



<https://doi.org/10.5559/di.29.4.01>

UPOTREBA DNEVNOINFORMATIVNIH PORTALA, NEKA INDIVIDUALNA OBILJEŽJA I PRIHVAĆANJE POPULIZMA KOD STUDENATA SVEUČILIŠTA U ZAGREBU

Mateja PLENKOVIĆ
Hrvatsko katoličko sveučilište, Zagreb, Hrvatska

UDK: 316.334.3-057.875(497.5):004.775
323.23(497.5):654.19

Izvorni znanstveni rad

Primljeno: 21. 5. 2019.

Svrha je rada upotpuniti spoznaje o populizmu u kontekstu hrvatskoga društva, s naglaskom na prihvaćanju populizma među mladima kao nositeljima budućega društvenog razvoja. Budući da su za istraživanje sklonosti populizmu mediji, kao oblikovatelji javnoga mišljenja, među najvažnijim izvorima relevantnih spoznaja, posebna se pozornost posvećuje odnosu upotrebe dnevnoinformativnih portala i prihvaćanju populizma. Istraživanje je provedeno na dvoetaпно izabranom neprobabilističkom uzorku od 1189 studenata Sveučilišta u Zagrebu, kako bi se utvrdili odnosi između sklonosti studenata općem, lijevom i desnom populizmu te njihovih navika upotrebe dnevnoinformativnih portala i nekih individualnih obilježja. Rezultati pokazuju kako kod studenata postoje trendovi niske, ali značajne povezanosti između upotrebe većine portala i sklonosti općem, lijevom i desnom populizmu. Utvrđena je povezanost obrazovanja roditelja sa studentskom sklonosti lijevom i desnom populizmu te razlike u tim sklonostima u odnosu na sociodemografska obilježja, razinu studija, studijsko usmjerenje, političku orijentaciju, religioznost i povjerenje u institucije.

Ključne riječi: populizam, studenti, dnevnoinformativni portali



Mateja Plenković, Hrvatsko katoličko sveučilište, Ilica 242,
10 000 Zagreb, Hrvatska.
E-mail: mateja.sakic@unicath.hr

Populizam je u suvremenom značenju prisutan u zapadnoj civilizaciji od kraja 19. stoljeća. Međutim, znatniji interes za znanstveni pristup populizmu počeo je prije pedesetak godina, uz gotovo eksponencijalan porast istraživanja u zadnjem desetljeću. U kontekstu suvremenoga društva Mudde (2004, str. 562) govori o populističkom duhu vremena, Krastev (2007, str. 57) o populističkom valu, a Roberts (2007, str. 3) o populističkom preporodu.

Temeljna je svrha ovoga rada upotpuniti spoznaje o populizmu u kontekstu hrvatskoga društva, s naglaskom na ulozu medija i individualnih obilježja na prihvaćanje populizma među mladima. Mladi, preciznije studenti Sveučilišta u Zagrebu, izabrani su kao skupina koja će potencijalno znatno utjecati na buduće društvene i političke trendove (Bottos i sur., 2014). Istraživanje je provedeno u okviru izradbe doktorske disertacije. U ovome radu, iz širega konteksta teorijske i empirijske obradbe odnosa prisutnosti populizma u medijima, medijske izloženosti i razvoja sklonosti populizmu, bit će prikazan dio nalaza koji prikazuju odnose upotrebe dnevnoinformativnih portala i nekih individualnih obilježja studenata te njihovih sklonosti populizmu.

Definicija, tipovi i način istraživanja populizma

Znanstveni pristup populizmu temelji se na analizama pojavnih oblika populizma te pronalaženju zajedničkih obilježja, uzroka i posljedica njegove pojave i jačanja. Šalaj i Grbeša (2017, str. 323-326) navode četiri pristupa definiranju i proučavanju populizma. Prvi shvaća populizam kao oblik organiziranja političkih stranaka s visokom razinom centralizacije, u kojima ključnu ulogu ima karizmatični vođa (Taggart, 1995). Drugi definiše populizam kao strategiju političke mobilizacije marginaliziranih dijelova društva u političku snagu koja osporava postojeće stanje, služeći se nacionalističkom i antiintelektualnom retorikom te veličajući obične ljude (Jansen, 2011). Treći definiše populizam kao politički komunikacijski stil kojim se služe političari raznih političkih orijentacija kako bi privukli birače (Jagers i Walgrave, 2007). Zbog njegove jednostavnosti, Albertazzi i McDonnell (2008, str. 1) takav stil nazivaju i komunikacijskim stilom čovjeka s ulice, a Canovan (1999, str. 5) tabloidnim stilom. Obilježava ga isticanje manihejskoga pogleda na svijet kao borbe dobra (naroda) i zla (elite) (Hawkins, 2009, str. 1044). Obilježja su stila emocionalnost i uporaba slogana (Mazzoleni, 2003, str. 5) te pretjerivanje i verbalni radikalizam (Betz i Immerfall, 1998, str. 2). Četvrti pristup razumijeva populizam kao političku ideologiju koja dijeli društvo na dvije homogene i antagonističke skupine: običan narod i ko-

rumpiranu elitu, te prema kojoj bi politika trebala biti izraz volje naroda (Mudde, 2004, str. 543), odnosno ideologija koja suprotstavlja moralan narod elitama i opasnim drugima koji zajedničkim snagama suverenom narodu oduzimaju njegova prava, vrijednosti, blagostanje, identitet i glas (Albertazzi i McDonnell, 2008, str. 3). Narod se odnosi na javnost, građane, birače, porezne obveznike i stanovnike neke države. Elite mogu biti političke (npr. političari), medijske (npr. vlasnici medija), državne (npr. državna služba), intelektualne ili kulturne (npr. profesori, spisatelji), ekonomske (npr. bankari) i pravne (npr. suci), a tzv. drugi čine skupine koje ugrožavaju homogenost naroda, poput imigranata ili manjina (Jagers i Walgrave, 2007, str. 322-324; Rooduijn, 2014, str. 575). Populisti često navješćuju ozbiljne društvene krize kako bi stvorili osjećaj nesigurnosti i ugroženosti naroda (Rooduijn, 2014, str. 576). Smatraju da treba ukinuti dominaciju elite, a to je moguće napadom na predstavničku demokraciju i stvaranjem oblika izravne demokracije, u kojoj građani donose političke odluke (Šalaj, 2012a, str. 58).

Populizam se može naslanjati na lijevu ili na desnu političku orijentaciju.¹ Može se ne naslanjati ni na jednu orijentaciju, ali ipak prenositi populističke ideje. Takav centristički (opći) populizam sadrži elemente pozitivnoga referiranja na narod i antielitizam, ali se ne spominju tzv. drugi (Ucen, 2007, prema Grbeša i Šalaj, 2018, str. 123). Govor o narodu te suprotstavljanje elitama i tzv. drugima točke su razlikovanja lijevoga i desnoga populizma. U desnom populizmu pod narodom se razumijeva dio stanovništva koji dijeli istu nacionalnost, etnicitet, rasu, kulturu, religiju i/ili neko drugo zajedničko društveno-identitetsko obilježje, a u lijevom klasa ili skupina ljudi povezana istim ekonomskim obilježjima (Deiwiks, 2009, str. 2-3). Ako su elite kojima se suprotstavlja liberalne, populizam će biti politički desno orijentiran, a ako su konzervativne, bit će lijevo orijentiran (Šalaj, 2012a, str. 58). U desnom populizmu tzv. drugi najčešće su imigranti i manjine, jer se smatra da predstavljaju ekonomske i/ili kulturne prijetnje narodu (Derado, 2014, str. 27-28). U pogledu uključenosti i zaštite prava manjina u društvu lijevi populizam zastupa inkluzivnost, a desni ekskluzivnost. Međutim, slični su kada je u pitanju ekskluzivnost na političkoj razini ili kontrola moći i vlasti. Ni jedni ni drugi ne prihvaćaju političko natjecanje i smatraju se jedinim pravim predstavnicima volje naroda (Huber i Schimpf, 2017, str. 148).

Prema Šalaju (2012b, str. 30-35), glavni su razlozi pojave i jačanja populizma: (1) napetost između liberalnoga i demokratskoga dijela ustrojstva suvremenih političkih sustava, (2) društvene, ekonomske i političke krize te (3) pojava i jačanje populističkih aktera. Spomenutim razlozima mogu se dodati

i individualni, odnosno sociodemografske i psihosocijalne osobine pojedinaca sklonih populizmu. Uočavanje tih razloga može pridonijeti razumijevanju karakteristika biračkoga tijela populističkih aktera.

