <https://www.nytc.com/company/history/> [Pristupljeno 25.11.2019.]
82. The Pulitzer Prizes, (n.d.) *The Washington Post*. [Online] Dostupno na: <https://www.pulitzer.org/winners/washington-post> [Pristupljeno 27.11.2019.]
83. The Washington Post, (2016). *Policies and Standards*. [Online] Dostupno na: <https://www.washingtonpost.com/policies-and-standards/> [Pristupljeno 25.11.2019.]
84. The Washington Post, (2019). *The Washington Post's foreign correspondents*. [Online] Dostupno na: <https://www.washingtonpost.com/graphics/world/washington-post-foreign-correspondents/> [Pristupljeno 27.11.2019.]
85. UNHCR, (2015). *Global trends : Forced displacement in 2015*. [Online] Dostupno na: <https://www.unhcr.org/statistics/unherstats/576408cd7/unhcr-global-trends-2015.html> [Pristupljeno 15.11.2019.]
86. UNHCR, (n.d.). *Definitions*. [Online] Dostupno na: <https://refugeemigrants.un.org/definitions> [Pristupljeno 24.11.2019.]

87. Valić Nedeljković, D. (2007). Pseudodogađaj ili dvosmislena istina. *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 1(2), 67-86.
88. Vreg, F. (2007). Medijske teorije i stvarnost. *Informatologia*, 40(3), 173-179.
89. Vulliamy, E. (1993). This war has changed my life. *British Journalism Review*, 4(2), 5-11.
90. Zakon o strancima, „Službeni glasnik RS“, br. 97/2008