

Универзитет у Београду
Факултет политичких наука
Јове Илића 165, Београд

НАСТАВНО-НАУЧНОМ ВЕЋУ

На седници Наставно-научног већа одржаној 27. јуна 2024. године именована је комисија за преглед и оцену докторске дисертације кандидаткиње Кристине М. Милић, под насловом “Популистичка комуникациона логика: политички и медијски популизам у штампаним медијима у Србији” у саставу: проф. др Душан Спасојевић, редовни професор Универзитета у Београду – Факултета политичких наука, проф. др Мирјана Николић, редовна професорка Универзитета уметности у Београду – Факултет драмских уметности, и доц. др Ана Милојевић, доцент Универзитета у Београду – Факултета политичких наука (менторка). Након прегледа рада, Комисија подноси Наставно-научном већу Факултета политичких наука Универзитета у Београду:

РЕФЕРАТ О ЗАВРШЕНОЈ ДОКТОРСКОЈ ДИСЕРТАЦИЈИ

1. Основни подаци о кандидаткињи и дисертацији

Кристина М. Милић (рођена Малешевић, 1991) је докторанткиња и асистенткиња на Факултету политичких наука Универзитета у Београду. Докторске академске студије Културе и медија на Факултету политичких наука уписала је академске 2015/2016. Претходно, септембра 2015. године, кандидаткиња је завршила мастер студије Новинарства, на Факултету политичких наука Универзитета у Београду са просечном оценом 10 и завршним радом под насловом “Кршење одредбе о поштовању приватности кодекса новинара Србије у дневном листу *Вечерње новости*”. Основне академске студије Новинарства и комуникологије, завршила је на Факултету политичких наука јула 2014. године са просечном оценом 9,33.

У звање асистенткиње на Одељењу за новинарство и комуникологију на Факултету политичких наука Универзитета у Београду, у ужој научној области Комуникологија и информатика, кандидаткиња је изабрана марта 2022. године. Од 2017. године, Кристина Милић је стипендиста Министарства просвете, науке и

технолошког развоја Републике Србије, активно ангажована као сарадница на пројекту ”Политички идентитет Србије у регионалном и глобалном контексту” (ОИ 179076), Универзитета у Београду – Факултета политичких наука. На истом пројекту, у звање истраживач – приправник изабрана је одлуком Наставно-научног већа Факултета политичких наука од 28.04.2018. године, а потом у звање истраживач – сарадник одлуком Наставно-научног већа Факултета политичких наука 08.04.2021. године. Од школске 2015/2016 године ангажована је најпре као сарадница – демонстраторка на предметима у ужој научној области Комуникологија и информатика, а данас учествује у извођењу вежби и другим сарадничким активностима на предметима на основним академским студијама, Комуникологија, Упоредни медијски системи и Анализа садржаја.

Учесница је бројних међународних пројеката у оквиру Факултета политичких наука, Универзитета у Београду. Од септембра 2019. године је део истраживачког тима који у Србији спроводи пројекат „The Journalistic Role Performance Project (JRP)“, којим руководи Pontificia Universidad Catolica de Valparaiso (Чиле). Као чланица тима Факултета политичких наука Универзитета у Београду од јуна 2022. године учествује у COST Action (21129) „OPINION – What are Opinions? Integrating Theory and Methods for Automatically Analyzing Opinionated Communication“.

Претходно, од 2019. до 2023. године била је чланица тима Универзитета у Београду - Факултета политичких наука на међународном пројекту „Migration, Integration and Governance Research Centre“ (МИГРЕЦ)“, који се финансира из средстава Европске уније у оквиру програма Хоризонт 2020.

У периоду од 2020. до 2022. године Кристина Милић била је асистент на пројекту „Media and information literacy in function of development of critical thinking and advocacy of the youth“, који је део Заједничког регионалног програма „Дијалог за Будућност“, који у Босни и Херцеговини, Црној Гори и Србији спроводе од 2020. године УНЕСКО, УНИЦЕФ и УНДП. Исту улогу имала је у регионалној иницијативи Уједињених нација ”Youth 4 Inclusion, Equality & Trust” коју су у периоду од 2022. до 2024. године реализовали УНДП Србија у сарадњи са УНЕСКО и Факултетом политичких наука Универзитета у Београду уз финансијску подршку Фонда за изградњу мира УН.

