

Aleksandra Krstić¹

Univerzitet u Beogradu, UDK 316.774:77.03–054.7(497.11)“2015/2020“
Fakultet političkih nauka 77.03:314.745.3–054.73(497.11)“2015/2020“

Originalni naučni rad

Primljen: 18. 12. 2021.

Prihvaćen: 28. 2. 2022.



DOI: <https://doi.org/10.2298/SOC2201070K>

VIZUELNO UOKVIRIVANJE MIGRANATA I IZBEGLICA U MEDIJIMA U SRBIJI OD 2015. DO 2020. GODINE

Visual framing of migrants and refugees in Serbia's media from 2015 until 2020

APSTRAKT: *Istraživanja medijskog predstavljanja izbeglica i migranata intenzivirana su poslednjih godina, naročito od 2015. godine kada je iz zemalja Bliskog istoka zbog rata izbeglo nekoliko miliona ljudi. Dosadašnja akademska istraživanja o tome kakvo je novinarsko izveštavanje o migrantskoj krizi i sudbinama izbeglica uglavnom su fokusirana na medije Zapadne Evrope i Amerike i na analizu verbalnih narativa i diskursa tekstova u štampanim medijima. Manji broj istraživanja uzima u obzir i vizuelni medijski sadržaj, koji može da ima značajan uticaj na percepciju građana i formiranje stavova o migrantima i izbeglicama. U Srbiji, koja se nalazi na „Balkanskoj ruti“ i kroz koju je od početka migrantske krize prošlo preko milion ljudi sa Bliskog istoka i Afrike, istraživanja vizuelnog medijskog predstavljanja migracija su retka. Imajući u vidu ovaj kontekst, ovaj rad polazi od teorije medijskih okvira i istražuje vizuelno uokvirivanje izbeglica i migranata u devet štampanih i onlajn medija u Srbiji od 2015. do 2020. godine. Metodološki dizajn istraživanja, zasnovan na kvantitativnoj i kvalitativnoj analizi 469 fotografija, obuhvata denotativni, stilsko-semiotički i konotativni nivo vizuelnog medijskog uokvirivanja (Rodriguez and Dimitrova, 2011), kao i hronološki pregled dominantnih medijskih okvira i tehnika vizuelnog predstavljanja migranata u najčitanijim medijima u Srbiji.*

KLJUČNE REČI: vizuelni medijski okviri, migranti, izbeglice, mediji, Srbija

ABSTRACT: *The research of media presentation of migrants and refugees has been intensified in recent years, especially after 2015 when several million people fled their homes from the war zones in the Middle East and Africa. Contemporary scholarship focusing on journalistic and media reporting on migrant crisis has been mainly researching Western European and the US media context, as well as*

1 aleksandra.krstic@fpn.bg.ac.rs

verbal media narratives of print media outlets. Only a small number of papers examines visual media content, which can have a significant impact on citizens' perceptions about migrants and refugees. In Serbia, a country situated on "the Balkans route" and which more than a million people from Middle East and Africa had crossed since 2015, visual depiction of migrants and refugees has been rarely researched. Against this background, the paper is based on media framing theory and examines visual framing of migrants and refugees in nine print and online media in Serbia from 2015 until 2020. Methodologically, the paper builds on mixed method research of 469 images analyzed within the denotative, stylistic-semiotic and connotative level of visual media framing (Rodriguez and Dimitrova, 2011), including the timeline analysis of dominant visual media frames and presentation techniques of migrants and refugees in the relevant media outlets in Serbia.

KEY WORDS: *visual media framing, migrants, refugees, media, Serbia*

UVOD

Izveštavanje o izbeglicama i migrantima² je već decenijama jedna od značajnijih tema medijskih studija i novinarstva. Akademska istraživanja u ovoj oblasti naročito su intenzivirana od 2015. godine, kada je nekoliko miliona ljudi sa Bliskog istoka bilo primorano da napusti svoje domove zbog rata i potraži spas u državama Evrope. Ono što je u svetskim medijima odjeknulo kao „migrantska kriza“ te 2015. godine odrazilo se ne samo na ključne političke odluke pojedinih zapadnoevropskih država u vezi sa upravljanjem migracijama, nego i na akademsku zajednicu koja tu „krizu“ kontinuirano istražuje iz različitih, interdisciplinarnih uglova.

U širem kontekstu, trendovi u istraživanju migracija u međunarodnoj akademskoj zajednici se u velikoj meri poklapaju sa interesovanjem domaće akademske zajednice za izučavanje globalnog i regionalnog upravljanja migracijama (Pavlović, Perišić i Šantić, 2021). Među najzastupljenijim temama u istraživanjima migracija u nacionalnim časopisima međunarodnog značaja izdvajaju se analize iz ugla dijaspore i transnacionalnih veza, integracije migranata, uloge migrantskih mreža, povratnih migracija i posledica odliva mozgova (videti: Bobić, 2009; Avramović, 2012; Brkić i Stanković, 2018; Predojević-Despić, 2009, prema: Pavlović, Perišić i Šantić, 2021: 674).

U kontekstu studija medija i novinarstva, istraživanja o medijskom diskursu migracija fokusirana su uglavnom na istraživanja jezika, semiotike i lingvistike novinarskog izveštavanja o migracijama (Krstić, 2020), a istovremeno

2 Poslednjih godina je u medijskom prostoru i političkom životu Srbije prisutna neusklađena terminologija koja se koristi za označavanje osoba koje su napustile državu porekla i otišle u neku drugu državu. Često se govori o migrantima, imigrantima, azilantima, izbeglicama itd. Prema međunarodnom pravu, „izbeglice se razlikuju od ostalih migranata jer one svoju državu ne napuštaju dobrovoljno, već to čine prinudno usled straha od progona. Ostali migranti napuštaju svoju državu dobrovoljno, na primer zbog zaposlenja u inostranstvu ili porodičnih veza“ (Raičević, 2018: 25).

otkrivaju polarizovano izveštavanje o migrantima i imigrantima u Zapadnoj Evropi (Greenslade, 2005) i njihovo izrazito stereotipno predstavljanje kao žrtava, pretnje, zločinaca itd. (van Gorp, 2005). U istraživanjima medijalizacije i politizacije migrantske krize (Krzyżanowski, Triandafylidou and Wodak, 2018), ispituju se medijski okviri (eng. framing) u kojima se ta „kriza“ i njeni akteri dominantno pojavljuju i kontekstualizuju. Ovaj pristup je značajan jer ispituje kako selekcija i naglašavanje određenih činjenica u izradi novinarske priče definišu medijski narativ o temi. U tom pogledu, osim analize jezika i verbalnih medijskih narativa, istraživači sve više počinju da uzimaju u obzir i analizu vizuelnog medijskog sadržaja, kao što su novinske fotografije i televizijski snimci.

Međutim, dosadašnja istraživanja o vizuelnim medijskim okvirima migranata i izbeglica se u najvećem broju slučajeva oslanjaju na korpus medija Zapadne Evrope, a u velikoj meri su fokusirana na specifične događaje ili određene vremenske periode u „migrantskoj krizi“. Mali broj istraživanja uzima u obzir medije država koje se nalaze van teritorije EU, poput Severne Makedonije, Albanije, Crne Gore i Srbije, koje su relevantne ne samo kao tranzitne zemlje kroz koje migranti i izbeglice intenzivno prolaze, nego u kojima se, zbog kompleksnosti svog statusa, sve duže zadržavaju. Srbija je tranzitna zemlja na „Balkanskoj ruti“ kroz koju je, na putu do Evropske unije, od sredine 2015. do danas prošlo preko milion izbeglih sa Bliskog istoka i Afrike. Zbog velikog broja izbeglica koje su iz Grčke prolazile kroz Srbiju prema državama EU, odnosno Mađarskoj i Hrvatskoj, u martu 2016. privremeno je zatvorena tzv. „zapadnobalkanska migracijska ruta“,³ nakon čega je znatan broj njih ostao da boravi u prihvatnim centrima širom Srbije. U toku 2021. godine u prihvatnim centrima i centrima za azil registrovano je skoro 4.000 migranata i izbeglica iz Sirije, Avganistana, Pakistana i Bangladeša (Beta, 2021).

Izveštavanje srpskih medija je tesno povezano sa negativnim percepcijama građana o ovoj populaciji. Više od jedne četvrtine građana Srbije smatra da mediji šire „anti-migrantsku“ retoriku, ali i da su migranti zdravstveni rizik i pripadnici terorističkih organizacija, na šta u širem medijskom okruženju utiče i porast dezinformacija i „lažnih“ vesti (Bjekić et al., 2020). Osim toga, retko koja akademska studija se bavi istraživanjem vizuelnog predstavljanja migranata i izbeglica u medijima u Srbiji (na primer: Kleut i Drašković, 2017).

Imajući u vidu ovaj kontekst, rad istražuje vizuelne medijske okvire migranata i izbeglica u štampanim i onlajn medijima u Srbiji u periodu od 2015. do 2020. godine, sa ciljem da doprinese aktuelnoj akademskoj literaturi ne samo fokusom na vizuelno medijsko uokvirivanje kao kompleksan i nedovoljno zastupljen teorijski koncept u istraživanju medijskog predstavljanja izbeglica i migranata, nego i hronološkim pregledom dominantnih medijskih okvira o ovoj grupi. Istraživanje treba da pokaže i da li i kako se menjaju dominantni vizuelni medijski okviri tokom navedenog perioda i kakav je opšti medijski narativ

3 <https://europa.rs/srbija-odgovor-na-izbeglicku-krizu/>

zasnovan na medijskim slikama migranata i izbeglica u Srbiji. Struktura rada je organizovana tako da se u teorijskom okviru problematizuju značaj slike u medijima i teorija medijskih okvira, a zatim se dublje razmatra pregled literature o vizuelnom uokvirivanju migranata i izbeglica u evropskom i međunarodnom kontekstu. Nakon toga sledi metodološko objašnjenje glavnog istraživačkog pristupa, a u narednom poglavlju se predstavljaju glavni rezultati, nakon čega slede diskusija i zaključna razmatranja.

