

UDK: 314.154.3-054.7:316.774(497.5)“2015“

Izvorni znanstveni rad

Primljeno 12. prosinca 2017.

Analiza medijskog praćenja izbjegličke krize u Hrvatskoj i interpretacijski okviri (*framing*)

MARIJA SLIJEPCĀVIĆ

Veleučilište VERN¹

marija.slijepcevic@vern.hr

SANJA FLIGIĆ

fligicsanja@gmail.com

Izbjeglička i migrantska zbivanja 2015. teme su koje su dominirale medijima. Medijskim uokviravanjem, selekcijom i isticanjem nekih vidova percipirane stvarnosti, oblikovan je način izvještavanja koji je mogao imati utjecaja i na percepciju javnosti. Iako postoje istraživanja koja se bave mjerenjima stavova stanovništva prema imigrantima, rjeđe su analize sadržaja medija. Rad ima za cilj istražiti prisutnost interpretacijskih okvira kroz izvještavanje o izbjegličkoj krizi u Hrvatskoj u trajanju od dva tjedna: prvom tjednu izbjegličke krize u Hrvatskoj te tjednu nakon terorističkih napada u Parizu, na uzorku od 702 članka u četiri hrvatska medija. S obzirom na uočene obrasce u medijskom izvještavanju (ponavljanje fotografija ranjivih skupina, osobne priče izbjeglica, naglašavanje hrvatskog prijateljskog i humanitarnog pristupa) postavljena su istraživačka pitanja: jesu li izbjeglice u većini članaka prikazane kroz pozitivan okvir kao žrtve; je li Hrvatska u većini tekstova prikazana kroz okvir humanosti i prijateljstva; postoje li odstupanja u izvještavanju uslijed izvanrednih događanja?

Ključne riječi: framing, uokviravanje, izbjeglice, migranti, analiza sadržaja

1. Uvod

Medijske analitičare, teoretičare i kritičare ne zadovoljava puka konzumacija medija, kakva je namijenjena medijskoj publici i ciljanim slušateljima, gledateljima i čitateljima određene uređivačke politike. Desetljećima se intenzivno razvija pojam medijske pismenosti koji za cilj ima ulazak u nastavne kurikule već i osnovnih škola (u SAD-u još od 1970-ih). Cilj savladavanja medijske pismenosti kod skupina stručnjaka koji se njome bave gotovo je intrinzično motiviran; osvijestiti kritičko promatranje medijskog sadržaja i razumijevanje načina funkcioniranja medija i novinarstva.

Cilj ovoga rada jest prikazati zašto je upitna novinarska objektivnost i koji su sve načini selekcije vijesti i događaja. Proučava nekoliko medijskih teorija o izboru informacija, a naglasak stavlja na teoriju uokviravanja (*framing*).

Pristup temi je deduktivan i polazi od stava kako je novinarska objektivnost gotovo nedosežna, a učinci uokviravanja interpretativni. Od takvoga općega suda kreće se prema pojedinačnim zaključcima, koristeći najvažnije elemente deduktivne metode; postupke analize, sinteze, specijalizacije pa i generalizacije. Uvodni dio pisan je metodama deskripcije i kompilacije dosadašnjih spoznaja.

Nastojala se istražiti prisutnost *frameova*, interpretacijskih okvira, prilikom izvještavanja o izbjegličkoj, odnosno migrantskoj krizi u Hrvatskoj. Za istraživanje su odabrani hrvatski dnevni informativni portali Index.hr i Tportal.hr te dnevne novine Jutarnji list i Večernji list. Cilj istraživanja bio je istražiti prisutnost interpretacijskih okvira kroz medijsko izvještavanje o izbjegličkoj krizi u Hrvatskoj (o kakvim interpretacijskim okvirima se radi, u kojoj su mjeri prisutni u medijima te mijenjaju li se uslijed izvanrednih događanja). Rad se temelji se na sljedećim istraživačkim pitanjima: Jesu li izbjeglice u većini članaka u prvom tjednu prikazane kroz pozitivan okvir, odnosno kao žrtve? Postoje li odstupanja u izvještavanju o izbjeglicama između prvog i drugog promatranog tjedna? Je li Hrvatska u većini tekstova prikazana kroz okvir humanosti i prijateljstva?

Istraživanje je provedeno kvalitativnom i kvantitativnom metodom analize sadržaja. Uzorak analize određen je razdobljem od dva tjedna. Analizirani su članci objavljeni na temu izbjegličke krize od 16. do 22. rujna, prvog tjedna izbjegličke krize u Hrvatskoj, te od 15. do 21. studenog, tjedna nakon terorističkih napada u Parizu (svi članci odnose se na istu tematiku, ali drugi tjedan odabran je radi odgovora na istraživačko pitanje mijenjaju li se u hrvatskim medijima interpretacijski okviri izvještavanja o izbjeglicama uslijed izvanrednih svjetskih događaja). Analizirano je ukupno 295 članaka objavljenih na portalu Index.hr i 202 članka objavljena na Tportalu te 112 članaka objavljenih u Jutarnjem listu i 93 članka objavljena u Večernjem listu, sveukupno 702 članka.

2. Problem objektivnosti u novinarstvu

Jedan od najstarijih i najčešćih kriterija novinarstva je objektivnost. Kako brojne medijske teorije proučavaju medijske pristranosti i kako se smatra da je u prirodi čovjeka gotovo nemoguće biti nepristran, tako i kriterij objektivnosti u novinarstvu treba uzeti s rezervom. Medijima se stoga često zamjera nedostatak objektivnosti i „kritika neobjektivnosti postala je čvrstim sastavnim dijelom izjava kojima je cilj napad na neke medije“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 151). Međutim, što je objektivnost? Prema Aniću i Goldsteinu (2000: 927) to je „nepristranost, nepostojanje predrasuda, pravednost“.

Poznato je da se pojam objektivnosti već desetljećima pokušava maknuti iz definicija novinarstva i zamijeniti se onim točnijim – poštenjem. Kada se pita kako bi novinari trebali izvještavati, Malović (2005: 26) kaže: „Objektivno, bio je odgovor na to bitno pitanje početkom 20. stoljeća. Pošteno, uvjeravaju medijski teoretičari s kraja 20. stoljeća.“

Kunczik i Zipfel (2006) navode da postoje cijeli katalogi s kriterijima objektivnosti te izdvajaju istinitost, točnost, potpunost, važnost, pravednost mjerila, uravnoteženost, različitost, preciznost, argumentiranost, neutralnost, slobodu od vrijednosnih sudova, pravičnost i odvajanje vijesti od komentara. „Poželjnost medijske objektivnosti načelno se prihvaća, ali se osporava mogućnost njezina ostvarenja jer subjektivni elementi uvijek imaju stanovitu ulogu. Zahtijeva se činjenost i raznolikost u objavljivanju različitih stavova.“ (Saxer, 1974, prema Kunczik i Zipfel, 2006: 151).

Još u 1990-ima autori naglašavaju medijsko povlašćivanje jednog doživljaja svijeta u odnosu na druge: metaforama, povijesnim primjerima, sloganima, opisima... Načini uokviravanja događaja i tema mogu utjecati na ishod događaja. Ne govori se bez razloga o konstruiranoj stvarnosti kada se opisuje na koji način su događaji popraćeni u medijima (McNair, 2003). To nije samo ili uopće pristranost već način prezentacije i interpretacije događaja, možda uslijed ideologije, stavova, nemogućnosti, tj. neprirodnosti objektivnosti. „Mediji su u poruku ugradili vrijednosti i vlastitu interpretaciju“, piše Maletić (2014: 147). Neprirodnost objektivnosti u ovome se radu uzima gotovo aksiomatski. Neupitno je da je ona neki nedostižni kriterij, nespretno sročeni i prisutani desetljećima u javnom diskursu te fokus treba radije usmjeriti ka interpretaciji medijskih sadržaja.

2.1 Vrste novinarskih i uredničkih izbora informacija

Upravo stoga što nisu svi događaji medijske vijesti, urednici i novinari su oni koji donose odluke o informacijskoj vrijednosti pojava. Prvi korak novinarskoga, a potom uredničkog posla jest selekcija vijesti i odabir koji će događaji „ući“ u medije. Suštinu uokviravanja čine selekcija, odabir nekih vidova percipirane stvarnosti i njihovo isticanje. „Novinari prikazuju samo dio stvarnosti, nastojeći dati upravo ono što je, prema profesionalnim standardima, najvažnije, a to je ipak uvijek samo interpretacija događaja.“ (Malović, 2005: 12). „Danas se smatra da mediji nisu više samo posrednici javnosti, nego su i kreatori javnog mnijenja kroz ulogu vratara, putem procesa reprezentacije i diskurzivne konstrukcije stvarnosti, procesa uokviravanja i 'grundiranja' tema (*framing* i *priming*)“, smatra Zrinjka Peruško (2011: 31).