Професионално и стручно се усавршавала на бројним семинарима и тренинзима. Међу њима истиче се обука „Argument mapping workshop” у организацији European Network for Argumentation and Public Policy Analysis (Cost Action 17132) на

којој је као стипендисткиња учествовала 2019. године. Учествовала је и у истраживању и семинару “Pilot training on Media Reporting on Child Labour” у организацији The International Labour Organization (2017) и обуци за предузетничко новинарство у организацији Konrad Adenauer Stiftung у оквиру Медијског програма за Југоисточну Европу (2015).

Области академских интересовања кандидаткиње Кристине Милић су медији и комуникације, пре свега студије комуницирања, популистичка комуникација, стратешко и медијско комуницирање, анализа садржаја медија и професионалних новинарских улога, као и медијска и информацијска писменост. Своја истраживања и радове у овим научним областима презентовала је на бројним националним и међународним научним конференцијама. Од почетка докторских студија до сада објавила више научних радова у домаћим и међународним научним часописима, међу којима се као најрелевантнији издвајају:

1. **Malešević, K.** (2018). Teorijska rasprava o medijskom populizmu: Komunikacioni stil u medijskim porukama. U: M. Nikolić i M. Dragičević Šešić (ur.) *Mediji, kultura i umetnost u doba populizma*, Institut za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti, Beograd, Klio, Beograd, 103-118.
2. Milojević, A., **Milić, K.** (2022). Media Framing of the Refugee Crisis at the Periphery of Europe. *Tripodos*, 53: 10-31. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2022.53.06>
3. Vobić, I., **Milić, K.**, Milojević, A.(2022): Remembering Tanjug. Analysing the Re-Articulation of Journalistic Roles at the National News Agency of Socialist Yugoslavia. *Prispevki za novejšo zgodovino* 62 (1): 103–122.
4. Hallin, D. C., Mellado, C., Cohen, A., Hubé, N., Nolan, D., Szabó, G. (...), **Milić, K.**, (...). (2023). Journalistic Role Performance in Times of COVID. *Journalism Studies*, 24(16), 1977–1998. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2274584>
5. Ninković Slavnić, D., **Milić, K.** (2022). Zapostavljena tema obojena senzacionalizmom: pozicija pravosudnog sistema u medijima u Srbiji. U: B. Vranić i N. Anđelković (ur.) *Društvena pravda u poskomunističkim društvima*, Udruženje za političke nauke Srbije i Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu, 247-269.

6. **Malešević, K.** (2018), (Ne)odgovornost novinarskog izveštavanja o osetljivim društvenim grupama u štampanim medijima. CM: *Communication and Media*, 13(42): 27-56.

Основни подаци о дисертацији

Веће научних области правно-економских наука Универзитета у Београду одобрило је тему докторске дисертације „Популистичка комуникациона логика: политички и медијски популизам у штампаним медијима у Србији” на седници одржаној 24.09.2018. године (број 1136). Израђена дисертација у погледу форме и садржаја написана је у складу са Правилником о докторским студијама на Универзитету у Београду и Упутством о облику и садржају докторске дисертације која се брани на Универзитету у Београду. Написана је латиничним писмом на А4 формату, коришћен је фонт Times New Roman, величина писма 12 топографских тачака са проредом 1.0 и маргинама 20мм. Дисертација има укупно 208 страна укључујући прилоге и списак коришћене литературе, насловне стране, сажетке на српском и енглеском језику, садржај као и неопходне потписане изјаве о ауторству, о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада и изјава о коришћењу. Основни текст дисертације са списком коришћене литературе има 197 страна. Приложени списак коришћене литературе који сачињава 380 јединица и укључује монографије, уџбенике, научне чланке, докторске дисертације, медијске садржаје и изворе са интернета (стр. 173-198).

