

ЗОРАН Б. ЈЕВТОВИЋ*

Филозофски факултет

Ниш

ПРЕДРАГ Ђ. БАЈИЋ**

Факултет политичких наука

Београд

УДК 314.15:316.776(497.11)

Оригиналан научни рад

Примљен: 15.08.2017

Одобен: 05.09.2017

Страна: 221-239

ПРОМЕНА КОМУНИКАЦИОНЕ ПАРАДИГМЕ У ИЗВЕШТАВАЊУ О МИГРАНТИМА У ДНЕВНОЈ ШТАМПИ СРБИЈЕ

Сажетак: Кроз квантитативну и квалитативну анализу садржаја насловних страна дневних новина које су излазиле у континуитету током 2015, 2016. и првог квартала 2017. године (Политика, Данас, Вечерње новости, Блиц, Курир, Информер и Ало), аутори трагају за карактеристичним наративима који се користе у приказивању мигрантске кризе. Компарација је важна због промене дискурса, јер се на тај начин уочава политичко опредељење власти, али и степен прихватања од стране других релевантних чинилаца. За разлику од првобитног извештавања, које је потенцирало хуману и безбедносну димензију миграција, већ од почетка пролећа 2016. уочава се смањење интензитета писања о овој теми. Такође, од почетка те године се уочава и блага квалитативна промена наратива у којима се акценат чешће ставља на могућност трајнијег задржавања миграната на овим просторима, уз подршку Европске уније, што се анализира и кроз економски аспект, као и могућност спречавања демографског колапса насељавањем избеглица. За разлику од таблоида, који упорно форсирају сензационализам, ксенофобију и страх од исламског радикализма, озбиљна штампа промовише хумани аспект кризе. Иако сами мигранти не деле такву оријентацију, из европских држава стижу поруке о попуњености смештајних капацитета и плановима да се њихов прилив додатно контролише, при чему су земље на тзв. Балканској рути под све већим притиском.

Кључне речи: мигранти, дневна штампа, наративи, пропаганда, промена свести, јавно мњење

Са процесима модернизације, урбанизације и глобализације број избеглица широм света свакодневно расте, при чему перманентне кризе и сукобљавања утичу да се овај процес незаустављиво развија. Криза је драматично најављена „арапским пролећем“ 2011. године, када је непрегледна колона избеглица са ширег простора Блиског истока (Сирија, Ирак, Јемен), Северне и

* zoran.jevtovic@filfak.ni.ac.rs

** predrag.bajic@sbb.rs

централне Африке (Либија, Еритреја, Сомалија, Судан, Нигерија) и централне и јужне Азије (Авганистан, Пакистан, Бангладеш) кренула ка Европи у осам праваца, од којих је један од стратешки важнијих ишао преко Балкана и Србије, која ће у даљем раду бити предмет посебног интересовања.¹ Током 2013. године њихов број на планети достигао је 214 милиона, већ наредне године 244 милиона, а крајем 2015. премашио четврт милијарде. Статистички подаци често не показују дубину проблема, па податак да у укупној популацији мигранти чине тек 3,3% светског становништва на први поглед не пружа реалну слику. Међутим, ако се зна да је у Европи њихов број премашио десет одсто разлога за размишљање има, пошто то значи да је сваки десети становник стигао са неког од других делова планете, доприносећи да се промени и религијска и етничка мапа. На пример, Немачка данас има скоро 10 милиона житеља исламског порекла, Француска близу осам, Шпанија преко шест милиона...

Приливи нису исти у свакој европској држави, па може да се говори о различитом интензитету безбедносних изазова чланица Европске уније. Постоје и подаци да се међу придошлицама налази значајан број „успаваних“ терориста или њихових симпатизера, а терористички акти који су се догодили последњих година говоре да то није искључив проблем актуелне мигрантске кризе, већ да је, напротив, много сложенији.² Према изворима француског листа *Le Journal de Dimanche*, радикализованих исламских фанатика у овој држави је око 15 хиљада, од којих се барем четири хиљаде третирају као елементи великог терористичког ризика. Подаци британских обавештајних служби, које наводи *The Times*, показују да их у овој чланици ЕУ има око 23 хиљаде. Белгијске дневне новине *Le Soir* пишу како је у овој држави под надзором 19 хиљада особа које су регистроване као могући радикализовани елементи. У Немачкој, ажурирани подаци Службе за заштиту Устава говоре о десет хиљада потенцијалних цихадиста.³ Када анализирамо безбедносну ситуацију уочавамо да су земље које су биле најизложеније терористичким нападима управо Велика Британија, Француска, Немачка, Шпанија и Белгија. Другим речима, у чланицама ЕУ у којима не постоји критична маса (барем хиљаду организованих истомишљеника) мање су шансе за избијање нереда или насилних акција.

Анализирајући геополитичке процесе, климатске промене, енергетске конфликти и војно-безбедносне сукобе, са значајном извесношћу се може предвидети трајније задржавање и интеграција миграната на европским просторима, што дугорочним плановима обухвата и Србију, мада се о томе у нашој јавности недовољно говори. Трансконтиненталне миграције су у последњих неколико година дотакле и нашу земљу, при чему се са протоком времена све

¹ Под *Балканском рутом* подразумевамо географску путању која повезује Грчку, Македонију, Бугарску, Србију и Хрватску, а даље Мађарску и чланице Европске уније и која је због јефтиноће, безбедности и близине најпопуларнија за мигранте из Азије и Африке.

² Према подацима европске полицијске агенције *Европол*, током 2015. године у Европи је извршено 211 терористичких напада, од којих је већина од стране цихадиста. Због повезаности са тзв. Исламском државом ухапшено је 687 људи, од чега је на суду кривица доказана за 94%.

³Извор: <http://www.lanuovabq.it/it/articoli-gli-eserciti-jihadisti-in-europa-occidentale-20361.htm>. Посећено 05.08.2017.

гласније чују и идеје о трајнијем задржавању миграната на овим просторима. Новија истраживања перцепције и ставова грађана Србије према интеграцији избегличке и мигрантске популације показују да се скоро половина становника противи било каквом трајнијем насељавању миграната (45,3%), док је удео оних који се противе насељавању у њиховој општини, али немају ништа против да се то ради у другим крајевима Србије, готово једна десетина (9,4%).⁴ Више од трећине испитаника (34,9%) је равнодушно, док 7,3% себе сматра заговорницима трајног насељавања миграната у Србији, а свега 3,2% нема ништа против да се мигранти населе на територији њихове општине. Потенцијални проблем видљив је у религијској припадности испитаника пошто је најснажније противљење било каквом трајном насељавању миграната забележено међу испитаницима православне вероисповести (47,1%), док је најмање противљење међу атеистима (16,7%) и муслиманима (25%). Интересантно је да две последње категорије представљају и највећи удео оних који су заговорници трајног насељавања миграната у Србији, иако међу анкетираним грађанима муслиманске вероисповести скоро нико од испитаника није био спреман да прихвати да се мигранти населе на територији њихове општине.

