

MIGRACIJE I DEMOGRAFSKE MJERE U HRVATSKIM MEDIJIMA: KRITIČKA ANALIZA DISKURSA

Kristina Posavec :: Ana Malnar

IZVORNI ZNANSTVENI RAD / DOI: 10.20901/ms.17.33.9 / PRIMLJENO: 13.10.2025

SAŽETAK *Ovaj rad analizira kako nacionalni online mediji u Republici Hrvatskoj oblikuju javni diskurs o migracijama, uključujući iseljavanje, useljavanje, povratak iseljenika i demografske mjere. Korištenjem kritičke analize diskursa (KAD) i tematskog kodiranja, istraženo je 76 medijskih članaka objavljenih u razdoblju od rujna 2024. do veljače 2025. godine. Analiza je otkrila četiri dominantne tematske cjeline: iseljavanje mladih i stručnjaka, dolazak stranih radnika, povratak iseljenika te demografske politike. Rezultati pokazuju snažnu emocionalnu i ideološku obojenost diskursa – iseljavanje se prikazuje kao gubitak, useljavanje kao prijetnja, a povratak i demografske mjere kao simbol nade i obnove. Mediji pritom rijetko nude integriranu sliku migracijskih procesa, već ih fragmentirano predstavljaju u skladu s uređivačkim i političkim orijentacijama. Javni servisi i mediji glavne struje (mainstream mediji) najčešće reproduciraju institucionalni diskurs, dok portali kritičnijeg profila nude analitički odmak ili polarizirajući ton. Mediji u Hrvatskoj ne samo da informiraju o migracijama, već ih oblikuju kroz emocionalne, simboličke i političke okvire, čime utječu na javnu percepciju, društvene vrijednosti i migracijske politike. Istraživanje naglašava potrebu za uravnoteženim, kontekstualiziranim i stručnim medijskim pristupom migracijskim temama.*

KLJUČNE RIJEČI

MIGRACIJE, MEDIJSKI DISKURS, ISELJAVANJE, USELJAVANJE, POVRATAK,
DEMOGRAFSKE MJERE, HRVATSKA, KRITIČKA ANALIZA DISKURSA

Bilješka o autoricama _____

Kristina Posavec :: Institut za istraživanje migracija :: kristina.posavec@imin.hr

Ana Malnar :: Institut za istraživanje migracija :: ana.malnar@imin.hr

Bilješka: Rad je nastao u sklopu projekta Nova hrvatska dijaspora u Europi (NOHE) koji financira Europska unija – NextGenerationEU (šifra projekta: 2-2024/2027). Ovdje su izneseni stavovi autorica koji ne odražavaju nužno službena stajališta Europske unije ili Europske komisije. Ni Europska unija ni Europska komisija ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

UVOD

Migracije su postale jedno od ključnih društvenih pitanja 21. stoljeća, ne samo zbog njihove učestalosti i geografske rasprostranjenosti, već i zbog njihove sposobnosti da generiraju duboke političke, ekonomske i kulturne promjene u društvima zemalja domaćina. U europskom kontekstu, posebice nakon tzv. izbjegličke krize 2015. godine, migracije su postale snažno politizirano pitanje koje se sve češće interpretira kroz diskurse sigurnosti, demografske ugroze i kulturnog sukoba (Boomgaarden i Vliegthart, 2009; Esses i sur., 2013). Mediji u tome procesu igraju ključnu ulogu jer ne djeluju samo kao informacijski posrednici, već i kao aktivni proizvođači značenja koji oblikuju kolektivne predodžbe o „drugima“, nacionalnoj pripadnosti i identitetu.

Hrvatski migracijski kontekst obilježen je višestrukim i dinamičnim procesima, uključujući dugotrajne obrasce iseljavanja, povratak dijaspor, sve izraženiji dolazak stranih radnika, kao i tranzitne migracije unutar širega europskog migracijskog sustava. Kompleksnost hrvatskoga migracijskog konteksta uvjetovana je nizom međusobno isprepletenih povijesnih, ekonomskih, političkih i društvenih čimbenika. Povijesno gledano, Hrvatska bilježi dugotrajne emigracijske obrasce koji su se značajno intenzivirali nakon ulaska u Europsku uniju 2013. godine, kada je sloboda kretanja otvorila nove mogućnosti za odlazak u razvijenije države članice (Valenta i sur., 2023). Ekonomski čimbenici, ponajprije razlike u razini plaća i životnog standarda u odnosu na zapadnoeuropske zemlje, predstavljaju ključni poticaj iseljavanju, dok istovremeno stvaraju nestašicu radne snage koja privlači strane radnike (OECD, 2025; Spehar, 2026). Politički, Hrvatska se nalazi na vanjskoj granici EU-a, što je čini i tranzitnom zemljom u širim europskim migracijskim tokovima, a migracijska pitanja postaju sve osjetljivija tema u domaćem političkom prostoru (Pupavac i Pupavac, 2025). Društveno, dugogodišnje iseljavanje, osobito mladog i obrazovanog stanovništva, ubrzava starenje populacije i praznjenje ruralnih krajeva, stvarajući demografski pritisak koji se sve teže kompenzira prirodnim priraštajem (IMF, 2024; OECD, 2025).

Posljedice migracija složene su i sveobuhvatne i za zemlje iseljavanja i za zemlje useljavanja, naročito u hrvatskom kontekstu koji obilježavaju dugogodišnji negativni demografski procesi. Službeni podatci pokazuju kako je migracijski saldo 2014. godine bio –10 220 (više odseljenih nego doseljenih) i do 2017. godine dosegnuo je čak –31 799, s tim da neka istraživanja sugeriraju da su te brojke i znatno veće (DZS, 2024; Pokos i Turk, 2022). Do smanjenja bilance vanjskih migracija dolazi 2020. godine kada je bilo 33 414 doseljenih i 34 046 iseljenih te je migracijski saldo sveden na –632. Prema podatcima Državnog zavoda za statistiku značajnija promjena zabilježena je 2023./2024. godine s pozitivnim migracijskim saldom od 31 394, to jest 38 997 ljudi iselilo se u inozemstvo, ali se u Hrvatsku doselilo 70 391 osoba (DZS, 2025). Polazeći od tih podataka, rad istražuje kako se novi migracijski trendovi odražavaju u hrvatskome medijskom prostoru, u kojoj mjeri mediji prate i kako interpretiraju aktualne demografske promjene u društvu. Iako su migracije kompleksan, višedimenzionalan fenomen, u javnom diskursu i medijskim prikazima često se svode na emocionalno nabijene narative, ideološki obojene interpretacije i politički instrumentalizirane poruke. Dosadašnja istraživanja pokazuju da su hrvatski mediji skloni prikazivanju migracija kroz senzacionalističke ili negativne okvire, osobito kada je riječ o

useljavanju stranih radnika i izbjeglica (Dobrić Basaneže i Ostojić, 2021; Karabuvu, 2021), dok su teme povratka i demografskih mjera idealizirane, ali istovremeno popraćene skepticizmom i kontradikcijama (Čepo i sur., 2020).

