

Izveštavanje *Blica* i *Politike* o Bregzitu: identitet za druge u medijskom diskursu u Srbiji¹

Smiljana Milinkov²

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

Norbert Šinković³

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

doi: 10.5937/comman11-11948

Sažetak: *U radu se analizira koliko i kako su mediji izveštavali o referendumu o ostanku Velike Britanije u Evropskoj uniji koji je održan 23. juna 2016. godine. Empirijsko istraživanje je sprovedeno po kvantitativnim i kvalitativnim metodama: analizi sadržaja i analizi medijskog diskursa. Korpus obuhvata onlajn izdanja dva dnevna lista: *Politike* i *Blica*, koji su praćeni nedelju dana uoči najavljenog referenduma, kao i dva dana nakon završetka referenduma. Rezultati analize potvrđuju prethodna istraživanja medija u Srbiji koja pokazuju da je izveštavanje o Evropskoj uniji površno, zasnovano na praćenju dnevno-političkih događaja, dominantno faktografski i uglavnom bez dublje analize. Takođe, istraživanje je pokazalo da u analiziranim medijima izostaje jasna kritička distanca prema izjavama predstavnika vlasti i zvaničnoj politici uopšte. Analiza izveštavanja medija o izlasku Velike Britanije iz Evropske unije pokazalo je prisustvo identiteta za druge u medijskom diskursu u Srbiji, koji je u slučaju Bregzita raspolučen na uticaj Istoka (Rusija) i Zapada (Evropa i SAD).*

Ključne reči: *Bregzit, Evropska unija, mediji, identitet za druge, Srbija*

¹ Ovaj rad predstavlja deo istraživanja u okviru projekta *The European Union in the media and on social networking sites* koji finansira Regionalni program za promociju istraživanja u društvenim istraživanjima, Univerzitet u Friburgu, Švajcarska.

² Kontakt sa autorkom: smilinkova@ff.uns.ac.rs.

³ Kontakt sa autorom: norbert.sinkovic@ff.uns.ac.rs.

1. Uvod

Evropska unija, kao i procesi koji povezuju nacionalne države u toj političko-ekonomskoj zajednici, nalaze se na marginama medijskog izveštavanja. Brojne analize koje se odnose na medijsku sliku Unije pokazuju nizak stepen zainteresovanosti medija, ali i građana, čak i kada je reč o izborima za Evropski parlament čiji su članovi jedini direktno birani predstavnici građana. Članovi ostalih institucija EU, kao što je Evropska komisija ili Evropski savet, uvek su imenovani odlukama nacionalnih vlada. Kako to pojedini autori (Vergeer, Hermans & Cunha, 2013) primećuju, čak i u zapadnim zemljama koje važe za stabilne demokratije, tema Evropske unije, procesi donošenja odluka ili drugi demokratski procesi nisu posebno zainteresovali medije, ali ni građane.

Pomenuti autori ukazuju na to da mediji dominantno negativno izveštavaju o Evropskoj uniji, a da demokratski deficit u EU zapravo rađa veći stepen nezainteresovanosti kod jednog dela građana, kao i povećan nivo evroskepticizma (Vergeer, Hermans & Cunha, 2013: 128). „Istraživanja pokazuju da se o Evropskoj uniji izveštava gotovo uniformno, površno i sporadično i da su mediji više zainteresovani da nadnacionalna pitanja učine nacionalno relevantnim“ (Krstić, 2015: 5).

Istraživanje koje je sprovedeno 2012. godine u Srbiji, Bosni i Hercegovini, Makedoniji i Crnoj Gori ukazuje na to da o pristupanju Evropskoj uniji mediji izveštavaju površno, bez suštinske analize procesa uz kontekst dnevno političkih događaja (Valić Nedeljković & Kleut, 2013). Slični su rezultati analize izveštavanja nacionalnih radio stanica u Srbiji o EU temama iz 2013. godine: „Domaći nacionalni mediji se u izveštavanju o EU ograničavaju isključivo na političke procedure i protokol i retko objavljuju teme koje uzimaju u obzir ličnu perspektivu građana Srbije“ (Krstić, 2013: 11).

Takođe, u izveštavanju medija u Srbiji o Evropskoj uniji dominira diskurs državnih zvaničnika, bilo da su predstavnici Srbije ili Evrope, mediji su proces evropeizacije elitizovali i odvojili ga od svakodnevnog života i problema građana (Milinkov, Gajić & Pavkov, 2013: 126).

„Posmatrajući faktore koji utiču na izveštavanje, treba napomenuti i politički sistem zemlje, kao i dominaciju proevropskih ili evroskeptičnih političkih snaga, zatim uređivačku politiku medijske kuće, ali i novinarski napor koji se ulaže u pokrivanje događaja ili teme, izvori finansiranja, istraživanje i primena kriterijuma selekcije vesti“ (de Vreese, 2001: 287 u Krstić, 2015: 7).

Uz ove faktore treba dodati i kulturni sistem u kom se donosioci odluka (novinari i urednici) odlučuju za pokrivanje pojedinih tema, u ovom slučaju događaje u vezi sa Evropskom unijom, pa samim tim i vrednosni faktori utiču na ovakvu odluku. Džong (Zhong) i Njuhagen (Newhanen) navode Šadsonovo (Schadson) mišljenje da je izbor vesti suptilni kulturološki uticaj na ljudske odluke i dodaju da je odluka novinara o tome da li će nešto proceniti kao bitno za zajednicu i publiku ili ne – rezultat implicitnog ili eksplicitnog pregovaranja različitih kulturoloških vrednosti (Zhong & Newhagen, 2009: 587).

Uzimajući ovo u obzir, postavlja se pitanje koliko mediji i medijski radnici doživljavaju stranim procese EU, kao i institucionalne okvire Evropske unije. Zatim, koliko je ovakav pristup Evropskoj uniji deo distanciranja i stvaranja polarizovanog pristupa u vidu podele na „nas“ i „njih“. Cilj ovog istraživanja je da se analizira koliko i kako su internet izdanja dva medija u Srbiji, *Blica* i *Politike*, izveštavala o referendumu o izlasku Velike Britanije iz Evropske unije, kao i na koji način se aktuelni događaji unutar evropske zajednice reflektovao na medijski diskurs o procesu pristupanja Srbije Evropskoj uniji.

Rezultat referenduma koji pokazuje da većina građana Velike Britanije želi da ta država izađe iz Evropske unije predstavlja veliku promenu unutar Evrope. Ova promena je važna na globalnom nivou, ali i na nacionalnom nivou kao test koliko zvanična politika, ali i građani Srbije sebe identifikuju kao deo evropske zajednice, a koliko je proces pristupanja EU i prisvajanja vrednosnog sistema Zapadne Evrope prihvaćen kao imperativ nacionalne političke agende, te se doživljava kao nužnost i stoga ispoljava u vidu identiteta za druge.