Brojne javnosti koje žele vidljivost u medijima prilagođavaju načine svoje eksterne komunikacije kako bi bila bliskija ustaljenim načinima izvještavanja pojedinih medija. Političke stranke oblikovale su način komunikacije i odašiljanje svojih poruka u obliku novinarskih formi (Street, 2003).

McNair (2003: 55) tvrdi: „Mediji ne samo što pružaju kognitivno znanje, informirajući nas o onome što se događa, nego i uređuju i strukturiraju političku stvarnost, pridajući događajima veću ili manju važnost, ovisno o njihovoj prisutnosti ili odsutnosti u medijskoj agendi.“ Street (2003: 33) je još doslovniji: „Masovni mediji ne 'pokrivaju' jednostavno vidljive događaje i izvještavaju o činjenicama; oni ih animiraju, pretvarajući ih u priče sa zapletima i glumcima“. McNair još opisuje kako novinari „događaje iz političkog života umeću u narativne okvire koji im omogućuju da se ispričaju kao vijesti“ (2003: 74).

Teorija medija stoga već desetljećima proučava kategorije i obrasce selekcija informacija kroz medije. Jedna od kategorizacija teorija novinarskog izbora informacija jest ona teoretičara Kunczik i Zipfel (2006): funkcija *gatekeeper*, teorija vrijednosti vijesti, istraživanje pristranosti vijesti (*news-bias*) te *framing* teorija. Fokus ovoga rada upravo je na teoriji *framinga*.

3. Teorija uokviravanja (*Framing*)

Iako *framing* teorijski proizlazi iz sociologije, a proučava se i u drugim znanstvenim poljima, primjerice antropologiji, psihologiji, komunikologiji¹, u ovome radu promatra se kao medijska teorija i ne obuhvaća ranije dimenzije pojma. Stoga i sve definicije i literatura proizlaze uglavnom iz ovoga područja i ne zalaze u, primjerice, sociološka poimanja uokviravanja².

„*Framing* ističe određene dijelove realnosti, drugima umanjuje važnost ili ih ignorira“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 148). Kunczik i Zipfel dalje pišu kako se *framing* koncept odnosi na strukturiranje vijesti te da novinari ističu aspekte događaja koji su u suglasju s važnim sastavnim dijelom interpretacijskih okvira.

Entman (1993) pojašnjava kako uokviravanje u suštini uključuje selekciju i isticanje – uokviriti znači odabrati neke aspekte stvarnosti i istaknuti ih na način da se promovira određeni problem, uzročna interpretacija, moralna evaluacija ili preporuka za rješavanje. Za pojašnjenje ove teorije Entman navodi okvir „hladnog rata“ koji je dominirao američkim rubrikama vanjske politike: naglašavanje pojedinih inozemnih događaja (primjerice građanskih ratova) kao problema, identificiranje njihovih izvora (komunistički pobunjenici), ponuda moralne prosudbe (ateistička agresija) i pohvala određenog rješenja (američke podrške drugoj strani). Street (2003: 33) piše kako su pojmovi okvira i uokviravanja „namjerno usmjereni razotkrivanju načina na koje novinarske priče funkcioniraju kao *priče*: načina na koji stvaraju priču s protagonistima, čijim motivima pripisuju uzročnost i odgovornost.“

„Okvir djeluje tako da odabire i ističe jedna, a prikriva druga obilježja stvarnosti, na način na koji kazuje dosljednu priču o problemima, njihovim uzrocima, moralnim implikacijama i rješenjima.“ (Entman, 1996, prema Street, 2003: 34).

Brojni autori suglasni su da su vizualni materijali i ponavljanje riječi, sintagmi u novinarskim formama služi kao moćan alat uokviravanja, a isto se postiže i formulacijom naslova, izborom sugovornika, uvodom u temu i td.

Kada govori o isticanju pojedinih dijelova informacija, Entman (1993) pojašnjava kako se one medijski smještaju na način da se bolje zapaze i da su pamtljive te da se ponavljaju, a to primatelji informacija teže zapažaju, interpretirati ili zapamtiti zbog njihovog postojećeg mentalnog sklopa (stereotipa).

Mnogobrojne su kategorizacije *framinga*, pa razni autori uočavaju tematske i epizodne okvire, strateške okvire, okvire ljudskog interesa, okvire morala i odgovornosti (Grbeša, 2012). Upravo ove kategorizacije (okvir ljudskog interesa, okvir morala i odgovornosti) bile su povod opažanja okvira u pristupu izvještavanja izbjeglicama u Hrvatskoj u ranu jesen 2015. godine. Dojam je bio da hrvatski mediji gotovo unisono prihvaćaju okvir ljudskog interesa i odgovornosti i svojim izvještavanjem nastoje potaknuti humanost i razumijevanje i kako ne širiti paniku među građanima. Ova zapažanja bila su motivacija za provođenje istraživanja i ujedno su definirala istraživačka pitanja.

3.1 *Framing* kao alat oblikovanja javnog mnijenja

Analizirajući teoriju uokviravanja, neki autori (primjerice Kunczik, Zipfel, 2006) idu tako daleko da tvrde da interpretacijski okvir novinara, na temelju kojeg je sadržaj odabran i sukladno kojemu je predstavljen, direktno utječe na interpretacijski okvir primatelja, odnosno značenje koje će mu biti pripisano po čitanju teksta. Ovakve procjene su paušalne i zahtijevale bi temeljite analize i testiranja utjecaja medija, koji je uvijek teško izolirati i znanstveno interpretirati s neupitnim rezultatima i zaključcima.

1 Pišući o *framingu* znanstvenici najčešće citiraju Lipmanna u komunikacijskim znanostima, Batesona u psihologiji i Goffmana u sociologiji kao autore koji su u svojim područjima inicirali istraživanja *framinga* (Dan, Ihlen, 2011).

2 Za razliku od teorija agenda settinga ili spirale šutnje, za teoriju *framinga* ne može se vezati ime jednoga znanstvenika ili istraživačke tradicije (Van Gorp, 2005).

Čak i kada mediji iskreno nastoje slijediti norme neutralnosti i ne zauzimanja strana, ne mogu pobjeći činjenici da njihov pristup prešutno uči javnost kako razumjeti središnje probleme (Nelson, 1997, prema Grbeša, 2012).

Meriläinen i Vos (2013) proučavale su kako događaji mogu biti uokvirani u javnoj debati, s naglaskom na pitanja ljudskih prava. Naglašavaju kako ljudi mogu isti događaj percipirati drugačije i naglašavati različite aspekte događaja ako su im drugačije predstavljeni. Neka istraživanja pokazuju da medijski recipijenti procjenjuju političare prema vizualnim slikama koje su prezentirane u medijima (Scheufele, 2004). Grbeša (2012) navodi primjere nekoliko poznatih studija (primjerice Nelson et al., 1997, Capella i Jamieson, 1997, Iyengar, 1991, Valkenburg et al., 1999. ...) koje nude dokaze o utjecajima medijskih okvira na javno mišljenje: o tome kako uokviravanje izbornih kampanja potiče javni cinizam, o utjecaju na političke stavove, o razumijevanju pojedinih europskih problematika s obzirom na okvire izvještavanja o Europskoj uniji...

Uokviravanje utječe na način na koji javnost vidi događaje (Brewer i Gross, 2005, prema Meriläinen i Vos, 2013). Schuck i de Vreese vjeruju da medijski okviri omogućuju snažan alat u izgradnji značaja u javnoj raspravi i u oblikovanju javnih problema (prema Grbeša, 2012).

Još i Entman, najcitatiraniji autor u području dekonstrukcije pojma medijskog uokviravanja, 1991. godine govori o uzajamnoj vezi između medijskih okvira i okvira u kojima javnost razmišlja.