Istraživanja populizma uglavnom obuhvaćaju analize ideja i izjava populističkih aktera. Tek se u zadnjih nekoliko godina pozornost usmjerava i na istraživanja populističkih stavova i sklonosti građana. Najzahtjevniji zadatak jest osmisliti pitanja koja zahvaćaju prisutnost prihvata populističkih ideja, a istodobno razlikuju populizam od srodnih fenomena (Šalaj i Grbeša, 2017, str. 329). Metodom ankete mogu se izmjeriti sklonosti populizmu postavljanjem pitanja (ne)slaganja s izjavama koje obuhvaćaju teorijske dimenzije populizma (Hawkins i sur., 2012, str. 1-2). Tako su razvijani precizniji instrumenti za mjerenje sklonosti prihvaćanju populizma (primjerice Stanley, 2011; Elchardus i Spruyt, 2012; Hawkins i sur., 2012; Akkerman i sur., 2014; Hameleers i sur., 2017). U njima su se, osim već opisanih teorijskih dimenzija populizma, mjerile i druge varijable koje upućuju na sklonosti populizmu, poput političkih orijentacija, stranačkih preferencija, biračkoga ponašanja, ekonomskoga položaja, zadovoljstva životom, percepcije općega stanja u društvu te medijskih navika. Akkerman i sur. (2014, str. 23-24) predložili su povezivanje sklonosti populizmu s prihvaćanjem stavova koji upućuju na lijevu ili desnu političku orijentaciju. Na taj se način može provjeriti sklonost lijevom ili desnom populizmu. Otjes i Louwse (2013, str. 75-76) u svojem su istraživanju utvrdili da pojedinci biraju populističke opcije na temelju svoje lijeve ili desne političke orijentiranosti, a ne populizma. Na tom tragu, u ovom su radu uzeti mjerni instrumenti koji se odnose na sklonost studenata prihvaćanju (općega) populizma te zasebno njihova sklonost prihvaćanju specifičnih lijevih i desnih populističkih ideja.

Uloga medija u jačanju populizma

Za istraživanje sklonosti populizmu mediji su među najvažnijim izvorima relevantnih spoznaja, jer oni nisu samo sakupljači i prenositelji informacija nego i oblikovatelji javnoga mišljenja i društva općenito (Labaš i Uldrijan, 2010, str. 103). Uporabom medija prožeti su gotovo svi aspekti ljudskoga življenja i djelovanja, a osobito velik porast utjecaja medija na društvo nastupio je razvojem interneta. U Hrvatskoj se više od 70 posto stanovništva koristi internetom (Internet World Stats, 2017, 2018), pa mu, u odnosu na druge vrste medija, građani najviše i vjeruju (Pilarov barometar, 2015). Kada je riječ o informiranju o društvenim i političkim aktualnostima, na internetu postoje portali koji se bave svakodnevnom objavom novosti (Benković i Balabanić, 2010, str. 44).² U Hrvatskoj je

2016. godine postojao 261 portal, pri čemu su sljedeći bili najposjećeniji: *24sata.hr*, *Jutarnji.hr*, *Večernji.hr*, *Dnevnik.hr*, *Vijesti.rtl.hr*, *Net.hr*, *Tportal.hr*, *Slobodnadalmacija.hr*, *Telegram.hr*, *Express.hr* i *Hrt.hr* (Bilić i sur., 2017, str. 17 i 45-51).

Odnos populizma i medija promatra se u širem kontekstu govora o odnosu medija i politike, koji je oblikovan suvremenim procesima medijacije i medijalizacije. Medijacija politike odnosi se na razumijevanje medija kao glavnoga kanala komunikacije između političkih aktera i javnosti (Bennett i Entman, 2001). Mediji posreduju između javnosti, institucija vlasti, izbornih procesa i oblikovanja mišljenja. Medijalizacija politike odnosi se na razumijevanje načina na koji medijska logika kolonizira politiku. Kada je politička komunikacija vođena medijskom logikom, zahtjevi medija oblikuju načine na koje se predstavlja komunikacija političkih aktera i kako je razumije javnost. Pritom se uzima u obzir što je javnosti zanimljivo i medijima komercijalno održivo (Strömbäck, 2008). Zbog promjena do kojih dolazi razvojem medija i komunikacijskih tehnologija, u suvremeno doba dogodile su se i opće promjene medijskih sustava koje neizravno pridonose širenju populističkih ideja. To su slabljenje utjecaja politike na medije (u smislu kontrole medija), rast koncentracije medijskoga vlasništva, ovisnost o oglašavanju i pojava novih vrijednosti novinarstva (Esser i sur., 2017, str. 365). Esser i sur. (2017) ističu tri načina govora o odnosu medija i populizma. Prvi je *medijski populizam*, a odnosi se na medijsku produkciju vlastita oblika populizma. To čine preispitivanjem kompetentnosti i integriteta elita, izbjegavanjem konstruktivnih političkih rasprava, personalizacijom i popularizacijom politike te naglašavanjem konflikata, strategija i taktika političkih aktera. Napor medija da se prilagode građanima očituje se u isticanju nepravde koju oni trpe zbog neučinkovitih elita. Rabe se i kvaziznanstvena istraživanja javnoga mišljenja u kojima se mediji postavljaju kao glavni predstavnici i zastupnici mišljenja građana. Drugi način govora o odnosu populizma i medija jest *populizam u medijima*. Ističe kako jačanju populizma mediji pridonose prenošenjem i naglašavanjem poruka populističkih aktera. Međutim, vjerojatnije je da mediji prihvaćaju populistički komunikacijski stil zato što se dobro prodaje nego da se aktivno angažiraju u podršci populizmu. Treći način govora o odnosu populizma i medija jest *populističko građansko novinarstvo*. Pojavljuje se kada mediji pružaju građanima priliku za osobne osvrte, najčešće u obliku komentara na portalima i blogova, koje pišu čak i osobno populistički akteri. Moguće je da određeni mediji izbjegavaju formalno podržavati populizam, no on se vidi u komentarima (Esser i sur., 2017, str. 367-371).

Sklonosti populizmu mogu se razviti ili ojačati zbog izloženosti medijima koji sadrže i/ili prenose populističke ideje. Hameleers i sur. (2017, str. 481) utvrdili su da građani koji biraju populističke opcije prate medije koji artikuliraju populističke ideje. Subjektivna percepcija društvene stvarnosti važan je prediktor biranja populističkih opcija, a u oblikovanju te percepcije ključnu ulogu imaju mediji. Stoga se u zaključivanju o sklonostima populizmu često uzimaju u obzir analize medijskih navika. Odabir medija može rezultirati otvorenim politički raznolikim okruženjem ili pak zatvorenim politički homogenim okruženjem, u kojem se uglavnom susreću s konsonantnim informacijama (Reinemann i sur., 2017, str. 384). Recepcija informacija iz medija može rezultirati specifičnim kognitivnim učincima. Primjerice, ako mediji kritiziraju političke aktere i demokratski sustav, mogu pridonijeti političkom cinizmu i nepovjerenju, a ako prenaplašavaju kvalitete vlastite nacije, mogu pridonijeti etnocentrizmu i nacionalizmu. Mediji naglašavanjem i specifičnim oblikovanjem određenih tema mogu neizravno pridonijeti populističkom uspjehu (Reinemann i sur., 2017, str. 387-388).

Iz navedenih istraživanja vidi se da su za istraživanje populizma i njegova jačanja u suvremenim društvima nezaobilazne analize odnosa medija i populizma, jer se mediji pojavljuju kao važan čimbenik oblikovanja i/ili učvršćivanja sklonosti populizmu. Istraživanje odnosa upotrebe dnevnoinformativnih portala i sklonosti populizmu jedan je od ciljeva rada, a predočena istraživanja rabit će se kao teorijski temelj za raspravu o rezultatima.