2. Teorijski okvir

Uticaj medija na publiku, prema kulturološkom obrtu medijskih istraživanja, ima dugoročne efekte koji uz konstantan medijski rad kreiraju sliku relanosti (Milivojević, 2008: 33). Kako to neki autori primećuju, govoreći o efektima medijskog delovanja, „mediji i njihovi sadržaji nisu ‘uzrok’, niti izazivaju ‘efekte’ neposredno vidljive u ponašanju pojedinaca. Oni ‘rade ideološki – promovišu i preferiraju izvesna značenja sveta, rasprostiru jedna značenja, a ne druga i služe nekim društvenim interesima bolje nego drugim“ (Milivojević, 2001: 169). U tom procesu dugoročnog uticaja, mediji postavljaju vrednosne okvire u kojima se publika kreće. U tom smislu, Stjuart Hol smatra da „mas-mediji ne mogu da nam utisnu svoja značenja, budući da nismo mentalno *tabula rasa*. Ali oni

imaju integrativnu, pojašnjavajuću i legitimišuću moć da oblikuju i definišu političku stvarnost“ (Hol, 2013: 58).

Teorija uspostavljanja dnevnog reda (engl. *agenda setting*) polazi od tvrdnje da mediji definišu koje će se teme u nekom vremenskom periodu smatrati važnim za društvo. Mekombs navodi da u „zavisnosti od toga koliko je ova tema, a tako i bilo koja druga, medijski zastupljena, zavisi i koliko će ona biti značajna za prosečnog pripadnika auditorijuma“ (McCombs, 2002: 2). Upravo određivanje značenja koje se pojedinim temama pripisuje u medijima utiče na njihovo značenje u javnosti, a posredno i na ponašanje publike u izboru tema. „Iako se ovom teorijom medijima ne pripisuje svojstvo da mogu da utiču na to šta će se misliti, oni, ipak, određuju o čemu će ljudi razmišljati“ (Drašković, 2011: 48). Ako postavljanje dnevnog reda posmatramo kao proces sa tri komponente: medijska agenda (engl. *media agenda*), javna agenda (engl. *public agenda*) i politička agenda (engl. *policy agenda*) (Boynton & Richardson, 2015: 1916), jasno je koliko je složen proces postavljanja pojedinih tema na „medijski sto“ javnosti. On zahteva konstantnu interakciju u svim smerovima ovog komunikacijskog procesa. Tema Evropske unije je rezultat „saradnje“ političke elite i medija. Ovakav pristup nije specifičan samo za ovu temu ili medijski prostor Srbije. Na interakciju između novinara i kreatora javnih politika u procesu uspostavljanja dnevnog reda ukazivali su i drugi teoretičari (Boynton & Richardson, 2015; Protes McCombs 1991).

Proces uspostavljanja medijskog dnevnog reda neodvojiv je od teorije o urednicima i novinarima kao čuvarima kapija (engl. *gatekeeping theory*) koji kontrolišu da li će informacija proći i na koji način će biti prezentovana. „U ranijim studijama, kapije su shvatane kao jednostavne odluke prolazi/ne prolazi, a kasnije se čuvanje kapija sagledava kao složen proces, koji uključuje brojne odluke: koliko prostora/vremena treba posvetiti događaju, gde ga smestiti u publikaciji ili programu, kako ga oblikovati, kako ga vizuelno predstaviti i tako dalje“ (Milojević & Radojković, 2015: 186). Kako navode Milojević i Radojković, odluke su oblikovane raznorodnim i slojevitim faktorima koje su Šumejker i Ris sistematizovali i integrisali u hijerarhijski model uticaja na medijske sadržaje, a kasnije ih revidirali Šumejker i Vos: „Prema ovom modelu, na proces čuvanja kapija utiču faktori na pet nivoa: individualnom, redakcijskom, organizacionom, institucionalnom i društveno-ideološkom“ (Milojević & Radojković, 2015: 187).

Upravo ukrštanje različitih faktora na primeru izveštavanja o Bregzitu, što je predmet ovog istraživanja, ili uopšte o Evropskoj uniji, ključno je u razmatranju

processa formiranja i ispoljavanja medijskog identiteta za druge, o čemu će biti reči u nastavku rada.

2.1. Od članstva u EU do Bregzita: kontekst

Da bismo razumeli promenu koja se odlukom na spomenutom referendumu desila i dešava se u Evropskoj uniji, neophodno je upoznati se sa istorijatom odnosa Ujedinjenog Kraljevstva i EU.

Ujedinjeno Kraljevstvo prvi korak ka Evropskoj uniji (EU) učinilo je 1961. godine, kada je apliciralo za članstvo u Evropskoj ekonomskoj zajednici (European Economic Community – EEC), koja je nastala krajem pedesetih godina dvadesetog veka kao zajednički ekonomski prostor Belgije, Francuske, Holandije, Italije, Luksemburga i Nemačke, a koja se smatra prethodnicom Evropske unije. U fokusu te zajednice bila je carinska unija, razvoj zajedničkih politika i stvaranje zajedničkog tržišta. Zahtev Ujedinjenog Kraljevstva za pristup tom članstvu 1963. godine je odbijen, zbog veta Francuske. Ista zemlja je uložila veto na drugi pokušaj Velike Britanije 1967. godine. Ujedinjeno Kraljevstvo je 1973. godine primljeno u EEC. Vlada Ujedinjenog Kraljevstva nakon samo dve godine u EEC pokreće prvi referendum o članstvu u toj organizaciji, nakon što je godinu dana vodila pregovore sa ostalim članicama EEC o njenom učešću u politikama zajedničkog tržišta.

Na referendumu koji je održan 1975. godine, Britanci su sa približno 67 odsto glasova podržali ostanak u EEC, dok je 33 odsto bilo za izlazak iz te zajednice (Bogdanor, 2014).

Ujedinjeno Kraljevstvo u narednim godinama uspeva da izdejtstvuje izuzeće od raznih zajedničkih politika, kao što je ulazak u takozvani Šengenski prostor ili uvođenje evra kao zvanične valute. Uz ove ustupke, Ujedinjeno Kraljevstvo uspelo je i da smanji obaveznu sumu koju treba da uplati u zajednički budžet Evropske unije. Nakon 2004. godine, kada dolazi do proširenja Evropske unije (nove članice uglavnom iz centralnog i istočnog dela Evrope), Ujedinjeno Kraljevstvo se suočava sa velikim prilivom građana iz novih članica EU. Pitanje priliva radne snage iz drugih, mlađih članica EU u proteklim godinama bilo je u fokusu zvaničnog Londona (BBC, n.d.).

Početak 2013. godine, premijer Ujedinjenog Kraljevstva Dejvid Kameron najavio je održavanje referenduma o članstvu u EU ako njegova Konzervativna stranka pobedi na izborima. Polovinom 2015. godine, Kameronova stranka dobila je izbore, posle čega su pokrenuti pregovori između Ujedinjenog Kraljev-

stva i Evropske unije o uslovima daljeg članstva te zemlje u Uniji. Kao rezultat, Britancima je ponuđen takozvani „specijalni status“, koji se odnosio na izuzeće te zemlje od dalje političke integracije, i povlašćen položaj u vezi sa finansijama i ekonomijom između evro zone i ostalih članica EU koje nisu deo monetarne unije. Drugi bitan segment dogovora odnosio se na pravo Londona da uskrati radnicima koji dolaze iz drugih zemalja EU socijalnu pomoć i beneficije u periodu od četiri godine, dok i sami ne doprinesu finansiranju sistema (European Council, 2016).