Istraživanje se temelji na sustavnom prikupljanju i analizi članaka iz hrvatskih *online* medija, objavljenih između rujna 2024. i veljače 2025., pomoću agregatora vijesti (RSS Agregator). Primjenom kvalitativne analize diskursa, uključujući kritičku analizu diskursa (KAD), kvantitativnu i kvalitativnu analizu sadržaja te analizu sentimenta, rad istražuje kako nacionalni mediji oblikuju narative o migracijama i demografiji te kako se te teme konstruiraju u javnom prostoru. Fokus je stavljen na identificiranje ideoloških okvira, emocionalnog tona te načina na koji mediji doprinose političkoj instrumentalizaciji migracijskih tema.

Cilj je istraživanja produbiti razumijevanje uloge medija u oblikovanju migracijskog diskursa te ukazati na potencijalne posljedice koje izvještavanje medija ima na javnu percepciju, društvenu koheziju i formuliranje politika.

U skladu s navedenim ciljevima, postavljena su sljedeća istraživačka pitanja (IP):

IP 1: Kako hrvatski *online* mediji prikazuju migracijske i demografske teme?

IP 2: Koji su dominantni narativi i ideološki okviri prisutni u medijskom diskursu o migracijama u promatranom razdoblju?

IP 3: U kojoj je mjeri medijsko izvještavanje o migracijama emocionalno obojeno te kako se kroz emocionalni ton konstruira medijska slika migracija i migracijskih aktera?

PREGLED LITERATURE

Migracije i njihova reprezentacija u medijima već su desetljećima predmet intenzivnoga interdisciplinarnog istraživačkog interesa. Istraživanja u području komunikologije, antropologije, sociologije, politologije i medijskih studija pokazala su kako mediji ne samo da informiraju javnost o migracijskim procesima, već i aktivno oblikuju mišljenje javnosti kroz selekciju tema, jezične okvire i emocionalan ton (usp. Benson, 2013; Berry i sur., 2016; Chouliaraki i Zaborowski, 2017). U vremenu sve većih demografskih izazova i porasta migracijskih tokova, uzrokovanih ratovima, ekonomskim nejednakostima ili klimatskim promjenama, uloga medija u konstruiranju značenja migracija postaje sve važnija.

Na europskoj razini istraživanja ukazuju na postojanje snažne korelacije između medijskog izvještavanja o migracijama i porasta antimigrantskog sentimenta. U tzv. izbjegličkoj krizi 2015. godine u mnogim državama Europske unije (Njemačka, Francuska, Italija, Mađarska, Ujedinjeno Kraljevstvo) mediji su koristili senzacionalističke izraze i militarizirane metafore, što je pridonijelo osjećaju krize i ugroženosti (Berry i sur., 2016; Georgiou i Zaborowski, 2017). Greussing i Boomgaarden (2017) dodatno pokazuju da su austrijski mediji koristili analize medijskog uokvirivanja (engl. *framing analysis*) kako bi reproducirali sigurnosne i humanitarne okvire. Fuller (2024) naglašava da europski medijski diskurs oscilira između humanitarnog i sigurnosnog, pri čemu su oba sklona pojednostavljivanju kom-

pleksnih migracijskih procesa. U novije vrijeme istraživanja, poput istraživanja Wirthove (2024), proširuju fokus i na okolišno uvjetovane migracije, ukazujući da se i one najčešće prikazuju kroz normative odgovornosti i sigurnosti.

U europskoj literaturi brojne studije ističu da medijski diskursi o migracijama ne odražavaju samo društvenu realnost, već je aktivno oblikuju kroz selekciju tema, jezične strategije i emocionalni ton (Benson, 2013; Chouliaraki i Zaborowski, 2017). Migranti se često prikazuju uniformirano, kao pasivni subjekti, ili čak kao prijetnja nacionalnom poretku, dok su ekonomski i demografski aspekti migracija zanemareni ili pojednostavljeni. Hrvatska, kao zemlja iseljavanja, useljavanja i tranzita, ali i kao zemlja na simboličkom raskrižju između postsocijalističke i europske identitetske politike, predstavlja specifičan kontekst za analizu medijskog konstruiranja migracijskih tema.

Iako postoje razlike među državama, istraživanja ukazuju na nekoliko dominantnih diskurzivnih obrazaca u europskim medijima koji se odnose na instrumentalizaciju migranata kao „resursa“ za tržište rada (Kantola i Lombardo, 2019), na tumačenje problema integracije kulturnim razlikama, pri čemu se neuspjela integracija tumači razlikama u vrijednostima (Triandafyllidou, 2018) te na depersonalizaciju i homogenizaciju migranata, koji se rijetko prikazuju kao pojedinci, a češće kao masa (Krzyżanowski i sur., 2018). Fotopoulos i Kaimaklioti (2016) u grčkome, britanskom i njemačkom kontekstu ističu kako su mediji u krizi 2015. selektivno naglašavali teme sigurnosti i prijetnje, dok De Coninck i sur. (2018) pokazuju da konzumacija vijesti snažno oblikuje percepciju prijetnje i stavove prema migrantima u Europi.

U hrvatskom kontekstu migracije su višedimenzionalan fenomen; Hrvatska je istodobno zemlja iseljavanja, useljavanja, tranzita i povratka. Taj se kompleksan status, međutim, rijetko dosljedno reflektira u medijskim narativima. U teorijskom smislu KAD (Fairclough, 1995; Van Dijk, 1993) pruža okvir za razumijevanje načina na koji medijski diskurs reproducira ideološke odnose moći, što je posebno relevantno u analizi migracijskih narativa. Dobrić Basanež i Ostojić (2021) pokazuju da je hrvatski medijski diskurs o migracijama snažno uvjetovan političkim prilikama i ideološkim polarizacijama. Autori ističu da su migranti često prikazani kao objekti politike, a ne kao subjekti s vlastitim glasom. Borčić i Glavač (2021) analiziraju migrantsku krizu u hrvatskim medijima te pokazuju da dominiraju slike dramatike i krize, dok individualne sudbine migranata ostaju u pozadini. Čepo i suradnici (2020) također uočavaju pomak s humanitarnog na sigurnosni diskurs, osobito u razdoblju nakon 2015. godine. Karabuva (2021) analizira ulogu konceptualnih metafora u oblikovanju javnog mišljenja, gdje se migranti prikazuju kao „val“, „invazija“ ili „teret“, što ima snažan emocionalan učinak i učvršćuje granice između „nas“ i „njih“. Ajduković i suradnici (2019) ističu da takvi obrasci zanemaruju kompleksnost migracijskih iskustava i stvaraju nerealna očekivanja od povratnih i demografskih politika. U istom kontekstu povratnici se prikazuju kroz diskurs nade i nacionalnog spasa, ali i kroz skepticizam i birokratske prepreke.

Uz medijske prikaze važno je uzeti u obzir i širi politički kontekst. Pupavac i Pupavac (2025) u analizi „dvostrukih migracija“ u Hrvatskoj pokazuju kako se i iseljavanje i uselja-

vanje koriste u političkom diskursu kao alat tehnopopulizma, oblika populizma koji legitimizira politička rješenja kroz tehničko-ekspertni diskurs, pri čemu se migracijska pitanja prikazuju kao upravljački problem koji zahtijeva stručna, a ne demokratski raspravljena rješenja. Strabac i suradnici (2025) ističu da, iako stavovi javnosti prema migrantima u Europi pokazuju stabilnost, medijski diskurs ipak ima dugotrajnije učinke na percepciju i oblikovanje društvenih granica, pri čemu se ti učinci očituju kroz postupnu normalizaciju određenih diskurzivnih okvira, sedimentaciju predrasuda i ograničavanje simboličkog prostora za alternativne narative o migracijama. Ambrosetti i Miccoli (2025), analizirajući rasprave na Twitteru u Italiji, pokazuju kako društvene mreže reproduciraju i pojačavaju polarizirane diskurse o migracijama, čime nadopunjuju tradicionalne medije i otvaraju nove dimenzije javnog prostora.

