

**Preporuke za medijsko
izvještavanje
o migrantima i
izbjeglicama**

Pretpostavka o važnosti medija za konstrukciju značenja u društvu u temeljima je istraživanja medijskih reprezentacija. Iako se radi o kompleksnom odnosu kodiranja i dekodiranja medijskih poruka čije je značenje određeno kulturnim kontekstom, analizirajući medijske reprezentacije ne možemo zaključivati o tome kako publike dekodiraju te sadržaje jer za razumijevanje navedenog problemskog motiva fokus moramo usmjeriti na istraživanje publika. Analiziranjem medijskih reprezentacija, koje ovdje razumijemo kao one koje dominantno konstruiraju društvenu zbilju, a ne kao nešto što je odraz (iskrivljeni ili podudarni) te zbilje, primarno se usmjeravamo na značenja koja možemo identificirati u samom sadržaju/tekstu te na temelju toga hipotetski zaključujemo o namjeri koda, odnosno o značenju koje se, u određenom medijskim sadržaju, htjelo afirmirati od strane medija. U tom procesu konstrukcije značenja individualne novinarske prakse ne možemo tretirati odvojeno od organizacijske uređivačke politike unutar koje pojedini novinar/novinarica djeluje i, u širem smislu, od praksi vlastite profesionalne zajednice. Iako su na individualnoj razini proizvodnje medijskog sadržaja bitni profesionalna izobrazba, internalizirane profesionalne etičke norme, iskustvo rada u novinarstvu te osobna vrijednosna orijentacija novinara, a na društvenoj hegemonijski poredak, proizvodne prakse prije svega obilježene su ideološko-političkom orijentacijom medija prema kojoj se sadržaj oblikuje. U tom se procesu prostor daje temama i akterima koji potvrđuju tu orijentaciju, usmjeravajući medijske prakse i sadržaje prema percipiranoj publici kojoj se specifični medij obraća. Uređivačkom se politikom može stremiti obuhvatu većeg segmenta populacije pri čemu se njeguje 'umjerenije' ideološko pozicioniranje (što je dakako značenjski promjenjivo u društveno-historijskom kontekstu) ili se pak može usmjeriti prema određenom užem segmentu populacije, no oblik 'simbioze' u međusobnom prepoznavanju medija i publika (i dakako oglašivača) uvijek je prisutan i treba se razumjeti u širem društvenom kontekstu dominantnih vrijednosti. Taj odnos interpelacije ne podrazumijeva i da su novinari/mediji i publike u istoj poziciji moći, naime mediji/novinari su ti koji u svojim svakodnevnim proizvodnim praksama reduciraju društvenu zbilju, odabirući sasvim specifičan segment koji će kodirati te donose odluke o tome kako će uokviriti određenu temu, kao i o tome koje će društvene aktere uključiti, a koje isključiti. Osim publika, za razumijevanje medijskih praksi bitno je locirati mjesto koje mediji zauzimaju u društvenoj strukturi s obzirom na to da i to mjesto određene mjere određuje njihov način djelovanja. U tom smislu treba uzeti u obzir vlasničku strukturu medija, prihode koje medij generira, tehnološku platformu koja se primarno koristi pri proizvodnji sadržaja (televizija, radio, tisk, portali), veličinu medijske organizacije koja utječe

na podjelu rada (stroga hijerarhija ili horizontalni načini djelovanja) i tome slično. Kada je, primjerice, riječ o vlasničkoj strukturi i prihodima, medije možemo svrstati u tri sektorska područja: 1) javni medij institucionalno je čvršće povezan s državom i načinom na koji su u toj domeni definirane kulturne i društvene vrijednosti. Diskurs se temelji na kreiranju nacionalnog jedinstva, a legitimitet crpi iz djelovanja u javnom interesu, no društvena stabilnost i podrška vlasti u temelju su djelovanja. Nudi raznolik sadržaj kako bi osigurao da svi segmenti populacije budu uključeni. Zbog financiranja iz pretplate, društvena su očekivanja od tog medija najveća; 2) mediji u privatnom vlasništvu koji su komercijalno orijentirani s ciljem maksimizacije profita, strukturalno su odvojeni od države, a većinom proizvode popularne forme i sadržaje. Najčešće reproduciraju hegemonijski diskurs koji uključuje ekonomsku dominaciju i profitnu orijentaciju, što je posljedica njihove strukturalne pozicije unutar koje ovise o oglašivačima; 3) mediji trećeg sektora (ili mediji civilnog društva), neprofitni su i njihovo se djelovanje povezuje i s konstituiranjem alternativnih tipova javnosti. Primarno omogućuju komunikaciju, participaciju i interakciju manjeg dometa u okviru različitih zajednica, kao i različitih interesnih grupa. Potiču pluralizam i raznolikost jer se obraćaju manjinama u društvu te u sadržaje uključuju teme, formate i načine njihove obrade koji često nisu zastupljeni u dominantnim medijima.¹