Samo nekoliko dana nakon što je postiglo dogovor sa evropskim partnerima, Ujedinjeno Kraljevstvo objavljuje da će referendum o daljem članstvu te zemlje u EU biti održan 23. juna. Mediji u Srbiji tada još govore o kraju „drame“ i o „specijalnom statusu Velike Britanije u EU“ (Blic, 2016). Kampanja za i protiv daljeg članstva Kraljevstva u EU nije u velikoj meri okupirala domaću štampu, što pokazuje i naša analiza poslednje nedelje kampanje (od 14. do 19. juna), ali zato su rezultati glasanja bili široko predstavljeni i u *Politici* i u *Blicu* prvog i drugog dana posle referenduma (24. i 25. jun), o čemu ćemo govoriti u posebnom delu rada.

Kako to pojedini autori primećuju, a na šta smo i mi kroz ovaj hronološki pregled ukazali,

„britanski referendum o EU je produkt dugoročnih i kratkoročnih istorijskih faktora. Ujedinjeno Kraljevstvo nikad nije bilo ležerni član EU. Velika Britanija, u prvim godinama evropskih integracija, stajala je sa strane, vodeći fundamentalno drugačiju istoriju u odnosu na svoje kontinentalne partnere uz [...] različite ideje o sopstvenoj ulozi u svetu“ (Kenealy, 2016).

Rezultati glasanja pokazali su podeljenost biračkog tela u vezi sa članstvom u EU. Građani su se izjasnili za napuštanje Evropske unije sa 52 odsto za, dok broj glasova onih koji su smatrali da je za Ujedinjeno Kraljevstvo bolje da ostane deo Unije, procentualno je iznosio 48 odsto. U odlučivanju je učestvovalo više od 30 miliona birača (BBC, 2016).

Prema pravilima Lisabonskog ugovora, napuštanje EU je regulisano Članom 50, koji kaže da članica koja želi da napusti tu zajednicu treba zvanično da obavesti Evropski savet i nakon toga slede pregovori o daljim odnosima Unije i članice. Trajanje pregovora, međutim, ograničeno je na dve godine (EUR-LEX, n.d.). Ujedinjeno Kraljevstvo, uprkos pozivima iz Brisela, još nije aktiviralo Član 50, pa se na njega i dalje odnose sve procedure i pravila Evropske unije.

3. Metode istraživanja

U empirijskom istraživanju korišćene su dve metode: analiza sadržaja i analiza medijskog diskursa. Metoda analize sadržaja primenjuje se u istraživanjima koja kvantifikuju određene elemente i njihovo pojavljivanje u velikom broju tekstova.

„Analizom sadržaja se istražuju manifestni sadržaji komuniciranja, zasnovani na empirijskim podacima koji omogućuju istraživačima da obrađuju podatke, slike, fotografije, zvuke kao tekstove kako bi razumeli šta oni znače ljudima, šta omogućavaju, a šta sprečavaju i šta su posledice informacija koje se razmenjuju“ (Krippendorff, 1980: 203 u Valić Nedeljković & Kleut, 2013: 63)

Prema Krippendorfu (2003), usled tehnološkog razvoja i pojave virtuelnih elektronskih medija, savremena analiza sadržaja drugačija je u odnosu na onu postavljenu pre više od šest decenija, definisanu 1961. (Webster's Dictionary of the English Language) kao analizu manifestnog i latentnog sadržaja, kroz klasifikaciju, tabelarni prikaz i procenu ključnih tema i simbola, kako bi se utvrdilo značenje i mogući efekti. „Savremena analiza sadržaja prevazilazi tradicionalne predstave o simbolima, sadržajima i namerama. Ovo se može videti u evoluciji koncepta komunikacije, u tome koliko razvoj medijskih tehnologija oblikuje našu pažnju, a kultura utiče na dodeljivanje značenja onom što se analizira“ (Krippendorff, 2003: 17–18).

Budući da je analiza sadržaja usmerena na vidljiv tekst, a ređe na dublji smisao koji se eventualno krije iza manifestnog sadržaja teksta, u istraživanju je korišćena i analiza medijskog diskursa, metoda kojom se istražuje odnos između medijskog teksta (sadržaja) i društva.

Diskurs se ne može razumeti van konteksta u kom je nastao, pa je kontekst stoga u centru pažnje istraživanja svih koji se bave diskursom. Prema Ferklafu (Fairclough, 1995), kritička analiza diskursa posebno je važna u proučavanju uloge diskursa u važnim društvenim promenama i manifestacije tih promena u diskursu, a to je i način da se izučava i razume i sama društvena promena. Definišući društvenu moć, Van Dijk navodi da ona podrazumeva kontrolu koju jedna grupa ima nad drugom, te da je medijski diskurs najefektnije sredstvo za distribuciju moći. „Članovi moćnijih društvenih grupa i institucija, a posebno njihovi predstavnici i vođe, imaju manje ili više ekskluzivan pristup i kontrolu nad jednim ili više vrsta javnog diskursa“ (Van Dijk, 2008: 9). Najznačajniju

ulogu na Zapadnom Balkanu u kreiranju medijskog diskursa imaju političari, zato se u analizi „posebna pažnja posvećuje kome mediji daju šansu da govori, koga direktno citiraju i na koji način to čine“ (Valić Nedeljković & Kleut, 2013: 65).

Prema Kiting i Duranti, društveni identiteti i kategorije stvaraju se i definišu kroz diskurs. „Nedostatak doslednosti se negativno ocenjuje i stoga političari posebno vode računa o tome“ (Keating & Duranti, 2011: 340). Javni diskurs državnih zvaničnika važan je u konstruisanju, ali i održivosti kolektivnog identiteta za druge. Navedeno se primetno manifestuje u odnosu Srbije prema Evropi i procesu evropeizacije jer se zvaničan diskurs o Evropskoj uniji od negativnog koji je bio izražen devedesetih godina nakon 2000. transformisao u afirmativni, a politički akteri su ostali identični. Stoga je bitno posebnu pažnju posvetiti analizi izjava političara koje mediji prenose, te koliko i na koji način oni dobijaju medijskog prostora.

3.1. Korpus istraživanja

Korpus istraživanja obuhvata novinarske tekstove o Bregzitu objavljene u internet izdanju *Politike* i *Blica* u periodu od 13. do 19. juna, kao i dva dana nakon referenduma u Velikoj Britaniji, 24. i 25. juna 2016. Iz tehničkih razloga tekstovi koji su objavljeni između 20. i 23. juna nisu prikupljeni. Polazeći od pretpostavke da će Bregzit kao događaj od svetskog značaja izazvati znatnu pažnju medija u Srbiji, za analizu je odabran portal *Blic*, koji svoje sadržaje nudi u skladu sa tabloidnim novinarstvom, odnosno, na senzacionalistički način i portal najstarijeg informativno-političkog dnevnika *Politika*, „list koji je uvek bio blizak različitim vladama u raznim vremenima i održavao je stavove prosečnih građana“ (Valić Nedeljković, 2013: 141), a koji svoj sadržaj nudi na ozbiljniji način, bez senzacionalizma.