Vizuelni medijski okviri i značaj slike u medijima

Vizuelni medijski sadržaj je postao izuzetno važan u savremenom kontekstu sve izraženije vizuelne medijske komunikacije i vizuelne kulture uopšte, a naročito ekspanzijom društvenih medija poput Instagrama (Instagram) i Jutjuba (YouTube). Veliki broj autora koji se bave analizom vizuelnog sadržaja u različitim oblastima u okviru studija medija, novinarstva, komunikologije, psihologije i drugih, ističu primat slike nad tekstom, odnosno njenu „vizuelnu superiornost“: slika privlači više pažnje, lakše se interpretira i duže pamti (Paivio and Csapio, 1973), zahteva manji kognitivni napor (Patterson et al., 1992), ima simboličku i ekspresivnu težinu (Messaris and Abraham, 2001), a mnogo brže od reči može da izazove emotivnu reakciju publike (Coleman, 2010). Osim toga, istraživanja ljudskog vida i fokusa očiju (Bucher and Schumacher, 2006) pokazuju da u toku čitanja dnevnih novina ljudsko oko u prvih 13 sekundi „uhvati“ najpre sliku na naslovnoj strani, a zatim i najvažnije naslove. Ovi autori su otkrili da je slika prvi stimulus pažnje, dok je naslov neka vrsta „okvira“ u koji se smešta značenje slike. Druge studije (Brantner, Lobinger and Wetzstein, 2011; Willows, 1978) su potvrdile da su novinske fotografije „ulaz“ za novinarske priče i da služe kao glavni okidač za preusmeravanje i povećanje pažnje čitalaca. Brantner i saradnici (2011) su u istraživanju emocija koje se pobuđuju posmatranjem novinskih fotografija zaključili da ljudske emocije dolaze ili iz estetskog kvaliteta slike ili iz samog sadržaja slike, kao i to da se emocije prenose mnogo direktnije i na daleko autentičniji način putem fotografija nego putem tekstualnog sadržaja (2011: 526–527).

Bez obzira na to da li su u pitanju fotografije, snimci na televiziji ili drugim vizuelnim platformama, vizuelni medijski materijal je važan za razumevanje „imaginarnog kontakta sa različitim religijskim i etničkim manjinama“ (Özcan, 2013: 428). Istražujući vizuelnost i vidljivost pojedinih grupa, pojedinaca i različitih aktera u medijima možemo mnogo da saznamo i o onome što nije direktno prikazano, a što je potencijalno vidljivo putem vizuelnih metafora i simbola (Rose, 2013). Na primer, analiza vizuelnih medijskih okvira u televizijskom izveštavanju o Paradi ponosa u Beogradu 2010. godine pokazuje da su dominantni okviri oni koji pokazuju političare, policiju i nasilne ekstremističke grupe, dok su učesnici Parade u stvari vizuelno „zarobljeni, marginalizovani i čak nevidljivi“ (Krstić, Aiello and Parry, 2020: 180).

Istraživanja vizuelnog medijskog sadržaja se poslednjih godina sve više oslanjaju na teorijski koncept medijskog uokvirivanja (eng. media framing) ili teoriju medijskih okvira. Termin „framing“ se prvi put pojavio u čuvenom eseju sociologa Ervinga Goffmana (Goffman, 1974), kojim je predstavljena ideja da kontekst i organizacija poruka mogu da utiču na stavove i aktivnosti različitih publika. To znači da pojedinci organizuju svoja životna iskustva putem određenih okvira koji im omogućavaju da „lociraju, razumeju, identifikuju i označavaju“ svet koji ih okružuje (Goffman, 1974: 10). Kasnijih godina su u kontekstu izučavanja medija najčešće korišćene definicije (Matthes, 2009: 354) Roberta Entmana, koji je uokvirivanje definisao kao „selekciju i naglašavanje pojedinih aspekata percipirane stvarnosti“ (Entman, 1993: 52), i Gamsona i Modiglianija, prema kojima je uokvirivanje povezivanje informacija u manje ili više koherentnu „centralnu organizacionu ideju“ (Gamson and Modigliani, 1989: 3). Okviri su, u širem smislu, simboličke tvorevine i fenomeni kulture jer su u vezi sa društvenim institucijama, kontekstima i procesima i blisko su povezani sa ideologijama (Hertog and McLeod, 2001). Sociološka relevantnost teorije uokvirivanja ogleda se u značaju društvenog konteksta koji omogućava širu interpretaciju predmeta istraživanja i, kako smatra Ris (Reese, 2007: 148–149), otvara prostor za ispitivanje ideoloških koncepata i širu definiciju situacije i okruženja na osnovu medijskih okvira. Naročito se ističe značaj društvenog konteksta u primeni ove teorije: „Naglašavanje jednostavnih opisa medijskih okvira je izazovno, i to je najčešći pristup pošto su medijski tekstovi lako dostupni, ali to istovremeno predstavlja i rizik – zaključati ih na jedno mesto, kao da nisu deo šire rasprave, u službi pojedinačnih interesa i promena tokom vremena“ (Reese, 2007: 149). Vizuelno uokvirivanje u tom kontekstu predstavlja odabir, kadriranje i kompoziciju prikaza kojima se definiše ono što je važno (Parry, 2011), odnosno „selekciju i isticanje određenih aspekata percipirane stvarnosti putem vizuelnih nadražaja“ (Brantner, Lobinger and Wetzstein, 2011: 251). To znači da „vizuelni okviri, poput verbalnih, funkcionišu po principima uključivanja i isključivanja, isticanja određenih odlika na uštrb drugih“ (Krstić, Milojević i Kleut, 2018: 62) i služe kao „dvo gled“ (Krstić, Aiello and Parry, 2020: 171) kroz koji istraživači identifikuju različite obrasce vizuelnosti i vidljivosti predmeta koji istražuju. Međutim, od svih akademskih istraživanja koja se bave medijskim okvirima, samo 17 odsto njih u fokusu ima vizuelne medijske okvire (Palacios, 2015, prema: Amores, Arcila-Calderon and Stanek., 2019). Slična istraživanja primene teorije medijskog uokvirivanja u međunarodnim naučnim časopisima (Matthes, 2009) pokazuju da se vizuelni medijski sadržaj često ignoriše u ispitivanjima medijskih okvira ili se posmatra samo kao prateći element teksta, čak i kad je reč o analizama televizijskog sadržaja. Ovo je moguće objasniti činjenicama da se u savremenoj akademskoj debati kao najčešći problem ističe dvosmislenost samog koncepta i nedovoljna preciznost i jasnoća medijskih okvira (Matthes, 2009; Reese, 2007). I pored ovoga, medijski okviri su izuzetno korisni za ispitivanje načina na koji novinari, urednici i medijske organizacije selektuju sadržaj, pristupaju temama i ističu pojedine aspekte u izveštavanju.

Opšti model analize vizuelnih medijskih okvira predložile su Lulu Rodriggez i Danijela Dimitrova (Rodriguez and Dimitrova, 2011), koje su teorijskim ispitivanjem ovog koncepta ustanovile četiri nivoa vizuelnog medijskog uokvirivanja. Ti nivoi, u najširem smislu, teorijski korespondiraju sa određenim nivoima značenja slike u čuvenom delu Rolanda Barta „Retorika slike“ (Barthes, 1977). Prvi nivo su slike kao denotativni sistemi, u kome se ispituje šta se predstavlja ili ko se predstavlja. Na tom nivou se utvrđuju okviri koji proizlaze iz same fotografije, ali i naslova, potpisa i drugih tekstualnih opisa koji prate vizuelni materijal. Drugi nivo je stilsko-semiotički, kojim se utvrđuju tehničke transformacije i stil fotografija i drugog vizuelnog materijala. Na tom nivou se analizira, na primer, pozicija kamere sa koje se slikaju subjekti i objekti, što može da uputi na interpretaciju vizuelne intimnosti (krupni planovi), lični odnos (srednji planovi), društveni odnos (široki planovi) ili javnu udaljenost („totali“) (Rodriguez and Dimitrova, 2011; Kress and van Leeuwen, 1998). Pored pozicije kamere, na ovom nivou istraživači ispituju i način na koji se prikazuju lica i tela ljudi s obzirom na njihovu istaknutost na slikama, pri čemu se jačim vizuelnim isticanjem tela u odnosu na lice gledaoci više upućuju na „atraktivnost ili emociju“, a ne na intelektualne osobine subjekata na fotografijama (Rodriguez and Dimitrova, 2011). Na tom nivou je moguće analizirati i nivo očiju i pogleda subjekata, izraze lica, rakurse iz kojih kamera „hvata“ učesnike itd. Treći je nivo slika kao konotativnih sistema, unutar koga se interpretiraju šire ideje ili koncepti koji se pripisuju određenoj predstavi pojedinca ili grupe, i to na osnovu vizuelnih simbola i metafora (van Leeuwen, 2001). Četvrti nivo je interpretacija vizuelnog materijala kao ideoloških sistema, koji obuhvata sva tri prethodna nivoa (Rodriguez and Dimitrova, 2011: 58). S obzirom na to da je cilj ovog rada da pokaže kako su migranti i izbeglice vizuelno predstavljeni u medijima, kao i to da li i na koji način se tokom godina menjaju dominantni vizuelni medijski okviri, ovaj rad se fokusira na denotativni, stilsko-semiotički i konotativni nivo vizuelnog uokvirivanja, koji obezbeđuje dublji uvid u vizuelne pristupe posmatranih medija.