Страх и отпор домицилног становништва указује да мигранти имају хуман третман у разумевању за недаће које су их снашле, али не и подршку да се трајно населе на овим просторима, па се тек суптилнијом анализом медијског извештавања могу уочити трендови који указују на покушаје промене јавног мишљења. Иако је Балканска рута званично затворена статистика показује да је у Србији и даље свакодневно између четири и шест хиљада миграната, већином из Авганистана и Пакистана, док је мањи број из Сирије, Марока, Алжира или непосредно конфликтних подручја. Миграциони терет није равномерно распоређен, па тако земље које ни на који начин нису утицале на стварање сукоба у Ираку, Либији или Сирији трпе велике последице, при чему су и саме сиромашне или у великој финансијској кризи (Грчка, Македонија, Србија...). Због тога је за потребе овог рада тематизована мигрантска криза као европско демократско питање, далеко од изјава председника САД Доналда Трампа како муслиманима треба забранити улазак у ту земљу, али у складу са проблемом флуидног безбедносног омотача који се лако може поцепати и створити нове несагледиве конфликте. Отуда се разматра и могућност идеје потекле из неких западних центара да се одређене земље западног Балкана „претворе у акумулационо мигрантско језеро у које би се сливала река миграната, а који би потом били пропуштани у ЕУ сходно њеним могућностима и потребама.“⁵

Теоријски оквир поставили смо у комуникационој теорији о чуварима капија (*gatekeeping theory*) и успостављању дневног реда (*agenda setting theory*), а најлакше се уочава кроз моћ професионалних комуникатора да одабиром, конструисањем и рангирањем тема одређују и њихов друштвени значај.

⁴*Studija o izbeglicama*: Srbija 2016. [Vladimir Vuletić ... [et al.]. - Beograd : Fondacija Fridrih Ebert = Friedrich Ebert Stiftung, Grafolik, Beograd.

⁵ Више: Симеуновић, Д. (2015): „Миграције као узрок политичких аномалија у Европи“, *НБП*, Београд, бр. 1, стр. 1-18.

Штампа дисеминира читаоцима искључиво поруке којима врши обликовање и рецепцију њиховог мишљења, што значи да јој је приоритет когнитивно-рационални приступ којим утиче на начин њиховог размишљања, осећања и поступања. Теоријски, он је дефинисан кроз модел „медијског уоквиравања“, што је „процес у којем се тема приказује из одређеног угла, могуће и из више углова, а публика се позива да изведе одређене закључке“ (Џајлс, 2011: 159). „Оквир је конструисан комбинацијом различитих елемената медија“, па су тако, на примеру штампе, „основни елементи насловни блок, фотографије са или без потписа и основни текст чланка“ (Џајлс, 2011: 161).

Разликујући политику као процес одлучивања од политике као процеса представљања, аутори указују на постојање доминантних образаца у извештавању о мигрантској кризи, при чему се полази од тога да је медијска пажња смисао пропагандног утицаја. Наравно, не занемарује се емоционално-афективни приступ који у укупној семантичкој структури уме да прикрива више слојева значења. У фокусу анализе је тематизовање приступа мигрантској кризи, при чему се посебно разматрају континуитет и врста наратива, најчешће кроз међуоднос озбиљне и таблоидне штампе, као и постојања истраживачког новинарства које би вишедимензионално објаснило проблем и указало на могућа решења. Теоретичари скрећу пажњу да су процеси „обликовања и рецепције вербалних порука, независно од њихове значењске слојевитости, увек реверзибилни“,⁶ што значи да се у самом информативном процесу наративи мењају, али и свест аудиторијума који их преузима. Отуда је и циљ истраживања усмерен ка анализи садржаја и трагању за карактеристичним обрасцима, формама и начинима представљања миграната у насловним композицијама на насловним странама дневних новина у Србији, јер ће деловањем усмерених и обликованих медијских слика и информација аудиторијум наметнуте значењске обрасце прихватити као верне слике стварности, профилишући доминантну друштвену парадигму.

Методологија

Истраживање је методолошки компаративно са сличним истраживањем за 2015, а објављеним прошле године у часопису *Култура полиса*.⁷ Аутори су пажљиво проучавали промене наратива, јер је само тако могуће да се уочи стратешко опредељење власти у политичком решавању проблема, али и степен учествовања других релевантних чинилаца. С обзиром на то да је у првом истраживању преовладавао хуманитарни и безбедносни аспект мигрантске кризе, сада је било неопходно препознати нове тематске обрасце и међуоднос озбиљне и таблоидне штампе. Комбинацијом квантитативних и квалитативних метода анализе садржаја седам дневних новина које су излазиле у континуитету

⁶ Милетић М. и Милетић Н. пишу како су „прагматске поруке ближе посредованом аспекту стварности квалитетом иконичке презентације, која је у процесу семиозе средњи моменат стварања менталне представе о одређеном догађају“. Више: *Комуниколошки лексикон*, 2012. стр. 393-397.

⁷ Види: Јевтовић, З. и Бајић, П. (2016): „Мигрантска криза у огледалу српске дневне штампе“, *Култура полиса*, часопис за неговање демократске политичке културе, год. XIII, бр. 31, стр. 29-43.

током 2015, 2016. и првог квартала 2017. године, што су *Политика*, *Данас*, *Вечерње новости*, *Блиц*, *Курир*, *Информер* и *Ало*, истраживане су карактеристике представљачких модела и насловних композиција коришћених у приказивању мигрантске кризе на тзв. Балканској рути, али су у обзир узете и све друге које се дотичу питања миграната, азиланата и избеглица из Азије и Африке и њиховог пута ка Европи. Нису издвајане стране које се односе на друге избеглице, мигранте и азиланте у том периоду, нпр. који гравитирају ка Аустралији и САД, а које су на насловним странама у занемарљивом броју. Такође, нису обухваћене миграције у оквиру самог европског континента, међу којима су на насловним странама посебно истакнути одласци Албанаца са Косова и Метохије у Западну Европу. У оквиру ове анализе нису обухваћени ни мигранти из ранијег периода, пре актуелне мигрантске кризе, што је посебно питање и може, такође, да се анализира. Дакле, битно је било да се уочи и анализира на који начин су се мењале представе о људима који су сврстани у исту „улогу“ под различитим именима - мигранти, азиланти, избеглице од почетка 2015. године, када је криза добила на значају, именована и препозната, па све до краја зиме 2017. године, односно до краја првог квартала.

Полазећи од схватања да штампа насловним странама усмерава информативну и политичку агенду једног друштва, приступљено је анализи дневних новина како би се понудио валидан одговор на питање њихове укључености у актуелне европске геополитичке, социјалне, културолошке и религијске токове. Утицај штампе у Србији и даље је веома снажан без обзира на то што је још крајем прошлог века на глобалном нивоу дошло до „поремећаја у традиционалном циклусу споријих медија“ (Глајк, 2003: 74). „Услед дигиталне конвергенције долази до, до сада, невиђене конвергенције медија јер једном када су масмедијски материјали дигитализовани лако их је претварати у било који облик“ (Тјуроу, 2012: 303-304). Самим тим, лако их је ширити у, за раније прилике, невиђеним размерама друштвеним мрежама и дигиталним каналима. Промоцијом и каснијим преношењем у онлајн издања, на портале, тако и садржаји који су прво објављени у штампаним издањима стижу до знатно већег броја читалаца него раније. А, управо су интернет портали дневних новина они који се налазе у врху по посећености на нивоу Србије⁸.