Istraživački korpus čini 48 tekstova objavljenih u *Politici* i 74 u *Blicu*, odnosno ukupno 122 novinarska teksta koja se tematski bave referendumom o izlasku Velike Britanije iz Evropske unije ili pominju Bregzit kao jednu od više tema. Za potrebe istraživanja sastavljen je kodni list koji sadrži 19 kategorija⁴ za kodiranje tekstova o Evropskoj uniji. Kako bi se istražila kontekstualnost koja utiče na medijski diskurs o Bregzitu, u fokusu analize su pojedine kategorije kao

⁴ Naziv medija; Datum; Šifra teksta; Ukupan broj komentara; Veličina teksta; Tip naslova; Žanr; Vrsta sadržaja prema modalitetima; Autorstvo teksta; Povod; Lokacija; Fokus teme EU, Evrope, Evropeizacije; Tema; Subjekat; Dominantni subjekat; Objekat; Vrednosni odnos subjekta prema pridruživanju EU; Vrednosni odnos novinara prema temi; Napomene.

što je autorstvo teksta, povod izveštavanja, novinarski žanr, subjekat i objekat, kao i vrednosni stav subjekta i novinara prema temi.

Jedinica analize je tekst, od naslova, odnosno nadnaslova i datuma, do potpisa autora, uključujući fotografije i grafikone. Svaki pojedinačan tekst je šifriran na taj način što je uneta oznaka zemlje (SR), godina (16), medij (P ili BI), dan objavljivanja i redni broj teksta. Na primer, tekst „Izjednačene pristalice i protivnici ostanka Britanije u EU“ objavljen je 18. juna u *Politici* kao četvrti po redu i njegova šifra je SR16P_18_4. U nastavku rada šifre će se koristiti prilikom referisanja na pojedinačne primere.

4. Rezultati analize sadržaja: Bregzit na „dnevnom redu“

4.1. Izveštavanje dnevnog lista Politika

Mada je istraživanje rađeno u sedmici (od 13. do 19. juna 2016.) koja je prethodila referendumu o članstvu Velike Britanije u Evropskoj uniji, na osnovu analize može se konstatovati da ova tema nije bila značajnije prisutna u *Politici*. Od ukupno 63 teksta objavljena u internet izdanju ovog dnevnika koji su se u analiziranom periodu bavili temom Evropske unije i uopšte evropeizacijom, svega šest je u vezi sa izlaskom Velike Britanije iz EU.

Samo jedan od šest tekstova može se okarakterisati kao medijska inicijativa. Reč je o autorskom tekstu „Tabloidni rat za Britaniju“ (SR16P_15_4) čiji podnaslov glasi: „Gde počinje, a gde se završava sličnost ostrvske i srpske „žute štampe“. Tekst piše o pozivu britanskog tabloida *The Sun* da Britanci kažu „ne Briselu i Evropskoj uniji“, a potom se poredi izveštavanje srpskih tabloida. To je ujedno i jedini tekst u ovom bloku koji postavlja komparaciju sa situacijom u Srbiji.

Ostali tekstovi su izveštaji sa aktuelnih događaja, od kojih tri pišu o ubistvu laburističke poslanice u britanskom parlamentu Džo Koks (Jo Cox), a druga dva se bave analizom pisanja medija i anketa istraživanja javnog mnjenja o ishodu referenduma o članstvu Britanije u EU. U tri slučaja su prenete agencijske vesti, dok dva potpisuju novinari *Politike*. Svi navedeni tekstovi pripadaju faktografskim žanrovima, dok analitičkih tekstova i komentara nema.

Činjenica da od 63 teksta o EU svega šest govori o Bregzitu, da polovinu (tri) čine preuzete agencijske vesti, te da je reč o faktografiji bez dublje analize ukazuje da najava izlaska Velike Britanije iz evropske zajednice za uredništvo *Politike* ne predstavlja temu koja zavređuje značajniju medijsku pažnju.

Navedeno potvrđuje i analiza subjekata u tekstovima, odnosno onih kojima je data mogućnost da govore. U većini tekstova nema citiranih ili parafraziranih izjava aktera, što ukazuje na površnost izveštavanja. Prenete su svega tri izjave, jedna je eksperta profesora Florijana Bibera sa studija Jugoistočne Evrope na Univerzitetu u Gracu, a druge dve su kandidati za predsednika Sjedinjenih Američkih Država, Hilari Klinton i Donald Tramp. Jedino je u tekstu „Nastavlja se kampanja oko Bregzita” (SR16P_19_3) u kom se prenosi Trampova izjava kako „Velika Britanija treba da izađe iz Evropske unije“ prisutan negativan stav subjekta prema EU. Ostalih pet tekstova su vrednosno neutralni ili pozitivni prema procesu pridruživanja, a izveštavanje novinara je balansirano ili neutralno u slučaju protokolarnih vesti. Objekti u svih šest tekstova koji govore o Bregzitu jesu državni organi ili građani Velike Britanije. Ovo ukazuje na nastavak negativne medijske prakse da o važnim pitanjima ne govore oni kojih se to najviše tiče (u ovom slučaju Britanci), već se oni, najčešće su to građani, stavljaju u poziciju objekta o kojem govore politički moćnici.

Za razliku od malog broja tekstova objavljenih u *Politici* u sedmici uoči referendumu u Britaniji, brojnost tekstova objavljenih dva dana nakon referendumu (24. i 25. jun) pokazuje da je tek tada Bregzit postao tema od javnog značaja za najstariji dnevni list u Srbiji. Dan nakon referendumu, u petak 24. juna u onlajn izdanju *Politike* objavljena su 23 teksta, dok je u subotu 25. juna izašlo 19 tekstova. Za razliku od prvog dana kada dominiraju faktografski žanrovi, vesti i izveštaji koji se bave reakcijama na ishod referendumu, dan kasnije prisutni su i analitički i komentatorski tekstovi (rubrika Pogledi) koji govore o posledicama izlaska Britanije iz Evropske unije, kao i refleksijom rezultata referendumu na situaciju u Srbiji i proces pridruživanja EU.

Sedam puta veći broj tekstova objavljenih u *Politici* nakon referendumu potvrđuje rezultate prethodnih istraživanja koji pokazuju da izveštavanje medija zavisi od političkih agendi (Valić Nedeljković & Kleut, 2013; Krstić, 2015), kao i da se zasniva uglavnom na faktografskom prenošenju aktuelnih događaja i reakcijama na njih. Izostanak medijske inicijative i analitičkih tekstova ukazuje na to da analizirani mediji retko pokreću društveno značajne teme i otvaraju debate o važnim društvenim pitanjima mimo uspostavljenog političkog dnevnog reda.

Prvi tekstovi objavljeni u internet izdanju *Politike* (jutro 24. juna) nakon što su saopšteni rezultati referendumu jesu dva izveštaja („Dan kada je Evropa ostala bez imperije” (SR16P_24_1) i „Šta britanski referendum znači za Evropu” (SR16P_24_2). Ovi izveštaji sumiraju ishod referendumu navodeći zemlje

(Francuska, Švedska, Škotska), kao i rezultate anketa (Danska, Švedska i Norveška) koje ukazuju na to da će unutar EU biti još referendum za izlazak iz te zajednice. Na ovim primerima može se ilustrovati uloga urednika i novinara kao čuvara medijskih kapija, jer je jasno da se informacije selektuju, neke propuštaju, a druge stopiraju. Upravo stavljajući određene činjenice u fokus izveštavanja (nagovešteni raspad EU) doprinosi se konstruisanju specifične slike događaja. Činjenica da navedeni izveštaji nisu u celosti vrednosno negativno intonirani prema EU, pokazatelj je koliko društveno-politički kontekst, ali i kontekst medija utiče na proces selekcije i načina oblikovanja vesti. Iako ne sasvim uverljiv i dosledan, zvaničan politički diskurs afirmativan je prema EU, čija članica Srbija teži da postane, a *Politika* je dnevni list koji se retko kad konfrotira državnoj politici, te je i izveštavanje prilagođeno zvaničnom diskursu, što potvrđuje i ovo istraživanje.