3.2 Primjeri istraživanja teorije *framinga*

Tema uokviravanja medijskog izvještavanja o sličnim događajima već je dosta dobro popraćena u znanstvenoj literaturi. Čak i kada govorimo o istom događaju dolaska izbjeglica u Europsku uniju, već je objavljeno nekoliko detaljnih istraživanja teme. Lecheler, Bos i Vliegthart (2015) istražili su na koji način medijsko uokviravanje utječe na emocije ispitanika vezane uz imigrante, a polazište im je bila (dokazana) teorija da izloženost medijskom okviru može izazvati emotivne reakcije kod pojedinaca. Uzorak im je bio 715 građana Nizozemske koji su bili izloženi četirima ranije definiranim okvirima: okviru emancipacije, multikulturalnosti, asimilacije i viktimizacije. Potvrdili su hipotezu da pozitivni okviri u medijima pojačavaju pozitivan stav prema imigrantima i obrnuto, primjerice okviri emancipacije i multikulturalnosti uzrokovali su najintenzivnije emotivne reakcije zadovoljstva, suosjećanja, entuzijazma i nade. Ovi okviri su usto i najuvjerljiviji i mogu imati i trajne učinke.

Van Gorp 2005. godine analizom sadržaja osam belgijskih novina proučava kako belgijski mediji pokrivaju temu tražitelja azila deduktivnim istraživanjem u kojemu se odlučuje za samo dva okvira: žrtve ili uljezi. Njegovo istraživanje, koje je obuhvatilo 1.489 članaka, dokazalo je da je dominantniji okvir azilanata kao uljeza.

Goldberger (2004) je u istraživanju „Prikazivanje imigranata u političkim tjednicima“ analizirao kako američki politički tjednici (Time, U.S. News & World Report i Newsweek) prikazuju imigrante prije i nakon terorističkih napada 11. rujna 2001. (tri mjeseca prije i tri mjeseca poslije), koristeći „frame analizu iz perspektive socijalnih konstruktivista“. Autor je uočio da medijsko izvještavanje, koje se kreće od pozitivnoga u kojemu se ističe njihov doprinos SAD-u do izrazito negativnoga, gotovo rasističkoga, može oblikovati imigracijsku politiku. Prodaja ovih tjednika bila je ukupno preko deset milijuna primjeraka u 1998. godini.

Analiza se oslanjala na Entmanovu definiciju okvira kroz četiri ključna obilježja (definiranje problema, ukazivanje na uzrok problema, moralna evaluacija i pružanje rješenja problema). Rezultati studije ukazali su na nejednako portretiranje imigranata u dvama odabranim razdobljima. U razdoblju prije terorističkog napada na New York imigranti su pretežno prikazivani kao potrebni (*needed*), marljivi

radnici i korisna nužnost za gospodarski sustav.³ Nakon terorističkih napada imigranti su u medijima uglavnom predstavljani kao neželjeni ili kao oni kojih se boje zbog prijetnje od terorizma i pružanja utočišta teroristima.⁴

3.3 Framing u hrvatskim medijima

Najdetajnije istraživanje na temu *framinga* u hrvatskim medijima provela je Marijana Grbeša u radu *Framing of the President: Newspaper Coverage of Milan Bandić and Ivo Josipović*. Autorica je nastojala otkriti kako su mediji izvještavali o dvojici suprotstavljenih kandidata; Milanu Bandiću i Ivi Josipoviću, tijekom drugog kruga predsjedničkih izbora 2010. godine, analizirajući četvore dnevne novine u Hrvatskoj: Jutarnji list, Večernji list, Slobodnu Dalmaciju i Novi list od 28. prosinca 2009. do 8. siječnja 2010..

Istraživanje je provedeno na tri razine. Prvim dijelom istraživanja nastojalo se odgovoriti je li u novinskim izvještajima postojalo značajno odstupanje u pogledu vidljivosti dvojice kandidata. U drugom dijelu rada istraženo je kroz koje okvire su kandidati prezentirani. Trećim dijelom rada nastojalo se utvrditi kako su utvrđeni okviri mogli utjecati na rezultate izbora. Početnom analizom determinirana su tri dominantna okvira i s njima povezane dihotomije: okvir uspješnosti (pobjednik – gubitnik), okvir prikladnosti (prikladan – neprikladan) i okvir integriteta (pošten – nepošten).⁵

Istraživanjem su doneseni zaključci na prethodno iznesene tri razine. Prvo, uočen je značajno drugačiji *framing* dvojice kandidata. Milan Bandić sistematično je prikazivan kroz okvir nepoštenog, nepogodnog te kroz okvir gubitnika, a Ivo Josipović prikazivan je kroz okvir poštenog, pogodnog te okvir pobjednika. Druga razina analize pokazala je da okvir pogodnosti nije izgrađen na konkretnim informacijama već na generalnim dojmovima novinara. Treće, utvrđeno je da je okvir uspješnosti najmanje prisutan. Autorica u zaključku sugerira da je crno-bijelo praćenje predsjedničke kampanje 2010. moglo utjecati na rezultat izbora na kojima je pobijedio Ivo Josipović.

4. Analiza praćenja izbjegličke krize u hrvatskim medijima

Razdobljem izbjegličke krize u Hrvatskoj označava se period od ulaska prvog većeg broja izbjeglica na teritorij Republike Hrvatske koji se dogodio 16. rujna 2015. (15. rujna upućen je poziv Stožera zaštite i spašavanja Vukovarsko-srijemske županije), a trajala je osam mjeseci, prema procjenama Hrvatskog Crvenog križa. Izbjeglička kriza izazvala je značajan interes hrvatskih medija. Cilj je istraživanja bio istražiti prisutnost ponavljajućih, interpretacijskih okvira (*framing*) u člancima objavljenim na tu temu. Za potrebe analize odabrana su dva hrvatska internetska, informativna portala, Index.hr i Tportal.hr te dvoje dnevne novine, Jutarnji list i Večernji list.

3 Problem je definiran iz perspektive poteškoća prelaska imigranata iz Meksika u SAD. Kao uzrok problema detektirani su krijumčari koji ih ilegalno uvode u zemlju. U trećoj, moralnoj evaluaciji situacije mediji su SAD prikazivali kao zemlju prilika. U četvrtoj kategoriji *framinga* prema Entmanu, rješenju problema, mediji su sugerirali legalizaciji statusa ilegalnih imigranata.

4 Kao uzrok problema ističe se zakonska regulativa i sigurnosni propusti pri graničnoj kontroli. Moralna evaluacija situacije pokazala je da je dominirajući okvir SAD-a bio - pravedna država s dobrim namjerama. Sugerirano rješenje problema u novinskim tekstovima ponuđeno je u vidu borbe protiv terorizma i čvršće sigurnosne kontrole granice. Goldberger zaključuje da je teže bilo determinirati prevladavajući okvir u prvom promatranom razdoblju prvenstveno zbog šireg tematskog raspona pri obradi teme, ali ističe da dominiraju ekonomske teme i latinoamerički imigranti. U drugom, onome nakon terorističkih napada, *framing* je značajno jednostavniji i usko vezan uz terorizam i sigurnosne prijetnje, a izvještava se najviše o arapskim teroristima. Prevladavaju političke teme nasuprot ekonomskih.

5 Za svaki od šest detektiranih okvira postavljena su pitanja na koja se, pri kvalitativnoj obradi članaka, odgovaralo s da i ne. Članci su, potom, kodirani za prisutnost nekoga od okvira, a snaga okvira ocjenjena je s ocjenom od 1 do 3. Dodatnu vrijednost snazi okvira davala je njegova prisutnost u opremi teksta odnosno u naslovu ili fotografiji.

4.1 Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno kvalitativnom i kvantitativnom metodom analize sadržaja. Uzorak analize određen je razdobljem od dva tjedna. Analizirani su članci objavljeni na temu izbjegličke krize od 16. do 22. rujna, prvog tjedna izbjegličke krize u Hrvatskoj te od 15. do 21. studenog, tjedna nakon terorističkih napada u Parizu (kako bi se kompariralo mijenjaju li se u hrvatskim medijima interpretacijski okviri izvještavanja o izbjeglicama uslijed izvanrednih svjetskih događaja).

Analizirano je ukupno 295 članaka objavljenih na portalu Index.hr i 202 članka objavljen na Tportalu te 112 članaka objavljenih u Jutarnjem listu i 93 članka objavljena u Večernjem listu, sveukupno 702 članka.

Analizirani su članci s oznakama (*tagovima*) izbjeglice i izbjeglička kriza na internetskim portalima te članci objavljeni na temu izbjegličke krize u dnevnim novinama. Unatoč tomu što se sampliranje samo prema ključnim riječima može činiti nedostatnim u analizi okvira, metodologija je odabrana zbog dostupnosti jedinica uzorka koje bi drugačije bilo teško prikupiti u tolikom broju i s takvom preciznošću. Tagovi i ključne riječi su metoda koja omogućava izdvajanje tekstova na određenu temu u uvjetima medijske hiperprodukcije, na čemu se temelji usluga *press clippinga*, učinkovita metoda selekcije članaka.