Zbog kompleksnosti suodnosa između medijske konstrukcije zbilje i društvene zbilje, formuliranje preporuka za izvještavanje o specifičnim temama složen je zadatak. Evidentno je da normativna etička profesionalna načela – koja su primjerice navedena u *Kodeksu časti hrvatskih novinara* Hrvatskog novinarskog društva i u kojemu se, između ostalog, navodi: 'U svom su radu novinari dužni braniti ljudska prava, dostojanstvo, slobode i vrijednosti, uvažavati pluralizam ideja i nazora, opirati se svim oblicima cenzure, pridonositi jačanju pravne države i kao dio javnosti sudjelovati u demokratskoj kontroli moći i vlasti.'² – nisu dovoljna, jer ih se novinari/novinarke i urednici/urednice često ne pridržavaju, niti zbog toga snose odgovornost.²

Kada je riječ o izvještavanju o fenomenu migracija, možemo reći da se općenito radi o pitanju koje izaziva prijetnju, dakle ne postoji niti približan konsenzus oko migracijskih politika pa niti slaganje o tome kako bi trebalo izvještavati o navedenoj temi. Za razliku od tema koje se odnose na različite aspekte identiteta koji nerijetko izazivaju političko-ideološke prijetnje, teme poput, primjerice, izvještavanja o dječjoj populaciji nisu toliko sporne: postoji određeno (barem deklarativno) slaganje da se radi o ranjivoj skupini koju treba zaštititi, pa se shodno tome oblikuju i izvještavanja o njima.

Ako počemo od obilježja dominantnog medijskog izvještavanja u

1. Popović, Helena (2016) Mediji trećeg sektora: konceptualizacija i društveni kontekst njihovog djelovanja. U: Car, Viktorija; Matović, Marijana; Turčilo, Lejla (ur.), *Mediji i javni interes*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti i Hanns-Seidel-Stiftung.

2. Novinarsko vijeće časti zaprimilo je 2021. godine 108 prijava, od kojih je 59 potvrđenih slučajeva kršenja *Kodeksa časti hrvatskih novinara*, 2020. godine zaprimilo je 65 prijava, od kojih je 43 potvrđenih slučajeva kršenja *Kodeksa*, dok je 2019. bilo 35 prijavi, uz 15 potvrđenih kršenja *Kodeksa* (podaci za 2019. nekonzistentni su), no i u slučajevima kršenja etike, reperkusije se odnose samo na članove Hrvatskog novinarskog društva (i to najčešće u vidu opomena), dok za nečlanove nema posljedica. Novinarsko vijeće časti upozorava da je potrebno mijenjati *Kodeks* (2009.) kako bi adekvatno obuhvatio promjene koje su se u međuvremenu dogodile u novinarskom poju (izvor: <https://www.hnd.hr/izvjestaj-o-radu-novinarskog-vijeća-casti-za-2021-godinu>). Pristupljeno 20. ožujka 2022.).

ovom istraživanju (iako postoje iznimke u vidu individualnih novinarskih praksi), gdje smo kvalitativnom analizom sadržaja obuhvatili 3044 članaka objavljenih tijekom dvije godine (2018.–2019.) koji se odnose na fenomen migracija, možemo istaknuti sljedeće generalne zaključke:³