Prisustvo identiteta za druge, kada je reč o procesu evropeizacije, u diskursu državnika prenosi se i na medijski diskurs. Tako se u autorskom tekstu „Bregzitsvuda oko nas” (SR16P_24_9) postavlja paralela između Britanije, Amerike i Francuske. Autor pita se „Donosi li Bregzit neku lekciju za Srbiju” i zaključuje da premijer Srbije Aleksandar Vučić „ima dijagnozu problema Srbije, ali okleva s pravom terapijom”, koja može da sugeriše da postoje dva opozitna politička lica premijera, od kojih se jedno podržava, a drugo ne odobrava, ali i ne kritikuje otvoreno.

4.2. Izveštavanje dnevnog lista *Blic*

U internet izdanju lista *Blic*, nedelju dana pre referenduma objavljeno je ukupno devet tekstova u kojima se direktno bave Bregzitom, dok se u 25 tekstova na neki način pojavljuje Bregzit, često samo kao jedna rečenica ili kao navođenje problema sa kojim se EU suočava. Karakteristično je za *Blic* da naslovi tekstova podižu tenziju i koriste emotivno obojene reči („drhte“, „strah“, „omča“, itd.). Tekst pod naslovom „Svetske berze drhte pred mogućim Bregzitom” (SR16BL_15_1) koji govori o mogućim ekonomskim posledicama izlaska Velike Britanije iz EU, dobro ilustruje uređivačku politiku lista kada je reč o ovoj temi, a to je da se o njoj izveštava senzacionalistički. Naveden tekst ilustruje jednu od dve grupe tekstova koji su objavljeni u vezi sa ovom temom, a to su: ekonomski aspekti Bregzita i uticaj Bregzita na Balkan. U prvu grupu spadaju tekstovi koji navode mišljenja iz finansijskih institucija kako će Bregzit uticati na privredu i finansije.

Druga grupa se bavi refleksijama ishoda referenduma na zemlje Balkana. Tako, na primer, od osam tekstova, koliko u fokusu ima ovaj događaj, jedan se bavi mogućim posledicama Bregzita po Balkan, odnosno, zemljama kandidatima za članstvo u EU. Tekst pod naslovom „Bregzit bi bio jako loša vest i za Balkan“ (SR16Bl_15_10) iznose se stavovi analitičara Markusa Tanera u vezi sa uticajem referenduma na jugoistočne zemlje u Evropi. Zarad ilustracije tona ovog teksta, citiramo sagovornika: „Zemljama koje se nadaju ulasku u EU u narednih nekoliko godina moglo bi se dogoditi da im prijave u stvari stoje na čekanju čitavu deceniju, dok EU pokušava da sredi situaciju unutar Unije“ (SR16Bl_15_10).

Ovaj citat jasno projektuje prolongiranje procesa pridruživanja Evropskoj uniji i šalje implicitnu poruku da bi zemlje Balkana, iako će možda biti spremne da se priključe Uniji, mogle dugo ostati van EU. *Blic* ovakvim pesimističkim pristupom generiše evroskepticizam, što je u skladu sa tendencijama izveštavanja o Evropi i o njenim mogućnostima u kriznim vremenima, na šta smo ukazali ranije u ovom radu.

Kao drugi bitan element navodimo anketu koja je objavljena na sajtu ovog medija. *Blic* je u anketi pitao čitaoce kako bi oni glasali, da li bi voleli da Velika Britanija napusti Evropsku uniju. Kako Ansted i Olafin navode, citirajući Larsona i Robinsona, ankete na sajtovima medija predstavljaju modifikovan oblik često korišćenog novinarskog formata, voks populija (*vox populi*), čiji je zadatak da reflektuje šire mišljenje društva (Anstead & O’Loughlin, 2015: 207). Iako je verovatno reč o nereprezentativnom uzorku, čitaoci su izrazili želju da Veliku Britaniju vide u Evropskoj uniji. Tu ćemo dodati da je samo u ova dva teksta stvorena direktna, eksplicitna veza između Srbije, tj. regiona i Bregzita.

Posmatrajući žanrovsku podelu, dominiraju faktografski žanrovi (pet tekstova), dok kada je reč o lokaciji, Velika Britanija, sasvim očekivano, zauzima najviše prostora (šest od ukupno osam tekstova). Kada posmatramo one koji govore o Bregzitu, pojavljuju se četiri kategorije: eksperti, građani, organi EU i institucije zemalja članica EU. Ovo govori o tome da je *Blic* bio fokusiran na mišljenje „običnih ljudi“, kao i da su pokušali, barem u nekim osnovnim crtama, angažovanjem eksperata odgovoriti na pitanje „Šta sledi sada?“. Zastupljenost predstavnika EU može se tumačiti na relaciji „jedna i druga strana“. Odnosno, kao vid komunikacije između članice koja je „rekla“ da želi napustiti zajednicu i između ostatka Unije koji je sada na redu da „odgovori“ na ovakav zahtev.

Postreferendumski dani na sajtu *Blica* (24. i 25. jun) beleže ekspanziju broja tekstova o ovoj temi. Kao reakcija na događaje u toj zemlji, ukupno je objavljeno 40 tekstova u vezi sa EU i Bregzitom. Tendencija senzacionalističkih naslova, ali i širenja panike zbog budućnosti Srbije i regiona, jasno se reflektuje i u ovim tekstovima. Tekst pod naslovom „BREGZIT I BALKAN Šta nas čeka i čemu možemo da se nadamo posle britanskog NE“ (SR16BL24_2) donosi komentare na ovu temu uz reči koje dobro opisuju kako društvena elita Srbije posmatra dešavanja u vezi sa Velikom Britanijom. Naime, korišćene reči kao što su „cunami“, „zemljotres“, „ozbiljan šamar“ pokazuju nestabilnost koju društvena elita oseća u vezi sa budućnošću EU, ali i u vezi sa sudbinom Srbije u procesu priključivanja EU. Interesantno je da se u navedenom tekstu javljaju još dve sintagme kao što je „domaći zadatak“, kada se govori o Srbiji da ispunjava pregovorom definisane uslove pristupanja, a druga je da „EU treba svoju kuću da dovede u red“. Ove sintagme nam gore o percepciji odnosa Evropske unije i Srbije: Brisel je taj koji diktira uslove, a na Srbiji je da ih ispuni. Ovakav pojednostavljen pristup posmatranja jednog kompleksnog procesa kao što je pregovarački proces, govori o nekritičkom odnosu *Blica* prema stavovima elite. *Blic* je na ovaj način samo nastavio svoju uređivačku politiku koja sa dozom evroskepticizma posmatra događaje u okviru EU.