Докторска дисертација се састоји из осам поглавља, увода, шест тематских целина и закључка: Увод (стр. 1-6); Друштвено-историјски развој популизма (стр. 7-48); Интердисциплинарно подручје изучавања популизма (стр. 49-63); Теоријски оквир: Популистичка комуникациона логика (стр. 64-104); Методолошки оквир истраживања (105-118); Популистичка комуникациона логика у штампаним медијима у Србији (стр. 119-148); Дискусија о резултатима истраживања (стр. 149-163); Закључна разматрања (стр. 164-172).

Сходно Правилнику о академској честитости Универзитета у Београду, Факултета политичких наука рад је прошао проверу оригиналности у програму *iThenticate* о чему је менторка поднела одговарајући Извештај.

2. Предмет и циљ дисертације

Предмет дисертације је анализа популистичке комуникације главних политичких актера у Србији током изборног процеса са посебним фокусом на штампане медије као примарни канал медијске артикулације политичких порука. Дисертација се ослања на концепт *популистичке комуникационе логике* као релативно нови приступ анализи популистичке комуникације који је развијен је у оквиру савремених комуниколошких студија (de Vreese, et al., 2018; Engesser, Fawzi & Larson, 2017; Doody & Crilley, 2019; Stanyer, Salgado & Strömbäck, 2017). Популизам се у дисертацији третира као скуп комуникационих стратегија, дискурзивних образаца и медијских пракси (Doody & Crilley, 2019; Engesser et al., 2017; Wirth et al., 2016). Овакав приступ прецизира предмет дисертације - разумевање два феномена: политичког популизма (начина на који политички актери конструишу и пласирају популистичке поруке) и медијског популизма (улоге медија у амплификавању или трансформисању политичких порука и улоге као креатора популистичких порука).

У складу са прихваћеним приступом, популистичка комуникација се у дисертацији разматра као производ интеракције између политичке стратегије и медијске логике, у духу претпоставке о „природној конвергенцији медија и популистичких актера“ (Esser et al., 2017; Mazzoleni, 2008). Истовремено, популистичка комуникација се посматра се као комуникациони стил који могу користити и политичке партије радикалних орјентација као и сви други политички актери.

У складу са предметом дисертације, спроведено истраживање засновано је на анализи медијског садржаја са циљем систематске процене учесталости и облика популистичких елемената у јавној комуникацији. Нагласак анализе био је на традиционалним штампаним медијима који и даље имају изузетан значај у формулисању јавног дискурса, постављању дневног реда и утицају на јавност (Vliegenthart & Walgrave, 2008; Kleinnijenhuis, 2003). У Србији, као примеру постсоцијалистичког друштва, штампани медији — посебно таблоиди — често су политички инструментализовани, што их чини погодним тереном за ширење популистичких порука (Пленковић, 2021; Fidotta, Neves & Serpe, 2020).

Посматрајући Србију као друштво у процесу продужене транзиције, са специфичним историјским, институционалним и медијским контекстом, истраживање је имало за циљ да идентификује како популистичка логика функционише у таквом амбијенту. Посебно се анализира у којој мери медији служе као механизми трансмисије

популистичких порука, али и у којој мери они сами постају носиоци популистичке логике — кроз таблоидизацију, сензационализам и пренаглашавање политичког дискурса.

У складу са тим, истраживање је структурисано у складу са три специфична циља докторске дисертације. Први циљ био је се измери степен и утврде карактеристике популистичке комуникације главних политичких актера у Србији током изборних процеса кроз анализу њихових порука у штампаним медијима. Други циљ дисертације био је да се испита да ли и у којој мери медијска логика, посебно у таблоидним штампаним медијима, кореспондира са популистичком комуникацијом политичких актера. Трећи циљ био је да испита да ли медији делују као пасивни преносиоци политички генерисаног популизма или као активни учесници у његовом креирању (Mazzoleni, 2004; Krämer, 2014). Кроз анализу медијских садржаја, истражује се присуство комуникационих стилова који су сагласни са вредностима вести карактеристичним за популистичку реторику – персонализација, драматизација, морална дихотомија и апел на „обичан народ“ (Umbricht & Esser, 2016; Manucci & Weber, 2017).