- Mediji se u izvještavanju primarno oslanjaju na službene izvore kako kvantitativno (u smislu broja članaka koji prenose pozicije predstavnika vlasti) tako i kvalitativno (u smislu da se te pozicije uglavnom ne propituju), čime se nekritički podržava dominantna službena politika aktera na vlasti. I dok je donekle razumljivo da će se pratiti rad aktera koji su dio institucionalne politike, s obzirom na to da je u normativnom temelju novinarske profesije da u ime javnosti vrše svojevrsan ‘nadzor’ nad izabranim predstavnicima na vlasti (prema liberalnom normativnom modelu)⁴, to ‘praćenje’ rada trebalo bi uključiti više od neobrađenih objavljivanja cijelih priopćenja (koja su rezultat odnosa s javnošću pojedinih institucija) ili izjava koje se navode u člancima, a koje se uglavnom ne propituju. Ta se strategija može povezivati sa strukturalnom vezom između medija i aktera na poziciji moći, ali i s načinima medijske proizvodnje u kojoj se, u svakodnevnom rutiniranom ruhu ponavljaju ustaljene prakse, pri čemu se u kvantitativnom smislu proizvodi sve više i sve brže (posebno u kontekstu punjenja web-portala sadržajima), dok se na kvalitativnu dimenziju izvještavanja manje obraća pozornost. Istovremeno profitna logika utječe na broj zaposlenika u redakciji i njihove uvjete rada, što rezultira pribjegavanju praksama koje su naprosto dostupne (poput ‘copy-paste-novinarstva’).
- O migrantima se dominantno negativno izvještava. To možemo povezati s ideološko-političkom orijentacijom aktera koji su, zbog svoje strukturalne pozicije, u medijima najčešće reprezentirani: u analiziranom razdoblju politički desno orijentirani predstavnici vlasti, s time da se hegemoniji, različitim intenzitetom, prilagođavaju svi srednjostrujaški mediji. Osim toga, i ideološko-politički desno profilirani mediji bit će skloniji negativnoj diskurzivnoj konstrukciji migranata. Negativnom izvještavanju, između ostaloga, doprinosi i senzacionalizam koji je prisutan kod većine medija bez obzira na ideološko-političku orijentaciju, stoga se negativni aspekti izvještavanja pojavljuju kao konstanta.⁵
- U izvještavanju je primjetna kontinuirana rodna stereotipizacija u skladu s konzervativnim poimanjem roda.
- O temi se često izvještava simplificirano, i na temelju nedovoljno provjerenih informacija, a pokazuje se i nepoznavanje materije o kojoj se izvještava, što je primjerice vidljivo i u neprikladnoj upotrebi

3. Popović, H., Kardov, K i Župarić-Iljić, D. (2022) Medijske reprezentacije migracija: Diskurzivne konstrukcije migranata, izbjeglica i tražitelja azila u hrvatskim medijima. Zagreb: Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Vlade Republike Hrvatske.

4. Popović, H. i Rodik, P. (2021) Novinarstvo i politika: novinari o komunikacijskim praksama s političkim akterima. CM-Communication and Media, Br. 1., god. XVI 2021, str. 27–52.

5. Iznimku od negativnog sentimenta čine ideološko-politički lijevo orijentirani mediji kojih je u Hrvatskoj iznimno malo, te koji zbog metodološkog okvira istraživanja nisu obuhvaćeni uzorkom.

terminologije (tražitelj azila, izbjeglica, azilant, migrant, osoba pod međunarodnom zaštitom itd.). Vidljivo je nekritičko objavljivanje sadržaja i izjava bez propitivanja njihova sadržaja i povezivanja s drugim izvorima informacija (‘priopćenje prenosimo u cijelosti’...). Kompleksni i ambivalentni događaji često su reducirani i pojednostavljeni, čime se generalno srozava kvaliteta javne komunikacije i rasprave, pri čemu se često neutemeljeno generalizira (‘mještani su u strahu’) kako bi se izolirani slučaj poopćio na razinu društvenog problema, bez konkretnog uporišta u zbilji.