Tekstovi koji se odnose na privredne i finansijske posledice po Srbiju uglavnom govore o tome da se ne očekuju velike turbulencije (npr. „NBS: Bregzit neće ugroziti stabilnost, imamo potrebne mere“ (SR16BL24_5), „Vučić: Dinar neće slabiti, naš rast ne dolazi u pitanje“ (SR16BL24_14), dok se druga grupa tekstova odnosi na političku odluku daljeg nastavka pregovora sa EU. Za ovu analizu izdvojili smo dva teksta. Prvi je tekst koji beleži reakciju predsednika Vlade Aleksandra Vučića na ishod referenduma („VUČIĆ O BREGZITU: EU više nije centar sveta, ali za nas nema boljeg mesta“ (SR16BL24_21). U tekstu Vučić govori u okviru konferencije za medije o Bregzitu, o ekonomskim i političkim implikacijama referenduma. Značajno je to što je on Evropsku uniju okarakterisao kao slabu zajednicu time što je naveo da ona više nije „centar sveta“ i u izjavi navodi da Srbija treba da gaji dobre odnose sa Rusijom, Kinom i Amerikom da bi privukla investicije. Ovo možemo posmatrati i kao opravdanje sopstvene spoljne politike koja podrazumeva gajenje bliskih odnosa i sa EU i sa istočnim zemljama. Ova politika je često kritikovana od strane EU kao neodrživa, posebno kada je reč o namerama Srbije da se ne udalji od Rusije. Drugi tekst koji govori o daljim pregovorima Srbije sa EU iz ugla političke elite objavljen je pod naslovom „REAKCIJE IZ SRBIJE O BREGZITU Šešelj: Glogov kolac

u srce EU; Dačić: Mi nastavljamo evropski put“ (SR16BL24_26). Tekst donosi uglavnom negativne komentare desnice u vezi sa daljim koracima ka EU, dok je deo opozicije predstavljen kao grupacija koja ukazuje na nekoherentnost vladajuće većine zbog pojedinih negativnih komentara u vezi sa daljim pregovorima sa EU, ali ne osporava dalje korake Srbije ka članstvu.

5. Diskusija: medijska konstrukcija identiteta za druge

Konstantan proces promenljivosti identiteta može se posmatrati kao iskustvo različitih aspekata ili slojeva identiteta, koji mogu biti „usmereni ka spoljašnjosti, tako da predstavljaju identitet za druge (koji se, na društvenom planu, slično individualnom, smešta na skali vrednosti između integriteta (‘persone’) i patologije (‘lažnog ja’)); ili su usmereni ka unutrašnjosti sopstvenog bića (entiteta), tako da predstavljaju identitet za sebe“ (Đurić 2008: 217). Đurić dalje navodi da su i „jedni i drugi slojevi identiteta podložni uticajima – bilo uticajima okolnosti, bilo sopstvenim, svesnim ili nesvesnim, uticajima – te mogu da budu predmet ‘stvaralačkog otkrivanja’, ili ‘konstruisanja’ (i ‘re-konstruisanja’) identiteta“ (Đurić 2008: 218).

Radović prepoznaje da „kulturne poruke o mestu Srbije u Evropi na svim razinama javnih diskursa – od službenih političkih narativa do sistema medijske reprezentacije – ne pokazuju konzistentnost i može se uočiti površnost i sporadičnost evroafirmativnih stavova, dok je istovremeno prisutna konstantna kontradiktornost i ambivalencija u javnoj komunikaciji po ovom pitanju (Radović, 2009: 71). Uzrok nedoslednosti u procesu evropeizacije i manifestacije identiteta za druge u javnom diskursu može se potražiti u prilično „dubokoj provaliji između dve kulturne konstrukcije (Evrope i Srbije)“ koju je tokom devedesetih godina postavio „preovlađujući (etnocentrični) diskurs o Evropi“ (Radović, 2009: 50).

Otpor prema Zapadu, prema Oliveri Milosavljević, može se u poslednjih sto godina u kontinuitetu pratiti u pisanju srpskih intelektualaca (Pašić, Ivanić, Protić, Petrović, Velmar Janković, Tadić) koji su smatrali da se velike sile i „Jevropa“ mačehinski ponašaju prema Srbiji (Milosavljević, 2002: 300), dok je teza o svetskoj zaveri protiv Srba relativno nova (pojavljuje se devedesetih godina – prim. aut), kao što je na primer ideja da je „krajnji cilj politike Zapada eliminisanje Srba kao iole značajnijeg političkog, kulturnog i privrednog činioca u jugoistočnoj Evropi“ (Milosavljević, 2002: 300).

Posle 2000. godine, otpočinjanjem političkih promena, uprkos animozitetu i/ili ambivalenciji u stavovima o odnosima Srbije i Evrope devedesetih godina, domaće javno mnjenje se većinski deklarise za evrointegraciju naše zemlje. Iako međutim, prema Radoviću, postoji

„većinski pozitivan stav prema priključenju Evropi, prisutan je sukob emocionalnog/iracionalnog i interesnog/racionalnog jer su građani u procepu između osećaja nepoverenja, pa i neprijateljstva prema Zapadu, zapadnim državama, nacijama i organizacijama, i saznanja da svoje interese i ciljeve mogu bolje, ako ne i jedino, ostvariti upravo povezujući se sa njima.“ (Radović, 2009: 56–57)

Procep emocionalno–racionalno u odnosu prema Evropi i procesu evropeizacije uočljiv je i kod političkih struktura koje čine vladajuću većinu u današnjoj Srbiji, a bili su na vlasti i devedesetih godina, što se manifestuje u pojavi identiteta za druge. Rezultati analize medijskog diskursa *Politike* pokazuju da je identitet za druge raspolučen na uticaj Istoka (Rusija) i Zapada (Evropa i SAD), što je posebno uočljivo u izveštavanju o izlasku Velike Britanije iz Evropske unije. Tekstovi koji su objavljeni u *Blicu* se prilagođavaju ovoj slici, pravdaju postojanje dvosmernog (Istok i Zapad) pristupa i jačaju masku identiteta za druge.

Uz to, jasno je da se izjave političara u Srbiji oslanjaju na mišljenje grupe koju predstavljaju. Očigledno je da vladajuće stranke pokušavaju da očuvaju tu identitetsku masku, štiteći kolektivnu odluku/ konsenzus da se Srbija oslanja i na Istok i na Zapad. Interesantno je da desnica u svom diskursu pokušava to da promeni, pozivajući vladajuće stranke da se „odreknu Zapada“, međutim, to je u analiziranim tekstovima predstavljeno kao mišljenje manjinske grupe, samim tim čitaocima stavlja u poziciju da se sami moraju odlučiti hoće li podržati „većinsko mišljenje“ („EU više nije centar sveta, ali za nas nema boljeg mesta“) ili će se konfrontirati sa grupom i pridružiti se novoj identitetskoj matrici koju nudi desnica („Šešelj: Glogov kolac u srce EU“). Ovaj primer medijskog uokviravanja, odnosno procesa „u kom se tema prezentuje iz određenog ugla (ili nekoliko uglova), pozivajući publiku da izvede određene zaključke“ (Džajls, 2011: 159), daje jasnu smernicu publici za koje mišljenje treba da se opredeli, naravno za onu „dominantnu“.