Uloga individualnih obilježja mladih u prihvaćanju populizma

Važno je pitanje povezano s pojavom i jačanjem populizma jesu li i u kojoj mjeri građani skloni populizmu. Dosad je utvrđeno da se za populističke opcije češće opredjeljuju muškarci, stariji, slabije obrazovani, nezaposleni, mladi u potrazi za poslom, fizički radnici, obrtnici, mali poduzetnici i poljoprivrednici (Mastropaolo, 2008, str. 36). Povezanost sociodemografskih obilježja i sklonosti populizmu tumači se kroz prizmu individualne percepcije društvenih uvjeta, odnosno na biranje populističkih opcija građane motiviraju ekonomski problemi, razočaranje politikom i institucijama te ekonomski i kulturni problemi povezani s imigracijom (Ivarsflaten, 2008, str. 17-18). Politički stavovi također su važni prediktori biranja populističkih opcija, a oni obuhvaćaju stavove prema politici i političkim akterima (npr. cinizam, nepovjerenje i nezadovoljstvo), stavove koji politički pozicioniraju građane (najčešće na ljestvici lijevo – desno), stavove prema specifičnim temama (npr. Europskoj uniji, imigraciji i kriminalu) te druš-

tvu i politici (npr. autoritarizam, nacionalizam i etnocentrizam) (Reinemann i sur., 2017, str. 384).

U ovome radu posebna se pozornost posvećuje individualnim obilježjima mladih ljudi sklonih prihvaćanju populizma. U analizama sklonosti populizmu važno je obratiti pozornost na političke stavove, mišljenja, sklonosti i ponašanja mladih kao nositelja budućega društvenog razvoja. Politička socijalizacija i uključivanje mladih u politiku važni su za buduće procese društvenih promjena (Bottos i sur., 2014, str. 8). U suvremeno doba mladi su dio populacije najviše pogođen društvenom krizom, poglavito u vidu nezaposlenosti. Stoga su i najkritičnija skupina za razvoj sklonosti populizmu, a to potvrđuju i podaci o sve većem udjelu mladih u biračkom tijelu populističkih aktera (European Social Survey, 2012). Bartlett i sur. (2011, str. 16-21) utvrdili su da su sljedbenici Facebookovih profila populističkih aktera poglavito osobe mlađe od 30 godina i muškoga spola. Uglavnom je riječ o nezaposlenim osobama ili studentima. Većina ih je u članstvu neke populističke stranke, aktivni su birači na izborima i sudjeluju u političkim demonstracijama. Iskazuju potrebu zaštite nacionalnog i kulturnog identiteta društva kojemu pripadaju te strah od imigracije i multikulturalizma. Imaju nisko povjerenje u nacionalne i europske političke institucije te u pravosuđe, a nešto više povjerenje u policiju i vojsku. Imaju vrlo niske razine optimizma prema budućnosti svoje države, pogotovo u pogledu imigracije i terorizma povezanog s islamom. Kritični su prema Europskoj uniji i smatraju je krivcem za gubitak kontrole nad granicama te eroziju nacionalnog i kulturnog identiteta. Nadalje, Pollock i sur. (2015, str. 145-161) utvrdili su da mladi u Europi zauzimaju mješovite političke pozicije, od kojih su neke povezane s populizmom, a to su cinizam, autoritarizam, nativizam i ksenofobija. Pritom su oni manje izraženi kod mladih u Zapadnoj Europi, a više u postsocijalističkim državama Istočne Europe, među kojima je i Hrvatska.

Derado i sur. (2016, str. 147-148) navode kako su danas mladi u Hrvatskoj suočeni s ekonomskom krizom i nesigurnom budućnosti. Nezaposlenost i ekonomsku krizu ističu kao glavne probleme hrvatskoga društva, a ujedno i kao glavne razloge apolitičnosti i averzije prema političkim strankama (Mustapić i Karajić, 2013). Iskazuju nisko opće povjerenje i u institucije i općenito demokraciju (Ilišin i sur., 2013; Gvozdanović, 2014; Franc i Međugorac, 2015). Ilišin i suradnici (2013, str. 114-143) navode kako su mladi u Hrvatskoj nezainteresirani za politiku. U samopozicioniranju na ljestvici političke orijentacije, pokazuju vrlo blagu sklonost desnom centru. Pritom sklonost lijevoj orijentaciji raste s dobi, obrazovanjem i urbaniziranosti mjesta stanovanja, a natprosječno je prisutna među zaposlenima i studentima. Isti autori navode i kako

mladi pokazuju sklonost izbornoj apstinenciji, jer smatraju da ne mogu utjecati na rad institucija vlasti. Kada je u pitanju povjerenje u institucije, najviše vjeruju policiji i sudstvu, a najmanje Vladi i političkim strankama. Moguć razlog nepovjerenja u institucije koje upravljaju hrvatskim društvom jest percepcija njihove neuspješnosti u rješavanju društvenih problema. Navode i da mladi smatraju posebno uznemirujućima probleme socioekonomske i egzistencijalne naravi (nezaposlenost, porast siromaštva i nesigurnost radnih mjesta). Kada ih se pita što u hrvatskom društvu treba učiniti kako bi život građana bio bolji, prioriteti su smanjenje nezaposlenosti, borba protiv kriminala i korupcije te gospodarski rast i razvoj. Derado i sur. (2016, str. 145-168) ističu kako postoji plodno tlo za prihvaćanje populizma među mladima u Zagrebu, koji iskazuju da se osjećaju otuđeno od političkoga sustava, smatraju ga neučinkovitim te zastupaju antielitizam i preferenciju nedemokratskoga jakog vođe.

U tom je kontekstu u ovome radu promatran odnos sklonosti populizmu i nekih individualnih obilježja studenata. Pritom se pod individualnim obilježjima razumijeva šira paleta sociodemografskih (spola, mjesta odrastanja, obrazovanja roditelja, životnoga standarda, razine studija i studijskog usmjerenja) i psihosocijalnih obilježja mladih (političke orijentacije, stupnja religioznosti i povjerenja u institucije) te njihovih medijskih navika upotreba portala.

CILJEVI I ISTRAŽIVAČKE PRETPOSTAVKE

Opći je cilj istraživanja utvrditi odnos između navika upotrebe dnevnoinformativnih portala i nekih individualnih obilježja studenata Sveučilišta u Zagrebu te njihove sklonosti populizmu. Pritom su posebni ciljevi bili utvrditi odnos između sklonosti studenata općem, lijevom i desnom populizmu te njihovih: (1) navika upotrebe dnevnoinformativnih portala, (2) sociodemografskih obilježja, razine studija i studijskog usmjerenja, (3) političke orijentacije, povjerenja u institucije i stupnja religioznosti.

Istraživačke pretpostavke postavljene su na temelju predočenoga teorijskog okvira rada. Prva je da postoji povezanost između navika upotrebe dnevnoinformativnih portala studenata i njihove sklonosti populizmu (Hameleers i sur., 2017; Reinemann i sur., 2017). Druga je da postoje razlike u sklonosti populizmu kod studenata u odnosu na njihova sociodemografska obilježja, razinu studija i studijsko usmjerenje (Ivarsflaten, 2008; Mastropaolo, 2008; European Social Survey, 2012). Treća je da postoje razlike u sklonosti populizmu kod studenata u odnosu na njihovu političku orijentaciju, povjerenje u institucije i stupanj religioznosti (Bartlett i sur., 2011; Pollock i sur., 2015; Derado i sur., 2016).

METODA

Uzorak

Populacija na koju se odnosi istraživanje jesu studenti upisani na sastavnice Sveučilišta u Zagrebu u akademskoj godini 2016./2017.³ Kao okvir za izbor uzorka poslužio je zadnji javno dostupan cjelovit popis broja redovnih studenata.⁴ Za potrebe odgovora na ciljeve istraživanja, studijska usmjerenja grupirana su prema srodnosti na prirodoslovno-tehničko-bio-medicinsko-biotehničko i društveno-humanističko-umjetničko, dok su godine studija grupirane na preddiplomsku i diplomsku razinu. Istraživanje je provedeno na dvoetažno izabranom neprobabilističkom uzorku. U prvoj su etapi odabrani fakulteti na kojima je provedeno anketiranje, vodeći računa o razmjernoj zastupljenosti dvaju studijskih usmjerenja. U drugoj su etapi odabrane studijske grupe na kojima je provedeno anketiranje vodeći računa o razmjernoj zastupljenosti dviju razina studija. Anketiranje je provedeno na 18 sastavnica Sveučilišta, a ukupan broj studenata koji su sudjelovali bio je 1189, od čega je bilo 789 studentica i 400 studenata; 540 studenata prirodoslovno-tehničko-biomedicinsko-biotehničkog usmjerenja i 649 studenata društveno-humanističko-umjetničkoga područja; 811 studenata preddiplomske i 378 studenata diplomske razine studija. Udjeli studenata u realiziranom uzorku približni su pripadajućim udjelima u populaciji studenata.