- Izvještavanje o temi karakterizira senzacionalističko izvještavanje koje uključuje dramaturgiju, patetiku te manipulaciju emocijama publika, s namjerom pobuđivanja jakih pozitivnih ili negativnih sentimentata (‘nitko više mirno ne spava’). Izvještava se i o kontroverznim akterima, izjavama i tezama (političara, građana i njihovih Facebook-profila, klera i njihovih službenih web-stranica itd.) koje nerijetko uključuju govor mržnje, isključivost i netrpeljivost. Bez obzira na to obrađuju li se takvi sadržaji kritički ili ne, mediji davanjem prostora takvim (u brojčanom smislu marginalnim) akterima (ne)izravno legitimiraju i čine vidljivima glasove koji se koriste netolerantnim i diskriminirajućim jezikom, čime doprinose potencijalnom širenju isključujućeg diskursa.
- Središnja karakteristika izvještavanja o temi jest format konflikta koji se reprezentira kao temeljna društvena relacija među različitim akterima (među političkim akterima na svim razinama vlasti, između političkih predstavnika na vlasti i organizacija civilnog društva, između lokalnog stanovništva i migranata, između migranata i policije, među različitim državama itd.), pri čemu sam sadržaj koji bi u demokratskom kontekstu počivao na razmimoilaženju utemeljenom na argumentaciji postaje nebitan. Mediji fingiraju demokratsku raspravu u dihotomnom ključu ‘balansiranog izvještavanja’, a usput potkopavaju relevantnost argumentacije u javnoj sferi promicanjem trivialnosti u formi sukoba kao spektakla.
- ‘Priče’ koje su najzastupljenije na medijskoj agendi redovito pripadaju dominantnim medijskim formatima: kriminal i ‘crna kronika’, narativizirane personalizirane tragedije i teme pogodne za ideološko-identitetske političke borbe, ali lišene argumentirane rasprave.
- Mediji ‘humanitarno’ izvještavaju o migrantima/izbjeglicama prema prepoznatljivim godišnjim ciklusima. Prepoznaju potrebu za takvim izvještavanjem uglavnom na specifične datume (Svjetski dan izbjeglica) ili u specifičnim razdobljima u godini (prosinac, vrijeme blagdana – vrijeme darivanja, nesebičnog davanja i pomoći drugima).
- Mediji uglavnom o migrantima izvještavaju ekscitirano, no u rjeđim izvještavanjima koja se odnose na ‘normalizaciju’ svakodnevice u

kontekstu preseljenja izbjeglica i njihove integracije u hrvatsko društvo, primjetni su elementi propagandnog izvještavanja, posebno kod medijskih reprezentacija osoba pod međunarodnom zaštitom koje su doselile u okviru kvota preseljenja (što je ujedno i tip migranata koje 'odobravaju' politički predstavnici na vlasti). Njih se često u 'dobroj namjeri' glorificira i romantizira, nerijetko i infantilizira kako bi ih se prikazalo na dopadljiv način, što rezultira patetikom (npr. 'nisu skidali osmijeh s lica'), te se, osim u propagandnom, može čitati i u senzacionalističkom ključu. Zbog pretjeranog atipično pozitivnog izvještavanja koje ima vrlo jasnu namjeru u smislu utjecaja na publike, takav tip izvještavanja može biti kontraproduktivan upravo zato što se (potencijalno) prepoznaje kao propaganda i/ili senzacionalizam.

- Učestalo se objavljuju članci koje su proizveli drugi mediji, čime se sadržaji u različitim medijima beskrajno ponavljaju i recikliraju, što bitno smanjuje raznolikost u izvještavanjima i pristupima. U velikom broju objavljenih članaka ne navode se korišteni izvori (autorstvo), čime se krši profesionalna novinarska etika.
- Mediji funkcioniraju kao autoreferencijalni sustav usmjeren na medijsko polje – primarno se referiraju na sadržaje objavljene: a) u vlastitom mediju ('podsjećamo' i 'donosimo kompletan pregled' vraćajući se na ranije objavljeno); b) od strane drugih medija (ovo je sveprisutno); c) na službenim *web*-stranicama raznih institucija (priopćenja); d) kao komentari na portalima ili društvenim mrežama (cirkulacija tekstova, najčešće putem interneta). Izvještavanje novinara s terena koje uključuje komunikaciju između novinara i drugih društvenih aktera postaje marginalna praksa, čime se perpetuiraju sličan sadržaj, srodni akteri i podudarna značenja.

Imajući u vidu navedena obilježja medijskog izvještavanja, u provedenom istraživanju mogu se dati preporuke koje se odnose na pojedinačne medijske prakse novinara/novinarki:

- Oslanjati se na različite izvore te poticati i njegovati izražavanja u analitičkim formama, umjesto isključivog ili dominantnog preuzimanja interpretativnih okvira sekundarnih izvora podataka, pogotovo onih jednoobraznih od strane službenih izvora i aktera iz domene institucionalne politike.
- Voditi računa o vjerodostojnosti izvora i provjeriti činjenice koje se navode, uz izbjegavanje nepreciznih, pristranih i tendencioznih podataka.
- Oslanjati se na vlastitu medijsku proizvodnju umjesto nekritičkog, neselektivnog i netransparentnog preuzimanja sadržaja od drugih medija.