Vizuelni medijski okviri u izveštavanju o migrantima i izbeglicama – pregled literature

Akademski istraživanja o medijskom predstavljanju migranata i izbeglica (Amores, Arcila-Calderon and Stanek, 2019; Valente et al., 2021; Horsti, 2016) pokazuju da u zapadnoevropskim i američkim medijima dominiraju dva glavna okvira: jedan u kome se migranti prikazuju kao pretnja, i to u narativima koji ih povezuju sa nelegalnim postupcima, kriminalom, terorizmom, i drugi medijski okvir u kome se predstavljaju kao nevine, bespomoćne žrtve kojima su potrebni pomoć i zaštita. U istraživanjima vizuelnog predstavljanja rata u Siriji u tradicionalnim evropskim medijima između 2011. i 2013. godine (Greenwood and Jenkins, 2015) pokazuje se da prevlađuju slike borbi i žrtava rata, za razliku od istraživanja fotografija objavljenih na društvenim mrežama tokom istog

sukoba, u kojima je češći humanizujući okvir u kome se migranti predstavljaju iz ličnog ugla (Seo and Ebrahim, 2016). Komparativna analiza štampanih medija u zapadnoj Evropi (Caviedes, 2015) pokazala je da u prikazivanju migranata dominira medijski okvir granice, odnosno pitanja bezbednosti i ograničenje kretanja migranata, koje prate okviri kriminala i fizičke pretnje, a da značajno nedostaje medijski okvir gostoprimstva ili vizuelne humanizacije ove grupe (Chouliaraki and Stolic, 2017). Pristup nemačkih i američkih medija u vizuelnom portretisanju izbeglica iz Sirije i drugih država Bliskog istoka značajno se razlikuje po dominantnim vizuelnim okvirima. Tako ih američka televizija CNN vizuelno predstavlja iz „humanog“ ugla, najčešće u krupnim planovima kamere i ličnim pričama ljudi koje je zadesila tragedija (Zhang and Hellmueller, 2017), dok se u nemačkim medijima mnogo češće koriste okviri „ksenofobije“ i „zakona i kontrole“.

Ovi i drugi autori (Lenette and Cleland, 2016; Greenwood and Thomson, 2020) utvrdili su svojevrstan zaokret u vizuelnom medijskom izveštavanju o migrantskoj krizi od onog trenutka kada su skoro svi svetski mediji objavili fotografiju dečaka Alana Kurdija koji se utopio na obali Turske u septembru 2015. godine i na taj način pokrenuli širu javnu debatu ne samo o migrantima i izbeglicama kao žrtvama i politikama upravljanja migracijama, nego i o etičnosti objavljivanja šokantnih fotografija u medijima i njihov uticaj na percepciju javnosti (Zhang and Hellmueller, 2017). Međutim, kao da fotografija utopljenog dečaka nije doprinela vizuelnoj humanizaciji migranata i izbeglica u evropskom medijima, naprotiv: identifikovan je porast negativnih vizuelnih okvira, naročito od 2018. godine, a jedini okvir koji je u hronološkom pogledu konstantno nizak je okvir „normalizacije“ odnosno društvene integracije izbeglica (Amores, Arcila-Calderon and Blanco-Herrero, 2020: 14). Vizuelni okvir pretnje najzastupljeniji je u grčkim medijima, dok je nešto pozitivniji medijski pristup u Španiji, Francuskoj i Italiji, što se objašnjava generalnim odnosom javnog mnjenja u ovim državama prema procesu migracija (Amores, Arcila-Calderon and Blanco-Herrero, 2020; Valente et al., 2021). Slično je i u medijima centralne i istočne Evrope, u kojima se vizuelni medijski narativ o migrantskoj krizi više oslanja na okvire pretnji po bezbednost granica i ekonomski standard građana (Greussing and Boomgaarden, 2017; Kovář, 2019).

Van teritorije Evropske unije, medijsko izveštavanje o migrantima i izbeglicama očitava se kroz okvire dehumanizacije i pretnje po bezbednost granica i ljudi. U južnoafričkim medijima prisutno je ksenofobično izveštavanje kojim dominiraju negativni stereotipi (McDonald and Jacobs, 2005), dok je izveštavanje medija u Australiji stvorilo svojevrstni „paranoični nacionalizam“ i pokrenulo pitanja o tome da li migranti i azilanti zaslužuju da budu deo ekonomskog i zdravstvenog sistema (Eades, 2019). I druga istraživanja potvrđuju pretežno negativno izveštavanje, sa političarima kao glavnim akterima koji govore o migrantskoj krizi, dok su glasovi izbeglih marginalizovani i često van pravog konteksta (Chouliaraki and Zaborowski, 2017).

Na stilsko-semotičkom nivou, migranti i izbeglice se najčešće pojavljuju prikazani u velikim grupama, a ne u individualnim portretima (Wilmott, 2017),

i to pretežno na fotografijama i video snimcima koji prikazuju čamce i brodove (Bleiker et al., 2013). Osim toga, Blajker i saradnici su utvrdili da se ove grupe najčešće pojavljuju u širokim planovima i „totalima“, s takve pozicije kamere koja onemogućava kontakt očima čitalaca i gledalaca sa prikazanim migrantima. Dakle, retki su krupni planovi koji bi označili vizuelnu bliskost sa ovom grupom, što upućuje autore na zaključke da australijskim medijima nedostaje „humana perspektiva“ u medijskom izveštavanju o migrantima i izbeglicama (Bleiker, Campbell and Hutchison, 2013). Pored ovog emotivnog distanciranja, i slike čamaca kojima oni dolaze često se negativno uokviruju udruženi sa narativom „poplave“, „talasa“ (Bleiker, Campbell and Hutchison, 2013). Ti verbalni narativi su neodvojiv deo vizuelnih predstava kojima se predstavljaju kretanje i aktivnosti migranata i izbeglica, kao što su teme tranzita, interakcije i čekanja (Greenwood et al., 2020). Češće portretisanje interakcije migrantske grupe sa policijom, vojskom i obalskom stražom nego sa sopstvenom grupom Vilmot (Wilmott, 2017) naziva „otuđivanjem“ izbeglica od normalnog života.

Fokusirajući se na vizuelne medijske okvire u izveštavanju o migrantkinjama u nemačkim nacionalnim štampanim i onlajn medijima, Özcan (2013) zaključuje da je dominantni vizuelni motiv u reprezentaciji migrantkinja „pogled s leđa“, odnosno takva kompozicija slika u kojima se ne vide lica žena, već samo njihova leđa. Ovaj motiv se objašnjava značenjima napuštenosti, distance i ranjivosti migrantske grupe (Kress and van Leeuwen, 2006), ili karakteristikom odlaženja, posebno u vizuelno-metaforičnom smislu „odlaženja iz Evrope“ ili čak nedovoljne želje za interakcijom sa građanima države u kojoj borave (Özcan, 2013: 436). Blajker i saradnici (Bleiker, Campbell and Hutchison, 2014) su vizuelnom analizom predstavljanja azilanata u najčitanijim medijima u Australiji otkrili dve glavne odlike „kulture gostoprimstva“: prva je simbolizacija azilanata putem slika žena i dece, a druga je predstavljanje u srednjim i velikim grupama, uglavnom kao udaljenih subjekata na čamcima i morima. Ovi autori ističu da se vizuelna simbolika majke i deteta pre svega ističe kao jedan od univerzalnih humanitarnih simbola, ali da zapravo otkriva stereotipizaciju grupe kroz rodnu dimenziju žene koja je „emotivno osetljiva i ranjiva, bespomoćna“ (2014: 194), uz to i pasivna i zavisna od drugih. Blajker i saradnici tvrde da se „kultura gostoprimstva“ razvija upravo u tom medijskom okviru, vizuelnoj metafori žene s detetom, u kojoj se „na patnju stavlja ljudsko lice“ (2014:195) i politička kriza humanizuje.

U akademskoj literaturi su značajna i istraživanja koja se bave uticajem vizuelnih medijskih okvira na percepcije građana o izbeglicama i migrantima. Na primer, Madrigal i Soroka (Madrigal and Soroka, 2021:12) su utvrdili da slike migranata i izbeglica prikazanih kao individua „omekšavaju“ stavove građana i da značajno utiču na razvijanje senzitivnijih, „pro-migrantskih“ osećanja. Slično istraživanje na uzorku američkih medija su sprovedli drugi autori (Parrot et al., 2019), koji su utvrdili da vizuelni medijski okviri koji ovim temama pristupaju sa političkog aspekta i aspekta ljudskog interesa zapravo u pozitivno utiču na emotivne reakcije građana.