Узорковане новине тако имају важан утицај на јавно мњење, па се може констатовати како се слика о мигрантима у великој мери обликује и као резултат њиховог извештавања.⁹ У оквиру сваког броја анализиран је укупан садржај насловне стране, без рекламног дела. Јединицу анализе чинио је насловни блок који на било који начин обрађује теме миграција. Пажња је усмерена на сваку насловну страну на којој су у било ком контексту поменути појмови *мигрантска криза*, *мигранти*, *азиланти* или *избеглице* са Блиског истока и

⁸ Годинама се на врху налазе blic.rs и kurir.rs. Детаљније на www.audience.rs. Посећено 12.08.2017.

⁹ Тираж дневне штампе у Србији је данас тешко утврдити јер издавачи не саопштавају праве податке, па то није био основни мотив за уврштавање у узорак. У овом раду *Информер*, *Курир*, *Ало* и *Блиц* посматрани су као таблоиди, а *Данас*, *Политика* и *Вечерње новости* као тзв. озбиљна штампа.

Африке, али и *Балканска рута* која је доминантна у насловним композицијама. Свака таква страна рачуната је као релевантна. Битно је да се тема налазила на насловној страни, а не и у колико текстова је заступљена у једном дану. Такође, приликом издвајања страна није било битно да ли су речи које су кључне за наше истраживање централна или периферна тема, односно само елемент неке друге теме, успут споменуте кроз текст. Није било пресудно ни то да ли је експлицитно објашњено на насловној страни, већ је релевантно и ако се тек читањем текста може уочити да је наслов везан за мигрантску кризу. У сваком случају, намера уредника и аутора текстова је била да дају значај за ово истраживање битној теми.

Прво што је урађено је издвајање страна из укупног узорка, да би потом формирали наш узорак у који су укључени наднаслови, наслови, поднаслови, делови текста, фотографије и карикатуре у којима су споменуте или наговештене релевантне теме. У издањима која имају додатке, рачунато је и уколико је из додатка истакнут на насловној страни за ово истраживање битан насловни блок (јер то говори о намери уредништва да га додатно промовише као важан садржај).

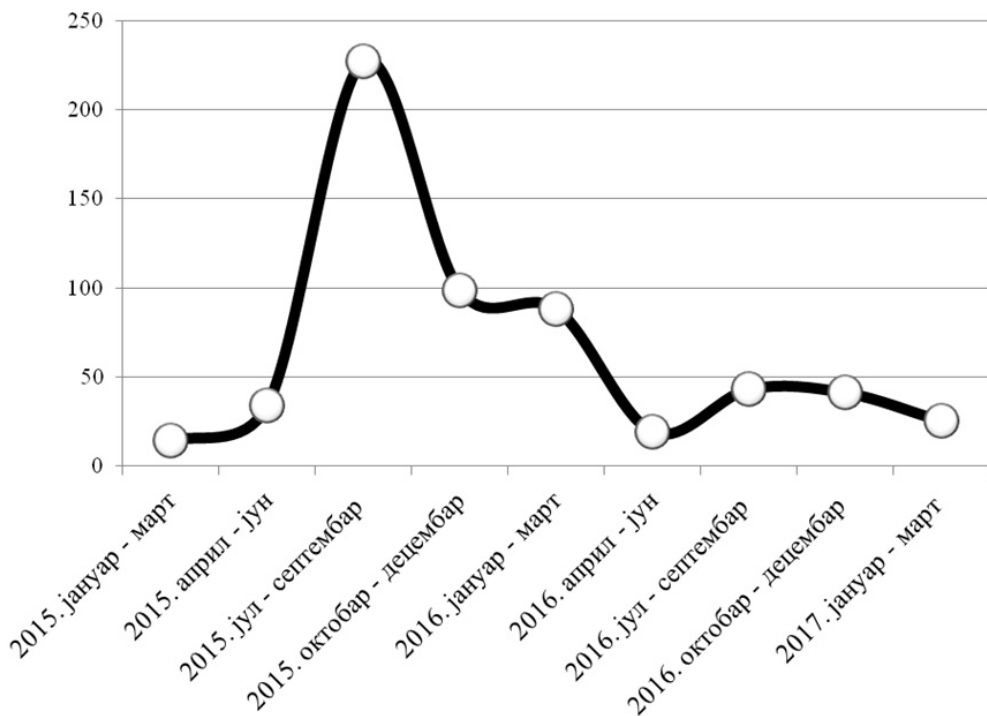


График 1: *Интензитет извештавања о Европској мигрантској кризи (број насловних страна) по кварталима у периоду јануар 2015. - март 2017. године*

За ово истраживање релевантни садржаји су анализирани на укупно 5.396 насловних страна и издвојено је 589 насловних страна у 2015, 2016. и првом кварталу 2017. године (скоро 11 посто од укупног броја) на којима су

споменуте или наговештене *мигрантска криза*, *мигранти*, *азиланти* или *избеглице* из Азије и Африке, од граница њихових земаља (нпр. између Сирије и Турске) до одредишта у Европи. У оквиру тог броја страна се налази и 11 карикатура везаних за ту тему (од чега девет у 2015. години) - десет у *Политици* и једна у *Вечерњим новостима*. Прва издвојена насловница је *Вечерњих новости* од 6. јануара 2015. године под насловом: „Судбине - Ирачки избеглички пар оставио бебу у Србији - Ако Ајмен преживи, чувајте га“. Последња је у *Политици* од 26. марта 2017. године, када је тема недеље била: „Нови избеглички талас - Плима миграната тек ће да расте“.

Посматрајући утицај штампе на јавно мњење, може се рећи како је мигрантска криза била у фокусу током 2015. године, када је скоро 16 посто од укупног броја насловних страна било посвећено овој теми, да би током 2016. године заинтересованост дневне штампе била готово преполовљена (око осам посто), са тенденцијом да се читав проблем даље маргинализује (у првом кварталу 2017. године мало више од четири посто). Значајан пад пажње после 2015. године, иако је мигрантска криза и даље у току, значи да је у пракси дошло до тихе промене парадигме, што ће даље истраживање и потврдити.

Аутори скрећу пажњу и да креирање насловних блокова, избор чињеница и аргумената, углава интерпретирања, интензитет објављивања и сличне технике усмеравања пажње зависе од уредничких тимова и њихових професионалних уверења, али и односа са елитама на власти којима могу помагати тако што ће реалну стварност паковати у медијске наративе као средство политичког маркетинга. Отуда дискурс у јавном простору није обично пресликавање стварности, већ врло често идеолошка интерпретација реалних догађаја и процеса, усклађених са идејама и оријентацијама владајућег естаблишмента. Већ површном анализом текстова уочава се повезаност тих ставова и акцента који је дат нама релеватним темама за ово истраживање.

На почетку избегличке кризе лако је у садржајима било препознати сажаљење, радозналост и страх, јер су и грађани Србије кроз сопствено мучно искуство развијали емпатију према невољницима који су свакодневно пристизали. Тумачење да су то људи које је мука натерала да напусте своје домове било је доминантно, при чему су повремено искакали таблоиди сензационалистичким и спектакуларним насловима.