Emocionalni ton izvještavanja znatno utječe na formiranje stavova javnosti prema migracijama (De Coninck i sur., 2018; Esses i sur., 2013; Karabuvu, 2021). Retoričke strategije poput hiperbola, personaliziranih ispovijesti i senzacionalističkih naslova ne služe samo privlačenju pažnje, već i usmjeravanju interpretacije. Emocije poput straha, gubitka, nade i nepravde konstruiraju se kao kolektivna iskustva koja oblikuju osjećaj nacionalne zajednice.

METODE ISTRAŽIVANJA

Ovo istraživanje koristi kvalitativan pristup s ciljem razumijevanja načina na koji nacionalni *online* mediji oblikuju javni diskurs i percepciju migracijskih tema u Republici Hrvatskoj. Fokus je na prikazu iseljavanja, useljavanja, povratka iseljenika i demografskih mjera Vlade RH, uz naglasak na narativne, političke i emocionalne okvire.

Podatci su prikupljeni pomoću agregatora vijesti, alata Inoreader, koji je omogućio automatizirano prikupljanje i organizaciju članaka s nacionalnih portala u razdoblju od 23. rujna 2024. do 21. veljače 2025. Navedeni vremenski okvir odabran je namjerno jer obuhvaća period intenzivnih javnih rasprava o demografskim mjerama Vlade RH, kao i povećane medijske pozornosti prema temama iseljavanja i useljavanja u kontekstu europskih migracijskih kretanja. Petomjesečni period omogućuje identifikaciju aktualnih diskurzivnih trendova, iako ne i dugoročnih promjena. Korištenjem ključnih riječi *migracije*, *emigracija*, *iseljavanje*, *imigracija*, *useljavanje*, *dijaspورا*, *povratak* i *demografija* dobi ven je korpus članaka koji uključuju vijesti, analize, komentare, političke izjave i izvještaje s javnih skupova.

Za analizu su odabrani nacionalni *online* portali koji zadovoljavaju sljedeće kriterije: (1) nacionalni doseg i relevantnost u postavljanju medijskoga dnevnog reda, (2) dostupnost putem agregatora vijesti te (3) uređivačka raznolikost koja odražava različite ideološke i vlasničke strukture u hrvatskome medijskom prostoru. Pritom treba napomenuti da su *Slobodna Dalmacija* i *Dalmacija Danas*, iako primarno regionalno usmjereni portali, uvršteni u analizu zbog svoga sve izraženijega nacionalnog doseg a i aktivnog sudjelovanja u diskursima o iseljavanju i povratku, temama koje su posebno prisutne u dalmatinsko-

me regionalnom kontekstu. Time je fokus stavljen na diskurs koji najviše oblikuje javnu percepciju migracija, dok su lokalni mediji i komentari korisnika izostavljeni zbog manjeg doseg a i regionalno ograničenog utjecaja. Vremenski okvir od pet mjeseci omogućuje uvid u aktualne trendove, iako ne nužno i u dugoročnu dinamiku. Pristranost izvora i uređivačke politike portala također su faktori koji mogu utjecati na rezultate.

Istraživanje se temelji na kritičkoj analizi diskursa (KAD), kvalitativnoj metodi koja jezik promatra kao sredstvo oblikovanja društvenih značenja, ideologija i odnosa moći (Fairclough, 1995; Van Dijk, 1993). Noviji radovi naglašavaju važnost kombiniranja tekstualne, vizualne i društvene analize u razumijevanju suvremenih medijskih praksi (Machin i Mayr, 2012; Wodak i Meyer, 2016). U skladu s tim pristupom tekstovi su analizirani kroz tri dimenzije: tekstualnu praksu (jezični obrasci, vokabular, retoričke strategije i emocionalan ton), diskurzivnu praksu (produkcija i konzumacija sadržaja, uključujući uređivačke izbore i politički kontekst) te društvenu praksu (širi okvir društvenih odnosa, ideologija i migracijske politike).

Za potrebe analize korišten je tematski pristup kodiranju (Braun i Clarke, 2006). Kodovi su razvijani kombinacijom deduktivnog i induktivnog pristupa – dio unaprijed na temelju teorijskog okvira (npr. „odljev mozgova“, „zamjena stanovništva“), a dio tijekom same analize. Posebna pažnja posvećena je emocionalnim strategijama (strah, nada, nostalgija, nepravda, skepticizam) i ideološkom pozicioniranju aktera (npr. vladajući, oporba, struka, građani, povratnici). Kodiranje je provedeno manualno i iterativno; autorice su usporedile kodove te su o njima raspravljale, čime je smanjena subjektivnost i osigurana dosljednost. Primjerice, u članku s portala *Večernji list* o odlasku mladih obitelji iz Slavonije identificiran je kod *iseljavanje mladih kao gubitak za društvo*, koji obuhvaća izraze poput „odljev mozgova“, „sela sablasno prazna“ i „nema tko raditi“.

Uz kvalitativne metode u istraživanju je primijenjena i kvantitativna analiza sadržaja kako bi se dobio sustavan pregled distribucije migracijskih tema po medijima i vremenskom periodu. Kvantitativna analiza sadržaja (Berelson, 1952; Neuendorf, 2002) omogućuje sustavno, objektivno i kvantitativno opisivanje sadržaja komunikacije, a u ovom istraživanju korištena je za utvrđivanje frekvencije pojedinih migracijskih tema po medijima (prikazano u Tablicama 2 i 3) te za analizu distribucije sentimenta (prikazano na Slici 1). Kombinacija kvantitativnih i kvalitativnih metoda omogućila je širi uvid u medijski diskurs, gdje kvantitativni nalazi pružaju kontekst za interpretaciju kvalitativnih nalaza i obrnuto.

Analiza sentimenta primijenjena je kako bi se sustavno utvrdio emocionalni ton medijskog izvještavanja o pojedinim migracijskim temama. U ovom istraživanju sentiment je kodiran manualno prema trima kategorijama: pozitivan, negativan i neutralan ton. Kodiranje je temeljeno na procjeni dominantnoga emocionalnog naboja teksta u cjelini, uzimajući u obzir vokabular, metafore, retorička pitanja i kontekst citiranih aktera. Ta je metoda odabrana jer omogućuje senzitivnost prema jezičnim nijansama i ideološkim konotacijama koje automatizirani alati često ne prepoznaju, što je posebno važno u analizi politički osjetljivih tema poput migracija.