Postupak

Istraživanje je provedeno primjenom pismene terenske ankete u ožujku i travnju 2017. godine. Studenti su prije popunjavanja ankete bili obaviješteni o predmetu i svrsi istraživanja te im je naglašeno da je sudjelovanje dobrovoljno i anonimno. Anketiranje je realizirano u dogovorenim terminima redovite nastave, a pristupili su mu studenti koji su tada prisustvovali nastavi. Stopa odaziva bila je 99,6 posto.

Instrument

Za potrebe istraživanja sastavljen je anketni upitnik. Sastoji se od 24 pitanja podijeljena u sedam tematskih blokova: (1) učestalost i svrhe upotrebe raznih vrsta medija, (2) način upotrebe interneta i internetska politička participacija, (3) navike upotrebe domaćih dnevnoinformativnih portala, (4) sklonosti prihvaćanju općega, lijevoga i desnog populizma, (5) zainteresiranost za politiku, povjerenje u institucije, politička orijentacija, (6) stupanj religioznosti, sociodemografska obilježja, razina studija, studijsko usmjerenje te (7) procjena važnih društvenopolitičkih problema u Hrvatskoj.⁵ Sklonost prihva-

ćanju populizma mjerila se dvama skupovima tvrdnji.⁶ Prvim se mjerila sklonost općem populizmu, pri čemu su sudionici trebali procijeniti stupanj slaganja s tvrdnjama koje se odnose na (ne)prihvatanje ideja povezanih s općim populizmom (npr. *Političari bi trebali slijediti volju običnih ljudi; Najbolji su oni političari koji su najsličniji običnim ljudima*). Drugim skupom tvrdnji mjerila se sklonost prihvatanju lijevoga i desnoga populizma, pri čemu su sudionici trebali procijeniti stupanj slaganja s tvrdnjama koje se odnose na prihvatanje, odnosno neprihvatanje, ideja povezanih s lijevom (npr. *Korumpirana politička vlast razara hrvatsko društvo; Većina hrvatskog bogatstva koncentrirana je u malom broju bogatih obitelji*) i desnim (npr. *Migranti iz arapskih država ugrožavaju europsku kulturu i vrijednosti; Članstvo u Europskoj uniji ugrožava hrvatski nacionalni identitet*) populizmom. Kako bi se provjerilo odgovaraju li izmjerene sklonosti teorijskom očekivanju, tj. radi li se o jednodimenzionalnim konstruktima, provedene su faktorske analize (analize glavnih osi) na česticama kojima su mjerene. Očekivanje je potvrđeno, jer je u prvom slučaju izlučen jedan, a u drugom dva faktora. To je omogućilo zbrajanje odgovora u mjeru općega populizma (prema zasićenjima većim od 0,30), zadovoljavajuće pouzdanosti (Cronbachov alfa iznosi 0,74) te u mjere lijevoga i desnoga populizma (u obliku prosječnih skalnih vrijednosti) zadovoljavajuće pouzdanosti (Cronbachovi α -koeficijenti iznose 0,74 za ljestvicu lijevoga, a 0,66 za ljestvicu desnoga populizma).⁷

REZULTATI I RASPRAVA

Rezultati su tematski grupirani prema posebnim ciljevima istraživanja te će se o njima raspraviti u kontekstu teorijskih očekivanja i prijašnjih istraživanja.⁸

Navike upotrebe dnevnoinformativnih portala i sklonost populizmu

Prvi cilj istraživanja bio je utvrditi odnos između navika upotrebe dnevnoinformativnih portala studenata i njihove sklonosti općem, lijevom i desnom populizmu.

U radu su razmatrane navike upotrebe interneta, jer studenti najčešće rabe taj medij.⁹ Za informiranje o političkim i društvenim aktualnostima, na internetu su na raspolaganju dnevnoinformativni portali. Studenti su u istraživanju trebali procijeniti koliko često¹⁰ posjećuju pojedine domaće portale.¹¹ Utvrđeno je da najčešće, u prosjeku nekoliko puta mjesečno, posjećuju portale *Index.hr*, *Jutarnji.hr*, *Večernji.hr*, *Dnevnik.hr* i *24sata.hr*. Rjeđe, u prosjeku nekoliko puta u godini, posjećuju portale *Vijesti.rtl.hr*, *Net.hr*, *Tportal.hr*, *Telegram.hr*, *Hrt.hr*, *Dnevno.hr*, *Slobodnadalmacija.hr* i *Direktno.hr*. Portali koje studen-

ti u prosjeku nikad ne posjećuju jesu *Express.hr*, *N1info.com* i *Narod.hr* (Tablica 1). Provjereno je i kojim portalima studenti najviše vjeruju, a pokazalo se da su to portali *Jutarnji.hr* (42,1 posto), *Index.hr* (40,2 posto), *Dnevnik.hr* (39,3 posto), *Večernji.hr* (37,7 posto) i *24sata.hr* (27,4 posto). Značajno manji udjeli studenata vjeruju portalima *Hrt.hr* (10,4 posto), *Vijesti.rtl.hr* (10,3 posto), *Telegram.hr* (9,5 posto), *Net.hr* (8,5 posto), *Tportal.hr* (6,9 posto), *Slobodnadalmacija.hr* (6,7 posto), *Dnevno.hr* (4,9 posto), *Direktno.hr* (4,6 posto), *N1info.com* (4,0 posto), *Narod.hr* (2,6 posto) i *Bitno.net* (1,3 posto), a s udjelima manjim od 1 posto vjeruju ostalim portalima koje su navodili u odgovorima.¹² Dakle, pokazalo se da studenti najviše vjeruju istim portalima kojima se najčešće i koriste.

➔ TABLICA 1
Učestalost upotrebe
domaćih
dnevnoinformativnih
portala (N = 1189)

Portal	M	SD
Index.hr	2,81	1,34
Jutarnji.hr	2,74	1,37
Večernji.hr	2,73	1,28
Dnevnik.hr	2,71	1,30
24sata.hr	2,69	1,32
Vijesti.rtl.hr	2,14	1,20
Net.hr	1,94	1,15
Tportal.hr	1,92	1,15
Telegram.hr	1,77	1,11
Hrt.hr	1,75	1,03
Dnevno.hr	1,66	1,03
Slobodnadalmacija.hr	1,64	1,01
Direktno.hr	1,50	0,93
Express.hr	1,41	0,81
N1info.com	1,31	0,79
Narod.hr	1,21	0,65

M = aritmetička sredina; SD = standardna devijacija

Studenti su označili svoju procjenu političke orijentiranosti portala kojima najviše vjeruju.¹³ Pokazalo se da za portale *24sata.hr*, *Dnevnik.hr*, *Jutarnji.hr* i *Večernji.hr* većinom smatraju da su politički neutralni, dok za portal *Index.hr* smatraju da je nešto više lijevo orijentiran (Tablica 2). Za daljnje analize taj nalaz, međutim, treba prihvatiti s oprezom. Politička orijentacija pojedinih portala temelji se na procjenama studenata, a utvrđena je izračunom aritmetičkih sredina njihovih procjena. Pomnijim pregledom Tablice 2 vidi se da su studentskoj procjeni politički neutralnih najbliži portali *Dnevnik.hr* i *24sata.hr*, dok je kod *Jutarnji.hr* vidljiv trend pomaka prema lijevoj, a *Večernji.hr* prema desnoj orijentaciji. Također je utvrđeno da se studenti koji češće rabe portal *Jutarnji.hr* samoprocjenjuju više lijevo ($r = -0,084$, $p < 0,01$), a oni koji češće

rabe *Večernji.hr* više desno ($r = 0,085, p < 0,01$) na ljestvici političke orijentacije. Navedeni trendovi, stoga, upozoravaju zašto je nužan oprez u zaključivanju, jer iz Tablice 2 nije razvidno biraju li studenti pojedini portal prema načelu nepristranosti ili svoje političke orijentacije.

Utvrđene su i druge niske, ali statistički značajne, povezanosti između učestalosti upotrebe portala i samoprocjene političke orijentacije.¹⁴ Studenti koji se samoprocjenjuju više desno na ljestvici političke orijentacije, osim portala *Večernji.hr*, preferiraju *24sata.hr* ($r = 0,115, p < 0,01$) i *Dnevnik.hr* ($r = 0,069, p < 0,05$), a oni koji su više lijevo, osim portala *Jutarnji.hr*, preferiraju *Index.hr* ($r = -0,164, p < 0,01$).