U kontekstu Srbije, retka su istraživanja koja se bave vizuelnim medijskim okvirima u izveštavanju o migrantima i izbeglicama. Jedan broj radova fokusiran je na opšte medijske narative o migrantskoj krizi, koji pokazuju da je bezbednost granica glavni problem, a država „primjer humanosti dok ostali, prije svega, Hrvatska ili Zapadna Europa (u manjoj mjeri) trebaju biti predstavljeni kao loši primjeri nehumanog postupanja prema migrantima“ (Vuletić i Filipović, 2019: 135). Jelena Kleut i Brankica Drašković (2017) uradile su analizu vizuelnih medijskih okvira u predstavljanju migranta i izbeglica u srpskim medijima i utvrdile da su najčešći narativni obrasci kretanja, drame, primanja pomoći, igre i higijene u kojima su migranti i izbeglice najčešće depersonalizovani. Kleut i Drašković argumentuju da su vizuelni topisi dece i porodica, ali i žice i usamljenosti korišćeni za uspostavljanje veze odnosno distance između predstavljenih subjekata i interakcijskih subjekata (na primer, fotoreportera, snimatelja i gledalaca) (2017: 174–175). Pojačavanje vizuelnog simbola slabosti i nemoći izbeglica postiže se takvim pozicijama kamere u kojima dominira gornji rakurs, odnosno pogled na izbeglice „s visine“, čime se umanjuje značaj te društvene grupe (Kleut i Drašković, 2017; Bleiker et al., 2013).

Metodološki pristup

Ovo istraživanje se zasniva na teorijskom okviru vizuelnih medijskih okvira ili vizuelnog medijskog uokvirivanja migranata i izbeglica u štampanim i onlajn medijima u Srbiji. Metodološki dizajn istraživanja se oslanja na dva nivoa vizuelnog uokvirivanja (Rodriguez and Dimitrova, 2011), odnosno vizuelnu analizu slika na denotativnom i stilsko-semiotičkom nivou koji su detaljnije objašnjeni u teorijskom okviru rada. Glavni cilj istraživanja je da otkrije na koji način se izbeglice i migranti koji prolaze kroz Srbiju vizuelno predstavljaju putem određenih medijskih okvira u štampanim i onlajn medijima u Srbiji u periodu od 2015. do 2020. godine, kao i da pokaže da li postoje stalni vizuelni medijski okviri u novinarskom izveštavanju tokom šestogodišnjeg perioda. Za uzorak je odabrano 469 fotografija objavljenih u tekstovima devet štampanih i onlajn medija u Srbiji. Medijski tekstovi iz kojih su birane fotografije za analizu selektovani su na osnovu pretrage javno dostupne onlajn baze „Izvodi iz štampe“ Komesarijata za izbeglice Republike Srbije.⁴ Javno dostupna i lako pretraživa baza medijskih objava na sajtu Komesarijata fokusirana je na one objave koje se u najširem smislu odnose na pojmove izbeglice i migranata i sve medijske tekstove koji se odnose na tu temu. Mediji (Tabela 1) su odabrani tako da predstavljaju najčititanije štampane medije (IREX, 2019) i njihove onlajn portale koji su godinama među najposećenijim internet portalima u Srbiji (Gemius Rating, 2022; Media Ownership Monitor Srbija, 2019), kao i digitalne medije koji su bez prestanka objavljivali tekstove sa fotografijama izbeglica i migranata u celokupnom analiziranom periodu u navedenoj bazi Komesarijata za izbeglice. Dakle, za analizu su korišćene fotografije objavljene i u štampanim i u onlajn verzijama odabranih novina, pri čemu se vodilo računa da se fotografije ne

4 <https://kirs.gov.rs/cir/dokumenti-i-publikacije/izvodi-iz-stampe>

ponavljaju, a analizirane su i fotografije portala B92.net, koji je jedini internet portal koji je neprestano objavljivao fotografije i tekstove od 2015. do 2020, a koji je bio dostupan u bazi Komesarijata za izbeglice u navedenom periodu, za razliku od nekih drugih portala koji su u međuvremenu nastali ili prestali da postoje ili koji su tek kasnije uvršteni u navedenu bazu.

Tabela 1. Uzorak medija i broj analiziranih fotografija po mediju 2015–2020.

Medij	n	%
Alo	38	8,1
B92.net	18	3,8
Blic	88	18,8
Danas	34	7,2
Dnevnik	35	7,5
Informer	79	16,8
Kurir	49	10,4
Politika	73	15,6
Večernje novosti	55	11,7
Ukupno	469	100,0

Za jedinicu analize uzeta je pojedinačna fotografija objavljena u okviru teksta⁵ koji se bavi temom migranata i izbeglica u Srbiji i u svetu, a u najširem smislu temom prisilnih migracija iz država Bliskog istoka i Afrike od 1. juna do 30. juna svake godine, počev od 2015. i zaključno sa 2020. godinom. Kada su izdvojeni tekstovi iz juna svake posmatrane godine, usledilo je prečišćavanje uzorka, i to tako da nisu uzeti u obzir tekstovi koji pokrivaju status izbeglica iz Hrvatske, Bosne i Hercegovine, aktivnosti Komesarijata, nadležnog ministarstva povodom događaja koji nisu u vezi sa migrantima, već samo oni tekstovi koji sadrže fotografije i koji se isključivo odnose na migrante i izbeglice sa Bliskog istoka i Afrike od 2015. naovamo. Na taj način je osigurano da izdvojene medijske objave budu u neposrednoj vezi sa temom migracija sa Bliskog istoka i Afrike od 2015. godine, a istovremeno je obezbeđen i relevantan vizuelni uzorak u kome nije propušten nijedan tekst sa fotografijom, što bi se najverovatnije dogodilo da je pretraga medija urađena putem nekog internet pretraživača ili onlajn novinske arhive. Jun je izabran kao mesec za analizu iz dva razloga: relevantni podaci⁶ pokazuju da se Srbija od maja 2015. godine suočava sa velikim prilivom izbeglica i migranata koji su tranzitu od Grčke ka Mađarskoj ili Hrvatskoj i jun 2015. označava prvi mesec u kome je opširnije i intenzivnije moglo da se izveštava o migrantskoj „krizi“. Drugo, u junu se obeležava Svetski dan izbeglica i realno je očekivati da bi u toku tog meseca izveštavanje o ovoj društvenoj grupi moglo da bude intenzivnije, što bi uticalo na veći broj tekstova o izbeglicama i migrantima nego u drugim periodima godine. Hronološka analiza vizuelnih medijskih okvira treba da pruži dublji

5 Unutar pojedinih tekstova u navedenom periodu objavljeno je više od jedne fotografije. Svaka objavljena fotografija je predstavila novu jedinicu analize.

6 <https://europa.rs/srbija-odgovor-na-izbeglicku-krizu/>

uvid u to da li i na koji način su se tokom godina menjali vizuelni medijski okviri migranata i izbeglica u srpskim medijima.

Na osnovnom nivou identifikacije slike kodirani su datum i medij u kome je objavljena fotografija. Na denotativnom nivou, kodirane su varijable: dominantni akteri (migranti i izbeglice; političari; policija/vojska; nešto drugo – za slike na kojima nije bilo izdvojenih ljudskih subjekata), veličina grupe (individualna ličnost; mala/srednja grupa – do 20 ljudi; velika grupa/gomila – preko 20 ljudi; nema – ne može se utvrditi) i dominantni okvir migranata (viktimizacija; pretnja; administrativni; integracija; politika). Specifikacija podokvira unutar jednog opšteg okvira je naročito važna za ovo istraživanje koje ima vremensku dimenziju u rasponu od šest godina i specifikacija okvira u tom smislu može dobro hronološki da pokaže u kojim periodima i na koji način se jedan opšti okvir razvijao i dominirao medijskim narativom. Zbog toga se, čitanjem relevantne literature i na osnovu pregleda različitih relevantnih istraživanja, u ovom istraživačkom dizajnu pod generalnim okvirom viktimizacije migranata i izbeglica analiziraju slike s obzirom na pristup migrantima kao žrtvama rata, krijumčarenja, zločina, transporta, prevare građana u državi u kojoj borave. Unutar okvira pretnje, istraživanje traga za nijansama u predstavljanju migranata i izbeglica kao pretnje po bezbednost granica, bezbednost ljudi, zdravlje ljudi, zločince i uzrok pretnje druge države. U okviru administrativnog okvira posmatrani su podokviri upravljanja migracijama, koji su se odnosili na vizuelne predstave brojeva i administrativnog upravljanja, kao i podokvir tražnje azila/pomoći, unutar kojeg su kodirane slike ljudi koji se nalaze u kampovima i smeštajnim centrima, kojima je potrebna pomoć u vidu hrane, odeće itd. Unutar okvira integracije analizirani su podokviri integracije u školski sistem i integracije u društvo u širem smislu, na primer na fotografijama koje pokazuju njihovu uključenost u zajednicu, njih kako rade „normalne“ stvari, vode normalan život, bave se sportom, itd. Unutar šireg okvira politike analizirani su podokviri političkih odluka koje utiču na život i tranzit migranata i izbeglica, kao i podokvir politike druge države koji pokazuje kako druge države regulišu migracije. Na ovaj način, dobijen je jedan detaljniji i sistematizovan uvid u dominantne medijske okvire koji određuju medijski narativ tokom posmatranih godina analize.

Na stilsko-semiotičkom nivou analize kodirane su sledeće varijable: pozicija kamere (total i široki plan – za vizuelnu udaljenost, kao i srednji i krupni plan – za vizuelnu bliskost), kao i vizuelni okvir aktivnosti migranata i izbeglica s obzirom na to da li: čekaju (leže, sede, stoje – pasivno stanje); da li su u tranzitu: beže, odlaze, dolaze; da li su mrtvi (slike mrtvih tela); u interakciji: sa svojom grupom, sa policijom, sa političarima; ili u akciji: rade nešto kao i drugi građani, uče, bave se sportom, idu u školu, kupuju u prodavnicima itd. Na ovaj način, stilsko-semiotička analiza treba da pruži okvir za razumevanje nijansi dominantnih okvira tako što posmatra udaljenost kamere od grupe i glavnu aktivnost kojom su predstavljeni, a na osnovu čega gledalac ili čitalac može da kreira određeni stav ili percepciju o ovoj grupi ljudi.