Analiza se oslanja na teorijske postavke Fairclougha (1995) i van Dijka (1993), prema kojima diskurs ne odražava samo društvenu stvarnost, već je i aktivno oblikuje, dok medijski diskurs ima moć formirati kolektivne reprezentacije „drugih“, poput migranata. U hrvatskom kontekstu istraživanje se nadovezuje na rad Dobrić Basaneže i Ostojić (2021), u kojem autorice kombiniraju korpusnu lingvistiku i KAD u analizi medijskih prikaza migracija, te na rad Čepa i suradnika (2020), koji ukazuju na promjene okvira izbjeglica i migranata kroz vrijeme – od humanitarne solidarnosti do sigurnosne prijetnje. Također, Karabuvu (2021) naglašava važnost konceptualnih metafora u oblikovanju javne percepcije imigranata, što je relevantno za analizu emocionalnih tonova u ovom istraživanju.

REZULTATI

Analiza 76 medijskih članaka objavljenih na nacionalnim *online* portalima u razdoblju od rujna 2024. do veljače 2025. godine otkrila je složenu i višeslojnu medijsku konstrukciju migracijskih tema u Republici Hrvatskoj. Kroz kvalitativnu analizu sadržaja i diskursa identificirane su četiri tematske cjeline: (1) iseljavanje mladih i stručnjaka, (2) dolazak stranih radnika i useljavanje, (3) povratak iseljenika te demografske mjere i (4) političke strategije. Svaka od tih cjelina obuhvaća specifične narative, emocionalne tonove i ideološke okvire koji oblikuju javni diskurs. Analiza je provedena na tekstovima objavljenim u nacionalnim medijima koji su prikazani u Tablici 1.

Tablica 1. Prikaz *online* medija korištenih u istraživanju

Izvorna domena	Broj članaka
HRT	12
Večernji list	8
Jutarnji list	9
Index.hr	6
Dnevnik.hr	4
Novi list	14
Telegram.hr	3
Slobodna Dalmacija	5
Dnevno.hr	6
Tportal	1
Net.hr	1
Poslovni dnevnik	4
DalmacijaDanas	3
UKUPNO	76

Izvor: vlastita obrada (2025.)

Tematskom analizom identificirane su četiri glavne cjeline, a njihova zastupljenost prikazana je u Tablici 2, koja pruža kvantitativni uvid u relativnu frekvenciju migracijskih tema u analiziranome medijskom korpusu.

Tablica 2. Prikaz tematske analize

Tema	Broj članaka	Postotak korpusa
Iseljavanje (mladi, stručnjaci, razlozi i posljedice)	23	30 %
Useljavanje i strani radnici	14	18 %
Povratak iseljenika (motivi, politike, iskustva)	21	28 %
Demografske mjere i političke strategije	18	24 %

Izvor: vlastita obrada (2025.)

Najzastupljenija je tema iseljavanje, s 23 članka (30 % ukupnog korpusa), što jasno pokazuje da iseljavanje i dalje dominira javnim diskursom o migracijama u Hrvatskoj. Ta visoka učestalost potvrđuje zabrinutost društva zbog gubitka stanovništva, posebno mladih i obrazovanih osoba, što se odražava i u emotivno obojenim narativima i senzacionalističkim retoričkim strategijama.

Slijedi tema povratka iseljenika, koja se pojavljuje u 21 članku (28 %). Ta relativno visoka zastupljenost, odmah iza teme iseljavanja, ukazuje na znatan politički i medijski interes za temu povratka iseljenika u analiziranom razdoblju, što je u skladu s pojačanom institucionalnom retorikom o demografskoj obnovi prisutnoj u javnom diskursu u Hrvatskoj krajem 2024. i početkom 2025. godine. Međutim, mnogi članci sadrže i kritički ton, što upućuje na diskrepanciju između političke retorike i stvarnog iskustva povratnika.

Treća po zastupljenosti jest tema demografskih mjera, s 18 članaka (24 %). Taj broj pokazuje da se demografska politika pozicionira kao važno nacionalno pitanje, što je posebno vidljivo kroz brojne izjave ministara, premijera i stručnjaka. Ipak, sadržaji su često kontradiktorni. S jedne strane, ističu mjere kao „spas“; s druge strane, problematiziraju njihovu dugoročnu učinkovitost i sustavnu provedbu.

Najmanje je zastupljena tema useljavanja i stranih radnika, s 14 članaka (18 %). Iako brojčano najmanja, ta tema ima najveću ideološku polarizaciju. U njoj se sukobljavaju dva ključna diskurzivna okvira: ekonomska nužnost (potreba za radnom snagom) i kulturna prijetnja (strah od gubitka identiteta). Medijski prikazi stranih radnika često su instrumentalizirani; prikazuju se ili kao rješenje problema ili kao simbol „zamjene stanovništva“.

Općenito, raspodjela tema odražava aktualni društveni i politički kontekst Hrvatske; iseljavanje i povratak teme su koje prožimaju i emocije i politiku, dok su useljavanje i demografske mjere više vezane uz ideološke sukobe i strateške ciljeve.

Analiza distribucije tema po medijima otkriva razlike u fokusu i uređivačkim prioritetima među nacionalnim *online* portalima, što je vidljivo u Tablici 3.

Analiza učestalosti migracijskih tema po medijima pokazuje jasne razlike u uređivačkim prioritetima i pristupima različitih nacionalnih portala. Među analiziranim izvorima HRT se ističe kao najangažiraniji medij u pokrivanju svih tema, s osobitim naglaskom na

povratak iseljenika i demografske mjere. Takav obrazac odražava ulogu HRT-a kao javnog servisa koji redovito prenosi izjave državnih dužnosnika, organizira tematske emisije te pruža prostor institucionalnim narativima o revitalizaciji Hrvatske.

Tablica 3. Prikaz analize distribucije tema po medijima

Medij	Iseljavanje	Useljavanje	Povratak	Demografske mjere
HRT	25.0	8.3	33.3	33.3
Večernji list	44.4	11.1	22.2	22.2
Jutarnji list	25.0	25.0	25.0	25.0
Index.hr	33.3	16.7	16.7	33.3
Dnevnik.hr	42.9	14.3	28.6	14.3
Novi list	25.0	25.0	18.8	31.2
Telegram.hr	33.3	0.0	0.0	66.7
Slobodna Dalmacija	33.3	0.0	33.3	33.3
Dnevno.hr	42.9	14.3	28.6	14.3
Tportal	0.0	0.0	0.0	100.0
Net.hr	0.0	0.0	0.0	100.0
Poslovni dnevnik	20.0	40.0	40.0	0.0
DalmacijaDanas	33.3	33.3	33.3	0.0

Izvor: vlastita obrada (2025.)

Novi list zauzima drugu poziciju po zastupljenosti tema i pokazuje veliku tematsku širinu, osobito u pokrivanju tema iseljavanja, useljavanja i demografskih mjera. U člancima toga medija često se pojavljuju i kritički i desno orijentirani komentari, čime se *Novi list* pozicionira kao medij u kojem se preklapaju različiti ideološki okviri, uključujući i teorije o „zamjeni stanovništva”. *Jutarnji list* ravnomjerno pokriva sve tematske cjeline, a *Večernji list* pokriva sve tematske cjeline, ali najveći naglasak daje temi iseljavanja. Pritom *Večernji list* češće koristi emocionalne izraze i patriotski ton, dok je *Jutarnji list* sklon analitičkom pristupu s povremenim uključivanjem satire i političke kritike.