Озбиљна штампа је одређивала доминантан тон, пратећи и стратешку позицију државних органа, који су увећавали видљивост мигрантске кризе организовањем псеудодогађаја, саопштењима, конференцијама за медије или давањем изјава током посета на терену. Отуда не чуди податак да је нешто више од 71 посто насловних страна на којима се налазе мигрантска криза, мигранти, азиланти и избеглице у периоду јануар 2015. - март 2017. године припало тзв. озбиљној штампи. Убедљиво највише је писала *Политика*, а затим *Данас*, што је и логично због уређивачких политика и самог формата новина јер су њихове насловне стране конципиране тако да се наводе и делови текста. За њима следе *Вечерње новости*, а занимљиво је да је од таблоида о овој теми највише писао *Информер*, који отворено подржава политику Владе и председника Србије.



График 2: Појединачни удео дневних новина у Србији у укупном броју насловних страна на којима се налази Европска мигрантска криза, односно са тиме повезани мигранти, азиланти и избеглице из Азије и Африке у периоду јануар 2015. - март 2017. године

Ако се анализира међуоднос озбиљне штампе и таблоида по годинама, запажа се да је у 2015. години скоро две трећине насловних страна које су имале релевантне теме припало озбиљној штампи, већ наредне године проценат је повећан на 87 посто, да би у првом кварталу 2017. године био смањен на 72 посто. То значи да су таблоиди у другој години значајно маргинализовали ову тему, а утисак да се стање поправља је варљив, јер релативно враћање видљивости у 2017. години резултат је ангажованијег приступа *Информера* (не рачунајући *Политику* са доминатних 11, *Данас* и *Информер* су имали највише насловних страна у првом кварталу ове године - по 4).

Медији имају значајну моћ у обликовању јавног мњења и утицању на доношење политичких одлука, при чему се тај однос прожима у оба смера. Вешто политичко руководство труди се да континуираним извештавањем о одређеној теми креира утисак монолитног система, посебно у кризним ситуацијама. О темама релевантним за ово истраживање најинтензивније се писало у септембру, па у августу, октобру и у новембру 2015. године и то је период када су све новине поклањале пажњу овој теми. У 2016. години највише насловних страна је било у фебруару (укупно 42), али је недостајао *Информер* да би и тај месец био међу онима у којима су све новине посвећивале пажњу мигрантској кризи.

Разматрајући однос медија и политике у контексту ове анализе учоавамо три могуће варијанте: као део ширег процеса у којима медији утичу на политичку акцију, као процес у којем политика утиче на медијско извештавање и треће, као међусобни, интерактивни и двосмерни процес у којем политика има утицај на медије, али и медији на политику. Специфичном анализом преовлађујућег дискурса и одређивања агенде јавног говора (наметања тема) учоава се доминација политичких центара моћи. У свих седам новина теме које су део овог истраживања биле су на насловним странама 17. септембра (када се догодио сукоб на Хоргошу) и 19. септембра (инциденти на хрватској граници) 2015. године. У том периоду карактеристично је сензибилно извештавање, које развијајући емпатију ка избеглицама гради и сопствену националну слику којом се побољшава међународни имиџ. Најдужи низ дана током којих се у континуитету говорило о овој теми на насловној страни је уписала *Политика* - 29 дана у периоду од 2. до 30. септембра 2015. године. Такође, *Данас* у септембру са овом темом има 24 од 26 насловних страна тог месеца (није је било 9. и 28. септембра). Може се констатовати да је извештавање о мигрантима у дневној штампи Србије значајним делом балансирано, али и да је у функцији политичког маркетинга владајућег естаблишмента.

Наративи о мигрантима у дневној штампи Србије

Светска искуства о новинарском извештавању о мигрантима веома су различита од земље до земље, али имају неколико додирних тачака по којима се модели обликују. Најчешћа замка у коју медији упадају односи се на неетично и сензационалистичко извештавање, говор мржње, симплификацију којом се одређена група стигматизује, непотпуне или измишљене приче, али и служење политичкој пропаганди владајућих елита.¹⁰ Пракса показује да су најчитаније приче са негативном конотацијом, фокусиране на бројке и трагичне људске судбине, са генерализованом представом о мигрантима као бесконачном таласу новопридошлица који, на пример, постају терет држави и претња безбедносном поретку. Тада се често посеже за теоријама завере, техником у којој се кривица приписује неком арканском центру моћи, док је сопствена страна одговорна пред сопственим јавним мњењем и чини све како би се последице свеле на минимум. Инструментализација медијских садржаја је тешко видљива, јер се вести лукаво окрећу у корист једне стране (обично оне која је на власти), па предимензионарајући важност догађаја, појава или личности медији креирају доминатне вредносне обрасце. Комуниколози су већ раније наговештавали значај медијских наратива као друштвених скупова појава и догађаја који као циљ имају приказ одређене теме у коју мање или више желимо да верујемо.¹¹

¹⁰ Moving Stories: *International Review of How Media Cover Migration*, Ethical Journalism Network, London 2015.

¹¹ Стивен Корман (*Steven R. Corman*) са групом америчких аутора разликује *причу* и *наратив*, у којем причу одређују као „низ догађаја, који укључују учеснике и деловање, и који су засновани

У богатом и разноликом садржају насловних страна дневне штампе у Србији на којима се спомињу мигрантска криза, мигранти, азиланти и избеглице одмах се уочава широк дијапазон околности и тема. Овде не подразумевамо опремљеност насловне композиције (формат фотографије, врсту слова, истицање на ударној страни и слично), али брзо уочавамо карактеристичне теме на које се скреће пажња. Током читавог периода у фокусу су политика Европске уније и ставови домаћих политичара и грађана према њој, док се током 2016. године у јавном простору мигранти користе и као „роба за поткусуривање“ у међународним односима, пре свега између Европске Уније и Турске.

У атмосфери нетрпљивости и панике коју су испољавали неки лидери европских држава истичу се похвале које долазе са стране, посебно од важних светских сила. На пример, *Блиц* 19. јуна 2015. доноси текст под насловом: „Европа и САД осудиле нељудску намеру премијера Мађарске - Србија није логор - Орбане, уразуми се и одустани од жичане ограда на граници!“ Многобројни текстови манихеистички представљају однос ка мигрантима као поређење са неким другим државама, па *Вечерње новости* 25. августа 2015. истражујући зашто њихов пут често води кроз Србију у поднаслову истичу: „Због чврстих граница, бруталне контроле и прописа, неће кроз Бугарску и Румунију; Не могу да буду враћени у Македонију и Грчку, Хрватска их као азил не занима“. Кондиционирање јавног мњења је успешније ако се често понавља основна идеја, чиме се подстиче сварање стереотипа о другима, при чему се обрасци преносе и на друге области живота. *Политика* 31. августа 2015, под насловом „Избеглице су људи а не врућ кромпир“, подсећа на различито реаговање суседа у региону наridoшлице: „Хрватска пала на првом испиту, враћајући Ирачане с дубровачког аеродрома, Словенија припрема 72 објекта за прихват, БиХ се нада да ће је талас мимоићи, Мађарима мало ограда, него доводе и војску на границу...“. Фрагментарним приступом стварности штампа помаже уоквиравању маркетиншке поруке о високој одговорности домаћих власти, али и етикетања других, па је тако Србија „једина земља у окружењу“ која поступа хумано.