Rezultati istraživanja

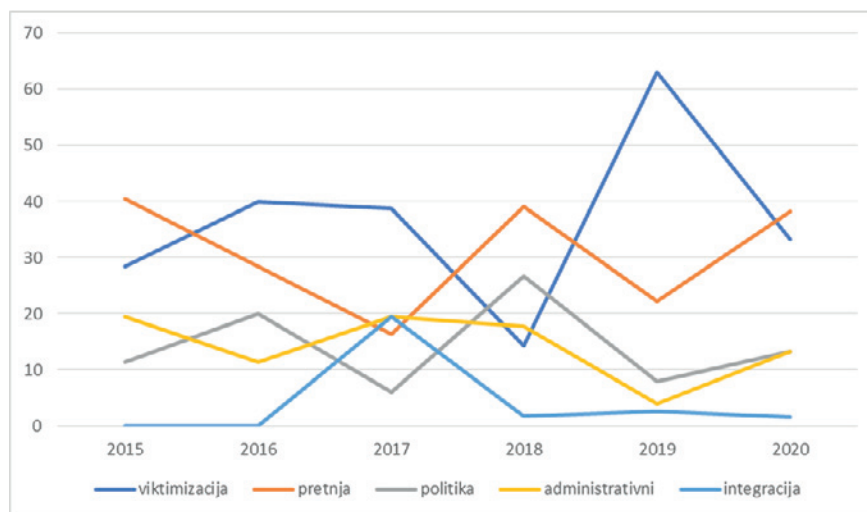
Kvantitativna analiza fotografija objavljenih u devet štampanih i onlajn medija u Srbiji od 2015. do 2020. godine pokazuje da su dominantni akteri migranti i izbeglice (89,3%), policija i vojska (5,3%), političari (3%) i nešto drugo (na primer, slike bez naznačenih subjekata, samo prikazuju granicu ili kamp i sl. – u 2,3%). U pogledu veličine grupe, više od polovine uzorka čine fotografije na kojima se migranti i izbeglice pojavljuju u manjim odnosno srednjim grupama do 20 ljudi (57,4%), kao pojedinci u individualnim portretima u samo 18,3%, dok se najmanje prikazuju u velikim grupama (8%). U 15,8% fotografija nije bilo moguće odrediti veličinu migrantske grupe s obzirom na to da su one prikazivale druge aktere ili predele bez ljudi, na primer sliku graničnog prelaza ili mapu. Dominantni, skoro izjednačeni, vizuelni okviri su u celokupnom periodu analize bili okvir viktimizacije (35,4%) i okvir pretnje (32,8%), dok su drugi okviri manje zastupljeni u odnosu na prva dva. Tako se administrativni okvir (15,4%) i okvir politike (12,8%) nalaze ispred najmanje zastupljenog okvira integracije (3,6%) (Tabela 2).

Tabela 2. Dominantni vizuelni okvir migranata i izbeglica u medijima u Srbiji od 2015. do 2020. godine

Vizuelni okvir	n	%
Administrativni	72	15,4
Integracija	17	3,6
Politika	60	12,8
Pretnja	154	32,8
Viktimizacija	166	35,4
Ukupno	469	100,0

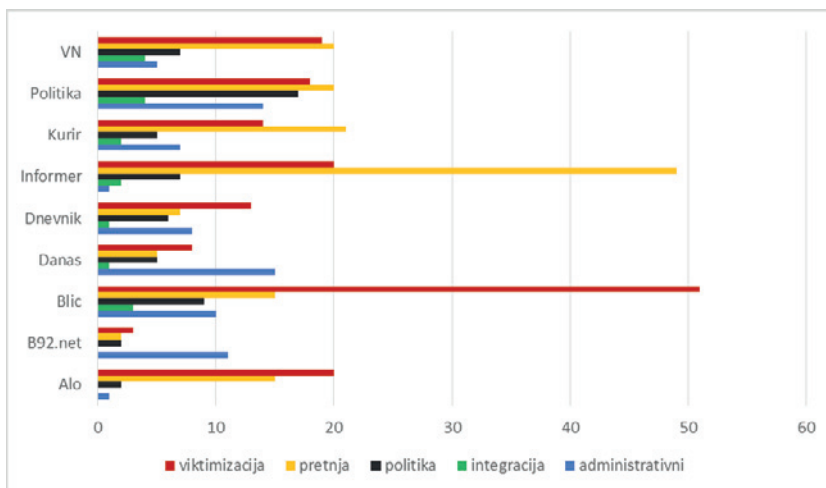
Kada se dominantni vizuelni okvir rasporedi po godinama (Grafikon 1), rezultati pokazuju da zastupljenost pojedinačnih okvira varira u odnosu na određeni period, ali da su svi okviri, osim okvira integracije, stalno prisutni u periodu od posmatranih šest godina. Na početku migrantske „krize“ 2015. godine najzastupljeniji je bio okvir pretnje, koji se značajno smanjio tokom 2017. kada se pojačao vizuelni okvir integracije. Međutim, posle dvogodišnjeg perioda vizuelne humanizacije, odnosno češćeg predstavljanja migranata i izbeglica kao žrtava i fotografija kojima se ističe potreba za njihovom društvenom integracijom, u toku 2018. se okvir integracije potpuno gubi i ponovo raste medijski okvir pretnje, kao i porast vizuelnog okvira politike. U toku 2019. godine, što je već peta godina nakon velike migrantske „krize“ i prisustva izbeglica sa Bliskog istoka i Afrike na teritoriji Srbije, očigledan je nagli rast okvira viktimizacije, da bi se nakon završenog vanrednog stanja zbog pandemije virusa Covid-19 u junu 2020. vizuelni okviri viktimizacije i pretnje skoro potpuno izjednačili kao na početku perioda analize u junu 2015.

Grafikon 1. Hronologija dominantnog vizuelnog okvira migranata i izbeglica u medijima u Srbiji 2015–2020. godine



U odnosu medija prema vizuelnim okvirima migranata može se utvrditi i divezifikovanost vizuelnog sadržaja. Tako rezultati pokazuju da je okvir viktimizacije najprisutniji u dnevnom listu i na sajtu Blica, ali i tabloidu Alo i novosadskom Dnevniku, dok je vizuelni okvir pretnje najizraženiji u Informeru i Kuriru, dok je u Politici i Večernjim novostima skoro izjednačen sa okvirom viktimizacije. Administrativni okvir je najprisutniji u dnevnom listu Danas i portalu B92.net, dok je okvir integracije jedva vidljiv u svim medijima, osim na portalu B92.net i u tabloidu Alo, gde ga uopšte nema. Vizuelni okvir politike se najviše pojavljuje u Politici i Blicu, ali i u drugim medijima u nešto manjem obimu u odnosu na dominantne okvire viktimizacije i pretnje. Prisustvo i odsustvo pojedinih okvira u analiziranim medijima pokazuje različite medijske pristupe u vizuelnom predstavljanju migranata i izbeglica s obzirom na njihove opšte uređivačke politike i s obzirom na to da li je u pitanju tabloid blizak vlasti ili nezavisne dnevne novine, odnosno onlajn portal. Tako je u Informeru, tabloidu bliskom vlasti poznatom po izraženom senzacionalističkom izveštavanju i objavljivanju neproverenih vesti o migrantima (Milinkov, Janjić i Jakovljević., 2021), vizuelni okvir pretnje dominantno izražen u odnosu na sve ostale medije. U Blicu, komercijalnom mediju koji pripada grupi najčitanijih dnevnih novina i godinama je najposećeniji onlajn portal (Media Ownership Monitor Srbija, 2019; Gemius, 2022), a koji je u stranom vlasništvu, vizuelni okvir migranata kao žrtava dominira u odnosu na sve ostale okvire. Dnevni list i onlajn portal Danas najviše izveštavaju u administrativnom okviru, što ukazuje na uređivačku politiku nesenzacionalističkog izveštavanja i distanciranog prikazivanja u odnosu na tabloide iz uzorka.

Grafikon 2. Prisustvo vizuelnih okvira u pojedinačnim medijima (u procentima)



Rezultati analize stilsko-semiotičkog nivoa pokazuju da se migranti i izbeglice, iz perspektive objektivna kamere, u najvećem broju analiziranih fotografija (67,6%) prikazuju u širokim planovima i totalima, a u 32,4% u krupnim i srednjim planovima, što upućuje na izrazitu vizuelnu udaljenost čitalaca od glavnih aktera u svim analiziranim medijima. Analiza pokazuje (Tabela 3) da se u čak 43,1% uzorka migranti i izbeglice prikazuju u pasivnom stanju odnosno u čekanju (kako stoje, sede, leže), zatim u slikama tranzita, i to najčešće u aktivnosti dolaženja prema objektivu kamere (19,4%), a mnogo manje u drugim oblicima akcije i interakcije. Ilustracije se odnose na fotografije na kojima nisu prikazani migranti i izbeglice, već osobe kojima se ne vidi lice, ali čija pojava upućuje na kontekst teksta, kao što je ilustracija osobe koja je slikana s leđa sa lisicama na rukama da pokaže akciju hapšenja. Pored toga, u 33 objavljene fotografije prikazana su mrtva tela izbeglica koje su izgubile život kao žrtve unutargrupnih obračuna ili kao žrtve nelegalnog prelaska granica.