Istraživačka pitanja bila su: Jesu li izbjeglice u većini članaka u prvom tjednu prikazane kroz pozitivan okvir, odnosno kao žrtve? Postoje li odstupanja u izvještavanju o izbjeglicama između prvog i drugog promatranog tjedna? Je li Hrvatska u većini tekstova prikazana kroz okvir humanosti i prijateljstva?

Na temelju pitanja, postavljene su sljedeće hipoteze:

H1: U prvom promatranom tjednu izbjeglice su u većini članaka prikazane kao žrtve.

H2: U drugom promatranom tjednu veći je broj članaka koji izbjeglice prikazuju kao prijatniju u odnosu na prvi tjedan.

H3: Hrvatska je u većini članaka, u oba promatrana tjedna, prikazana kroz pozitivan okvir, odnosno u kontekstu humanosti.

Matrica istraživanja

U prvoj fazi istraživanja nastojalo se utvrditi o kakvim interpretacijskim okvirima se radi te mijenjaju li se uslijed izvanrednih događanja.

U drugoj fazi istraživanja analizirana je učestalost korištenja determiniranih interpretacijskih okvira – *frameova* korištenjem metode kvantitativne analize.

Svakome od detektiranih okvira dodan je njemu suprotstavljeni okvir (*frame*):

- IZBJEGLICE: pozitivan *frame* – žrtve; negativan *frame* – prijatnja
- HRVATSKA: pozitivan *frame* – humana/prijateljska; negativan *frame* – neprijateljska.

U kontekstu izvještavanja o izbjeglicama prisutnost *framinga* u člancima bilježena je ovisno o tome sadržavaju li u naslovu, nadnaslovu, tekstu ili foto, odnosno videopremi elemente opaženih okvira. Člancima u kojima je prisutan tzv. *pozitivan frame* označeni su oni u kojima su korišteni emocionalno snažni vizuali – fotografije djece, ljudi treće životne dobi, u tekstu je prisutna viktimizacija izbjeglica dirljivim, osobnim pričama i slično.

U kontekstu izvještavanja o hrvatskom pristupu izbjegličkoj krizi prisutnost tzv. *pozitivnog framinga* u člancima, bilježena je ovisno o tome ističu li naslovom, tekstem i opremom prijateljski, humani pristup Hrvatske, sadržavaju li spomenutu sintagmu ili donose osobne priče Hrvata koji pomažu izbjeglicama i slično.

Kao indikatori *negativnog framinga* u kontekstu izvještavanja o hrvatskom pristupu izbjegličkoj krizi prepoznati su isticanje potrebe za promjenom hrvatske „humane“ politike prema izbjeglicama, komentari o potrebi za osiguravanjem granice, članci s izjavama političara konzervativne desnice i slično.

Zbog uočenog odstupanja u usklađenosti opreme i sadržaja teksta te dodatne vrijednosti koju kao alati *framinga* nose naslovi i fotografije, prisutnost *framinga* bilježena je odvojeno u tri elementa članaka: tekstu, foto i videoopremi i naslovu.

Članci u kojima nije bilo moguće odrediti obilježja *framinga*, odnosno koji su pisani deskriptivno, bilježeni su kao neutralni. Na dvama promatranim internetskim informativnim portalima posrijedi su uglavnom preuzete agencijske vijesti s informacijama o broju i kretanjima izbjeglica, odnosno migranata, informacije vezane uz njihov prijevoz i prihvaćanje te tekstovi o stanju na prometnicama obilježeni oznakom (*tagom*) izbjeglička kriza.

Primjer članaka obilježenih kao neutralnih su tekstovi s naslovima: Četiri tisuće migranata prešlo grčko-makedonsku granicu⁶, U Hrvatsku u 24 sata ušlo gotovo osam i pol tisuća migranta⁷, Prihvatilište u Čepinu se puni, Osijek se priprema za prihvata⁸, U Sloveniju ušlo 2500 izbjeglica, većina njih popisana⁹.

Većina članaka obilježenih neutralnima u analiziranim dnevnim novinama, Jutarnjem listu i Večernjem listu, tekstovi su o broju i kretanjima izbjeglica, odnosno migranata, informacijama o stanju u prihvatilištima, statistički podaci vezani uz izbjeglice, odnosno migrante te članci na temu zakonske regulative vezane uz pitanja tražitelja međunarodne zaštite.

Primjeri takvih članaka tekstovi su sa sljedećim naslovima: 20 milijuna izbjeglica želi u EU (18.9. Jutarnji list), Što treba Hrvatska tražiti od EU (19.9. Jutarnji list), Nejedinstvo EU je veći problem od izbjeglica (22.9. Jutarnji list), Berlin: Neka izbjeglicama pomognu i SAD i Arapi (16.9. Večernji list), Hrvatska zatvorila sedam graničnih prijelaza sa Srbijom (18.9. Večernji list).

4.2 Rezultati istraživanja

Polazište istraživanja bilo je uočavanje ponavljanja fotografija ranjivih skupina, žena i djece, senzacionalistički naslovi i članci o osobnim pričama izbjeglica koji ih prikazuju kao žrtve te su pozitivno intonirani. Uočeno je ponavljanje u izvještavanju o hrvatskom tretmanu krize naglašavanjem hrvatskog prijateljskog i humanitarnog pristupa i ponavljanjem termina „humana Hrvatska“. Uočen je i veći broj članaka o Mađarskoj i Sloveniji kroz okvir neprijateljskog tretmana izbjeglica, fotografija bodljikave žice te policijskih sukoba s izbjeglicama. Zaključeno je kako u člancima postoje mehanizmi *framinga*.

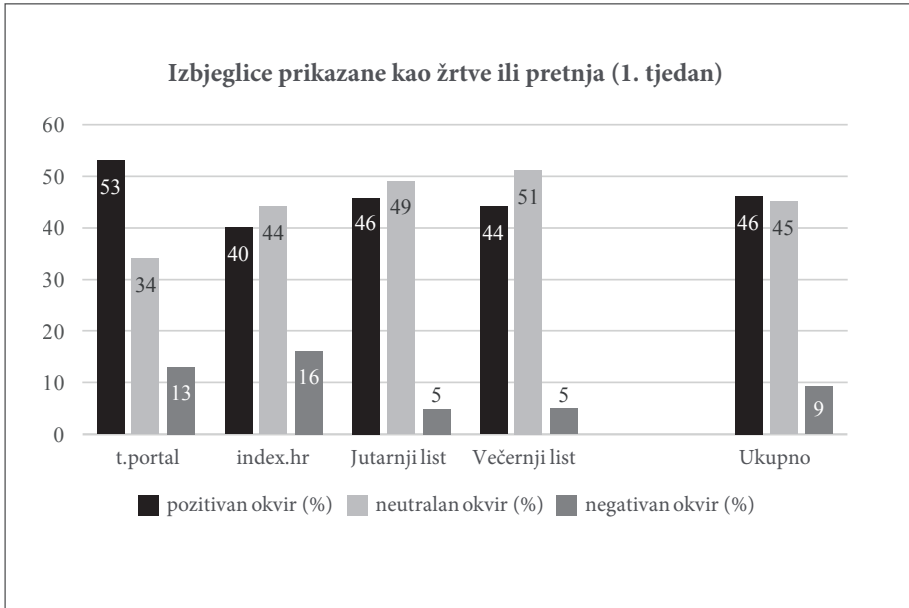
6 Preuzeto s: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/cetiri-tisuce-migranata-preslo-grcko-makedonsku-granicu-20151120> (20.12.2015.)