Za razliku od zvaničnih izjava predstavnika vlasti koji predstavljaju državnu politiku pridruživanja Srbije Evropskoj uniji koju mediji ne analiziraju, ne preispituju niti dovode u sumnju, vrlo su upečatljive izjave svetskih državnika i političara protivnika Evropske unije, kao što su predsednik Rusije Vladimir

Putin, grčki premijer Aleksis Cipras, turski predsednik Redžep Tajip Erdogan („Erdogan: Biće još članica željnih da izađu iz EU” (SR16P_25_20), kandidat za predsednika Amerike Donald Tramp. Ovakav pristup bi se mogao okarakterisati kao pluralizam mišljenja, međutim, imajući u vidu da, kada je reč o navedenim izjavama, izostaje analitika već se samo prenose potpuno suprotni stavovi, to može ukazati na medijsku podršku identitetu za druge. Onlajn tekstovi *Blica*, takođe, bez kritičke distance prezentuju stavove svetskih zvaničnika, a nedostatak analitičkih tekstova daje podršku nesigurnosti u sopstveni položaj na relaciji Srbija–EU. Simptomatično je da su jedine „stabilne tačke“ u ovom procesu izjave vladajuće većine koja ponavlja privrženost „evropskom putu“ i reakcija domaćih finansijskih institucija koje tvrde da Bregzit neće imati uticaj na finansijsko tržište Srbije.

Kako piše Krstić,

„politička agenda i unutrašnje odlike ovih događaja ne bi trebalo da obavezuju urednike ili novinare da izostavljaju mišljenja sagovornika koji se protive opštem pravcu državne politike ili da konsultuju nezavisne izvore. Izveštavanje o EU se zbog toga odvija na nivou površnog distribuiranja informacija iz političkog života, bez kritičkog novinarskog odnosa.“ (Krstić, 2015: 20)

Međutim, u komentatorskim tekstovima koji su objavljeni u vezi sa refleksijom odluke o izlasku Velike Britanije iz EU na situaciju u Srbiji, takođe izostaje jasna kritička distanca prema zvaničnoj politici, a proces priključenja Srbije Evropskoj uniji doživljava se kao neminovnost. U komentaru „Briselski zavet” (SR16P_25_12) otvara se teza o briselskom mitu koji zamenjuje kosovski: „Bregzit nam može pomoći” da cena opasne iluzije o članstvu bude mnogo manja. Nažalost, bojim se da nećemo iskoristiti priliku. Ne da nam briselski zavet”, međutim, svrstavajući proces evropeizacije u mitološki okvir, smanjuje se mogućnost konstruktivne debate o patološkim posledicama identiteta za druge u realnim društvenim okolnostima u Srbiji.

6. Zaključak

Rezultati ove analize ukazuju na nastavak prakse u medijima da se složene teme kao što je institucionalni sistem Evropske unije, proces priključivanja EU, odnosi Evropske unije i zemalja kandidata, ali i krize unutar te zajednice predstavljaju pojednostavljeno, bez ili sa malim brojem tekstova koji analiziraju situaciju. U većini tekstova nema citiranih ili parafraziranih izjava aktera, što

potvrđuje površnost izveštavanja, kao i nastavak negativne medijske prakse da se građani ne pitaju za mišljenje, već se stavljaju u poziciju objekta o kojem govore politički moćnici.

Nedostatak medijske inicijative i analitičkih tekstova ukazuje na to da analizirani mediji retko pokreću društveno značajne teme i otvaraju debate o važnim društvenim pitanjima mimo uspostavljenog političkog dnevnog reda. Nalazi potvrđuju rezultate prethodnih istraživanja, da je „izveštavanje o Evropskoj uniji uslovljeno rasporedom političkih događaja koji su dnevno, odnosno kratkoročno aktuelni zbog boravka političkih zvaničnika na određenim lokacijama“ (Krstić, 2015: 21).

Ukoliko se sagleda kroz teoriju čuvara kapija, prema kojoj novinari, urednici, direktori i vlasnici odlučuju koji izvori informacija će se koristiti, kao i na koji način će izveštavati i predstaviti temu čitaocima, možemo zaključiti da se Bregzit našao na dnevnom redu analiziranih medija, ali da nije zavredeo značajniju pažnju uredništva *Blica* i *Politike* koja bi prevazišla faktografsko beleženje aktuelnih događaja i prenošenje aktivnosti političara. Budući da na proces selekcije vesti utiču različiti faktori, kao što su individualni, redakcijski, organizacioni, institucionalni i društveno-ideološki, analiza izveštavanja o Bregzitu ukazuje na to da primaran uticaj na uređivačku politiku analiziranih medija ima društveni-politički diskurs vladajućih struktura, kojem su podređene sve ostale specifičnosti određenog medija, urednika, novinara. Nadalje, izostavljanje analize situacije potencijalno dovodi do širenja nesigurnosti u društvu u vezi sa sudbinom zajednice, a ovo otvara mogućnost većem uticaju političke elite na stavove građana i građanki.

Kroz kratke faktografske žanrove, *Politika* i *Blic* samo „ređaju“ vesti i izveštaje, stvarajući suficit informacija koji, umesto da stabilizuje javno mnjenje i da da moguće smernice za zauzimanje stava prema dešavanjima u EU, unosi dodatnu dozu konfuzije i evroskepticizma u društvo, ne predstavljajući eventualne pozitivne strane ostanka u EU ili priključivanja Evropskoj uniji.

Evroskepticizam ne mora da se posmatra kao negativna pojava. Njegovo značenje varira u zavisnosti od društva u kom se koristi. Evroskepticizam može da se tumači na nekoliko načina: jedan on njih je da evroskepticizam posmatramo kao želju da se odupre procesu priključivanja, drugi način je da ovaj pojam posmatramo kao kritički odnos prema benefitu ili gubitku priključivanja EU (Leconte, 2010: 3–8). U našem slučaju, mediji su uglavnom bili bliži ovom drugom načinu razumevanja. Ipak, i u ovom „čitanju“ pojma mediji su propustili priliku da se bave analizom događaja.

Prema percepciji ova dva medija, odnos Evropske unije i Srbije sveden je na to da Brisel diktira uslove, a da je na Srbiji da ih ispuni. Ovo donekle može da bude opravdano činjenicom da se ono što danas nazivamo pregovaračkim procesom za priključivanje EU odnosi na dogovor u vezi sa rokovima implementacije pravila EU, a ne toliko na uslove, odnosno na prihvatanje ili neprihvatanje istih. Međutim, pomenutom pojednostavljenom percepcijom odnosa EU i Srbije ignoriše se partnerska pozicija zemlje kandidata, predstavljajući je kao podređenu opciju u odnosu na EU.

Ovakav pojednostavljen pristup posmatranja kompleksnog procesa potvrđuje nekritički odnos prema stavovima elite: istraživanje je pokazalo da u analiziranim medijima (*Politika* i *Blic*) izostaje jasna kritička distanca prema izjavama predstavnika vlasti i zvaničnoj politici uopšte.

Istovremeno, jasno je da je politička elita iskoristila Bregzit da učvrsti principe svoje spoljne politike, a koji se oslanjaju na princip „Istok i Zapad“. Upravo procep emocionalno–racionalno u odnosu prema Evropi i procesu evropeizacije kod političkih struktura koje čine vladajuću većinu u današnjoj Srbiji, a bili su na vlasti i devedesetih godina, koji se manifestuje u pojavi identiteta za druge, prenet je i na medijski diskurs.