Tabela 3. Vizuelno predstavljanje aktivnosti migranata i izbeglica u analiziranim fotografijama 2015–2020.

Vizuelna aktivnost	n	%
Nema	51	10,9
Akcija	10	2,1
Čekanje	202	43,1
Ilustracija	14	3,0
Interakcija s grupom	13	2,8
Interakcija s policijom	25	5,3
Interakcija s političarima	1	0,2
Smrt	33	7,0
Tranzit-bežanje	7	1,5
Tranzit-dolaženje	91	19,4
Tranzit-odlaženje	22	4,7
Ukupno	469	100,0

Slike često prate i predmeti koji mogu imati simbolično značenje, poput čamaca, brodova, pojaseva za spasavanje, rešetki, bodljikavih žica, ćebadi, policijskih lisica i rančeva. Prisustvo ovih predmeta, zajedno sa tekstualnim obeležjima koji prate fotografije u vidu naslova ili potpisa ispod slika, služe kao okvir za razumevanje konteksta medijskog sadržaja. Kada se pojavljuju u različitim vidovima kretanja, bez obzira da li beže, dolaze ili odlaze, ili samo sede i čekaju, potpisi ispod fotografija su često konfrontirani sa vizuelnim sadržajem i konotiraju negativno značenje koje slika sama za sebe nema. Na primer, na slici koju je objavila Politika u junu 2015. godine (Slika 1), prikazana je velika grupa migranata i izbeglica koja mirno sedi na čamcu i čeka da stigne na određište. Sama fotografija ne implicira negativno značenje jer prikazuje ljude koji sede i čekaju, ali Politikin potpis na preuzetoj Rojtersovoj fotografiji, ispod koje piše „Morski stampedo za Evropu kreće iz Libije“, verbalnim komentarem povezuje sa pojmom stampedo, koji se inače vezuje za kretanje životinja u krdima, i na taj način kontekstualizuje celokupan doživljaj migranata i izbeglica kao velike grupe koja se „stampedom“ kreće da zauzme i napadne Evropu, uključujući i Srbiju.

Пола милиона миграната чека да пређе Медитеран

После најновије акције италијанске обалске страже, у којој је спасено готово 3.500 миграната уз обалу Либије, британске власти упозоравају на огроман талас избеглица



Slika 1. Printscreen, Politika, 8.06.2015.

Medijski okvir pretnje naročito je izražen na slikama u kojima su migranti i izbeglice predstavljeni kako dolaze, odnosno kako se kreću u pravcu prema kameri, prema gledaocima. Takvih slika ima procentualno mnogo više u odnosu na slike na kojima se prikazuju kako odlaze ili beže. Ovaj vizuelni postupak je često pojačan i senzacionalističkim tekstualnim sadržajem, odnosno bombastičnim naslovima i propratnim potpisima uglavnom u tabloidnoj štampi (Slika 2 i Slika 3) koji sliku „dolaska“ isključivo vezuju za narativ „invazije“, „napada“ i „nadiranja“.



Slika 2. Printsreen, Informer, 22.06.2015.



Slika 3. Printsreen, 23.06.2015. Informer,

Na slikama interakcije, a posebno interakcije sa policijom, kamera je skoro uvek postavljena tako da gledalac stiče utisak da je na strani policije, odnosno da migrante i izbeglice posmatramo iz ugla policije, a ne iz ugla grupe u kojoj se nalaze (Slika 4 i Slika 5). Na sličan način su u televizijskom izveštavanju svojevremeno prikazani pripadnici LGBT populacije na Paradi ponosa 2010. godine u Beogradu (Krstić, Aiello and Parry, 2020), što pokazuje da domaći štampani i elektronski mediji, uključujući i onlajn portale, drže odstojanje od marginalizovanih društvenih grupa i pristupaju im pre kao problemu nego kao ljudima sa problemom kojima je potreba pomoć i zaštita.



Slika 4. Printsreen, Alo, 27.06.2018.



Slika 5. Printsreen, Danas, 24.06.2015.

Istovremeno, nije reč samo o fizičkom distanciranju, nego i o „emotivnom“ distanciranju od migranata koje je postignuto time što su na fotografijama mnogo ređe prikazane žene. Migrantkinje se pojavljuju u tek 11,5% uzorka, i to pretežno tokom 2017. i 2018. godine, dok ih u prve dve godine ima u manjem broju. Ovi nalazi se dosta razlikuju od zapadnoevropskih i svetskih medija u

kojima je vizuelno predstavljanje žena sa decom najčešće korišćena slika kojom se postiže efekat humanizacije i kulture gostoprimstva (Bleiker, Campbell and Hutchison, 2014). Vizuelno uokvirivanje žena ne odnosi se samo na njihovo bezlično prisustvo u portretisanju tako da im se ne vide lica (Slika 6), nego i na izrazito negativno izveštavanje u kontekstu njihove opasnosti po zdravlje ljudi, uz stereotipizirane ilustracije i senzacionalističke naslove (Slika 7).



Slika 6. Printscreen, Alo, 14.06.2015.



Slika 7. Printscreen, Kurir, 28.06.2018.

Bez obzira na to o kom je vizuelnom okviru reč, u najvećem broju fotografija (43,1%) migranti i izbeglice se ipak prikazuju u pasivnom stanju. Veliki broj slika ih prikazuje vizuelnoj inerciji, kako leže ili sede, i ovaj postupak je mnogo izraženiji tokom svih analiziranih godina nego slike akcije ili interakcije. Za razliku od prikaza brodova i čamaca koji su mnogo češći u medijima na Zapadu (Bleiker et al. 2013), u domaćim medijima prisutniji su prikazi izuvenih cipela ili čarapa i bosih nogu na fotografijama čekanja koji simbolizuju lutanje, umor, dalek put, nomadski život, izbeglištvo (Slika 8 i Slika 9). Stalno su prisutni i rančevi na leđima, u rukama migranata ili koferi i torbe u prašini predela u kome borave, što odaje sliku tereta koji nose sa sobom.



Slika 8. Printscreen, Dnevnik, 16.06.2018.



Мероприје у кампу Бјудак код Сусака

Slika 9. Printscreen, Politika, 20.06.2019.

Čak i u vizuelnom kontekstu čekanja, medijski narativ naslova i potpisa ispod fotografija je vrlo često konfrontiran sa vizuelnim porukama, te se migranti i izbeglice kao vizuelno „bezopasni“ i čak tragični junaci, više ističu kao brojke koje prete društvu i kao statistika koja „puni“ kampove, „preplavljuje“ granice i preti „invazijom“. Ova konfrontacija tekstualnog i vizuelnog sadržaja neprestano je prisutna u svim medijima od početka migrantske „krize“ 2015. do 2020, i to tako što naslovi tekstova i potpisi na fotografijama, u senzacionalističkom stilu, pojačavaju negativan i ksenofobičan odnos medija prema migrantima. Tako su prisutne verbalne konstrukcije kojima se tvrdi da su migranti „napunili Preševo“, „hrle ka Beogradu“, „sve ih više pristiže“, „preti kriza“, „obruč oko Srbije“, „migranti pred vratima Srbije“, „region u strahu“, „teroristi se šetaju Srbijom“ i slični iskazi kojima se pojačava okvir pretnje i, na konotativnom nivou, šire poruke opasnosti i straha.

Zaključci

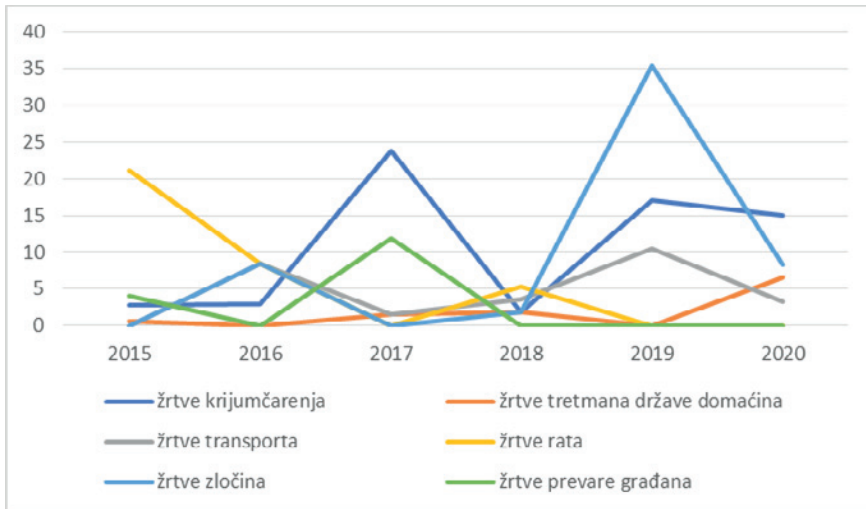
Ova analiza je pokazala da su migranti i izbeglice u srpskim medijima vizuelno prikazani u dva stalno prisutna i dominantna okvira, vizuelnom okviru viktimizacije i vizuelnom okviru pretnje, i to kao bezlične grupe bez ikakvog identiteta, kao pasivne osobe koje ne rade ništa, osim što čekaju da se nešto dogodi u vezi sa njihovim statusom. Individualni portreti su retki, a kamera najčešće postavljena na dovoljnoj, „bezbednoj“ udaljenosti, što utiče na ukupan utisak da se mediji u Srbiji prema ovoj grupi odnose kao prema strancima koji su problematični i sa kojima gledaoci/čitaoci ne mogu da se povežu.