Распламсавање емоција неопходно је у мобилисању маса, а градиција страховитих предсказања само подстиче интересовање обичних људи. У насловима се тако може видети да је уведен верски елемент, како без икаквих доказа за тврдње које се износе, тако и због поступака одређених актера у мигрантској кризи. Данас 4. септембра 2015. отвара дилему: „Мађарски премијер најавио још строже мере за контролу граница - Хришћанин Виктор Орбан опет 'брани Европу““. Затим, 11 дана касније, наставља у том правцу због конкретног догађаја: „Орбан испратио 'крсташе' на границу“ (15. септембар 2015). И у другој озбиљној штампи се уочава такав наратив. „Хришћани добродошли, за муслимане нема места“ пише *Политика* 9. септембра и објашњава у поднасло-

на жељи (која често потиче из конфликта) и која води до стварног или пројектованог разрешења те жеље“, док је сам наратив „систем прича које деле теме, форме и архетипове“ (Halverson, J., Goodall, H. L., Jr., & Corman, 2011: 41).

ву како „свештена лица, већи католици од папе, не слушају врховног поглавару нити читају Библију, већ бране Европу од ислама“. Анализира се однос црквених лица према избеглицима и подсећа на ставове одређених политичара из европских земаља. Подстицањем религијског елемента, у кампању се увлачи и онај део аудиторijума који је до сада безбрижно посматрао одвијање кризе, при чему се кривица унапред приписује другима. *Политика* 16. новембра 2015. у наслову поставља питање „Хоће ли Исламска држава окренути Европу против избеглица“ и у поднаслову закључује: „Исламистима би добродошао сукоб између хришћана и муслимана у Европи“. Сличан тон провејава и током 2016. године, када се у епицентар убацују Турска и њен однос ка мигрантима, посебно у оквиру претњи Европи. Уочава се појава снажнијих аналитичких текстова као што је у *Политици* 26. фебруара: „Орбан против Меркелове: План са Турском је илузија“.

Шира перспектива се тражи далеко од наших простора, па репортер *Данаса* у избегличком кампу у Килису, на граници Турске и Сирије 30. маја 2016, јавља: „Сиријци уче турски и маштају о Европи“. Може се рећи да редакције озбиљних листова улажу значајне напоре како би балансирали и повремено истраживачким приступом указали на озбиљност и обухватност теме. Истовремено, таблоиди хиперболизују укупну ситуацију, па појмовима као што су „драма“, „надирање“, „претња“, „инвазија“, „катастрофа“, „хаос“ и слично подижу тензије, лицитирајући бројкама о могућем броју избеглица у наредном периоду.

Ударна моћ сваке политичке пропаганде крије се у честом понављању главних порука које су кратке и сугеришуће, како би се што дуже задржале у сећању што више људи. У првој години извештаји и насловни блокови су катастрофични и спектакуларни, одишу снажним речима, сензационализмом, уз осврте на пролазак сумњивих лица који су означени као терористи, чиме се појачава неповерење према мигрантима. Да би пропагандиста остварио пријем своје поруке, неопходно је да информацију стално богати новим детаљима, јер континуитет утицања доноси успех. Јавни интерес за мигрантску кризу развија се честим и обимним форсирањем одређених тематских области, што је видљиво за први период нашег истраживања. Избеглице, азил и миграције од 2015. године постају стални наративи у штампи Србије, при чему се тематски издваја неколико димензија: хуманизам (Србија се видљиво разликује у поређењу са другима, посебно Хрватском и Мађарском); солидарност и мобилизација грађана за помоћ мигрантима; космополитизам (идеолошки, политички и религијски); мултикултурализам и умрежени колективизам. Међутим, са протоком времена тон се постепено мења, тако да негативни ставови постају све гласнији и учесталији, што је посебно изражено у таблоидима, да би у последњој фази прешао у позитивно нијансирање и потребу њиховог дужег задржавања на нашим просторима.

У сваком медијском истраживању важно је уочити ко представља глас јавности, односно које личности у јавни простор уносе ставове, идеје, вредности, поруке. У сфери штампе то је врло значајно јер је код таблоидне публике много важније КО говори него ШТА порука садржи. Ауторитет и харизма

вође, уз помоћ медија, усмеравају масе, тако да се анализирањем позиционираних политичара на насловним странама уочава и његова моћ у друштвеним процесима. По овом критеријуму издвојиле су се само две личности: немачка канцеларка Ангела Меркел (*Angela Merkel*) и у периоду истраживања, премијер Републике Србије Александар Вучић. Као карактеристичан датум издвојена је среда, 4. новембар 2015, када се једна од најмоћнијих фигура Европске уније појавила на насловним странама шест од седам новина: *Ало* - „Црна прогноза Ангеле Меркел - Могућ је нови рат на Балкану“; *Блиц* - „Драматично упозорење Ангеле Меркел - Рат на Балкану ако затворимо границе“; *Информер* - „Ангела Меркел упозорава - Биће рата на Балкану ако Немачка затвори границе за избеглице!“; *Курир* - „Последице мигрантске кризе - Меркелова: Балкану прети рат“; *Политика* - „Меркелова: Ако Немачка затвори границе - избиће рат на Балкану“; *Вечерње новости* - „Шокантно упозорење Ангеле Меркел - Уколико затворимо границе, ето рата на Балкану!“ У другом примеру, шест од седам дневних новина (осим *Курира*) 20. августа 2015. дало је публицитет сусрету Александра Вучића са мигрантима, при чему је интересантна комбинација естетско-когнитивног приступа. Доминантне су фотографије на којима се указује на присност премијера са избеглицама, кроз тренутке у којима грли малишане избегле из страхаота сиријског рата. Маркетиншки прецизно одабране фотографије сугеришу ставове политички најмоћнијег човека Србије, али и указују на опредељење Владе око мигрантске кризе. Медијски циљ оваквог појављивања је и да се спрече и уклоне дезинформације око пресељења миграната са простора око главне аутобуске станице у Београду, повезиване и са почетком пројекта изградње „Београда на води“, па премијер креирањем ефикасног псеудодогађаја кроз контранаратив ствара утисак код циљних група. Теоретичари би рекли како је у пракси, „потребно да се смањи јаз између онога што Влада ради и онога што говори да ће радити“. (*Briggs, Feve*, 2013: 7).