- Izbjegavati senzacionalističke i stereotipizirajuće pristupe u obradi tema migracija i izbjegništva.
- Izbjegavati reprezentacije migranata i izbjeglica kroz prizmu sigurnosti i kriminaliteta te naglašavanja nepremostivih razlika i barijera u ostvarenju suživota i interakcije (jezičnih, etničkih, religijskih) između domicilne i useljene populacije.
- Prilikom reprezentacija roda izbjegavati stereotipiziranje rodnih uloga.
- U medijskom izvještavanju, osim konfliktnih odnosa, reprezentirati i moguće odnose suradnje među različitim društvenim akterima.
- Izbjegavati nekritičko prenošenje neprimjerenog jezika i govora mržnje u medijskom prostoru.
- Uvijek se voditi načelom anonimnosti, zaštite identiteta i integriteta osobe o kojoj se izvještava, posebice ako su osobe u neodobrenom ili nereguliranom statusu boravka ili zaštite.
- Nastojati koristiti informacije iz prve ruke od samih aktera, posebice od migranata i stručnjaka. U slučaju izbjeglica poželjno je dati glas njima jer ih se u suprotnom implicitno marginalizira i/ili prikazuje kao pasivne žrtve.
- U izvještavanje uključiti i glasove drugih dionika sustava integracije poput stanodavaca, poslodavaca, volontera, pomagača, edukatora, predstavnika nacionalno-manjinskih organizacija i građana općenito (prijatelja, susjeda...), u svrhu dobivanja potpunije slike mreže društvenih odnosa koji se ostvaruju na mikrorazini i koji pridonose svakodnevnim iskustvima integracije.
- Izvještavanje treba uključiti prilike koje migracije predstavljaju za migrante i za društva useljavanja, kao i eventualne rizike.
- U izvještavanju je korisno povezati individualne priče (mikrorazina) sa širim društvenim, ekonomskim, kulturnim i političkim kontekstom (makrorazina).
- Kada se izvještava o djelima vezanim uz prekršaje ili kaznenu odgovornost migranata i izbjeglica (individualni slučajevi) treba izbjegavati generalizaciju svih migranata i izbjeglica kao kolektivno odgovornih prijestupnika.
- Osvijestiti upotrebu jezika te izbjegavati konceptualne metafore koje migracijske i izbjegličke fenomene konstruiraju kroz masovnost, prirodne nedaće, pojave iz flore i faune, nekontrolabilnost, biblijsku pošast i slično.
- Izbjegavati pojednostavljivanja, što podrazumijeva i izvještavanje o migrantima i izbjeglicama samo u jednodimenzionalnom humanitarnom aspektu.
- 'Humanitarno' izvještavanje koje je karakteristično za kraće cikluse izvještavanja prilikom posebnih dana ili mjeseci (Dan izbjeglica,

prosinac, mjeseci blagdana) proširiti na ostatak godine.

- Kod izvještavanja o djeci migrantima i djeci izbjeglicama uvijek poštivati načelo interesa djeteta.
- Umjesto korištenja vizualnih materijala koji sugeriraju i portretiraju izbjeglice kao pasivne žrtve ili pak idealizirani tip ‘željenog’ doseljenika (u usporedbi s ‘neželjenim’ ekonomskim migrantom), koristiti slike koje održavaju djelovanje samih subjekata i realne životne pozicije i situacije onih koji su uključeni u migracijske procese (članove obitelji, prijatelje, susjede).
- Kao profesionalna novinarka/novinar osvijestiti vlastitu poziciju društvene moći kao subjekt koji je sukreator javnog mnijenja i čije izvještavanje može ili pridonijeti atmosferi straha, diskriminaciji, pozivu na linč i nasilju ili pridonijeti smanjivanju i nestanku društvenih napetosti i konflikata vezanih uz novo i nepoznato, kao i društvenih razlika.