Index.hr i *Dnevno.hr* zauzimaju dijametralno suprotne pozicije u tonu izvještavanja. *Index.hr*, iako s manjim brojem članaka, pozicionira se kao kritički medij, s naglaskom na neučinkovitost državnih mjera i stvarne poteškoće povratnika. S druge strane, *Dnevno.hr* pokazuje sklonost senzacionalizmu, što se očituje korištenjem senzacionalističkih naslova, emotivno nabijenih isповijesti i ideološki polariziranih fraza koje naglašavaju prijetnju ili krizu. Tako, primjerice, naslovi poput „Masovno iseljavanje, sela sablasno prazna: gotovo 300 000 ljudi napustilo ovaj dio Hrvatske” ili „Migranti dobili nemoralnu ponudu: pazite koliko im tisuća eura daju da se vrate kući”, iseljavanje i useljavanje prikazuju kroz dramatičan i emocionalno nabijen ton bez analitičkog konteksta.

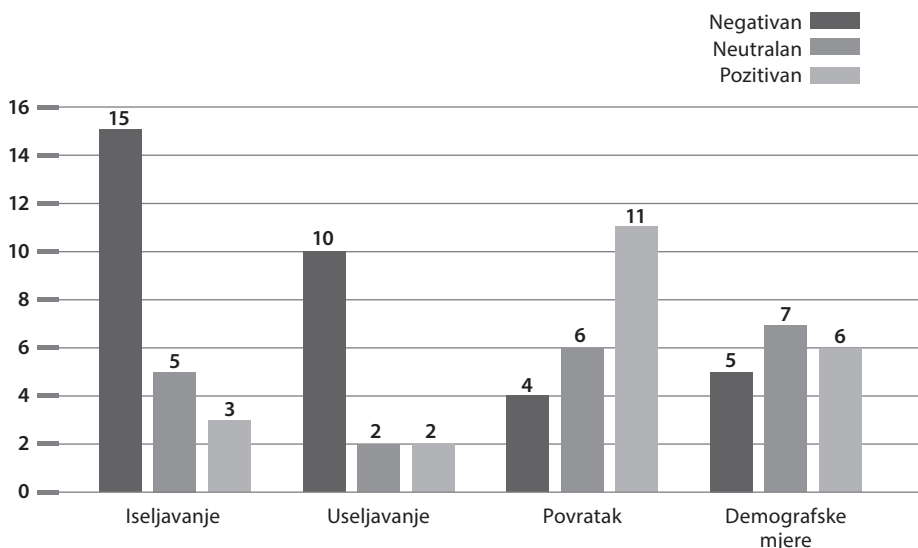
Slobodna Dalmacija i *DalmacijaDanas*, iako regionalno usmjereni portali, aktivno doprinose nacionalnom diskursu, posebno kroz priče o iseljavanju i povratku u Dalmaciju. U

njihovim člancima prevladava narativ zajedništva, nostalgije i lokalne pripadnosti. *Poslovni dnevnik* pokazuje specifičan interes za gospodarske aspekte migracija, fokusirajući se na useljavanje, povratak stručnjaka te uključivanje dijaspore u poslovne tokove.

Na kraju spektra nalaze se *Telegram.hr* i *Tportal*, koji rjeđe prate migracijske teme. Kada to čine, *Telegram* koristi elemente satire i komentatorskog pristupa, dok je *Tportal* više informativan, ali bez izraženijega diskurzivnog stava. Takva raznovrsnost ukazuje na to da migracijski diskurs u Hrvatskoj nije jedinstven ni tematski ni ideološki, mediji pristupaju tim temama iz različitih kutova, reflektirajući širi društveni i politički pejzaž u kojem se pitanja migracija, identiteta i demografije sve više preklapaju.

Analiza sentimenta migracijskih tema

Analiza emocionalnog tona otkriva znatne razlike u načinu na koji se pojedine migracijske teme prikazuju u medijima (v. Graf 1). Najnegativniji ton prisutan je u člancima koji se bave iseljavanjem, gdje čak 65 % članaka ima pretežno negativan ton. Ti članci često koriste izraze koji impliciraju gubitak, razočaranje, nepravdu i osjećaj beznađa, što je vidljivo u naslovima poput „Masovno iseljavanje“, „Sela sablasno prazna“ ili osobnim ispovijestima onih koji su napustili Hrvatsku. Taj ton dodatno pojačava dojam da se iseljavanje doživljava kao trajna prijetnja nacionalnom opstanku.



▲ Graf 1.

Analiza sentimenta migracijskih tema

Izvor: vlastita obrada (2025.)

Useljavanje i strani radnici također se uglavnom prikazuju negativno (10 od 14 članaka), iako s nešto manjom emocionalnom snagom nego iseljavanje. Negativan ton u tome kontekstu često proizlazi iz ideoloških interpretacija, straha od gubitka identiteta i narativa o „zamjeni stanovništva“. Naslovi i izjave u tome tematskom okviru nerijetko nose politički naboj i retoriku koja potiče nesigurnost i polarizaciju, čime se emocionalni ton dodatno zaoštrava.

Nasuprot tomu tema povratka iseljenika ima pozitivan emocionalan ton; više od polovine članaka (11 od 21) koristi jezik nade, ponosa i obnove. Povratak se prikazuje kao čin ljubavi prema domovini, ali i kao mogućnost za novi početak. Ipak, dio članaka koji zauzimaju neutralan ili čak negativan ton ističe izazove povratka, poput birokracije i društvene neprilagođenosti, što unosi dodatnu složenost u tu tematiku.

Demografske mjere kao tema pokazuju najveću ravnotežu u tonovima – šest članaka ima pozitivan ton, sedam neutralan, a pet negativan. Ta raspodjela upućuje na kompleksnu recepciju demografskih politika; s jedne strane, one se predstavljaju kao potrebne i strateški važne, a s druge strane, propituje se njihova učinkovitost i održivost. Pozitivan ton često dolazi iz izjava političara i institucionalnih izvora, dok su negativni tonovi prisutni u analitičkim i kritičkim komentarima te u člancima koji propituju konkretne rezultate mjera.

U cjelini analiza pokazuje da mediji emocionalno najjače reagiraju na teme iseljavanja i useljavanja, dok se teme povratka i demografskih mjera prikazuju u više nijansi, od entuzijazma do sumnje. Emocionalni ton igra ključnu ulogu u oblikovanju javne percepcije i političke osjetljivosti tih tema, čime se dodatno potvrđuje važnost diskurzivne analize u razumijevanju medijske reprezentacije migracija.

Kvalitativna analiza sadržaja i diskursa

Ovdje su prikazani rezultati kvalitativne analize medijskih članaka, s naglaskom na obrasce značenja, dominantne narative, retoričke strategije i emocionalni ton izvještavanja. Analiza također razmatra politički kontekst i diskurzivne prakse koje oblikuju način na koji hrvatski *online* mediji predstavljaju migracije i demografske mjere.

Obrasce značenja

Analiza tematskih struktura pokazala je da migracijske teme u hrvatskim *online* medijima poprimaju tri osnovna obrasca značenja: iseljavanje se dominantno konstruira kao gubitak, useljavanje kao prijetnja, a povratak i demografske mjere kao nada i mogućnost obnove. Iseljavanje mladih i obrazovanih građana opisuje se kao proces koji dugoročno osiromašuje društvo, uz učestalo korištenje izraza koji naglašavaju nepovratnost i intenzitet toga procesa. Useljavanje, osobito dolazak stranih radnika, prikazuje se s dozom ambivalencije; s jedne strane, kao ekonomska nužnost, a s druge, kao prijetnja nacionalnom identitetu i kulturnoj homogenosti. Povratak iseljenika interpretira se kao mogućnost demografske i društvene obnove, dok se demografske mjere Vlade prikazuju kao institucionalni odgovor na krizu, ali s ograničenim dosegom i često izraženim skepticizmom javnosti.