Kvantitativno-kvalitativna analiza fotografija je pokazala da postoje stalni vizuelni medijski okviri unutar kojih se migranti i izbeglice predstavljaju tokom svih šest godina, ali da se njihov intenzitet menjao tokom posmatranog perioda. Zanimljivo je da su svi identifikovani vizuelni okviri počeli i završili na istoj procentualnoj zastupljenosti, iako je moglo da se očekuje da jedan od okvira bude smanjen ili da potpuno nestane tokom vremena, kao što bi trebalo da bude sa okvirom pretnje, a da neki drugi okvir postane vidljiviji, na primer vizuelni okvir integracije. Međutim, stalno prisustvo svih okvira, osim integracije, koja se očitava samo tokom dve godine i kasnije skoro potpuno nestaje, kao i prilično izjednačen intenzitet svakog od navedenih okvira može da uputi na zaključak da se vizuelni medijski sadržaj o migrantima i izbeglicama suštinski ne menja, bez obzira na protok vremena. Na primer, na Grafikonu 1 u okviru prethodnog poglavlja pokazano je da je u početku okvir pretnje bio jako izražen (40,5%) u ukupnom medijskom sadržaju, da bi uz manje uspone i padove tokom godina, ostao na skoro identičnom procentu medijske prisutnosti u 2020. godini (38,5%). Slično je i sa okvirom viktimizacije, čiji je intenzitet u vizuelnom medijskom sadržaju varirao od 28,5%, preko naglog skoka na 63,5% u toku 2019. da bi se vratio na početni nivo od oko 33,3%. Skok okvira viktimizacije objašnjava se intenzivnim medijskim izveštavanjem o seriji zločina u kojima su migranti i izbeglice, koji u tom trenutku već petu godinu za redom borave u Srbiji, prikazani kao žrtve unutargrupnih obračuna, a ne više kao žrtve rata ili ljudi koji su iz ekonomskih

razloga napustili matične zemlje, kao što je bio slučaj u prve dve godine uzorka. I drugi, poput administrativnog, političkog okvira i okvira integracije, počinju i završavaju u sličnoj procentualnoj zastupljenosti tokom analiziranih godina, s tim što okvir integracije postoji samo između 2016. i 2018. godine i skoro potpuno nestaje iz medijskog sadržaja u poslednje dve godine analize.

Ova analiza je pokušala da ode dalje i da ponudi dublji uvid u identifikovane vizuelne medijske okvire kako bi se utvrdilo na koji način mediji unutar određenih okvira menjaju vizuelni fokus. Detaljniji pregled dominantnih vizuelnih okvira viktimizacije (Grafikon 3) i okvira pretnje (Grafikon 4) upućuje na očiglednu promenu fokusa unutar glavnih okvira. U prve dve godine migranti i izbeglice su mahom prikazivani kao žrtve rata. Međutim, kasnije je taj podokvir skoro sasvim nestao iz medijskog sadržaja, da bi podokvir žrtava prekograničnog krijumčarenja i žrtava zločina dobio istaknutiju poziciju tokom 2017. i 2019. godine.

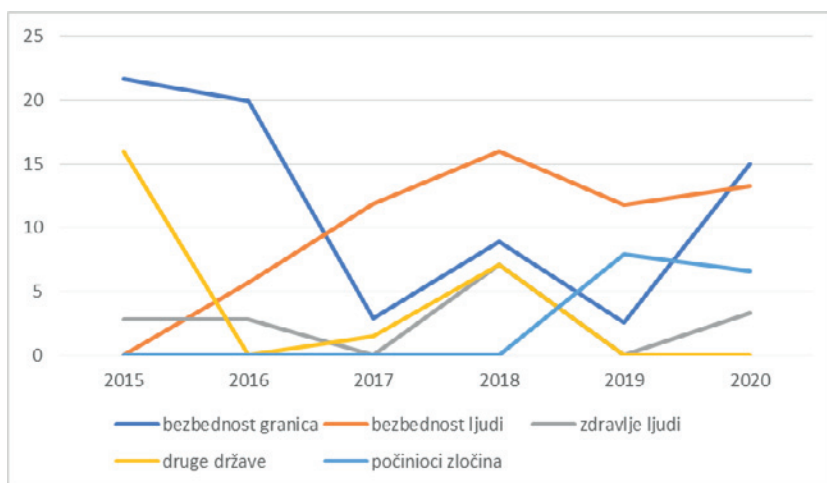
Grafikon 3. Specifikacija dominantnog vizuelnog okvira viktimizacije tokom posmatranog perioda 2015–2020.



Nešto je drugačiji nalaz dominantnog okvira pretnje, koji je „stalniji“ i manje fluktuiru u odnosu na okvir viktimizacije. Ovaj okvir je započeo izraženim vizuelnim predstavljanjem migranata i izbeglica kao pretnji po bezbednost granica i kao uzroka pretnji drugih država, naročito Mađarske koja je u tom periodu najavljivala postavljanje zida na granici prema Srbiji. Međutim, taj podokvir je s godinama nestajao, ali je porastao okvir pretnje po bezbednost ljudi koji se zadržao do kraja posmatranog perioda. Analiza takođe pokazuje da 2020. godine migranti i izbeglice za srpske medije više nisu uzrok pretnji drugih država, niti neka specifična pretnja po zdravlje građana, kao što su bili predstavljeni 2018. godine, već su ponovo pretnja po bezbednost granica i po bezbednost ljudi. Vizuelni medijski narativ se unutar ovog okvira sporije i teže menja, a iako je u proseku nešto manje zastupljen u odnosu na okvir viktimizacije, pokazuje da mediji, bez obzira na političku orijentaciju i uređivačku politiku,

učestvuju u održavanju okvira koji se odnosi na pitanja bezbednosti zemlje i koji migrante i izbeglice prikazuje kao problematičnu grupu i stalno prisutnu pretnju. Izveštavanje o izbeglicama i migrantima tako oslikava širi društveno-politički kontekst koji je važan za interpretaciju medijskih okvira, a u kome su, posmatrano iz ugla medijskih studija i novinarstva, rasprostranjeni nacionalizam i etnocentrizam (Valić Nedeljković, 2016), ksenofobija (Milinkov, Janjić i Jakovljević, 2021), govor mržnje, vređanje i diskriminacija drugih i drugačijih (Janjić, 2020; Višnjić i Lončarević, 2011). U medije se tako, iz domaće političke arene i ogromnog prostora društvenih mreža i neproverenih internet portala, prelivaju ekstremistički i nacionalistički stavovi, naročito sa aspekta bujanja desničarskih sajtova koji propagiraju zapaljivu retoriku u vezi sa migrantima i izbeglicama na teritoriji Srbije.

Grafikon 4. Specifikacija dominantnog vizuelnog okvira pretnje tokom posmatranog perioda 2015–2020.



Održavanju okvira pretnje doprinose i stilsko-semiotički elementi slika, kao i prikazivanje migranata i izbeglica na konotativnom nivou kao otuđenih stranaca koji, iako nose teret izbeglištva i tragične sudbine, ipak predstavljaju samo administrativne brojke, a ne ličnosti kojima treba zaštita i pomoć. Bez obzira što su prikazani u grupama koje ne rade ništa osim što čekaju, ili koje mirno dolaze ili odlaze dalje, verbalni narativi uz fotografije se u najvećem broju slučajeva konfrontiraju sa vizuelnim porukama i na taj način intenziviraju generalni utisak da je reč o medijskom širenju straha od migranata i izbeglica kao opasne grupe koja neprestano preta da ugrozi život građana Srbije.

Literatura

Amores, J. J., Arcila-Calderón, C. and Blanco-Herrero, D. (2020). Evolution of negative visual frames of immigrants and refugees in the main media of Southern Europe. *Profesional de la información*, 29(6): 1–21.

- Amores, J.J., Arcila-Calderón, C.A., and Stanek, M. (2019). Visual frames of migrants and refugees in the main Western European media. *Economics and Sociology*, 12(3), 147–161.
- Avramović, Z. (2012). „Odliv mozgova” iz Srbije – jedno lice globalizacije obrazovanja? *Sociološki pregled*, XLVI (2): 189–202.
- Barthes, R. (1977). Rhetoric of the image. In: Barthes, R. (ed.) *Image, Music, Text*. New York: Hill & Wang, pp. 32–51.
- Beta. (2021). Vučić: U Srbiji trenutno 3.977 migranata, prošle godine sprečili više od 38.000 ilegalnih prelazaka. Danas, 17.06.2021. <https://www.danas.rs/vesti/drustvo/vucic-u-srbiji-trenutno-3-977-migranata-prosle-godine-sprecili-vise-od-38-000-ilegalnih-prelazaka/>
- Bjekić, J., Živanović, M., Vukčević Marković, M., Milica Ninković, i Stojadinović, I. (2020). *Stavovi prema migrantima i izbeglicama u Srbiji – istraživački izveštaj jun 2020*. Beograd: Psychosocial Innovation Network i Fondacija za otvoreno društvo
- Bleiker, R., Campbell, D. and Hutchison, E. (2014). Visual Cultures of Inhospitability. *Peace Review: A Journal of Social Justice*, 26(2): 192–200.
- Bleiker, R., Campbell, D., Hutchison, E. and Nicholson, X. (2013). The visual dehumanisation of refugees, *Australian Journal of Political Science*, 48(4): 398–416.
- Bobić, M. (2009). Dijaspورا kao ekonomski i socijalni kapital Srbije. *Sociološki pregled*, XLIII (3): 361–377.
- Brantner, C., Lobinger, K. and Wetzstein, I. (2011). Effects of visual framing on emotional response and evaluations of news stories about the Gaza conflict 2009. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 88: 523–540.
- Brkić, M. i Stanković, D. (2012). Harmonization of Asylum and Integration Policy with the European Union Legislation. *Serbian Political Thought*, IV(5): 67–81.
- Bucher, H. J. and Schumacher, P. (2006). The relevance of attention for selecting news content. An eye-tracking study on attention patterns in the reception of print and online media. *Communications* 31(3): 347–368.
- Caviedes, A. (2015). An emerging ‘European’ news portrayal of immigration? *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 41(6), 897–917.
- Chouliaraki, L. and Stolic, T. (2017). Rethinking media responsibility in the refugee ‘crisis’: A visual typology of European news. *Media, Culture & Society* 39(8): 1162–1177.
- Chouliaraki, L. and Zaborowski, R. (2017). Voice and community in the refugee crisis: A content analysis of news coverage in eight European countries. *International Communication Gazette* 79(6/7): 613–635.
- Coleman, R. (2010). Framing the pictures in our heads: Exploring the framing and agenda-setting effects of visual images. In D’Angelo and Kyupers (eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, 233–261.
- Eades, D. (2019). ‘Stopping the boats’ to save lives? Humanitarian concern as a slow moral panic. *Media Practice and Education* 20(1): 87–106.