Za specifično izvještavanje o migracijama mogla bi se uspostaviti *web*-stranica s temeljnim informacijama koje su relevantne za hrvatski kontekst (uključujući normativni okvir, regulativne dokumente, znanstvene publikacije koje se odnose na temu itd.) pomoću koje bi se novinari mogli informirati o temi na jednome mjestu. Poželjna je i dodatna edukacija novinara/novinarki:

- U smislu njihova informiranja i senzibilizacije o aspektima sustava i iskustvima međunarodne zaštite u Republici Hrvatskoj: pregled migracijskog, azilnog i integracijskog pravnog i institucionalnog okvira; struktura i profili migranata i osoba pod međunarodnom zaštitom; prava i obveze osoba pod međunarodnom zaštitom; glavni izazovi te pregled aktivnosti i glavnih dionika u sustavu integracije; primjeri dobre prakse medijskog izvještavanja iz europskih iskustava; osnovne vještine interkulturalnog dijaloga.
- Upoznati novinare/novinarke s temeljnom terminologijom koja se koristi u području migracija i izbjeglištva uz preciziranje značenja zakonskih definicija termina migrant, tražitelj azila, osoba pod međunarodnom zaštitom (azilant, izbjeglica) te promoviranje njihove odgovarajuće upotrebe prilikom izvještavanja.
- Promicati suorganiziranje i sufinanciranje edukacije i obuke ciljano za novinare-migrante/izbjeglice, proaktivno podržavajući volonteri i radni angažman izbjeglica u raznim medijima.
- Promicati aktivno sudjelovanje i upoznavanje migranata i izbjeglica u formalnim i neformalnim edukacijskim praksama poput radionica za buduće medijske djelatnike koji će izvještavati o migracijskim i izbjegličkim temama.

- Financijski i administrativno podupirati programe medijskog opismenjavanja kako za same migrante tako i za građane u lokalnim zajednicama u kojima su smješteni.

Budući da se u medijskoj domeni pojavljuju najrazličitiji akteri i diskursi iz drugih društvenih domena, informiranjem i edukacijom trebali bi biti obuhvaćeni različiti stručnjaci i dionici sustava integracije, kao i politički akteri vlasti na nacionalnoj, regionalnoj, a posebno lokalnoj razini:

- Sukladno ‘Okviru za integraciju osoba kojima je odobrena međunarodna zaštita na lokalnoj razini (str. 33), a pod koordinacijom ULJPPNM-a i uz sudjelovanje medijskih stručnjaka i drugih relevantnih dionika sustava integracije ‘izraditi medijski i komunikacijski plan (koji će uključivati i strategiju pristupa javnim i privatnim medijima), (...) napatke za komunikaciju s lokalnom zajednicom u kojoj borave ili će boraviti azilanti i tražitelji azila, posebno u slučaju dolaska prve takve skupine u lokalnu zajednicu te u slučaju incidenata i kriznih situacija.’
- Javnim financiranjem podupirati vidljivost, participaciju i aktivniji angažman samih osoba pod međunarodnom zaštitom u medijskom prostoru a, ako je izvedivo, i u procesu kreiranja medijskih sadržaja u javnim i privatnim medijima na nacionalnoj i lokalnoj razini u sredinama gdje su smješteni.
- Ograničiti financijske potpore medijima koji u izvještavanju promiču diskriminaciju bilo kojeg oblika.
- Ako u lokalnim zajednicama već postoji model promicanja etničkih i kulturnih različitosti, primjerice u etnički heterogenim sredinama s većom prisutnošću nacionalnih manjina, pokušati primijeniti pozitivna iskustva nacionalnomanjinskih organizacija u njihovoj medijskoj produkciji.
- Financirati i promicati medijske javne kampanje u kojima bi se radilo na predstavljanju novih sugrađana na način koji promiče upoznavanje, razumijevanje i poštivanje vrijednosti različitih kultura i jačanje socijalne kohezije unutar lokalnih zajednica u kojima su izbjeglice smještene.
- Dionici sustava integracije trebaju razraditi model redovitog izvještavanja lokalnih medija (npr. putem *newslettera* na *mailing*-listama) o integracijskim temama i o problemu izbjeglištva, kroz izravno obavještavanje novinara i predlaganje tema za obradu, posebice onih u vezi dobrih integracijskih praksi na terenu.
- Razviti adresar aktera (institucija, organizacija, aktivista, migrant-skih udruženja) koji može biti distribuiran novinarima, a preko

kojega mogu stupiti u kontakt s dionicima sustava migracija, azila i integracije zbog uzimanja izjava i kreiranja medijskog sadržaja.