Пратећи дефинисани предмет дисертације и постављене циљеве обликована су два кључна истраживачка питања:

- Истраживачко питање 1: У којој мери главни политички актери следе популистичку комуникациону логику у јавној комуникацији?
- Истраживачко питање 2: Да ли традиционални штампани медији у Србији заузимају улогу популистичких актера, прецизније да ли и у којој мери медији промовишу популистичку логику у јавној комуникацији?

Иако је глобално академско поље последњих деценија значајно унапредило теоријско разумевање популизма, у Србији и ширем постјугословенском простору и даље недостају емпиријски засноване студије које повезују политиколошку и медијску перспективу (Лутовац, 2017; Стојиљковић, 2014). Управо зато, ова дисертација има амбицију да попуни тај празан простор, доприноси теоријској и методолошкој изградњи унутар интердисциплинарног поља комуникологије

3. Основне хипотезе од којих се полазило у истраживању

У докторској дисертацији Кристине М. Милић тестиране су три опште и седам посебних хипотеза. Постављене хипотезе логичан су след постављених специфичних циљева рада.

Првом хипотезом и из ње изведеним посебним хипотезама тестирани су степен и карактеристике популистичке комуникације у процесу јавне комуникације политичких актера током изборних процеса.

Хипотеза 1 (X1): *Популизам главних политичких актера у Србији одликује различит степен популистичке комуникације током изборних периода*

X1a: Карактеристике популистичких порука политичких актера разликоваће се у зависности од позиције у односу на власт у политичком систему Србије.

X1b: Карактеристике популистичке комуникације главних политичких актера разликоваће се у предизборном у односу на постизборни период.

X1c: Карактеристике популистичких порука условљене су позиционирањем политичких актера на идеолошком спектру.

Постављене хипотезе почивају на претпоставкама да је популистичка комуникација више одлика десно оријентисаних политичких актера, да популизам није одржив на власти и да се користи више као средство за мобилизацију бирача. Резултати истраживања потврдили су прву, главну хипотезу. Степен и одлике популистичке комуникације главних политичких актера зависе од позиције на власти, идеолошке оријентације политичких актера и од изборног периода.

Другом хипотезом и из ње изведеним посебним хипотезама проверено је да ли и у којој мери медијска логика следи популистичку логику политичких актера током извештавања у изборном процесу.

X2: *Медијска логика штампаних медија у Србији следи и појачава популистичку логику приликом извештавања о главним политичким лидерима током изборног процеса.*

X2a: Популистичке поруке главних политичких актера у штампаним медијима прате комуникационе обрасце карактеристичне за популистички стил.

X26: Медијска логика таблоидних медија у већој мери појачава популистичке поруке у односу на озбиљну дневно-политичку штампу.

Друга хипотеза заснована је на предвиђању да ће медијска логика следити популистичку логику у извештавању током изборног процеса. Појединачне хипотезе тестиране су анализом стилских елемената који карактеришу савремену медијску логику и комплементари су са популистичким комуникационим стилем. Такође, извршено је поређење озбиљних дневно-политичких и таблоидних новина према заступљености ових стилских елемената. Резултати су показали да медијска логика у великој мери следи популистичку логику политичких актера, па је и друга хипотеза потврђена.

Трећом хипотезом и из ње изведеним посебним хипотезама тестирана је улога медија у процесу популистичке комуникације у различитим изборним периодима.

X3: Традиционалне штампане медије у Србији одликује висок степен медијског популизма током изборног процеса.

X3a: Традиционални штампани медији у већој мери пласирају популистичке поруке током предизборног периода у односу на постизборни период.

X3b: Традиционални штампани медији у већој мери преузимају улогу популистичких актера у креирању и ширењу популистичких порука у предизборном у односу на постизборни период.

Трећа хипотеза заснована је на претпоставци да медије у Србији одликује висок степен медијског популизма. Две специфичне хипотезе указале су на карактеристике медијског популизма у зависности од периода извештавања и типа штампаних медија. Анализа је потврдила полазну претпоставку, односно показала да штампане медије у Србији карактерише висок степен медијског популизма када је реч о извештавању о главним политичким актерима током трајања предизборног периода.

4. Кратак опис садржаја дисертације

Структура докторске дисертације "Популистичка комуникациона логика: политички и медијски популизам у штампаним медијима у Србији" сачињена је од осам поглавља, увод, шест тематских целина и закључак.