7 Preuzeto s: <http://www.tportal.hr/vijesti/hrvatska/404904/U-Hrvatsku-u-24-sata-uslo-gotovo-osam-i-pol-tisuca-migranta.html> (16.11.2015)

8 Preuzeto s: <http://www.tportal.hr/vijesti/hrvatska/396912/Prihvatilište-u-Cepinu-se-puni-Osijek-se-priprema-za-prihvat.html> (17.09.2015)

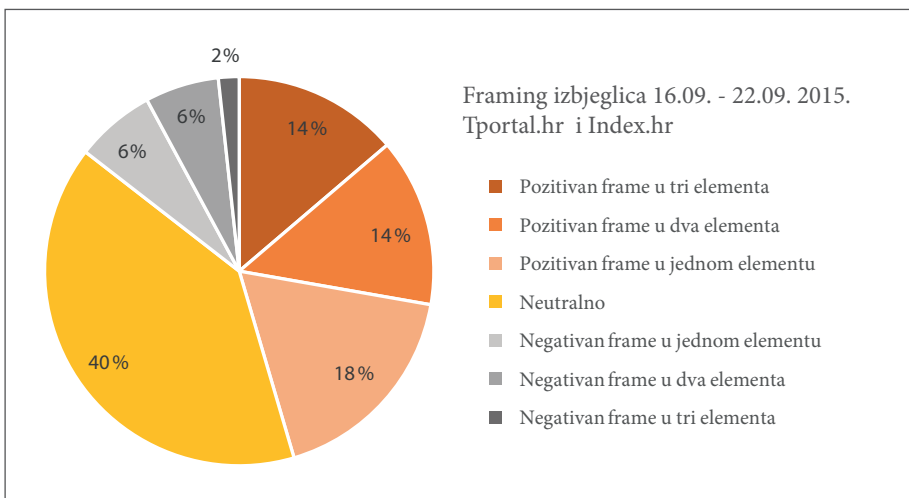
9 Preuzeto s: <http://www.index.hr/vijesti/clanak/u-sloveniju-uslo-2500-izbjeglica-vecina-njih-popisana/843082.aspx> (20.09.2015)

Slika 1. Prikaz izbjeglica u kontekstu žrtava ili prijetnje



Slika 1. u postotku prikazuje zbirni rezultat sva četiri istraživana medija, u tjednu u kojemu je objavljeno ukupno 606 članaka. S obzirom na brojnost objava, naročito u elektroničkim portalima, ne iznenađuju postoci „neutralnih“ vijesti, koje često čine agencijske vijesti i kratki izvještaji. Međutim, čak 46 % analiziranih tekstova prikazuje prisutnost okvira u kojemu se izbjeglice prikazuju kao žrtve.

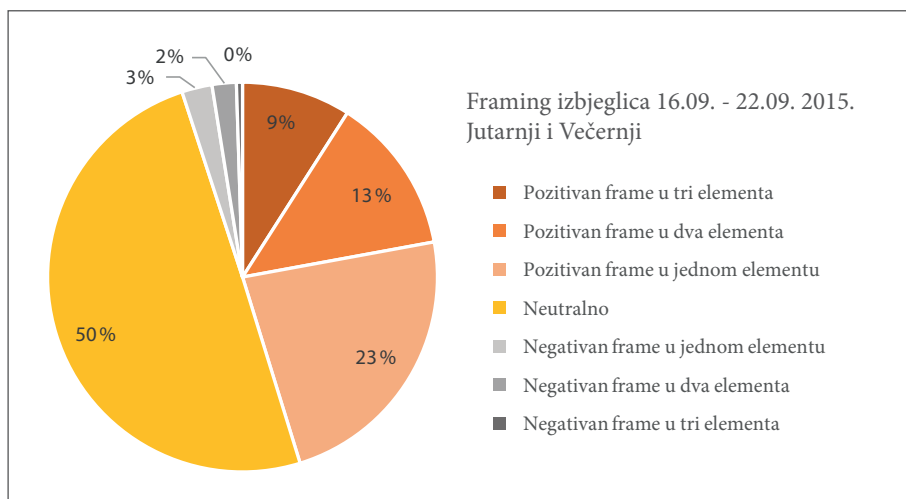
Slika 2. Prikaz izbjeglica u kontekstu žrtava ili prijetnje u istraženim elektroničkim medijima



Prisutnost *framinga* bilježena odvojeno u tri elementa članka: tekstu, foto ili videoopremi i naslovu za Tportal.hr i Index.hr ukazuje na visokih 46 % prikaza izbjeglica u okvirima žrtvi, dok tiskovni mediji (Slika 3.) imaju također visokih 45 %, ali očekivano imaju veću količinu neutralnih objava.

Time je testirana i dokazana prva hipoteza da su u prvom promatranom tjednu izbjeglice u većini članaka prikazane kao žrtve.

Slika 3. Prikaz izbjeglica u kontekstu žrtava ili prijete u istraženim tiskovnim medijima



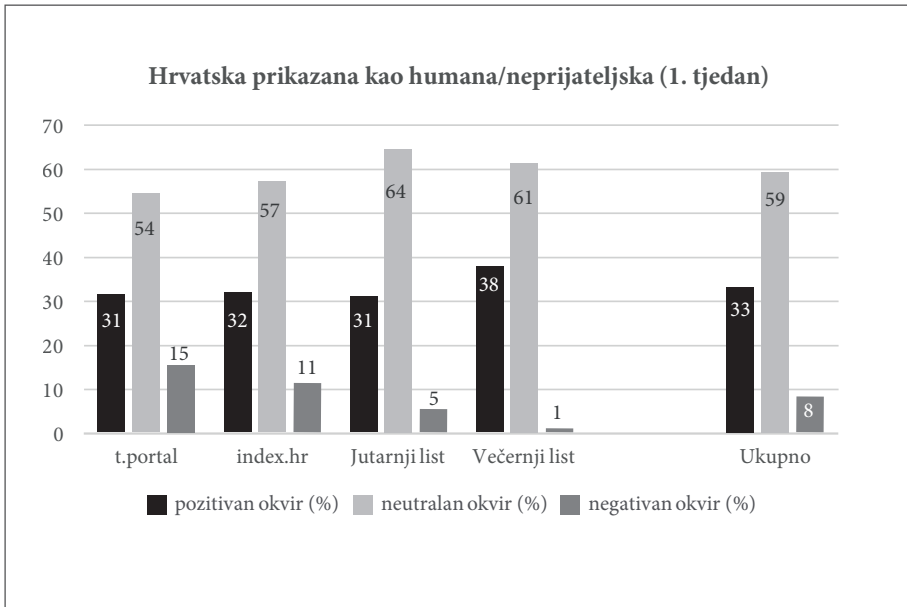
U prvom tjednu ulaska izbjeglica u Hrvatsku uočeni su obrasci u medijskom izvještavanju, primjerice isticanje humanosti te prikaz susjednih zemalja kao neopravdano neprijateljskih prema izbjeglicama. Primjer takvih objava su članci s naslovima: „Mađarski policajci hranili izbjeglice kao životinje“¹⁰; „Slovenska policija pendrecima i 'pepper sprayem' smirivala izbjeglice!“¹¹, „Zašto je Europa pala na ispitu humanosti?“¹².

10 Preuzeto s: <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/video-madarski-policajci-hranili-izbjeglice-kao-zivotinje> (12.11.2015.)

11 Preuzeto s: <http://www.vijesti.rtl.hr/novosti/1796827/slovenska-policija-pendrecima-i-pepper-sprayem-smirivala-izbjeglice/> (12.11.2015.)

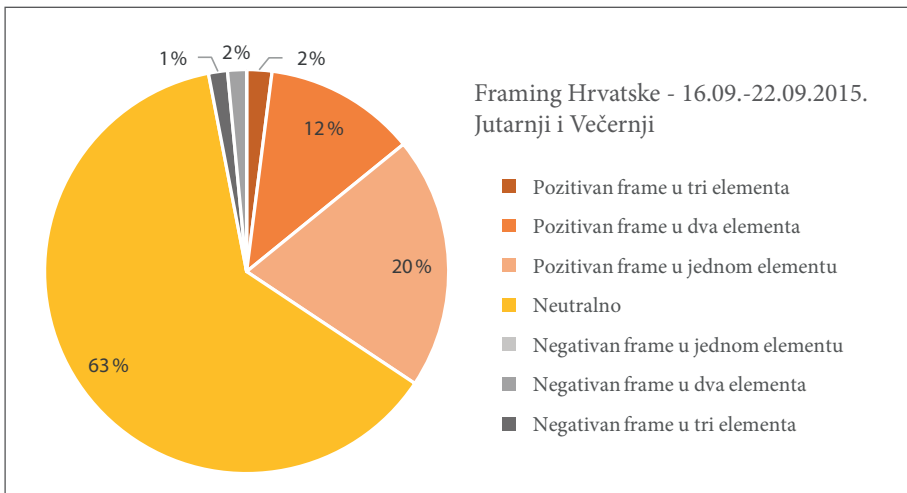
12 Preuzeto s: <http://www.tportal.hr/vijesti/svijet/397099/Zasto-je-Europa-pala-na-ispitu-humanosti.html> (13.11.2015.)