⇒ TABLICA 2
Procjena političke
orijentacije dnevno-
informativnih portala

Portal	N	M	SD
24sata.hr	236	1,86	0,55
Dnevnik.hr	336	2,01	0,47
Index.hr	345	1,48	0,59
Jutarnji.hr	361	1,68	0,70
Večernji.hr	316	2,28	0,72

N = ukupan broj podataka; M = aritmetička sredina;
SD = standardna devijacija

Dakle, u istraživanju se pokazalo da studenti aktivno biraju i rabe one portale kojima vjeruju i koje smatraju politički neutralnima i nepristranima, ili pak bliskima svojoj političkoj orijentaciji. Takav nalaz ima potporu u teorijskoj pretpostavci prema kojoj medijska publika odabire one medije koji im daju informacije povezane s njihovim interesima, odnosno korisnici medijima pristupaju individualno, odabirući informacije koje ih zanimaju i koje im trebaju, na način i u vrijeme koje im odgovara (Brautović, 2011, str. 12 i 142). Van Aelst i suradnici (2017, str. 6-18) ističu kako većina ljudi kao glavni izvor informacija bira medije koji o politici izvještavaju nepristrano. Međutim, dodaju i kako ljudi imaju tendenciju odbacivati činjenice koje ne podupiru njihova čvrsto oblikovana uvjerenja, pa je veća potražnja za informacijama koje podupiru osobna stajališta, čak i kada su one pristrane i netočne.

Za odgovor na prvi cilj istraživanja valjalo je utvrditi i sklonost populizmu. Ona se ispitala putem (ne)slaganja s tvrdnjama koje se odnose na pojedine tipove populizma.¹⁵ Utvrđeno je da se studenti, u prosjeku, djelomično slažu s tvrdnjama koje mjere opći i lijevi, a niti se slažu niti se slažu s tvrdnjama koje mjere desni populizam. Pritom su studenti statistički značajno skloniji općem u odnosu na desni i lijevom u odnosu na desni populizam, dok nema statistički značajne razlike između sklonosti općem i lijevom populizmu

☞ **TABLICA 3**
Sklonost i razlike u
sklonosti općem,
lijevom i desnom
populizmu
(N = 1189)

(Tablica 3). Rezultati pokazuju i statistički značajnu povezanost općega, lijevoga i desnoga populizma, pri čemu je opći populizam umjereno povezan s lijevim ($r = 0,384$, $p < 0,01$), a vrlo nisko s desnim populizmom ($r = 0,064$, $p < 0,05$). Studenti skloniji općem ujedno su skloni lijevom i desnom populizmu, ali u većoj mjeri lijevom nego desnom.

Mjera	M	SD	Usporedbe	t	p
Opći populizam	4,11	0,61	Opći i lijevi populizam	1,343	0,179
Lijevi populizam	4,14	0,63	Opći i desni populizam	57,686	0,000
Desni populizam	2,50	0,78	Lijevi i desni populizam	57,075	0,000

M = aritmetička sredina; SD = standardna devijacija; t = vrijednost t-testa; p = vjerojatnost slučajne pojave vrijednosti

S obzirom na to da su identificirani portali koje studenti najčešće rabe i kojima najviše vjeruju (*Index.hr*, *Jutarnji.hr*, *Večernji.hr*, *Dnevnik.hr* i *24sata.hr*), u odgovoru na prvi cilj istraživanja logično je i metodološki opravdano povezanost između navika upotrebe dnevnoinformativnih portala i sklonosti populizmu provjeriti na slučaju navedenih portala. Iz Tablice 4 vidi se da su smjerovi povezanosti sljedeći: studenti koji rabe *24sata.hr* skloniji su općem i desnom populizmu, oni koji rabe *Index.hr* skloniji su lijevom, a neskloniji desnom populizmu, oni koji rabe *Jutarnji.hr* neskloniji su općem i desnom populizmu, a oni koji rabe *Večernji.hr* neskloniji su općem populizmu. Kod portala *Dnevnik.hr* nije utvrđena statistički značajna povezanost sa sklonosti ni prema jednom tipu populizma. Vidi se da je u svim slučajevima riječ o vrlo niskim povezanostima.

☞ **TABLICA 4**
Povezanost između
upotrebe dnevno-
informativnih portala i
sklonosti općem,
lijevom i desnom
populizmu
(N = 1189)

Portal	Opći populizam	Lijevi populizam	Desni populizam
	r	r	r
24sata.hr	0,078**	0,021	0,112**
Dnevnik.hr	0,025	0,056	0,046
Index.hr	0,011	0,080**	-0,162**
Jutarnji.hr	-0,068*	0,024	-0,102**
Večernji.hr	-0,060*	-0,037	0,057

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; r = Pearsonov koeficijent korelacije

Prema Schemeru i suradnicima (2015, str. 3-4), sklonosti populizmu mogu se razviti zbog izloženosti medijima koji sadrže i/ili prenose populističke ideje, a osobe sklone populizmu mogu birati i one medije koji podupiru njihove stavove i mišljenja. Pokazalo se da studenti *Index.hr* percipiraju kao više lijevo politički orijentiran, *Dnevnik.hr* i *24sata.hr* neutralno,

Jutarnji.hr neutralno s blagom tendencijom prema lijevom, a *Večernji.hr* neutralno s blagom tendencijom prema desnom. Pritom studenti koji se osobno izjašnjavaju kao više lijevo politički orijentirani češće rabe portale *Index.hr* i *Jutarnji.hr*, a studenti koji se smještaju više desno prema političkoj orijentaciji češće rabe portale *Večernji.hr*, *24sata.hr* i *Dnevnik.hr*. Stoga su dobivene povezanosti između upotrebe portala i sklonosti populizmu logične u kontekstu njihove procjene orijentacije tih portala te povezanosti između njihove upotrebe i samoprocijenjene političke orijentacije. Odnosno, moguće je da biraju portale koji artikuliraju njihove stavove i mišljenja, koji podupiru populističke ideje i/ili da zbog izloženosti sadržajima portala oblikuju svoje sklonosti populizmu. Navedeni rezultati potvrđuju prvu pretpostavku, tj. pokazuju da kod studenata postoje trendovi niske, ali značajne, povezanosti između navika upotrebe većine portala i sklonosti općem, lijevom i desnom populizmu.

Sociodemografska obilježja, razina studija i studijsko usmjerenje te sklonost populizmu

Drugi cilj istraživanja bio je utvrditi odnos između sociodemografskih obilježja, razine studija i studijskog usmjerenja studenata te njihove sklonosti općem, lijevom i desnom populizmu.

U istraživanju je sudjelovalo 66,4 posto studenata ženskoga i 33,6 posto muškoga spola,¹⁶ najviše ih je odraslo u velikim gradovima (39,9 posto);¹⁷ većina njihovih roditelja (ili skrbnika) završila je srednju školu (majke ili skrbnice 46,5 posto, a očevi ili skrbnici 51,9 posto),¹⁸ svoj životni standard uglavnom procjenjuju prosječnim (57,1 posto).¹⁹ Njihova struktura s obzirom na studijske smjerove i razine studija navedena je u opisu metode.

U Tablici 5 prikazana je povezanost između navedenih obilježja studenata i njihove sklonosti populizmu. Utvrđene su neke statistički značajne, ali vrlo niske, povezanosti. Studentice su sklonije općem, a studenti desnom populizmu. Nema značajnih povezanosti između stupnja urbaniziranosti mjesta odrastanja i njihove sklonosti populizmu. Sklonost općem, lijevom i desnom populizmu manje je izražena kod studenata čiji su roditelji obrazovaniji. Studenti koji osobni životni standard ocjenjuju lošijim skloniji su općem i lijevom populizmu. Nadalje, općem populizmu skloniji su studenti preddiplomske razine studija, a desnom studenti prirodoslovno-tehničko-biomedicinsko-biotehničkog usmjerenja.

Prijašnja su istraživanja upućivala na povezanosti između sklonosti populizmu te sociodemografskih i drugih obilježja raznih društvenih skupina (Mastropaolo, 2008; Elchardus i Spruyt, 2012; Reinemann i sur., 2017). U ovom radu utvrđeno je djelomično preklapanje s navedenim istraživanjima. To se

prije svega odnosi na povezanost obrazovanja roditelja sa studentskom sklonosti lijevom i desnom populizmu te razlikama u tim sklonostima u odnosu na neka sociodemografska obilježja, razinu studija i studijsko usmjerenje. Do većih preklapanja s prijašnjim istraživanjima nije došlo, jer je ovo istraživanje provedeno na relativno homogenoj skupini. U tom kontekstu dobiveni rezultati djelomično potvrđuju drugu pretpostavku.