У уводном поглављу (стр. 1-6) представљен је предмет истраживања, његова релевантност у актуелним друштвено-политичким и медијским условима. Овај део дисертације предочава главни циљ анализе на чијим основама су изведена два кључна истраживачка питања дисертације. Такође, у уводу је дефинисан приступ истраживању феномена популизма, главни научни и друштвени доприноси које одабрани приступ омогућава.

Друго поглавље *Друштвено-историјски развој популизма* (стр. 7-48) доноси преглед литературе о првим појавним облицима популизма, његовом развоју током 20. века и савременим облицима и карактеристикама популизма широм света. Докторска дисертација најпре пружа обиман преглед карактеристика и носиоца првих популистичких идеја у различитим друштвено-политичким условима и државним уређењима. Овај историјски преглед, појавних облика популизма, употпуњен је и прегледом првих класификација популизма које је кандидаткиња покушала компаративно да представи указујући на сличности у идејама, популистичким покретима и лидерима у различитој периодизацији. Други део овог поглавље објашњава услове који су допринели порасту популарности популизма током 20. века. Посебна пажња посвећена је популистичким покретима и идејама који су остварили политичке успехе у модерним демократијама од почетка 21. века тј. у условима *популистичког духа времена* (Mudde, 2004).

Треће поглавље *Интердисциплинарно подручје изучавања популизма* (стр. 49-63) пружа увид у покушаје дефинисања и истраживања популизма у различитим научним областима којима је ова тема била предмет интересовања. Кроз различите фокусе научника који су га теоријски и емпиријски разматрали, дисертација позиционира популизам у интердисциплинарно подручје истраживања комуникологије. Овај приступ наглашава комуникационе аспекте популизма, тј. посматра га као специфичан комуникациони феномен примерен савременом развоју медија и у дисертацији приближава аргументе који говоре о њиховој пресудној улози у популаризацији и успеху популизма.

У четвртном поглављу *Теоријски оквир: Популистичка комуникациона логика* (стр. 64-104) дефинисани су кључни концепти на којима се дисертација заснива. Овај сегмент дисертације објашњава кључне концепте који чине срж популистичких идеја – дефинисање доброг народа и њиховог захтева за суверенитетом наспрам којих су отуђене елите и опасни други. Потом се успоставља јасна дистинкција између

политиколошког и комуниколошког приступа у дефинисању популизма у односу на кључне концепте ове идеје, тј. успоставља се дистинкција између политичког популизма и медијског популизма. Поглавље је заокружено објашњењем кључног концепта ове дисертације – *популистичке комуникационе логике*. У наставку је извршена операционализација политичког и медијског популизма која је коришћена у емпиријском истраживању ове дисертације.

У петом поглављу *Методолошки оквир истраживања* (стр. 105-118) образложене су истраживачке методе, уско прецизирани циљеви истраживања и у складу са њима су постављене главне и појединачне хипотезе. Овај сегмент докторске дисертације пружа увид у медијско-политички и друштвени контекст који је претходно, и у великој мери, обликовао спроведено истраживање. Потом су прецизирани методи истраживања - начин на који је спроведена анализа садржаја, структура и садржина кодног листа, јединице анализе, величина, структура и критеријуми са одабир узорка који је анализиран.

Шесто поглавље *Популистичка комуникациона логика у штампаним медијима у Србији* (стр. 119-148) доноси резултате спроведеног истраживања. У првом сегменту представљени су кључни дескриптивни налази истраживања – број анализираних јединица, распоред јединица анализе према анализираним медијима и новинарским формама. Најзначајнији резултат дескриптивних резултата је мерење индекса популизма медијског текста. У другом сегменту представљени су резултати који показују разлике у карактеристикама популистичке комуникације главних политичких актера. Трећи и четврти сегмент овог поглавља доноси резултате који показују однос између медијске и популистичке логике, односно показује разлике између анализираних штампаних медија.