Slika 4. Prikaz Hrvatske kao humane ili neprijateljske prema izbjeglicama



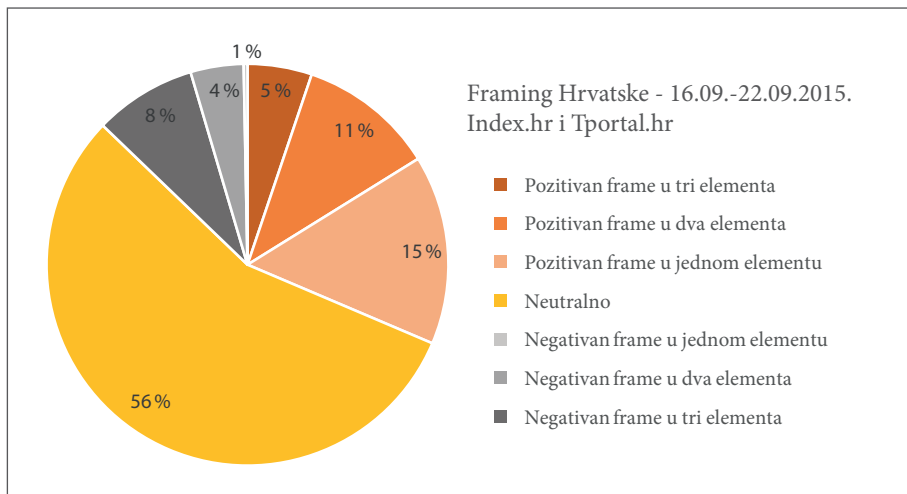
Iako je većina od 59 % objavljenih tekstova neutralnoga karaktera, visokih 33 % tekstova gotovo „navijački“ ističe humanost u postupanju s izbjeglicama, katkada čak ističući svojevrsni nacionalni ponos. Detaljniji prikazi analize vidljivi su u slikama 5. i 6.

Slika 5. Prikaz Hrvatske kao humane ili neprijateljske prema izbjeglicama u tiskovnim medijima



Na detaljnim prikazima vidljiva je dominacija neutralnih objava, a uokviravanje je nešto prisutnije u promatranim tiskovnim medijima.

Slika 6. Prikaz Hrvatske kao humane ili neprijateljske prema izbjeglicama u elektroničkim medijima



Članci katkada „prozivaju“ djelovanja policijskih snaga u susjednim državama, što ilustrira tekst iz Indeksa pod naslovom „Mađarska policija odvaja djecu od obitelji“¹³. U kontrastu se nerijetko prikazuju upravo hrvatski policajci, primjerice: „Hrvatski policajci izbjeglicama: Ne bojte se, sve će biti u redu“¹⁴ ili „U Opatovcu nikad više ljudi, policajci sami presvlače djecu“¹⁵. S obzirom da su u kontaktu s izbjeglicama tada bili gotovo samo policajci i novinari, bilo je i tekstova u kojima su i oni spomenuti. U članku u Večernjem listu od 16. 9. 2015. pod naslovom „Dirljiv prizor: Ovako hrvatski novinari postupaju s izbjeglicama“¹⁶ stoji i rečenica: „Za razliku od potresnih snimki s mađarske granice koje su prije nekoliko dana šokirale svijet, a na kojima snimateljica udara i podmeće nogu sirijskim izbjeglicama, hrvatski novinari postupaju upravo suprotno.“

Navedeni rezultati potvrđuju početnu pretpostavku da su u prvom promatranom tjednu izbjeglice u većini članaka prikazane kao žrtve, a Hrvatska je u većini članaka prikazana neutralno, iako je uočljiv pozitivan okvir, odnosno kontekst humanosti.

Sljedeći period analize je gotovo dva mjeseca nakon ulaska izbjeglica u Hrvatsku. Odabran je tjedan nakon terorističkih napada na glavni grad Francuske i kada se aktualiziraju teme o migrantima i izbjeglicama koji se nalaze u Europi.

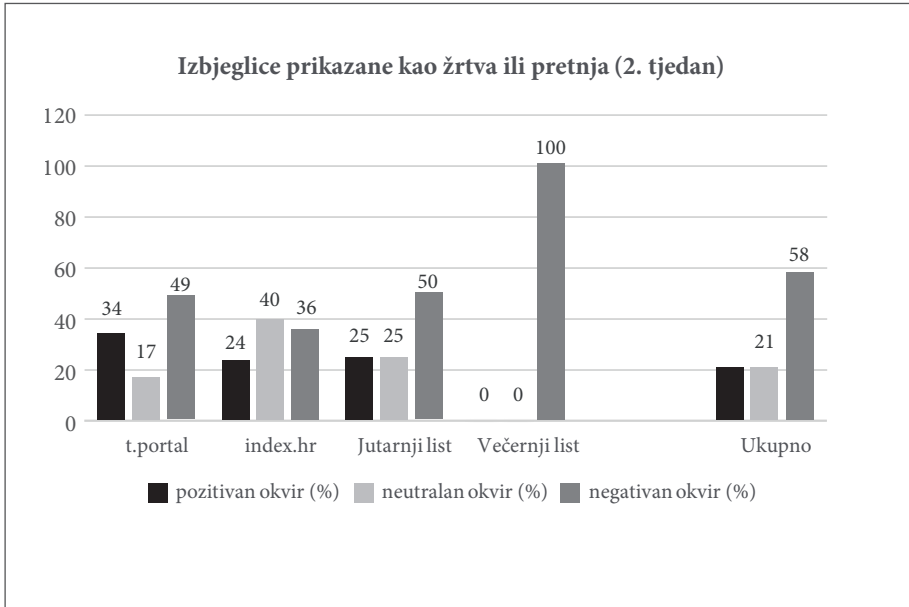
13 Preuzeto s: <http://www.index.hr/vijesti/clanak/madarska-policija-odvaja-djecu-od-obitelji/842454.aspx> (15.11.2015).

14 Preuzeto s: <http://www.glas-slavonije.hr/280006/1/Hrvatski-policajci-izbjeglicama-Ne-bojte-se-sve-ce-bitu-redu> (15.11.2015.)

15 Preuzeto s: <http://hr.n1info.com/a79655/Vijesti/U-Opatovcu-nikad-vise-ljudi-policajci-sami-presvlače-djecu.html> (15.11.2015.)

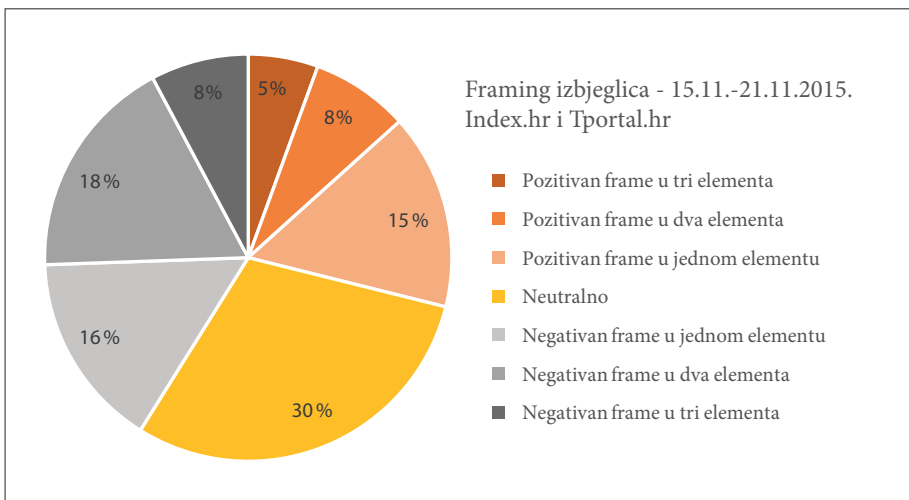
16 Preuzeto s: <http://www.vecernji.hr/hrvatska/dirljiv-prizor-ovako-hrvatski-novinari-postupaju-s-izbjeglicama-1025088> (15.11.2015.)