☞ **TABLICA 5**
Povezanost između sklonosti populizmu te sociodemografskih obilježja, razine studija i studijskog usmjerenja (N = 1189)

Obilježje	Opći populizam	Lijevi populizam	Desni populizam
	<i>r</i>	<i>r</i>	<i>r</i>
Spol	-0,179**	-0,032	0,177**
Mjesto odrastanja	-0,035	-0,030	-0,041
Obrazovanje roditelja	-0,076**	-0,112**	-0,069*
Životni standard	-0,120**	-0,196**	-0,009
Razina studija	-0,076**	0,046	-0,042
Studijsko usmjerenje	0,037	-0,015	-0,071*

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; r = Pearsonov koeficijent korelacije

Politička orijentacija, povjerenje u institucije i religioznost te sklonost populizmu

Treći cilj istraživanja bio je utvrditi odnos između političke orijentacije, povjerenja u institucije i stupnja religioznosti studenata te njihove sklonosti općem, lijevom i desnom populizmu.

Studenti se u prosjeku samoprocjenjuju politički neutralnima ($M = 5,02$, $SD = 2,18$)²⁰ te umjereno religioznima ($M = 4,65$, $SD = 3,43$).²¹ Iskazuju nisko povjerenje u Crkvu ($M = 2,47$, $SD = 1,39$), medije ($M = 2,21$, $SD = 0,95$), Vladu RH ($M = 2,10$, $SD = 1,01$), Hrvatski sabor ($M = 2,05$, $SD = 0,95$) i predsjednicu RH ($M = 2,52$, $SD = 1,27$), dok im je povjerenje u Hrvatsku vojsku ($M = 3,24$, $SD = 1,14$), institucije Europske unije ($M = 2,86$, $SD = 1,08$) i policiju nešto izraženije ($M = 2,80$, $SD = 1,12$).²²

Utvrđeno je da su studenti koji su prema samoprocjeni više desno politički orijentirani skloniji desnom populizmu. Religiozniji studenti donekle su skloni desnom i općem populizmu, dok povezanost između religioznosti i sklonosti lijevom populizmu nije utvrđena. Studenti koji su skloniji općem populizmu imaju manje povjerenja u Vladu RH, Hrvatski sabor i institucije EU-a. Studenti koji su skloniji lijevom populizmu iskazuju manji stupanj povjerenja u predsjednicu RH, Vladu RH, Hrvatski sabor, institucije EU-a, Hrvatsku vojsku, policiju, Crkvu i medije. Studenti koji su skloniji desnom populizmu iskazuju manji stupanj povjerenja u institucije EU-a i medije, a veći stupanj povjerenja u predsjednicu RH, Vladu RH, Hrvatski sabor, Hrvatsku vojsku, policiju i Crkvu (Tablica 6).

➔ **TABLICA 6**
Povezanost između
sklonosti populizmu te
političke orijentacije (N
= 1022), religioznosti
(N = 1146) i
povjerenja u institucije
(N = 1189)

Obilježje	Opći populizam	Lijevi populizam	Desni populizam
	<i>r</i>	<i>r</i>	<i>r</i>
Politička orijentacija	0,010	0,022	0,608**
Religioznost	0,098**	-0,009	0,544**
Povjerenje u:			
predsjednicu RH	-0,012	-0,200**	0,397**
Vladu RH	-0,191**	-0,303**	0,232**
Hrvatski sabor	-0,198**	-0,309**	0,146**
institucije EU-a	-0,066*	-0,168**	-0,166**
Hrvatsku vojsku	-0,008	-0,083**	0,341**
policiju	-0,028	-0,117**	0,090**
Crkvu	0,023	-0,117**	0,558**
medije	0,032	-0,130**	-0,114**

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; r = Pearsonov koeficijent korelacije

Stavovi koji građane politički pozicioniraju na ljestvici lijevo-desno jedan su od prediktora biranja populističkih opcija (Reinemann i sur., 2017, str. 384). Utvrđeno je da su studenti koji su više desno politički orijentirani i koji su religiozniji skloniji desnom populizmu. Dodatnom analizom povezanosti utvrđeno je i da su religiozniji studenti više desno politički orijentirani ($r = 0,526$, $p < 0,01$). Pokazalo se, također, da studenti koji su skloniji lijevom populizmu iskazuju manje povjerenja u sve političke, pravosudne, religijske i medijske institucije, a studenti koji su skloniji desnom populizmu iskazuju manji stupanj povjerenja u medije i institucije nadnacionalnoga karaktera te veći stupanj u institucije koje imaju istaknutiji nacionalni karakter. Ti nalazi slažu se s nalazima u prijašnjim istraživanjima na mladima u Hrvatskoj (Ilišin i sur., 2013; Gvozdanović, 2014; Franc i Međugorac, 2015). Slažu se i s rezultatima Eurobarometera (2016), prema kojima u Hrvatskoj tek 26 posto građana vjeruje Vladi, 24 posto Saboru, 29 posto pravosudnim tijelima, a 13 posto političkim strankama. Predočeni nalazi djelomično potvrđuju treću pretpostavku, tj. upozoravaju na postojanje razlika u sklonosti populizmu u odnosu na neka individualna obilježja. To se prije svega odnosi na političke orijentacije, religioznost i povjerenje u institucije.

ZAKLJUČAK

U radu je analiziran odnos upotrebe dnevnoinformativnih portala i nekih individualnih obilježja studenata te njihovih sklonosti populizmu. Rezultati potvrđuju teorijska očekivanja i prijašnje empirijske nalaze. Pokazalo se da su studenti koji rabe *24sata.hr* skloniji općem i desnom populizmu, oni koji rabe *Index.hr* skloniji su lijevom i neskloniji desnom populizmu, oni koji rabe *Jutarnji.hr* neskloniji su općem i desnom popu-

lizmu, a oni koji rabe *Večernji.hr* neskloniji su općem populizmu. Dakle, kod studenata postoje trendovi niske, ali značajne, povezanosti između upotrebe većine portala i sklonosti općem, lijevom i desnom populizmu. To se može protumačiti kao posljedica studentske (ne)svjesne selektivnosti u odabiru medija koji su u skladu s njihovim političkim razmišljanjima i sklonostima. Ako na portalima koje rabe dobivaju potvrdu svojih političkih stavova i sklonosti populizmu, njihova upotreba može se nastaviti i time pojačavati iste stavove i sklonosti. Nadalje, pokazalo se da su studenti koji su religiozniji i više desno politički orijentirani skloniji desnom populizmu. Studenti koji su skloniji lijevom populizmu iskazuju manje povjerenja u sve političke, pravosudne, religijske i medijske institucije, a koji su skloniji desnom populizmu iskazuju manji stupanj povjerenja u medije i institucije nadnacionalnoga karaktera te veći stupanj u institucije koje imaju istaknutiji nacionalni karakter. Također, rezultati su pokazali kako su sklonosti pojedinim tipovima populizma u različitoj mjeri prisutne kod studenata različitih sociodemografskih i psihosocijalnih obilježja, što je bilo teorijski očekivano.

U razmatranju nalaza istraživanja valja imati na umu dva ograničenja. Prvo, riječ je o korelacijskom istraživanju, pa dobivene povezanosti ne upućuju na uzročno-posljedični odnos izloženosti medijskom populizmu te sklonosti prihvaćanju populizma. Iako su dobivene povezanosti i trendovi uglavnom očekivani, ne može se zaključivati biraju li studenti portale u skladu sa svojom prethodno oblikovanom sklonosti lijevom ili desnom populizmu ili je ta sklonost (djelomičan) rezultat njihove izloženosti medijskim sadržajima. Drugo, iako je realiziran velik uzorak istraživanja, on je više prigodan nego reprezentativan, što u određenoj mjeri upućuje na oprez u zaključivanju i/ili ograničuje generaliziranje nalaza na cijelu populaciju studenata Sveučilišta u Zagrebu i u Hrvatskoj. Generaliziranje nalaza nije opravdano ni za cijelu populaciju mladih, jer se studenti od drugih skupina mladih razlikuju u nekim obilježjima relevantnim za istraživanje sklonosti prihvaćanja populizma, primjerice u socioekonomskom statusu i stupnju obrazovanja.