Dominantni narativi

U analiziranom korpusu učestalo se ponavljaju narativi koji dodatno osnažuju navedene obrasce značenja. „Odljev mozgova“ narativ je koji dominira u tekstovima o iseljavanju, pri čemu se naglašava da Hrvatska gubi „najbolje što ima“. U diskursu o useljavanju, osobito u izjavama političkih aktera desnog spektra, javlja se narativ o „zamjeni stanovništva“, što implicira duboku ideološku zabrinutost zbog promjene etničke i kulturne strukture stanovništva. Povratak iseljenika najčešće se prikazuje kao povratak izgubljenih članova zajednice, često uz izraze nostalgije i emocionalnog povezivanja s domovinom. Demografske se mjere, unatoč deklarativnoj podršci u političkim govorima, u medijima često tematiziraju kroz narativ nedostatnosti, simbolike i zakašnjele reakcije.

Retorika i emocionalni ton

Retoričke strategije u medijskom izvještavanju karakterizira česta uporaba konceptualnih metafora, hiperbola i emocionalno obojenog jezika. Iseljavanje se opisuje pojmovima kao što su „egzodus“, „bijeg“, „raseljavanje“, dok se useljavanje interpretira kroz militarizirani vokabular: „navala“, „preplavljaju nas“, „granice pucaju“. Retorika o povratku obilježena je izrazima „nada“, „pripadnost“ i „obnova“, dok demografske mjere prate izrazi poput „korak u dobrom smjeru“ ili „kozmetičke promjene“. Emocionalni ton varira ovisno o temi, ali i tipu medija; dok su priče o iseljavanju i useljavanju često prožete strahom, tugom i frustracijom, tekstovi o povratku i mjerama zaustavljanja negativnih trendova koriste optimističniji i konstruktivniji jezik.

Politički kontekst i diskurzivne prakse

Politička dimenzija izvještavanja o migracijama jasno se odražava u distribuciji glasova i tonova između različitih medijskih izvora. Javni servis HRT, zajedno s *Jutarnjim* i *Večernjim listom*, najčešće prenosi institucionalne narative i političke izjave bez većih odstupanja ili kritike, čime doprinosi održavanju umjerenog i normativnog diskursa. Suprotno tomu portali kao što su *Index.hr*, *Telegram.hr* i *Novi list* u većoj mjeri uključuju kritičke komentare, analize stručnjaka i izraženu sumnju u učinkovitost mjera. Istovremeno, senzacionalistički mediji poput portala *Dnevno.hr* koriste emocionalno nabijen i često ideološki polariziran jezik, čime dodatno pojačavaju napetost u javnoj raspravi.

Kada se svi analizirani elementi sagledaju zajedno, postaje jasno da se kroz diskurs o migracijama u hrvatskim medijima ne oblikuje samo informacijski sadržaj, već i društvena percepcija pripadnosti, prijetnje i poželjnih demografskih modela. Diskurzivne prakse utječu na formiranje kolektivnih identiteta, mobilizaciju javnog mnijenja i legitimizaciju političkih odluka, pri čemu je migracija ključna točka susreta jezika, ideologije i moći.

DISKUSIJA

Rezultati kvalitativne analize medijskih članaka o migracijama i demografskim mjerama u hrvatskim *online* portalima ukazuju na nekoliko ključnih obrazaca koji potvrđuju ranije teorijske pretpostavke i istodobno otvaraju nova pitanja o ulozi medija u oblikovanju migracijskog diskursa. Kao što su pokazali Fairclough (1995) i van Dijk (1993), jezik nije

neutralno sredstvo komuniciranja, već aktivno sudjeluje u oblikovanju stvarnosti, u ovom slučaju stvarnosti migracijskih procesa i politika.

Kada je riječ o trećem istraživačkom pitanju, rezultati pokazuju da je medijsko izvještavanje o migracijama u znatnoj mjeri emocionalno obojeno, pri čemu teme iseljavanja i useljavanja nose pretežno negativne emocionalne tonove, dok su priče o povratku iseljenika i demografskim mjerama prikazane kroz ambivalentnu prizmu od nade do skepticizma. Takva emocionalna konfiguracija potencijalno doprinosi oblikovanju javne percepcije i političke osjetljivosti tih tema, iako je analiza stvarnih učinaka na publiku izvan dosega ovog istraživanja te bi mogla biti predmetom budućih istraživanja. Ona također potvrđuje nalaze Karabuve (2021) i Dobrić Basaneže i Ostojić (2021), prema kojima su migracijske teme u hrvatskim medijima izrazito podložne ideološkom pozicioniranju, pri čemu emocionalni jezik dodatno pojačava društvenu podjelu između „nas” i „njih”. Ti rezultati potvrđuju važnost emocionalnih i retoričkih strategija u medijskom oblikovanju javnog mnijenja, što otvara prostor za daljnje istraživanje utjecaja takvog izvještavanja na publiku.

Kada je riječ o odgovoru na drugo istraživačko pitanje, analiza potvrđuje instrumentalizaciju migracija u političkom i medijskom prostoru, što je u skladu s trendovima identificiranim i u europskom kontekstu (Georgiou i Zaborowski, 2017; Krzyżanowski i sur., 2018). U hrvatskim se medijima jasno diferencira način na koji se izvještava o stranim radnicima (najčešće kao prijatelji ili nužnom zlu), povratnicima (idealizirano, ali s dozom sumnje) te o iseljenim građanima (kao o „gubitku” i razočaranju). Takva struktura narativa ne reflektira kompleksnost migracijskih iskustava, već služi političkim i simboličkim ciljevima, jačanju osjećaja nacionalne ugroze, delegitimizaciji politike suprotne opcije ili mobilizaciji javnog mnijenja. Tako ovo istraživanje doprinosi nadopunjavanju ranijih studija, nudeći pregled aktualnih diskurzivnih praksi u hrvatskom kontekstu te ističući ulogu emocija u njihovu oblikovanju.

Kada je riječ o odgovoru na prvo istraživačko pitanje, pokazuje se da medijski diskurs ne uspijeva prepoznati međupovezanost migracijskih fenomena. Iseljavanje, useljavanje i povratak često se prikazuju kao nepovezani procesi, iako su u stvarnosti dio iste demografske dinamike. Odsutnost integrativne perspektive otežava stvaranje održivih migracijskih i demografskih politika, čemu doprinosi i česta odsutnost stručnih glasova ili relevantnih statističkih podataka u analiziranim člancima. Ta fragmentacija potvrđuje zapažanja Ajdukovića i suradnika (2019) o nedostatku dugoročne vizije migracijske integracije u hrvatskom kontekstu te kako medijski diskurs često izolira migracijske fenomene, umjesto da ih prikaže kao međusobno povezane procese.