Slika 7. Prikaz izbjeglica u kontekstu žrtva ili prijetnje u drugom promatranom tjednu

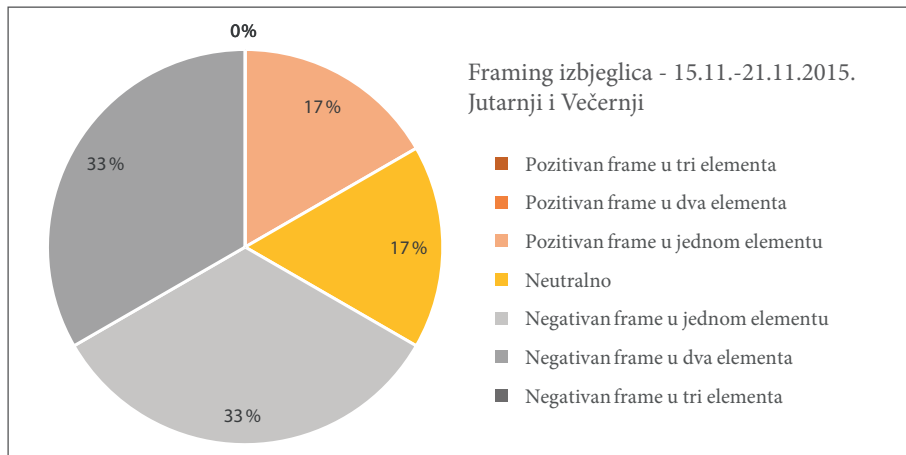


Drugi promatrani tjedan donosi osjetnu razliku u načinu izvještavanja te se sada može uočiti dominacija negativnog okvira, odnosno prikaza izbjeglica kao prijetnje: 58 % u odnosu na 9 % u tjednu ulaska izbjeglica u Hrvatsku. Zanimljiva je promjena i u količini neutralnih tekstova: sada ih je tek 21 %, u odnosu na početnih 45 %.

Slika 8. Prikaz izbjeglica u kontekstu žrtva ili prijetnje u drugom promatranom tjednu u elektroničkim medijima



Slika 9. Prikaz izbjeglica u kontekstu žrtava ili prijetnje u drugom promatranom tjednu u tiskovnim medijima

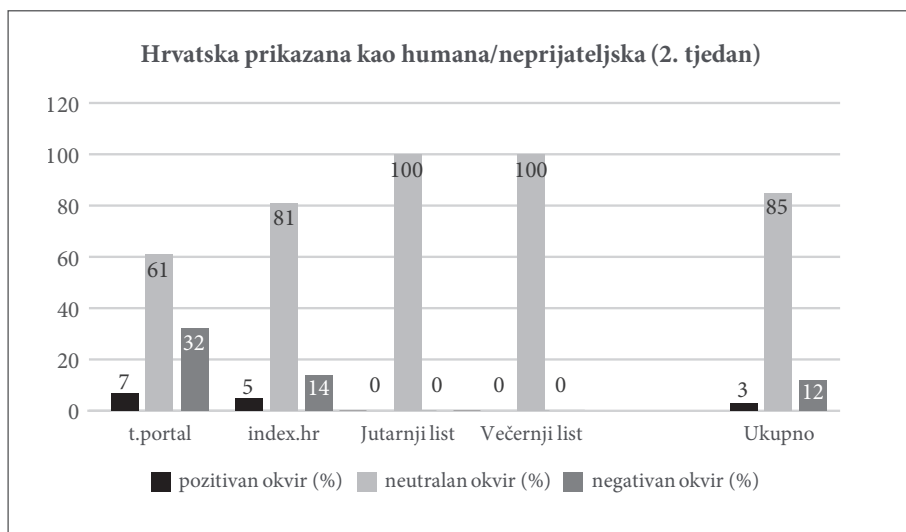


U drugom promatranom tjednu znatno je manji broj objava na temu izbjeglica, Večernji i Jutarnji list imali su ukupno tek šest objava, a portali 90 (Index.hr 50, Tportal.hr 40 članaka). U Jutarnjem listu objavljena su samo četiri članka. U dva članka uočeni su elementi negativnog *framinga*, izbjeglice su prikazane u kontekstu prijetnje sigurnosti, jedan je članak neutralan, a jedan sadrži elemente pozitivnog *framinga*.

Rezultati potvrđuju H2: U drugom promatranom tjednu veći je broj članaka koji izbjeglice prikazuju kao prijetnju u odnosu na prvi tjedan.

Slika 10. Prikaz Hrvatske kao humane ili neprijateljske prema izbjeglicama

Iz Slike 10. vidljiva je dominacija neutralnih objava, koje su sada svedene na agencijske vijesti, s obzirom da je fokus izvještavanja prebačen na teroristički napad i političke događaje koji su uslijedili nakon njega.



4.3 Rasprava

Razumijemo li postavljanje okvira kao novinarski alat kojim se naglašava i pažnja repetitivno skreće na jedan aspekt događaja (Kunczik, Zipfel, 2006), istraživanje je ukazalo na postojanje *framinga* na istraživanim medijima. Isto tako se može smatrati da su dokazane sljedeće hipoteze: U prvom promatranom tjednu izbjeglice su u većini članaka prikazane kao žrtve (46 %). U drugom promatranom tjednu raste broj članaka koji izbjeglice prikazuju kao prijetnju u odnosu na prvi tjedan. Hrvatska je u većini članaka, u oba promatrana tjedna, prikazana kroz pozitivan okvir, odnosno u kontekstu humanosti jest hipoteza koja nije dokazana, jer je većina članaka neutralna, iako se u većem broju tekstova ističe i ponavlja hrvatska humana politika.

Uočeno je ponavljanje *framinga* izbjeglica kao žrtava kroz priče o dramatičnim sudbinama, fotografije male djece, isticanje senzacionalističkih naslova u člancima, repetitivno isticanje humanitarnog pristupa Hrvatske u rješavanju izbjegličke krize korištenjem fotografija te isticanjem termina 'humanost' u kontekstu Hrvatske. Analiza je pokazala da se u brojnim tekstovima Mađarska i Slovenija spominju u kontekstu neprijateljskih stavova prema izbjeglicama te kao suprotnosti hrvatskoj humanitarnoj politici.

U prvome promatranom tjednu, na temu izbjeglica, objavljeno je 606 tekstova. Izbjeglice su u njima najčešće prikazane kao žrtve i to: 53 % na T.portalu, 40 % na Indexu, 46 % u Jutarnjem listu i 44 % u Večernjem listu; ukupno u 46 % tekstova, za razliku od devet posto tekstova koji izbjeglice prikazuju kao prijetnju.

U okviru humanog postupanja Hrvatske, dominantan je pozitivan pristup s 33 %, dok je negativnih tek osam posto. Ostali tekstovi neutralnoga su karaktera i ne može im se pripisati uokviravanje.

Iako je istraživanje ograničenoga karaktera, a rezultati tek indikativni, može se uočiti da su istraživani hrvatski (*mainstream*) mediji u tjednu masovnog ulaska izbjeglica u Hrvatsku koristili okvire ljudskog interesa, morala i odgovornosti.

U tekstovima su se često mogli uočiti apeli na humanitarno djelovanje te prozivanje oportunitizma. Primjer su naslovi: „Humanost na djelu: Lejla i volonteri su za izbjeglice skupili dva kamiona robe, prikupljaju još, organiziraju i koncert: Evo kako i vi možete pomoći!“¹⁷; te „Mafijaši uzmu 1850 eura za mjesto u gumenjaku“¹⁸. Često su se mediji pozivali na iskustva koja su se dogodila za vrijeme Domovinskog rata. Primjer takvog teksta je naslov: "Takav napaćeni izraz lica imale su i izbjeglice iz Davora 1990-ih"¹⁹ u kojemu piše: „Gledaju u tebe kao da te ne vide. Ispaćeni su, izmoredni, beznadni, ne znaju kamo idu. Sve je isto kao 90-ih, nema razlike – započinje ovaj vozač iz Andrijaševaca, koji u vinkovačkom Poletu radi od 1988.“

Možda neprepoznatljiviji okvir bio je urednički odabir fotografija djece, primjerice članak u Večernjem listu: „Humanitarna kriza: U izbjegličkim kolonama su deseci djece bez roditelja“²⁰, u kojem dominira fotografija triju uplakanih djevojčica koje stoje same u gužvi te „Fotografija koja je dirnula svijet: Otac i kći bježe u bolji život“²¹, s fotografijom oca koji u naručju drži uplakanu kćer. Analiza uredničke opreme s naglaskom na selekciju fotografija i ilustracija katkada kao da prikazuje svojevršno „zauzimanje stava“ pojedinih medija i može se promatrati kao tehnika kojom se postižu učinci okvira, poput metafora, povijesnih primjera, slogana, opisa i vizualnih slika, koje definira Street (2003).

17 Preuzeto s: <http://www.jutarnji.hr/svatko-moze-pomoci-izbjeglicama--dijelimo-humanitarnu-pomoc-na-terenu--organiziramo-koncert-u-zagrebu-/1415700/> (15.11.2015.)