Unatoč spomenutim ograničenjima, nalazi ovog istraživanja pružaju dobar poticaj za daljnja sustavnija istraživanja fenomena populizma u hrvatskom društvu. Na tragu dobivenih rezultata, u budućim istraživanjima posebnu pozornost trebalo bi posvetiti preciznijoj analizi odnosa između manje broja dimenzija i varijabli na ciljanim skupinama te hijerarhiji odnosa među ponuđenim i nekim drugim relevantnim dimenzijama u predikciji sklonosti populizmu. Iako su rezultati upozorili na umjerenu i nisku sklonost studenata populizmu, ne bi trebalo zanemarivati činjenicu da je ona prisutna,

jer se radi o osobito važnoj društvenoj skupini. Mladi, pa tako i studenti, skupina su koja će vjerojatno oblikovati buduće političke i društvene trendove, stoga se njihove političke sklonosti i ponašanja trebaju razmatrati s posebnim oprezom.

BILJEŠKE

¹ Lijeva orijentacija podrazumijeva pozitivnije stavove prema manjinama, odbacivanje *statusa quo*, težnju egalitarizmu, preferira promjenu i jednakost te podrazumijeva prihvaćanje ideja progresivnosti, komunizma i liberalizma, a desna preferira *status quo*, zagovaranje socijalne kontrole, prihvaćanje nejednakosti u društvu, preferira stabilnost i hijerarhiju te podrazumijeva ideje fašizma, kapitalizma i konzervativizma (Jost, Federico i Napier, 2009, prema Kandler i sur., 2012, str. 633-634).

² U radu se za njih rabi termin dnevnoinformativni portali.

³ Studenti Sveučilišta u Zagrebu odabrani su iz dva razloga. Prvi je pragmatične naravi, jer su bili najdostupniji, a drugi zbog strukture studenata, koja je sastavljena od velikoga broja studenata iz cijele Hrvatske.

⁴ Podaci su preuzeti iz *Izvoješća o radu Sveučilišta u Zagrebu u akademskoj godini 2013./2014.* (SuZg, 2016).

⁵ U prikazu rezultata uzeti su odgovori samo na pitanja koja su povezana s ciljevima istraživanja prikazanima u ovom radu.

⁶ Tvrdnje su osmišljene za istraživanje, vodeći računa o teorijskim odrednicama pojedinih tipova populizma. Tvrdnje koje se odnose na opći populizam oblikovane su po uzoru na postojeće skale (Elchardus i Spruyt, 2012; Hawkins i sur., 2012; Akkerman i sur., 2014), a one koje se odnose na lijevi i desni oblikovane su tako da se odnose na kontekst hrvatskoga društva. Cijeli popis tvrdnji upotrijebljen u istraživanju dostupan je kod autorice rada.

⁷ Tablični prikaz faktorske strukture dostupan je kod autorice rada.

⁸ Predočena statistička analiza rezultata odabrana je kao jednostavnija i razvidnija od drugih (npr. regresijske analize), a koja omogućuje primjerene odgovore na ciljeve i istraživačke pretpostavke.

⁹ Studenti su procjenjivali koliko često (ljestvica: 1 = nikad, 2 = nekoliko puta godišnje, 3 = nekoliko puta mjesečno, 4 = nekoliko puta tjedno i 5 = svaki dan) rabe pojedine vrste medija te je utvrđeno da u sve ponuđene svrhe najčešće rabe internet i televiziju, a najrjeđe tisk i radio.

¹⁰ Ljestvica: 1 = nikad, 2 = nekoliko puta godišnje, 3 = nekoliko puta mjesečno, 4 = nekoliko puta tjedno i 5 = svaki dan.

¹¹ Ponuđeno je 16 portala i mogućnost navođenja do dva dodatna. Ukupno 93 studenta navela su 34 dodatna portala, ali kako ih je navelo ukupno manje od 1 posto studenata, oni nisu uvršteni u analizu prosječne učestalosti upotrebe.

¹² Trebali su navesti do tri portala kojima najviše vjeruju. Ukupan broj odgovora bio je 2405. U zagradama su navedeni postoci studenata koji su naveli pojedine portale, neovisno o njihovu poretku navođenja.

¹³ Ljestvica: 1 = više lijevo orijentiran, 2 = politički neutralan i 3 = više desno orijentiran.

¹⁴ Trebali su procijeniti osobnu političku orijentaciju od 0 = izrazito lijevo orijentiran/a do 10 = izrazito desno orijentiran/a. Ponuđena je i mogućnost odgovora 11 = ne znam, ali ti su odgovori izostavljeni iz daljnjih analiza.

¹⁵ Ljestvica: 1 = uopće se ne slažem, 2 = djelomično se ne slažem, 3 = niti se slažem niti se ne slažem, 4 = djelomično se slažem i 5 = u potpunosti se slažem.

¹⁶ Trebali su navesti svoj spol: 1 = ženski i 2 = muški.

¹⁷ Trebali su navesti veličinu mjesta odrastanja: 1 = selo, 2 = manji grad, 3 = srednji grad i 4 = veliki grad.

¹⁸ Trebali su navesti najviši završeni stupanj obrazovanja posebno za majku i oca: 1 = osnovna škola, 2 = srednja škola, 3 = viša škola ili fakultet i 4 = magisterij ili doktorat. Njihovi su odgovori kasnije zbrojeni u skupni označen u Tablici 5 kao obrazovanje roditelja.

¹⁹ Trebali su navesti procjenu osobnoga životnog standarda: 1 = izrazito ispodprosječan, 2 = umjereno ispodprosječan, 3 = prosječan, 4 = umjereno iznadprosječan i 5 = visoko iznadprosječan.

²⁰ Trebali su procijeniti osobnu političku orijentaciju: od 0 = izrazito lijevo orijentiran/a do 10 = izrazito desno orijentiran/a. Ponuđena je mogućnost odgovora 11 = ne znam, ali taj je odgovor izostavljen iz analiza.

²¹ Trebali su procijeniti osobnu religioznost: od 0 = uopće nisam religiozan/na do 10 = izrazito sam religiozan/na. Ponuđena je mogućnost odgovora 11 = ne znam, ali taj je odgovor izostavljen iz daljnjih analiza.

²² Trebali su procijeniti svoje povjerenje u institucije: 1 = uopće nemam povjerenje, 2 = uglavnom nemam povjerenje, 3 = niti imam niti nemam povjerenje, 4 = uglavnom imam povjerenje i 5 = imam potpuno povjerenje.

LITERATURA

Akkerman, A., Mudde, C. i Zaslove, A. (2014). How populist are the people? Measuring populist attitudes in voters. *Comparative Political Studies*, 47(9), 1324–1353. <https://doi.org/10.1177/0010414013512600>

Albertazzi, D. i McDonnell, D. (2008). *Twenty-first century populism: The spectre of Western European democracy*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230592100>

Bartlett, J., Birdwell, J. i Littler, M. (2011). *The new face of digital populism*. Demos.

Benković, V. i Balabanić, I. (2010). Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala. *Medijska istraživanja*, 16(2), 43–56. <https://hrcak.srce.hr/63939>

Bennett, W. L. i Entman, R. M. (Ur.) (2001). *Mediated politics: Communication in the future of democracy*. Cambridge University Press.

Betz, H-G. i Immerfall, S. (1998). *The new politics of the right: Neo-populist parties and movements in established democracies*. Macmillan.

Bilić, P., Balabanić, I., Primorac, J., Jurin, K. i Eterović, R. (2017). *Analiza tržišta elektroničkih publikacija*. IRMO.

Bottos, G., Gregor, A., Hatakka, N., Ragone, D. i Raponi, D. (2014). *Young and easily allured? A comparative analysis on the relationship between populism and youth in Europe*. Renner Institut.

Brautović, M. (2011). *Online novinarstvo*. Školska knjiga.

Canovan, M. (1999). *Trust the people! Populism and the two faces of democracy*. *Political Studies*, 47(1), 2–16. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>

Deiwiks, C. (2009). Populism. *Living Reviews in Democracy*, 1(2009), 1–9. <http://www.livingreviews.org/lrd-2009-3>

Derado, A. (2014). Populizam i kriza demokracije. *Amalgam*, 6-7(6-7), 19–36. <https://hrcak.srce.hr/134854>

Derado, A., Dergić, V. i Međugorac, V. (2016). Croatian youth and populism: A mixed methods analysis of the populism "breeding ground" among the youth in the city of Zagreb. *Revija za sociologiju*, 46(2), 141–173. <https://doi.org/10.5613/rzs.46.2.2>

Elchardus, M. i Spruyt, B. (2012). The contemporary contradictions of egalitarianism: An empirical analysis of the relationship between the old and new left/right alignments. *European Political Science Review*, 4(2), 217–239. <https://doi.org/10.1017/S1755773911000178>

Esser, F., Stepińska, A. i Hopmann, D. N. (2017). Populism and the media: Cross-national findings and perspectives. U T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck i C. H. de Vreese (Ur.), *Populist political communication in Europe* (str. 365–380). Routledge.