Politika i *Blic* u onlajn izdanjima svojih tekstova o Bregzitu pokazali su dominantno prisustvo identiteta za druge u medijskom diskursu u Srbiji, koji je u slučaju Bregzita raspolučen na uticaj Istoka (Rusija) i Zapada (Evropa i SAD). U analiziranom korpusu, sa jedne strane su tekstovi u kojima se prenose izjave državnih zvaničnika koji tvrde da Srbija ostaje na „evropskom putu“ jer je proces pristupanja EU i prisvajanja vrednosnog sistema Zapadne Evrope prihvaćen kao imperativ nacionalne političke agende, iako je diskurs istih političara bio sasvim drugačiji pre političkih promena 2000. godine. Sa druge strane, prenose se izjave svetskih državnika i političara koji otvoreno govore protiv EU, a sa kojima je Srbija tradicionalno u prijateljskim odnosima, kao što je, na primer, predsednik Rusije Vladimir Putin.

Literatura

- Anstead, N. & O'Loughlin, B. (2015). Social Media Analysis and Public Opinion: The 2010 UK General Election. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2): 204–220.
- Džajls, D. (2011). *Psihologija medija*. Beograd: Clio.
- BBC (n.d.). A Time Line of the EU. Posećeno: 18. 9. 2016. URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/3583801.stm>.
- BBC (1.09.2016). Brexit: All You Need to Know about the UK Leaving the EU. Posećeno: 18. 9. 2016. URL: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-32810887>.
- Bogdanor, V. (2014). The Referendum on Europe, 1975. Posećeno: 18. 9. 2016. URL: <http://www.gresham.ac.uk/lectures-and-events/the-referendum-on-europe-1975>.
- Blic (19.02.2016). KRAJ DRAME Kameron: Velika Britanija će imati specijalni status u EU. Posećeno: 18. 9. 2016. URL: <http://www.blic.rs/vesti/svet/kraj-drame-kameron-velika-britanija-ce-imati-specijalni-status-u-eu/78t5542>.
- Boynton, G. R. & Richardson, G. W. (2016). Agenda Setting in the Twenty-first Century. *New Media & Society*, 18(9): 1916–1934.
- Dražković, B. (2011). Televizijska slika siromaštva i socijalne inkluzije u Srbiji. In Valić Nedeljković, D. (ed.), *Media Discourse of Poverty and Social Exclusion* (pp. 45–63). Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Durić, J. (2008). Identitet i interkulturalnost – Srbija kao mesto prožimanja Balkana i (srednje) Evrope. *Filozofija i društvo*, 37(3): 217–232.
- European Council (18-19.02.2016). European Council conclusions [Aneks 1]. Posećeno: 18. 9. 2016. URL: http://www.consilium.europa.eu/en/meetings/european-council/2016/02/EUCO-Conclusions_pdf/.
- EUR-LEX (n.d.) Treaty of Lisbon. Posećeno: 18. 9. 2016. URL: <http://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=OJ:C:2007:306:TOC>.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Routledge.
- Hol, S. (2013). *Mediji i moć*. Loznica: Karpos.
- Kenealy, D. (24.05.2016). How Did We Get Here? A Brief History of Britain's Membership of the EU. Posećeno: 18. 9. 2016. URL: <http://www.european-futures.ed.ac.uk/article-3278>.

- Keating, E. & Duranti, A. (2011). Discourse and Culture. In Van Dijk, T. A. (ed), *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction* (pp. 331–353). London: Sage Publications.
- Krippendorff, K. (2003). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Second Edition. London: Sage.
- Krstić, A. (2015). Izveštavanje o Evropskoj uniji u informativnim programima nacionalnih radio stanica u Srbiji. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, 34(10): 5–28.
- Leconte, C. (2010). *Understanding Euroscepticism*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire, New York: Palgrave Mcmillan.
- McCombs, M. (2002). *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*. Austin: University of Texas.
- Milinkov, S., Gajić, Z. & Pavkov, K. (2013). Analiza medijskog izveštavanja o evropeizaciji u Srbiji. In Valić Nedeljković, D. & Kleut, J. (eds.), *Evropa ovde i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana* (pp. 117–126). Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Milivojević, S. (2001). Javnost i ideološki efekti medija. *Reč – časopis za književnost i kulturu i društvena pitanja*, 64(10): 151–213.
- Milivojević, S. (2008). Kritička tradicija u istraživanju medija: kulturne studije. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, 8(3): 29–50.
- Milojević, A. & Radojković, M. (2015). Revizija teorije o čuvarima kapija: Oživljavanje modela u informacionom društvu. In Pralica, D. & Šinković, N. (eds.), *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 5* (pp. 185–194). Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Milosavljević, O. (2002). *U tradiciji nacionalizma ili stereotipi srpskih intelektualaca XX veka o „nama“ i „drugima“*. Beograd: Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji.
- Protest, D. & McCombs, M. (1991). *Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*. Hillsdale, New Jersey, Hove, London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Radović, S. (2009). *Slike Evrope – Istraživanje predstava o Evropi i Srbiji na početku XXI veka*. Beograd: Etnografski institut SANU.
- Valić Nedeljković, D. & Kleut, J. (eds.) (2013). *Evropa ovde i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Valić Nedeljković, D. (2013). Strahovi i nade o EU: diskursne strategije komentara medijskog portala lista Politika. In Valić Nedeljković, D. & Kleut,

- J. (eds.), *Evropa ovde i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana* (pp. 139–150). Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Van Dijk, T.A. (2008). *Discourse and Power*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Vergeer, M., Hermans, L. & Cunha, C. (2013). Web Campaigning in the 2009 European Parliament Elections: A Cross-national Comparative Analysis. *New Media & Society*, 15(1): 128–148.
- Zhong, B. & Newhagen, J. E. (2009). How Journalists Think While They Write: A Transcultural Model of News Decision Making. *Journal of Communication*, 59(3): 587–608.

Smiljana Milinkov

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

Norbert Šinković

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

**REPORTING OF *BLIC* AND *POLITIKA* ABOUT BREXIT:
THE PRESENCE OF IDENTITY-FOR-OTHER IN THE MEDIA
DISCOURSE IN SERBIA**

Abstract: *This paper presents the analysis of the scope and manner of media reporting about the referendum on the status of Great Britain in the European Union, which was held on 23 June 2016. Empirical research was conducted using quantitative and qualitative methods: content analysis and media discourse analysis. The sample includes online editions of two daily newspapers, Politika and Blic, both monitored a week before the scheduled referendum and two days after the referendum. The results of analysis have confirmed previous research of media in Serbia which showed that media coverage of the European Union is superficial, based on coverage of daily political events, predominantly factual and mostly without deeper analysis. The research has shown that the analysed media did not have a clear critical distance from authorities and official politics in general. The analysis of media coverage of UK leaving the European Union has showed the presence of identity-for-other' in media discourse in Serbia, which is in the case of Brexit split between the impact of the East (Russia) and the West (Europe and USA).*

Keywords: *Brexit, European Union, media, identity-for-other, Serbia*