У пропагандној халабуци највише се манипулише цифрама, чиме се подстичу ксенофобија и страх. Тако *Информер* још 22. јуна 2015. пише о „Инвазији миграната“, ¹² да би већ сутрадан драматизацију појачао још сензационалним насловом: „Драматично упозорење из врха државе - Милион избеглица надире ка Србији!“ Свака пропаганда жели мобилизацију јавности, а она се најбрже и најефектније постиже буђењем несвесних осећања (емоција, антагонизама, страха...). Узнемирење аудиторијума се оснажује тврђом о извору информације, а пошто демантија од званичних извора („врха државе“) нема наставак кампање следи. Од публике се очекује одбрамбена реакција, па комбинавањем лажних вести, измишљених података и фантастичних конструкција медији се користе у застрашивању реципијената. Тако се експлозија шума дешава у августу 2015. серијом типично таблоидних текстова. *Блиц* 10. августа 2015. објављује: „Функционер СНС Миомир Стојановић упозорава - У Србији

¹² Макијавелистички све је дозвољено, па се чак, и потписи за фотографију злоупотребљавају. У синтагми „Незауостављиво: Колоне миграната хрле ка Београду“ (*Информер* од 22. јуна 2015. године) уочавамо опасност од сукоба који „само што нису почели“.

центар за 400.000 азиланата“. Истог дана *Информер* „открива“: „Паклени план западних сила - 400.000 миграната задржати у Србији“. Већ сутрадан *Блиц* упозорава: „Цела Сирија протутњаће кроз Србију“, да би 22. августа 2015. показао поенту: „Талас миграната се претвара у хуманитарну кризу - Други их туку, Србија помаже“. Иако се у садржају указује на проблем македонске војске која је мигранте потискивала сузавцем и шок-бомбама, не дозвољавајући им пролаз ка Србији, новинари у складу са логиком политичких елита осуђују право друге државе да брани своје границе. *Курир* 24. августа 2015. драматично саопштава: „Паклени план - Грчка и Македонија: Увалити све мигранте Србији!“ *Ало* 25. августа 2015. одржава тензије најавом: „Стиже нам још 150.000 азиланата!“, док *Информер* 7. септембра 2015. преноси наводну информацију немачке обавештајне службе: „У Европу ће, преко Србије, ући чак 1.500.000 избеглица“. Лицитирању нема краја, па *Информер* крајем истог месеца тврди – „Није крај, криза тек почиње“, саопштавајући у поднаслову како „Јоханес Хан упозорава - Из Либана стиже 1.100.000 избеглица!“ (28. септембар 2015. године).

Подстичући моралну панику и сумњу, тиражне и врло јефтине новине буде емоције, страх, навике и мисли читалаца, који већ разматрају могуће сценарије даљих дешавања. У теорији је познато да „када пропагандиста упозорава јавност да ће доћи до катастрофе уколико се не предузме одређена акција, он користи технику застрашивања - играјући на карту дубоко укорењених страхова, онај који упражњава ову технику нада се да ће преусмерити пажњу са вредности одређеног предлога на кораке који ће довести до смањења страха“ (Барбуловић и др. 2004, 47). Етичке и професионалне норме се заборављају, циљ је постићи што више продатих примерака, па се у истом духу 23. децембра 2015. најављује: „Драма - Већ у марту 2016. 1,2 милиона избеглица преко Србије креће у Европу!“.

Фабриковање се наставља и у наредној години, па *Вечерње новости* 7. фебруара 2016. упозоравају: „Од пролећа суочићемо се са новим таласом избеглица ка Европи - Србијом ће ове године проћи милион миграната“. Исте новине, само неколико месеци касније, дуплирају ову цифру пошто 3. јуна 2016. упозоравају: „Европи прети 2.000.000 избеглица“ (објашњавајући да је то због сукоба Турске и Немачке око резолуције о геноциду над Јерменима у Бундестагу). То није крај јер *Вечерње новости* 26. новембра 2016. преко целе стране објављују: „Прети нам цунами од 3.000.000 миграната!“, саопштавајући својим читаоцима како „Ердоган отвара границе“ (као реакцију на замрзавање преговора са Европом). Оно што је најављено се није догодило, али пошто изостаје одговорност за неетичко пласирање информација запаљива реторика се наставља. Тако се ствара затворени простор комуникације у којој је све могуће објавити, па и полуинформације и податке који немају било какву или озбиљнију проверу веродостојности.

Од почетка 2016. године акценат се чешће ставља на гласове који говоре о Србији као последњој станици за избеглице, што је суштинска промена парадигме. Почиње тихо моделовање маса, али да би се домаћа јавност припремила полако се покрећу идеје о могућем задржавању миграната и на овим про-

сторима. *Курир* 14. јануара 2016. најављује: „После насиља у Немачкој - Европа нам враћа избеглице“, док у поднаслову стоји: „Стотине хиљада несрећника из Сирије биће послато у Србију“. Драматичност је у функцији хомогенизације од нове опасности, при чему се, легитимно, од политичара очекује заштита и брзо реаговање. *Данас*, представник озбиљне штампе, 16. јануара 2016. међу првима констатује како „одсуство јединственог договора Европе на избегличку кризу доводи нашу земљу у неповољан положај“ и великим насловом упозорава: „Србија би могла да буде последња станица за избеглице“.

Запажа се активнија улога озбиљне штампе која иде у сусрет политичким одлукама које ће уследити. Нови тонови стижу са *Политиком* од 3. фебруара 2016. и насловом: „Да ли је Балкан последња станица мигрантског каравана“. Иначе, то је период у којем је тадашњи српски премијер Александар Вучић јасно изразио забринутост да би велики број миграната могао да буде трајније задржан на просторима Србије и Македоније, што би могло да угрози безбедносну ситуацију у региону, па од тог тренутка медији анализирају могуће последице промене ситуације на терену.

Најава затварања европских граница произвела је буру оштрих речи, при чему озбиљне новине умирују јавност. На пример, *Данас* 5. фебруара 2016. објављује информацију из дипломатских извора: „ЕУ ће тражити од Србије да смести и задржи 6.000 избеглих“, док је *Политика* истог дана много непрецизнија: „Србија неће примити стотине хиљада избеглица“. *Данас*, који је опозиционо настројен према Влади Србије, добру обавештеност доказује 9. фебруара 2016. када своје читаоце информисе како се разрађује план за смештај шест хиљада избеглих са Блиског истока: „Планирани избеглички центри у Суботици, Алексинцу, Тутину...“. Такође, пише да постоји „проблем у комуникацији између министра Александра Вулина и Комесаријата за избеглице“, позивајући се на изворе из дипломатских кругова, што је прва и једина информација на насловним странама која указује на шумове унутар владајућих структура. Овај податак је ишчезао из јавног простора и више никада није поменут, па је јавност остала ускраћена када је реч о њеној поузданости.

Када политички систем постане равнодушан према дезинформацијама, полуистинама, гласинама, обманама, па и лажним вестима демократски поредак долази у кризу. Мада је то тешко доказати, може се говорити да од овог тренутка приступ извештавању постаје умеренији и уравнотеженији. У дискурсу се појављује и Војска Србије, која се припрема за ангажовање због затварања Балканске руте. Тако *Вечерње новости* 25. фебруара 2016. доминатним насловом информису јавност - „И војници на граници заштита од миграната“, *Курир* на себи својствен начин насловну страну посвећује овој теми - „Србија шаље војску на мигранте“, *Политика* јавља - „Европа затвара границе, Србија у приправности“, док *Данас* извештава са састанка Бироа за координацију служби безбедности и министара заинтересованих земаља из Беча - „Све безбедносне снаге у приправности због избеглица“. Први пут у овом истраживању уочавамо постојање организованог политичког наратива, мада ће и он брзо утихнути обиром на чињеницу да се приближавају избори, чиме ће спасти и интересовање за проблеме миграната.