Eurobarometer (2016). *Media use in the European Union*. European Commission.

European Social Survey (2012). *European Social Survey 2012*, Integrated file, edition 1.0. Round 6. <http://www.europeansocialsurvey.org/download.html?file=ESS6e01&y=2012>

Franc, R. i Međugorac, V. (2015). Mladi i (ne)povjerenje u institucije: moguće odrednice i posljedice. U V. Ilišin, A. Gvozdanović i D. Potočnik (Ur.), *Demokratski potencijali mladih u Hrvatskoj* (str. 47–63). Centar za društvena istraživanja u Zagrebu i Centar za demokraciju i pravo Miko Tripalo.

Grbeša, M. i Šalaj, B. (2018). *Dobar, loš ili zao? Populizam u Hrvatskoj*. TIM press.

Gvozdanović, A. (2014). Politički utjecaj i vrijednosti kao odrednice političkog povjerenja mladih u Hrvatskoj. *Revija za sociologiju*, 44(1), 5–30. <https://doi.org/10.5613/rzs.44.1.1>

Hameleers, M., Bos, L. i de Vreese, C. H. (2017). The appeal of media populism: The media preferences of citizens with populist attitudes. *Mass Communication and Society*, 20(4), 481–504. <https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1291817>

Hawkins, K. A. (2009). Is Chávez populist? Measuring populist discourse in comparative perspective. *Comparative Political Studies*, 42(8), 1040–1067. <https://doi.org/10.1177/0010414009331721>

Hawkins, K. A., Riding, S. i Mudde, C. (2012). *Measuring populist attitudes*. C&M Working Paper (#55). CIDE, Mexico City.

Huber, R. A. i Schimpf, C. H. (2017). On the distinct effects of left-wing and right-wing populism on democratic quality. *Politics and Governance*, 5(4), 146–165. <https://doi.org/10.17645/pag.v5i4.919>

Ilišin, V., Bouillet, D., Gvozdanović, A. i Potočnik, D. (2013). *Mladi u vremenu krize*. Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.

Internet World Stats (2017). *Internet usage in the European Union*. <http://www.monitor.hr/>

Internet World Stats (2018). *Internet in Europe Stats*. <https://www.internetworldstats.com/>

Ivarsflaten, E. (2008). What unites right-wing populists in Western Europe? Re-examining grievance mobilization models in seven successful cases. *Comparative Political Studies*, 41(1), 3–23. <https://doi.org/10.1177/0010414006294168>

Jagers, J. i Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46(3), 319–345. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>

Jansen, R. S. (2011). Populist mobilization: A new theoretical approach to populism. *Sociological Theory*, 29(2), 75–96. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2011.01388.x>

Kandler, C., Bleidorn, W. i Riemann, R. (2012). Left or right? Sources of political orientation: The roles of genetic factors, cultural transmission, assortative mating, and personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(3), 633–645. <https://doi.org/10.1037/a0025560>

Krastev, I. (2007). The populist moment. *Eurozine*. <https://www.eurozine.com/the-populist-moment/>

Labaš, D. i Uldrijan, I. (2010). Može li dobro novinarstvo biti nemoralno? Pitanje odnosa kvalitete, etike i medijske pismenosti. U D. Labaš (Ur.), *Mediji i društvena odgovornost* (str. 85–106). Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.

Mastropaolo, A. (2008). Politics against democracy: Party withdrawal and populist breakthrough. U D. Albertazzi i D. McDonnell (Ur.), *Twenty-first century populism: The spectre of Western European democracy* (str. 30–38). Palgrave. https://doi.org/10.1057/9780230592100_3

Mazzoleni, G. (2003). The media and the growth of neo-populism in contemporary democracies. U G. Mazzoleni, J. Stewart i B. Horsfield (Ur.), *The media and neo-populism* (str. 1–20). Praeger.

Mudde, C. (2004). The populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>

Mustapić, M. i Karajić, N. (2013). Studenti i društveni problem: imaju li preferencije političkih stranaka što s tim? *Revija za sociologiju*, 43(2), 107–131. <https://doi.org/10.5613/rzs.43.2.1>

Otjes, S. i Louwerse, T. (2013). Populists in parliament: Comparing left-wing and right wing populism in the Netherlands. *Political Studies*, 63(1), 60–79. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12089>

Pilarov barometar (2015). *Povjerenje u medije*. <http://barometar.pilar.hr/rezultati-2015/2015-07-01-12-34-01/povjerenje.html>

Pollock, G., Brock, T. i Ellison, M. (2015). Populism, ideology and contradiction: Mapping young people's political views. *The Sociological Review*, 63(2), 141–166. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12266>

Reinemann, C., Matthes, J. i Sheaffer, T. (2017). Citizens and populist political communication: Cross-national findings and perspectives. U T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Stromback i C. H. de Vreese (Ur.), *Populist political communication in Europe* (str. 381–394). Routledge.

Roberts, K. M. (2007). Latin America's populist revival. *SAIS Review*, 27(1), 3–15. <https://doi.org/10.1353/sais.2007.0018>

Rooduijn, M. (2014). The nucleus of populism: In Search of the lowest common denominator. *Government and Opposition*, 49(4), 572–598. <https://doi.org/10.1017/gov.2013.30>

Schemer, C., Schulz, A., Müller, P., Wirz, D., Wettstein, M. i Wirth, W. (2015). *Validation of a populist attitudes measure for public opinion surveys*. Rad izložen na sastanku COST akcije IS1308 u Krakovu 7. travnja 2016. godine. Jagiellonian University Cracow.

Stanley, B. (2011). Populism, nationalism, or national populism? An analysis of Slovak voting behaviour at the 2010 parliamentary election. *Communist and Post-Communist Studies*, 44(4), 257–270. <https://doi.org/10.1016/j.postcomstud.2011.10.005>

Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *Press/Politics*, 13(3), 228–246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>

SuZg (2016). *Izvješće o radu Sveučilišta u Zagrebu u akademskoj godini 2013./2014*. Sveučilište u Zagrebu. <http://www.unizg.hr/o-sveucilistu/dokumenti-i-javnost-informacija/dokumenti-sveucilista/izvjescia/>

Šalaj, B. (2012a). Što je populizam? *Političke analize*, 3(11), 55–61. <https://hrcak.srce.hr/142004>

Šalaj, B. (2012b). Suvremeni populizam. *Anali Hrvatskog politološkog društva: časopis za politologiju*, 9(1), 21–49. <https://hrcak.srce.hr/99797>

Šalaj, B. i Grbeša, M. (2017). Što je populizam i kako ga istraživati? *Društvena istraživanja*, 26(3), 321–340. <https://doi.org/10.5559/di.26.3.01>

Taggart, P. (1995). New populist parties in Western Europe. *West European Politics*, 18(1), 34–51. <https://doi.org/10.1080/01402389508425056>

Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stepińska, A., Papatthanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheaffer, T. i Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>

Use of Daily News Portals, Some Individual Features, and Acceptance of Populism among Students of the University of Zagreb

Mateja PLENKOVIĆ
Catholic University of Croatia, Zagreb, Croatia

The purpose of the paper is to fulfil the findings on populism in the context of Croatian society, with an emphasis on the acceptance of populism among young people as bearers of the future social development. Media, as a form of public opinion, are among the most important sources of relevant insights for the study of the rise of populism. The paper pays special attention to the relationship between the use of daily news portals, and the acceptance of populism. The study was conducted on a two-stage non-probabilistic sample of 1189 students of the University of Zagreb, in order to determine the relationships between students' preferences in general, left-wing and right-wing populism, their habits of using daily news portals, and some individual characteristics. The results show that there is a low but significant correlation between the use of most portals, and the preference for general, left-wing and right-wing populism among students. The correlation between the education of parents with student preferences of left-wing and right-wing populism was found, as well as differences in these preferences with respect to some sociodemographic characteristics, level of study, study orientation, political orientation, religiosity and trust in institutions.

Keywords: populism, students, daily news portals



Međunarodna licenca / International License:
Imenovanje-Nekomercijalno / Attribution-NonCommercial