18 Preuzeto s: <http://www.vecernji.hr/svijet/mafijasi-uzmu-1850-eura-za-mjesto-u-gumenjaku-1021186> (15.11.2015.)

19 Preuzeto s: <http://www.vecernji.hr/hrvatska/marko-keser-takav-napaceni-izraz-lica-imale-su-i-izbjeglice-iz-davora-1990-ih-1025418> (15.11.2015.)

20 Preuzeto s: <http://www.vecernji.hr/hrvatska/u-izbjeglickim-kolonama-u-makedoniji-su-deseci-djece-bez-roditelja-1020671> (15.11.2015.)

21 Preuzeto s: <http://www.vecernji.hr/svijet/fotografija-koja-je-dirnula-svijet-otac-i-kci-bjeze-u-bolji-zivot-1024206> (15.11.2015.)

U kontekstu portretiranja izbjeglica uočeno je ponavljanje emocionalno snažnih vizuala - fotografija ranjivih skupina, žena i djece, senzacionalizam u naslovima te članci o osobnim, tužnim životnim pričama izbjeglica. U dijelu članaka o izbjeglicama se pisalo kao sigurnosnoj prijetnji. Prva faza istraživanja pokazala je da možemo govoriti o dva suprotstavljena interpretacijska okvira (*framea*): žrtve, odnosno prijetnja.

U kontekstu izvještavanja o hrvatskom pristupu rješavanju krize uočeno je ponavljanje sintagme 'humana Hrvatska' i naglašavanje hrvatskog prijateljskog, humanog pristupa, suprotstavljenog *orbanovskoj*, neprijateljskoj politici. U kontekstu izvještavanja o tretmanu izbjegličke krize u susjednim zemljama uočeno je ponavljanje sintagme *orbanovska politika* kao sinonima za mađarski neprijateljski pristup, članci opremljeni fotografijama bodljikave žice te policijskih sukoba s izbjeglicama. Uočen je značajan broj negativno intoniranih članaka o mađarskom i slovenskom tretmanu izbjegličke krize.

Kada govori o isticanju pojedinih dijelova informacija, Entman (1993) pojašnjava kako se one medijski smještaju tako da se bolje zapaze i da su pamtljive te da se ponavljaju, a to primateljima informacije može biti teško zapaziti, interpretirati ili zapamtiti zbog njihovog postojećeg mentalnog sklopa (stereotipa).

S obzirom na nereprezentativnost ovoga pregleda, potrebno je možda nametnuti i pitanje koje si i Van Gorp postavlja u svom istraživanju *framinga* belgijskih azilantata: je li okvir objektivno uočljiva karakteristika medijskih izvještaja koje kreiraju novinari ili heuristički alat konstruiran od strane analitičara *framinga* i nametnut medijskim pričama.

5. Zaključak

Iznesena teorija, prethodna istraživanja teme i provedena analiza sadržaja mogu djelomično sugerirati korelaciju uokviravanja medijskih izvještavanja i javno mnijenje o navedenoj temi. Vezano uz raniju definiciju *agenda settinga* prema kojoj mediji ne kazuju ljudima što će misliti, ali selekcijom sugeriraju na što će misliti, teorija uokviravanja ide još korak dalje te govori da samim načinom prezentacije događaja i isticanja određenih aspekata stvarnosti ipak utječe na percepciju događaja, a posljedično i na javno mnijenje.

To je bio i razlog i motivacija izrade ovoga rada, promatranja i osjećaja „klime“ koja je u Hrvatskoj nastajala prilikom historijskog vala izbjeglica u Europi. S obzirom na tradicionalnost hrvatskog društva te hermetičnost, niski stupanj obrazovanosti stanovništva, izrazitu vjersku pripadnost²² i češćim konzervativnim političkim opcijama na vlasti, bio je moguć rast straha od nepoznatih „drugih“. Dojam je da je ovaj strah izostao, čemu razlog može biti djelomično i umjereno medijsko izvještavanje uz okvir viktimizacije, a ne prijetnje. Rezultati istraživanja, koji su tek indikativni, sugeriraju da su migranti prikazivani kao žrtve, a ne prijetnja te medijskim odabirom aspekata događaja koji su prezentirali u javnosti moglo je doći do ovakve percepcije imigranata. Je li tome uistinu tako trebalo bi provjeriti detaljnijim analizama medijskog sadržaja i diskursa, a istraživanjem javnoga mnijenja provjeriti korelaciju stavova javnosti i medijskih poruka.

Rezultati su potvrdili prvu i drugu hipotezu. Emocionalno snažnim vizualima i isticanjem toplih ljudskih priča u prvom tjednu prevladavaju pozitivno intonirani članci o izbjeglicama. Iako nepovezan s izbjegličkom problematikom, teroristički napad u Parizu, utjecao je na veću zastupljenost negativnog okvira. Treća hipoteza nije potvrđena. Iako se u većem broju tekstova ističe i ponavlja hrvatska humana politika, većina članaka, na oba portala, je neutralna. Istraživanje je potvrdilo postojanje *framinga* u izvještavanju o izbjegličkoj krizi i izvanrednom događaju kao faktorom bitnom za promjene referentnog okvira.

22 Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine, Državni zavod za statistiku. Dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_12/H01_01_12.html (25.4.2016.)

Kao što brojni autori sugeriraju, koncept interpretativnog okvira teško je odvojiti iz bilo koje društvene sfere pa tako i novinarstva. *Framing* u novinarskim formama nije uvijek rezultat promišljenih akcija, pristranosti i pomno isplaniranih strategija, već je često odraz vrijednosnog sustava novinara i urednika te, kao takav, ostaje vječnom preprekom takozvanog objektivnog izvještavanja. Čak i s gledišta etike i morala, opravdana pozadina iza nastanka pojedinih okvira, kao što je to uočeno u ovom razmatranju izvještavanja o izbjeglicama, nužno određuje dijelove stvarnosti i, u teoriji, može utjecati na stavove javnosti.

Bibliografija

- Anić, V., Goldstein, I. (2000): *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Novi liber
- Dan, V., Ihlen, Ø. (2011): Framing expertise: a cross-cultural analysis of success in framing contests, *Journal of Communication Management*, 15 (4): 368-388
- 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
- Entman, R.M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, 43(4): 51-58
- Grbeša, M. (2013): Framing the President: Newspaper Coverage of Milan Bandić and Ivo Josipović, *Politička misao*, 49 (5): 87-113
- Goldberger, G. (2004): Portrayal of Immigrants in Newsmagazines, *Migracijske i etničke teme*, 20: 7-27
- Kunczik, M. i Astrid Zipfel (2006): *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert
- Lecheler, S., Bos, L., Vliegenthart, R. (2015): The Mediating Role of Emotions: News Framing Effects on Opinions About Immigration, *Journalism&Mass Communication Quarterly*, 92 (4): 812-838
- Maletić, F. (2014): Medijska pismenost. U: Malović, S., ur. (2014): *Masovno komuniciranje*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever
- Malović, S. (2005): *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga
- McNair, B. (2003): *Uvod u političku komunikaciju*. Zagreb: Politička misao
- Meriläinen, N., Vos, M. (2013): Framing issues in the public debate: the case of human rights, *Corporate Communications: An Internal Journal*, 18 (1): 119-134
- Peruško, Z., ur (2011): *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo
- Scheufele, B. (2014). Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique, *Communications*, 29: 401-428
- Street, J. (2003): *Masovni mediji, politika i demokracija*. Zagreb: Politička misao

Media coverage and framing analysis of the refugee crisis in Croatia

MARIJA SLIJEPČEVIĆ

VERN^U University of Applied Science

marija.slijepcevic@vern.hr

SANJA FLIGIĆ

fligicsanja@gmail.com

In 2015, the media space was dominated by the refugee and migrant crisis. Media framing, selection and the emphasis of the certain aspects of perceived reality shape the reporting style that can impact public perception. Although research that quantifies public attitude on the immigration topics exists, seldom papers focus on the media content. The goal of this paper is to examine presence of interpretative frames in the migrant crisis media coverage in Croatia, on a sample of 702 articles from four Croatian media. In regard to the observed patterns in the media coverage (repetitive photography of the vulnerable groups, migrant's personal stories, Croatian friendly and humanitarian approach emphasis) research questions were set: was there a dominant positive frame of the migrants as victims; was Croatia dominantly positively framed as friendly and humanitarian; were there any discrepancies in the coverage due to external factors.

Keywords: frame, framing, refugees, migrants, content analysis