После пада интензитета у другом кварталу 2016. године, периоду парламентарних избора у Србији, донекле се то мења навише током лета. У јулу 2016. могу се видети извештаји о третману миграната на границама. Само је један наслов у таблоидима у овом месецу, а поново је доминантан наратив о Србији као жртви. Девог јула 2016. *Информер* објављује: „Мађари нам враћају мигранте, Хрвати нас ограђују - ЕУ од Србије прави логор“. Ту је и поднаслов: „До краја августа у Србији остаје 50.000 избеглица!“. У поређењу са претходним месецима видимо како се тема мигрантске кризе поново актуелизује, при чему је у фокусу „одбрана“ од њиховог масовног доласка. Током лета и јесени се издваја ангажованије извештавање *Вечерњих новости*, при чему запажамо да је слика о Србији као жртви европске нејединствене политике у функцији кохезије домаћег становништва, које не треба да превише брине јер има своје политичко вођство које чврсто влада ситуацијом.

По завршетку избора 2016, од јуна, после два месеца паузе, таблоиди обнављају пажњу ка мигрантској кризи, али много ређе, што илуструје њихово опредељење да се мање баве овом темом од озбиљне штампе. Такође, током лета те године, уочава се како све више мигрантска криза и мигранти као тема нестају из наслова и остају у деловима текстова на насловној страни (карактеристично за *Политику* и *Данас*). У том периоду, *Ало* 16. августа објављује текст под насловом „Држава у рату са мафијом“, којим указује на растући проблем кријумчарења људи преко граница и напорима које улажу војска и полиција како би зауставиле овај облик криминала. Прича се и о референдуму у Мађарској о квотама за избеглице, а у фокусу су увек јасни ставови званичника Србије, која се, практично, по извештајима, сада брани од миграната.

Медијатизација паником не престаје, она се повремено подгрева и подиже тензије, а лајтмотив „инвазије миграната“ је константан, само се мењају извори преко којих се преноси. Тако *Информер* 5. септембра 2016. упозорава: „Мирослав Лазански: Милиони миграната нагнуће у Србију“. То је у функцији припреме за политичке активности које ће уследити. *Вечерње новости* сутрадан извештавају како је „Вучић на састанку са Орбаном поручио - Нећемо прихватити илегалне мигранте“, а *Политика* је била конкретнија у цитату на насловној страни - „Александар Вучић: Морамо да се припремимо и за јесен и за зиму јер је данас у Србији више од 5.000 миграната“. У овом месецу се први пут говори о идеји о затварању граница од стране Србије (*Вечерње новости*, 15. септембар 2016. „Држава спрема план „Б“ за избеглице - Србија ће се и оградом штитити од миграната?“ и сутрадан „Вучић у Паризу говорио и о мигрантској кризи - Не терајте нас да подижемо зид око Србије“), али на насловним странама нису истакнуте аналитичке форме које би указивале зашто би наша држава требала да учини оно за шта је друге месецима раније осуђивала. Тиха промена парадигме одлично се уочава у новембру 2016, када је мигрантска криза у потпуно другом плану - нема ниједну насловну страну у таблоидима, а у озбиљној штампи се све чешће појављује као споредна тема, као део текста, а не наслова.

У првом кварталу 2017. поново имамо животне приче миграната и сензационалистичко ангажовање *Информера*, док су остали таблоиди тотално

скрајнули ову тему. *Политика* 9. јануара 2017. реактуелизује лајтмотив страха: „Европи прети нови талас миграната из Африке“, док *Данас*, 12. јануара 2017. извештава са лица места: „Репортер Данаса на београдском мразу у импровизованом избегличком кампу код Аутобуске станице - Цак кромпира на леђима дечака“. Тон је много умеренији, контекст примерен ситуацији, али идиличну слику таласа *Информер*, који истог дана жестоким речником конфронтира са британским медијима, па их у насловном блоку оптужује: „Прљава провокација западних медија - Британски лажови измишљају да Срби држе мигранте као логораше“. Они се осврћу на писање *Дејли мејла* (*Daily mail*), објашњавајући како је тај лист упоредио фотографије миграната у Београду и немачких заробљеника у Стаљинграду, уз коментар да „запањујуће личе“. Овај таблоид води свој „рат“ са острвским медијима, па већ сутрадан шири причу - „Енглески 'Гардијан' упозорава: ЕУ гура Србију у хаос са мигрантима“. Подгрева се теорија завере по којој „себична Европа намерно пушта хиљаде људи да се смрзну у Србији, која чини све што може да им помогне“, али и шири став о међународној завери против наше земље. То је битно за унутрашњу јавност, јер одвлачи пажњу са економских и других проблема (нпр. Косово и Метохија, висок ниво корупције у институцијама државе, протести незадовољних грађана...), а сталним писањем како неко други ради против наших интереса гради се и неповерење према међународној заједници.

Пише се и о кријумчарењу и новим рутама, али и најавама новог таласа - „претње“. Посебно је карактеристичан 2. фебруар 2017. и вест о покушају отмице детета од стране миграната. Та прича је после добила други ток, али тада више није била интересантна за насловне стране новина.¹³ Таблоиди *Ало* („Обреновчанка пријавила напад - 'Мигранти су хтели да ми отму бебу!'“) и *Курир* („Мигранти отмичари - Хтели да ми отму дете које сам чекала десет година“) су тог фебруарског дана имали једине насловне стране релевантне за ово истраживање у првом тромесечју ове године. Предимензионарање значаја неког догађаја једна је од техника маркетиншких кампања (као и минимизирање, с друге стране), али проблем је што се каснија, званична верзија често не објави на ударним местима, ако се уопште и објави. Тенденциозно извештавање у којем се апсолутно верује само једном извору информација, док се друга страна уопште не консултује, пример је лошег новинарства, које циља на стигматизацију читаве друштвене групе.

Новинарски текстови о мигрантима могу се поједноставити на оне које у фокусу имају емоционално топле приче које мигранте портретишу као жртве и оне који их приказују као друштвену претњу за безбедност или културни поредак. У штампи то је видљиво кроз сталне претње новим избегличким „таласима“, што је у подсвести дехуманизујуће јер сам појам избеглички или мигрантски „талас“, (то је термин који се доста користио и на енглеском језику - *wave*), те „прилив“ и „поплава“, користе се да би описали природне процесе неконтролисаног дотока воде. Отуда су људи који су делови тог „таласа“ део

¹³ Пример: <http://www.kurir.rs/crna-hronika/2665967/migrantima-se-osvetili-batinama-u-obrenovcu-nova-verzija-otmice-bebe-u-kolicima>. Посећено: 14.07.2017.