Седмо поглавље *Дискусија о резултатима истраживања* (стр. 149-163) пружа тумачење претходно представљених резултата на два нивоа – теоријском, и на емпиријском нивоу, у односу на резултате блиских емпиријских истраживања у земљама Европе. Овај део дисертације на прави начин заокружује постављене хипотезе рада са претходним опширним теоријским разматрањима политичког и медијског популизма и позиционира резултате у односу на друге, пре свега Европске земље са историјски сличним друштвено-политичким уређењима.

У *Закључним разматрањима* (стр. 164-172) представљени су најзначајнији налази докторске дисертације у осам дефинисаних закључака у складу са постављеним

циљевима дисертације. Последње поглавље констатује да је степен популистичке комуникационе логике, у специфичним оквирима спроведене анализе, релативно висок. Осим тога, у овом делу сумирани су и јединствени друштвени и научни доприноси спроведеног истраживања.

5. Остварени резултати и научни допринос дисертације

Литератури домаће академске заједнице недостајао је свеобухватан приступ у истраживању популизма усмерен на комуницирање. Истраживање спроведено у докторској дисертацији ослања се на релативно нов приступ у анализи популистичког комуницирања дајући неколико значајних доприноса разумевању популизма у земљама продужене транзиције.

Узимање релационог концепта популистичке комуникационе логике за проучавање политичке комуникације у Србији пружио је увид у заступљеност различитих димензија популизма и тиме омогућило дубље разумевање начина на који се популизам манифестује у јавном простору и у друштвено-политичким контекстима какав представља постсоцијалистичка Србија.

Укључивањем више елемената политичког и медијског популизма у индекс популизма медијског текста представља значајан методолошки и теоријски допринос ове дисертације. Овакав индекс обухвата ширу дефиницију популизма и комплексније квантификовање степена популистичке реторике у изјавама политичких актера, што омогућава и прецизније разматрање његове распрострањености и појавног облика. У методолошком смислу, индекс ствара основу за компаративна истраживања и даљу надоградњу знања о популизму у овом ширем смислу. Истраживање нуди и аналитички оквир за разумевање медијског популизма, разликујући политички од медијски генерисаног популизма. У том смислу, дисертација указује на утицај популистичке комуникације на новинарску професију и могућу ерозију професионалних стандарда под притиском политички мотивисаних популистичких порука, што је посебно релевантно у друштвима са крхким новинарским стандардима и недостатком институционалних гаранција слободе штампе.

Коначно, овај рад отвара нова истраживачка поља у анализи политичке поларизације, указујући на то да популистичка комуникација у медијима може деловати као катализатор за друштвене и идеолошке поделе. Ово је посебно значајно у анализи савремених демократских изазова у постсоцијалистичким системима.

6. Закључак

Комисија констатује да дисертација ”Популистичка комуникациона логика: политички и медијски популизам у штампаним медијима у Србији” кандидаткиње Кристине М. Милић задовољава све формалне захтеве за одбрану. Рад представља оригинално научно дело теоријски утемељено у складу са темом истраживања, методолошки доследно, аналитички детаљно и поткрепљено релевантном емпиријом.

Дисертација доноси оригинално истраживање у интердисциплинарно подручје комуникологије са развијеним приступом проучавања популистичке комуникације прилагођеним политичком и медијском дискурсу Србије. Кандидаткиња је успешно интегрисала теоријске увиде из политикологије, комуникологије и медијских студија, ослањајући се на савремену научну литературу и релевантне емпиријске налазе. Висок степен аналитичности у сагледавању односа политичких и медијских структура резултирао је јасно дефинисаним и аргументовано тестираним хипотезама.

На основу увида у дисертацију и осталих неопходних услова, Комисија сматра да су се стекли услови за јавну одбрану докторске дисертације Кристине М. Милић “Популистичка комуникациона логика: политички и медијски популизам у штампаним медијима у Србији” и предлаже Наставно-научном већу Факултета политичких наука, Универзитета у Београду, да усвоји овај реферат и омогући кандидаткињи јавну одбрану рада.

Комисија:

Проф. др Душан Спасојевић, Универзитет у Београду, Факултет политичких наука
(председник комисије)

Проф. др Мирјана Николић, Универзитет уметности у Београду, Факултет драмских
уметности (чланица комисије)

Доц. др Ана Милојевић, Универзитет у Београду, Факултет политичких наука
(менторка)

Београд, мај 202