- Uključiti novinare/novinarke, ali i same migrante i izbjeglice u kreiranje budućih politika i mjera vezanih uz medijska izvještavanja oko tema migracija, azila i integracije.

Ipak, uz preporuke za kvalitetno izvještavanje o migracijskim temama koje se primarno odnose na individualne prakse novinara/novinarke koji djeluju u okviru svojih medijskih organizacija, treba naglasiti da takve preporuke (koje nastaju u okviru civilnog društva, akademije, javnih politika i tako dalje) nisu dovoljne za iniciranje konkretnijih promjena. Razloge možemo identificirati u sljedećim širim problem-sklopovima:

- Strukturalna pozicija medija u suvremenom društvu koja uključuje funkcioniranje medijskih organizacija prema tržišnim principima profitnog interesa, iako se radi o društvenim institucijama koje bi primarno trebale biti usmjerene prema javnom interesu. To rezultira primarnim fokusom medija na zabavu i kontroverze. Komercijalizacija medija i dominacija profitne logike rezultira time da informacija postaje roba i sve se više tretira kao bilo koji drugi proizvod na tržištu.⁶ Radikalna profitna logika rezultira prekarijacijom novinarskog rada, imperativom produktivnosti, senzacionalističkim oblicima izvještavanja zbog privlačenja publika, simplificiranom pristupu fenomenima o kojima se izvještava, *clickbait*-novinarstvom – u kojemu upadljivi naslovi služe kao mamac na same sadržaje koji postaju ‘višak’ ili od drugorazredne važnosti (ponavljajući, reciklirani sadržaji).
- Odnos političkih i medijskih institucija jest odnos međusobnih pritisaka i ucjena, pri čemu politički akteri koriste svoju poziciju moći na različitim razinama upravljanja, a pritiske vrše raznim mehanizmima: od kreiranja javnih politika, sustavom potpora, do sudskih tužbi... čime se neizravno ili izravno ‘disciplinira’ novinare/medije.⁷ No s druge strane i sami mediji potencijalno mogu ‘ucjenjivati’ političke aktere kroz mehanizam negativnog publiciteta. Dakle radi se o kompleksnim odnosima moći, ali i interesnoj sprezi između političkih i medijskih aktera, iako bi, barem u normativnom smislu, mediji trebali zastupati javnost i javni interes.
- Promjene u kurikulumu visokih učilišta koja obrazuju novinarske kadrove, a koje sve više prenose vještine nauštrb znanja o određenim društvenim domenama, čime se kronično stvara deficit u teorijskom razumijevanju društva i društvenih procesa, kao i u kritičkom i refleksivnom promišljanju vlastite pozicije u društvu.⁸

6. Popović, Helena (2015) Commercialization and Privatization of Media in Southeast Europe: A Wolf in Sheep's Clothing? *The Political Economy of Communication*, 3(1): 25–38.

7. Popović, Helena (2014) 'Istraživanje o integritetu medija – Hrvatska'. U: Leković, Saša (ur.) *Značaj medijskog integriteta: vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti*. Zagreb: Centar za istraživačko novinarstvo, str. 57–123.

8. Popović, Helena (2018) Journalism in Croatia in the Southeast European Context: Deterioration of the 'Professional Project'. *Work Organization, Labor & Globalisation*, Vol. 12 br. 1, Spring 2018: 25–42.

- Tehnološke promjene (primarno digitalizacije, širenje upotrebe interneta, pametnih telefona itd.), koje uz nedostatak aktivacije profesionalnih normi omogućuju nekritičko, neobrađeno i nedeklarirano preuzimanje sadržaja iz različitih izvora čime se sadržaj homogenizira iako postoji privid ogromnog izbora i raznolikosti sadržaja.

Zbog svega navedenoga, za promjenu medijskih reprezentacija fenomena migracija treba dublje posegnuti za strukturnim promjenama koje bi temeljno promijenile način funkcioniranja medija i medijskih praksi prema doista profesionalnom i neovisnom djelovanju u kojemu je javni interes primaran, te koje bi stremilo prema emancipaciji građana i razvoju kritičkog mišljenja. No za to je potrebno uključivanje svih društvenih aktera, ali primarno je potrebno postojanje političke volje koja uključuje i spremnost za konfrontaciju na polju ekonomsko-tržišnih odnosa.

—
POPOVIĆ, HELENA; KARDOV, KRUNO; ŽUPARIĆ-ILJIĆ, DRAGO