аморфне масе, немају могућност индивидуалног и рационалног доношења одлука. Сублимална перцепција¹⁴ појма наводи на манипулацију, јер подсвесно застрашује пројекцијом како нас велика количина воде којом не управљамо на одговарајући начин може угрозити. Осим ових термина, таблоиди су у ретким случајевима користили и појам „најезда“, аналогно речнику тадашњег премијера Велике Британије Дејвида Камерона (*David Cameron*) који је говорио о „роју (*swarm*) људи који долазе преко Медитерана.“¹⁵ Истовремено, знатно је мање прича које персонализују мигранте, приближавају њихове муке и буде саосећања.

У језгру сваког наратива крије се саопштавање различитости, па медији имају друштвену потребу да мигрантску заједницу процесима обликовања, селекције, презентовања и дистрибуције вести суоче са одређењем сопственог места унутар домицилне заједнице, у овом случају Србије. Перспективе трајнијег задржавања миграната на овим просторима стидљиво се саопштавају, на индиректан начин. Тако *Политика*, 21. марта 2017. пише: „Деца миграната пошла у школу“, а из текста сазнајемо да „Наше школе похађа педесетак деце без старања, а ове недеље на Палилули биће уписано још 89 ђака чији су родитељи азиланти“. Логично је да школе уписују они који планирају да се дуже задрже на овим просторима, што значи и да се дискурс медија прилагођава променама на које смо у раду указивали.

Закључна разматрања

Бавећи се анализом штампаних медија у Србији током извештавања о мигрантској кризи уочава се како се наративи постепено мењају, у складу са променама оријентације званичне политике. У обимном узорку од 5.396 насловних страна дневних новина које су излазиле у континуитету током 2015, 2016. и првог квартала 2017. године (*Политика*, *Данас*, *Вечерње новости*, *Блиц*, *Курир*, *Информер* и *Ало*), установљава се суштинска разлика у дискурсу, посебно озбиљне штампе. Првобитно извештавање је у фокусу имало хуману и безбедносну димензију миграција, али од почетка пролећа 2016. уочава се смањење интензитета писања о овој теми, док се квалитативна промена наратива са акцентом на могућност трајнијег задржавања миграната на овим просторима, уз адекватну подршку Европске уније, уочава од почетка те године.

У пракси постоји невидљиво дисциплиновање алтернативног информисања, што је неопходан услов ефектног утицања мејнстрим медија на јавно

¹⁴ Сублимална порука је мање познат метод пропаганде у којој је послата порука по интензитету испод прага свести, па се региструје на подсвесном нивоу. Ту се порука обрађује и процесуира, како би подстакла одређено поступање. Извор: “Subliminal advertising” на *Oxford Dictionaries*: “the use by advertisers of images and sounds to influence consumers' responses without their being consciously aware of it.” Извор: https://en.oxforddictionaries.com/definition/subliminal_advertising. Посећено: 14.08.2017

¹⁵ Извор: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/aug/10/migration-debate-metaphors-swarms-floods-marauders-migrants>. Посећено: 14.08.2017.

мњење. Уочен је и недостатак дискусије у јавном простору, тако да се промена свести грађана одвија недопустиво споро и зависно од мишљења владајућих структура. Симплификација и стигматизација опстају у таблоидном дискурсу, који под плаштом тржишног надметања често посеже за проблематичним вестима, непотврђеним информацијама или ненаведеним изворима вести. За разлику од тиражних таблоида, који упорно форсирају сензационализам, ксенофобију и страх од исламског радикализма, озбиљна штампа промовише хумани аспект кризе. Констатација из претходног истраживања, по којој је мигрантска заједница у Србији прихваћена више као страдалник на пропутовању ка замишљеном циљу, а мање као група која би требала да се трајно integriше на овим просторима, стоји и даље, али је евидентна промена парадигме и умеренији приступ, најави како би могло и другачије да се деси. Иако сами мигранти не деле такву оријентацију, из европских држава стижу поруке о попуњености смештајних капацитета и плановима да се њихов прилив додатно контролише, при чему ће земље на тзв. Балканској рути бити под све већим притиском. Српске власти су добиле на угледу сарађујући са чланицама ЕУ, посебно Немачком, па треба очекивати да ће и у наредном периоду са таквом политиком бити настављено, при чему на пољу унутрашње пропаганде може да се предвиди тон који хвали напоре власти, а превиђа критику и полемику.

Литература:

1. Briggs, R. & Feve, S. (2013). *Review of Programs to Counter Narratives of Violent Extremism: What works and what are the implications for government?* London: Institute for Strategic Dialogue.
URL:https://www.counterextremism.org/download_file/117/134/444.
Posećeno: 15.08.2017.
2. Džajls, D. (2011): *Психологија медија*. Клио, Београд.
3. Glajk, Dž. (2003). *Brže - Ubrzavanje svega na svetu*. Београд: Plato.
4. Halverson, J., Goodall, H. L., Jr., & Corman, S. C., (2011): *Master Narratives of Islamist Extremism*. Palgrave/Macmillan.
5. Jevtović, Z. i Bajić, P. (2016): „Migrantska kriza u ogledalu srpske dnevne štampe“, *Kultura polisa*, часопис за negovanje demokratske političke kulture, god. XIII, br. 31, Kultura – Polis Novi Sad i Institut za evropske studije, Београд.
6. Miletić, M. i Miletić, N. (2012): *Komunikološki leksikon*, Megatrend univerzitet, Београд.
7. Moving Stories: *International Review of How Media Cover Migration*, Ethical Journalism Network, London 2015.
8. Simeunović, D. (2015): “Migracije kao uzrok političkih anomalija u Evropi”, *NBP*, журнал за kriminalistiku i pravo, Vol. 1, Београд.
9. Studija o izbeglicama: Srbija 2016. [Vladimir Vuletić ... [et al.]. - Београд : Fondacija Fridrih Ebert = Friedrich Ebert Stiftung, Grafolik, Београд.
10. Tjurou, Dž. (2012). *Mediji danas: uvod u masovne komunikacije I*. Београд: Clio.

THE CHANGE OF COMMUNICATION PARADIGM ON THE REPORTING OF MIGRANTS IN SERBIAN DAILY PRESS

Summary: By using quantitative and qualitative content analysis of the front pages of Serbian daily newspapers during years 2015, 2016. and the first quarter of 2017 (Politika, Danas, Večernje novosti, Blic, Kurir, Alo and Informer), the authors indicate typical narratives that are used in representation of the Migrant crisis. Comparison is important for identifying the change in discourse, as this indicates political determination of the authorities, but also degree of acceptance by other relevant factors. Unlike the initial reporting, which was underline human and security dimension of the migration, since the beginning of the spring 2016 there has been a decrease in writing intensity on this subject. Also, from the beginning of that year, there has been a slight qualitative change in narratives in which the emphasis is placed on the possibility of permanently retaining the migrants in Serbia, with support of the European Union. That was analyzed through the economic aspect, as well as the possibility of preventing demographic collapse through the settlement of refugees. Unlike tabloids, which are persistently appealing to sensationalism, xenophobia and fear of Islamic radicalism, quality daily newspapers promotes the human aspect of the Migrant crisis. Although migrants do not share such orientation, from European countries we have seen messages about plans to additionally control their inflows. In that situation, the countries on The Balkan route are under increasing pressure.

Key words: migrants, daily press, narratives, propaganda, change of consciousness, public opinion