Kada se povežu rezultati iz prvoga i drugoga istraživačkog pitanja, vide se razlike među medijima u tonu, narativima i prioritetima, koje ukazuju na uređivačke i ideološke orijentacije pojedinih portala. Javna televizija HRT, kao i mediji glavne struje (*mainstream* mediji), poput *Jutarnjeg* i *Večernjeg lista*, uglavnom reproduciraju službeni politički diskurs s naglaskom na demografske mjere i povratak, dok mediji poput portala *Index.hr*, *Novog lista* i *Telegrama* češće koriste analitički i kritički pristup. Senzacionalistički mediji, poput portala *Dnevno.hr*, dodatno pojačavaju emocionalne i ideološke napetosti koristeći per-

sonalizirane priče i polarizirajuću retoriku. Ta polarizacija nije specifična samo za Hrvatsku; slični obrasci primijećeni su i u drugim europskim istraživanjima (Georgiou i Zaborowski, 2017; Khosravinik, 2010; Krzyżanowski i sur., 2018; Triandafyllidou, 2018), koja pokazuju da se migracije u medijima često prikazuju kao kriza, prijetnja ili izazov, a migranti kao masa bez identiteta. Hrvatski mediji preuzimaju slične diskurzivne prakse, no u lokalnom kontekstu dodaju i komponentu demografskog očaja, ideju da se migracijama pokušava „spasiti nacija” ili „nadoknaditi gubitak” koji se ne rješava sustavno, već *ad hoc* mjerama.

U širem smislu diskurs o migracijama u hrvatskim medijima predstavlja borbu za značenje, ne samo o tome tko ima pravo doći ili otići, već i o tome tko pripada, tko odlučuje i tko ima glas. Iseljavanje postaje metafora za gubitak, useljavanje za prijetnju, povratak za iskupljenje, a demografske mjere za spas ili iluziju promjene. Mediji tako ne samo da izvještavaju o demografskim i migracijskim kretanjima, već ih interpretiraju, emocionalno kodiraju i normativno vrednuju.

Iako analiza jasno pokazuje da migracije zauzimaju sve važnije mjesto u domaćem medijskom prostoru, zabrinjava odsutnost uravnoteženog i kontekstualiziranog izvještavanja, što je ključno za informiranu javnu raspravu. Rezultati istraživanja ukazuju na to da medijski diskurs o migracijama u Hrvatskoj ne oblikuje samo informacijski sadržaj, već i društvene percepcije pripadnosti, prijetnje i poželjnih demografskih modela.

ZAKLJUČAK

Analiza pokazuje da hrvatski *online* mediji migracije i demografske mjere najčešće prikazuju kroz emocionalno obojene i ideološki polarizirane narative. Teme iseljavanja i useljavanja dominantno se interpretiraju negativno, dok se povratak i demografske mjere predstavljaju ambivalentno, između nade i skepticizma. Takav diskurs potvrđuje da mediji ne samo da izvještavaju o migracijskim procesima, već i aktivno oblikuju širu društvenu percepciju pripadnosti, identiteta i nacionalne budućnosti.

Doprinos ovog rada očituje se u sustavnoj i kritičkoj analizi načina na koji nacionalni mediji u Republici Hrvatskoj konstruiraju i reproduciraju diskurs o migracijama i demografiji, čime se nadopunjuje i produbljuje postojeće znanstveno razumijevanje medijskog predstavljanja migracijskih procesa u domaćem kontekstu. Empirijski nalazi posjeduju i izrazitu primijenjenu vrijednost i upućuju na potrebu za uravnoteženim, etički odgovornim i kontekstualno utemeljenim medijskim izvještavanjem o migracijama – izvještavanjem koje bi uključivalo glasove samih migranata te pružalo interpretativni okvir relevantan za oblikovanje i provedbu javnih politika. Na taj se način otvara prostor za kritičko promišljanje medijskih praksi i njihove uloge u oblikovanju društvene kohezije i demografskih strategija. Rezultati istraživanja, osim znanstvenog doprinosa, također mogu poslužiti i kao poticaj za razvoj medijskih politika i novinarskih praksi koje bi težile društveno odgovornom, uravnoteženom i inkluzivnom izvještavanju o migracijama.

Ograničenja istraživanja odnose se prije svega na vremenski okvir analize od pet mjeseci, koji omogućava identifikaciju aktualnih trendova u medijskom prikazu migracija, ali ne i dugoročnu dinamiku i promjene diskurzivnih strategija. Dodatno, fokus isključivo na nacionalne internetske portale i nekoliko regionalnih, s nacionalnim dosegom, uz izostanak lokalnih medija, društvenih mreža i glasova samih migranata, predstavlja metodološko ograničenje koje smanjuje mogućnost generalizacije nalaza. Ipak, unatoč navedenim ograničenjima, istraživanje jasno identificira obrasce koji oblikuju i održavaju dominantni javni diskurs o migracijama u Hrvatskoj.

Buduća istraživanja trebala bi obuhvatiti dulje vremensko razdoblje i različite tipove izvora, uključujući lokalne medije, društvene mreže i interakcije publike, kako bi se dobio potpuniji uvid u to kako migracijske teme rezoniraju među različitim segmentima javnosti. Dodatno, korisna bi bila metodološka triangulacija kroz kombiniranje diskurzivne i vizualne analize te kvalitativnih podataka iz intervjua s novinarima, urednicima i migrantima. Time bi se produbilo razumijevanje načina na koji mediji oblikuju granice pripadnosti i legitimiziraju političke odluke u kontekstu suvremenih migracijskih i demografskih izazova.

Literatura

- >Ajduković, D., Čorkalo Biruški, D., Gregurović, M., Matić Bojić, J. i Župarić-Ilijić, D. (2019). *Izazovi integracije izbjeglica u hrvatsko društvo: stavovi građana i pripremljenost lokalnih zajednica*. Vlada Republike Hrvatske, Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina. Preuzeto 25. 07. 2025., s <https://ljudskaprava.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Izazovi%20integracije%20izbjeglica%20u%20hrvatsko%20dru%C5%A1tvo.pdf>
- >Ambrosetti, E. i Miccoli, S. (2025). The Perceptions About the Immigration Phenomenon Communicated Through Social Media Platforms in Italy. *Journal of International Migration and Integration*, 26, 1643–1668. <https://doi.org/10.1007/s12134-025-01246-0>
- >Benson, R. (2013). *Shaping Immigration News: A French-American Comparison*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139034326>
- >Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Free Press.
- >Berry, M., García-Blanco, I. i Moore, K. (2016). *Press Coverage of the Refugee and Migrant Crisis in the EU: A Content Analysis of Five European Countries*. UNHCR. Preuzeto 20. 07. 2025., s <https://www.unhcr.org/media/press-coverage-refugee-and-migrant-crisis-eu-content-analysis-five-european-countries>
- >Boomgaarden, H. G. i Vliegenthart, R. (2009). How News Content Influences Anti-Immigration Attitudes: Germany, 1993–2005. *European Journal of Political Research*, 48(4), 516–542. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2009.01831.x>
- >Borčić, N. i Glavač, S. (2021). The Media Presentation of the Migration Crisis: An Analysis of the Discourse on the Croatian Women Politicians. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 19, 79–100. https://doi.org/10.1386/nl_00024_1
- >Braun, V. i Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- >Chouliarakis, L. i Zaborowski, R. (2017). Voice and Community in the 2015 Refugee Crisis: A Content Analysis of News Coverage in Eight European Countries. *International Communication Gazette*, 79(6–7), 613–635. <https://doi.org/10.1177/1748048517727173>
- >Čepo, D., Čehulić, M. i Zrinščak, S. (2020). What a Difference Does Time Make? Framing Media Discourse on Refugees and Migrants in Croatia in Two Periods. *Hrvatska i komparativna javna uprava*, 20(3), 469–496. <https://doi.org/10.31297/hkju.20.3.3>