- Entman, R.M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51–58.
- Gamson, W. A. and Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37.
- Gemius Rating. (07.02.2022). Country: Srbija. Gemius Audience, Report Domains. <https://rating.gemius.com/rs/tree/31>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Greenslade, R. (2005). *Seeking Scapegoats: The Coverage of Asylum in the UK Press*. London: Institute for Public Policy Research.
- Greenwood, K. and Jenkins, J. (2015). Visual framing of the Syrian conflict in news and public affairs magazines. *Journalism Studies* 16: 207–227.
- Greenwood, K. and Thomson, T.J. (2020). Framing the migration: A study of news photographs showing people fleeing war and persecution. *International Communication Gazette*, 82(2): 140–163.
- Greussing, E., and Boomgaarden, H. G. (2017). Shifting the refugee narrative? An automated frame analysis of Europe's 2015 refugee crisis. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43(11): 1749–1774.
- Hertog, J. K., and McLeod, M. D. (2001). A Multiperspectival Approach to Framing Analysis: A Field Guide. In S. D. Reese, O. H. Gandy and A. E. Grant (eds.), *Framing Public Life*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates (pp. 141–162).
- Horsti, K. (2016). Visibility without voice: Media witnessing irregular migrants in BBC online news journalism. *African Journalism Studies* 37: 1–20.
- IREX (2019). *Media Sustainability Index 2019: Serbia*. <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2019-serbia.pdf>
- Janjić, S. (2020). *Govor mržnje na portalima i društvenim mrežama u Srbiji*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.
- Kleut, J. i Drašković, B. (2017). Vizuelne reprezentacije izbeglica na „Balkanskoj ruti“ u medijima u Srbiji. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, XLII-2: 165–182.
- Kovář, J. (2019). A security threat or an economic consequence? An analysis of the news framing of the European Union's refugee crisis. *International communication gazette*, 82(6): 564–587.
- Kress, G. and Van Leeuwen, T. (1998). Front Pages: The (Critical) Analysis of Newspaper Layout. In A. Bell and P. Garrett (eds.) *Approaches to Media Discourse*. London: Blackwell (pp. 186–219).
- Kress, G. and Van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images, The Grammar of Visual Design*. Second edition. London: Routledge.
- Krstić, A., Milojević, A. i Kleut, J. (2018). Vizuelno uokvirivanje protesta Protiv diktature. *CM: Communication and Media*, 13(44): 57–92.
- Krstić, A., Parry, K., Aiello, G. (2020). Visualising the politics of appearance in times of democratisation: An analysis of the 2010 Belgrade Pride Parade television coverage. *European Journal of Cultural Studies*, 23(2): 165–183.

- Krstić, A. (2020). *Mediji, novinarstvo i Evropska unija*. Univerzitet u Beogradu: Fakultet političkih nauka
- Krzyżanowski, M., Triandafylidou, A. and Wodak, R. (2018). The Mediatization and the Politicization of the “Refugee Crisis” in Europe. *Journal of Immigrant & Refugee Studies* 16(1/2): 1–14.
- Lenette, C. and Cleland, S. (2016). Changing faces: Visual representations of asylum seekers in times of crisis. *Creative approaches to research*, 9(1): 68–83.
- Madrigal, G. and Soroka, S. (2021). Migrants, Caravans, and the Impact of News Photos on Immigration Attitudes. *The International Journal of Press/Politics*. 1–21.
- Matthes, J. (2009). What’s in a frame? A content analysis of media framing studies in the world’s leading communication journals, 1990–2005. *J&MC Quarterly* 86(2): 349–367.
- McDonald, D.A. and Jacobs, S. (2005). (Re)writing xenophobia: Understanding press coverage of cross-border migration in Southern Africa. *Journal of Contemporary African Studies* 23(3): 295–325.
- Media Ownership Monitor Srbija. (2019). *Tržište štampe*. <https://serbia.mom-rsf.org/rs/mediji/print/>
- Messariss, P. and Abraham, L. (2001). The role of images in framing news stories. In; Stephen D. Reese, Oscar H. Gandy & August E. Grant (eds.) *Framing Public Life*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers. NJ: Mahwah (pp. 216–226).
- Milinkov, S., Janjić, S., Jakovljević, N. (ur.) (2021). *Izveštavanje o migrantima – Između manipulacije i etike*. Novi Sad: Nezavisno udruženje novinara Vojvodine.
- Özcan, E. (2013). Lingerie, Bikinis and the Headscarf. *Feminist Media Studies* 13(3): 427–442.
- Paivio, A. and Csapo, K. (1973). Picture superiority in free recall: Imagery or dual coding? *Cognitive Psychology* 5: 176–206.
- Palacios, E. (2015). *La construcción de los encuadres noticiosos de la inmigración en la prensa de Castilla y León*. PhD Thesis, University of Salamanca, Spain.
- Parrott, S., Hoewe, J., Fan, M. and Huffman, K. (2019). Portrayals of Immigrants and Refugees in U.S. News Media: Visual Framing and its Effect on Emotions and Attitudes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 63(2):1–22.
- Parry, K. (2011). Images of liberation: Visual framing, humanitarianism and British press photography during the 2003 Iraq invasion. *Media, Culture & Society* 33: 1185–1201.
- Patterson, M. L., Churchill, M. E., Burger, G. K., and Powell, J. L. (1992). Verbal and nonverbal modality effects on impressions of political candidates: Analysis from the 1984 presidential debates. *Communication Monographs* 59: 231–242.
- Pavlović, D., Perišić, N. i Šantić, D. (2021). Migracije u nacionalnom kontekstu – mapiranje istraživačkih izazova. *Sociologija*, LXIII: 669–687.
- Predojević-Despić, J. (2009). Migrantske mreže: nezaobilazna perspektiva u proučavanju savremenih međunarodnih migracija. *Sociološki pregled*, XLIII(2): 209–229.

- Raičević, N. (2018). *Zaštita izbeglica u međunarodnom pravu*. Univerzitet u Nišu: Pravni fakultet
- Reese, S.D. (2007). The framing project: a bridging model for media research revisited. *Journal of Communication* 57: 148–154.
- Rodriguez, L. and Dimitrova, D. (2011). The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy* 30(1): 48–65.
- Rose, G. (2013). On the relation between ‘visual research methods’ and contemporary visual culture. *The Sociological Review*, 62: 24–46.
- Seo, H. and Ebrahim, H. (2016). Visual propaganda on Facebook: A comparative analysis of Syrian conflicts. *Media, War & Conflict* 9(3): 227–251.
- Valente, A., Tudisca, V., Pelliccia, A., Cerbara, L. and Caruso, M.G. (2021). Comparing Liberal and Conservative Newspapers: Diverging Narratives in Representing Migrants?, *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 1–17.
- Valić Nedeljković, D. (2016). Uloga javnih medijskih servisa u promociji nacionalizma i ekstremizma u kontekstu regiona Zapadnog Balkana. U: D. Valić Nedeljković, N. Knežević, S. Sremac i D. Gruhonjić (ur.), *Mediji, religija, nacionalizam i tranziciona pravda*. Univerzitet u Novom Sadu: Filozofski fakultet (str. 87–100).
- Van Gorp, B. (2005). Where is the Frame?: Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue. *European Journal of Communication* 20(4): 484–507.
- Van Leeuwen, T. (2001). Semiotics and iconography. In Theo van Leeuwen and Carey Jewitt (eds.) *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage (pp. 92–118).
- Višnjić, J. i Lončarević, K. (2011). *Politike reprezentacije LGBTTIQ populacije u medijima Srbije*. Beograd: Labris.
- Vuletić, V. i Filipović, B. (2019). Politički i medijski (od)govori na „migrantsku krizu“ u Srbiji. *Forum za sigurnosne studije* 3(3): 118–137.
- Willows, D. (1978). A Picture Is Not Always Worth a Thousand Words: Pictures as Distractors in Reading. *Journal of Educational Psychology*, 70: 255–262.
- Wilmott, A.C. (2017). The Politics of Photography: Visual Depictions of Syrian Refugees in U.K. Online Media. *Visual Communication Quarterly* 24(2): 67–82.
- Zhang, X. and Hellmueller, L. (2017). Visual framing of the European refugee crisis in Der Spiegel and CNN International: Global journalism in news photographs. *The International Communication Gazette*, 79(5): 483–510.