- >De Coninck, D., Matthijs, K., Debrael, M., Joris, W., De Cock, R. i d'Haenens, L. (2018). The Relationship Between Media Use and Public Opinion on Immigrants and Refugees: A Belgian Perspective. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 43(3), 403–425. <https://doi.org/10.1515/commun-2018-0016>
- >Dobrić Basanež, K. i Ostojić, P. (2021). Migration Discourse in Croatian News Media. *Medijska istraživanja*, 27(1), 5–27. <https://doi.org/10.22572/mi.27.1.1>
- >DZS, Državni zavod za statistiku (2024). STAN-2024-2-1 Migracija stanovništva Republike Hrvatske u 2023.
- >DZS, Državni zavod za statistiku (2025). STAN-2025-2-1 Migracija stanovništva Republike Hrvatske u 2024.
- >Esses, V. M., Mediano, S. i Lawson, A. S. (2013). Uncertainty, Threat, and the Role of the Media in Promoting the Dehumanization of Immigrants and Refugees. *Journal of Social Issues*, 69(3), 518–536. <https://doi.org/10.1111/josi.12027>
- >Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman.
- >Fotopoulos, S. i Kaimaklioti, M. (2016). Media Discourse on the Refugee Crisis: On What Have the Greek, German and British Press Focused? *European View*, 15(2), 265–279. <https://doi.org/10.1007/s12290-016-0407-5>
- >Fuller, J. M. (2024). Media Discourses of Migration: A Focus on Europe. *Language and Linguistics Compass*, 18(4), e12526. <https://doi.org/10.1111/lnc3.12526>
- >Georgiou, M. i Zaborowski, R. (2017). *Media Coverage of the "Refugee Crisis": A Cross-European Perspective*. Council of Europe. Preuzeto 20. 07. 2025., s <https://rm.coe.int/1680706b00>
- >Greussing, E. i 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. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2017.1282813>
- >IMF, International Monetary Fund (2024). *Republic of Croatia: Selected Issues (Country Report No. 2024/247)*. Preuzeto 20. 07. 2025., s <https://www.imf.org/-/media/files/publications/cr/2024/english/1hrvea2024002-print-pdf.pdf>
- >Kantola, J. i Lombardo, E. (2019). Populism and Feminist Politics: The Cases of Finland and Spain. *European Journal of Political Research*, 58(4), 1108–1128. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12333>
- >Karabuva, Ž. (2021). The Role of Media in Shaping Public Perception of Immigrants. *Fluminensia*, 33(1), 143–167. <https://doi.org/10.31820/f.33.1.14>
- >Khosravini, M. (2010). The Representation of Refugees, Asylum Seekers and Immigrants in British Newspapers: A Critical Discourse Analysis. *Journal of Language and Politics*, 9(1), 1–28. <https://doi.org/10.1075/jlp.9.1.01kho>
- >Krzyżanowski, M., Triandafyllidou, A. i Wodak, R. (2018). The Mediatization and Politicization of the "Refugee Crisis" in Europe. *Journal of Immigrant and Refugee Studies*, 16(1–2), 1–14. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1353189>
- >Machin, D. i Mayr, A. (2012). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. SAGE Publications.
- >Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. SAGE Publications.
- >OECD, Organisation for Economic Co-operation and Development (2025). *OECD Reviews of Labour Market and Social Policies: Croatia 2025*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/90b78cc3-en>
- >Pokos, N. i Turk, I. (2022). Problematika statističkog praćenja iseljavanja u inozemstvo. *Pilar*, 17(32), 47–58.
- >Pupavac, V. i Pupavac, M. (2025). Dual Migrations in Croatia: The Technopopulist Strains of Statebuilding in the New Borderlands of Europe. *Journal of Intervention and Statebuilding*, 19(1), 108–132. <https://doi.org/10.1080/17502977.2024.2408930>
- >Spehar, A. (2026). Labour Migration at the Crossroads: Politicisation and Segmented Governance in Croatia. *International Migration*, 64(1), e70131. <https://doi.org/10.1111/imig.70131>
- >Strabac, Z., Valenta, M. i Bell, D. A. (2025). Public Attitudes Towards Immigrants: A Curious Case of Croatia. *International Migration*, 63(3), e13341. <https://doi.org/10.1111/imig.13341>

- >Triandafyllidou, A. (2018). A "Refugee Crisis" Unfolding: "Real" Events and Their Interpretation in Media and Political Debates. *Journal of Immigrant and Refugee Studies*, 16(1–2), 198–216. <https://doi.org/10.1080/15562948.2017.1309089>
- >Valenta, M., Jakobsen, J., Gregurović, M. i Župarić-Iljić, D. (2023). Changes in the Croatian Migration System: Conceptualising the Complexities of Migrations, 1990–2023. *Labor History*, 65(4), 510–527. <https://doi.org/10.1080/0023656X.2023.2280052>
- >van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249–283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- >Wirthová, L. (2024). Environmentally Driven Migration in EU Discourse: Norms, Policies and Realities. *UCL Open Environment*, 6(1). <https://doi.org/10.14324/111.444/ucloe.1975>
- >Wodak, R. i Meyer, M. (ur.). (2016). *Methods of Critical Discourse Studies* (3. izd.). SAGE Publications.

MIGRATION AND DEMOGRAPHIC POLICY MEASURES IN CROATIAN MEDIA: A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS

Kristina Posavec :: Ana Malnar

ABSTRACT *This paper analyses how the national online media in the Republic of Croatia shape public discourse on migration, including emigration, immigration, return migration, and demographic policy measures. Using Critical Discourse Analysis (CDA) and thematic coding, the study examines 76 media articles published between September 2024 and February 2025. The analysis identified four dominant thematic areas: the emigration of youth and professionals, the arrival of foreign workers, the return of emigrants, and demographic policy measures. The findings reveal a highly emotional and ideologically charged discourse – emigration is framed as a loss, immigration as a threat, while return migration and demographic policy measures are portrayed as symbols of hope and renewal. Moreover, the media rarely provide an integrated perspective on migration processes; instead, they present them in a fragmented manner that reflects editorial and political orientations. Public service media and mainstream media tend to reproduce institutional discourses, while more critical outlets offer either more analytical perspectives or a polarized tone. Croatian media do not merely report on migration, rather, they construct it through emotional, symbolic, and political frames, thereby influencing public perception, social values, and migration policies. This study highlights the need for a more balanced, contextualized, and expert-driven media approach to migration-related topics.*

KEYWORDS

MIGRATION, MEDIA DISCOURSE, EMIGRATION, IMMIGRATION, RETURN MIGRATION, DEMOGRAPHIC POLICY, CROATIA, CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS

Authors'note

Kristina Posavec :: Institute for Migration Research :: kristina.posavec@imin.hr

Ana Malnar :: Institute for Migration Research :: ana.malnar@imin.hr