

# IZBORI ZA EUROPSKI PARLAMENT U HRVATSKIM MEDIJIMA: ANALIZA SADRŽAJA IZVJEŠTAVANJA TISKA O EUROPSKIM IZBORIMA 2013. U HRVATSKOJ

**Marijana Grbeša :: Tihana Tomičić**

IZVORNI ZNANSTVENI RAD / UDK 070.15(497.5):303.64, 324(4):328.181(497.5) / PRIMLJENO: 14.04.2014.

**SAŽETAK** U Hrvatskoj su 14. travnja 2013. godine održani prvi europski izbori koje je obilježila pobjeda desnog koalicijskog bloka, nov izborni sustav i izuzetno slab odaziv birača. Ovaj rad istražuje, u kontekstu rasprave o doprinosu nacionalnih medija zemalja članica EU-a percepciji europskih izbora kao „drugorazrednog nacionalnog natjecanja“, koliko su i kako hrvatski mediji izvještavali o prvim izborima za Europski parlament. Analiza izvještavanja Jutarnjeg lista, Večernjeg lista i Novog lista pokazala je da se, kao prvo, obrasci u izvještavanju hrvatskih medija velikim dijelom podudaraju s onima utvrđenima u drugim zemljama članicama, prije svega u smislu relativno slabog interesa nacionalnih medija za tu razinu izbora te dominacije domaćih aktera i unutarnjopolitičkih tema u odnosu na one europske, i, kao drugo, da su hrvatski dnevници potpuno podbacili kad je u pitanju informiranje birača o novom izbornom modelu te, još važnije, o ulozi i radu Europskog parlamenta.

## KLJUČNE RIJEČI

EUROPSKI IZBORI, EUROPSKI PARLAMENT, HRVATSKA, ANALIZA SADRŽAJA, TISAK

*Bilješka o autoricama* \_\_\_\_\_

**Marijana Grbeša** :: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti :: grbesa@fpzg.hr

**Tihana Tomičić** :: diplomirala na Studiju novinarstva Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu :: tomicic.tihana@gmail.com

Rad se temelji na istraživanju koje je Tihana Tomičić, uz mentorstvo doc. dr. sc. Marijane Grbeša, provela za potrebe diplomskog rada „Izbori za Europski parlament u hrvatskim medijima: analiza sadržaja izvještavanja hrvatskog tiska o europskim izborima 2013. u Republici Hrvatskoj“ koji je obranila na Sveučilištu u Zagrebu, na Fakultetu političkih znanosti, 29. 10. 2013. godine.

## UVOD

Gotovo tri mjeseca prije nego što je Republika Hrvatska 1. srpnja 2013. godine i formalno postala punopravnom, 28. članicom Europske unije u Hrvatskoj su 14. travnja 2013. godine održani prvi europski izbori. Hrvatski su građani prvi put imali priliku birati 12 svojih zastupnika u Europski parlament. Izbori su održani u trenutku kad je na vlasti u Republici Hrvatskoj koalicija Socijaldemokratske partije s Hrvatskom narodnom strankom, Hrvatskom strankom umirovljenika i Istarskim demokratskim saborom, predvođena predsjednikom Vlade Zoranom Milanovićem, koja ima čvrstu većinu u Saboru osvojenu na redovnim izborima 2011. godine. Prve europske izbore u Hrvatskoj obilježila je pobjeda desnog opozicijskog bloka, predvođenog Hrvatskom demokratskom zajednicom, i iznimno nizak odaziv birača od samo 20,84 %, što je jedan od najnižih odaziva u povijesti održavanja euroizbora.<sup>1</sup> Na tim je izborima prvi put uveden sustav zatvorenih neblokiranih lista s mogućnošću preferencijskoga glasovanja (Kasapović, 2003: 303), s kojim se hrvatski birači do tada nisu susreli.

Europske izbore prati etiketa „manje važnog“, odnosno „drugorazrednog nacionalnog natjecanja“ koje, između ostalog, obilježava slaba vidljivosti europskih aktera i tema u nacionalnim medijima te često slab odaziv birača. Stoga je cilj ove studije, u kontekstu rasprave o doprinosu nacionalnih medija takvoj percepciji europskih izbora, istražiti koliko su i kako hrvatski mediji izvještavali o izborima za Europski parlament te u kojoj se mjeri izvještavanje hrvatskih medija podudaralo s obrascima identificiranim u drugim zemljama članicama EU-a (relativno slaba vidljivost EU tema, dominacija nacionalnih u odnosu na domaće aktere i negativno intonirani izvještaji).

Koristeći analizu sadržaja, analizirali smo izvještavanje *Jutarnjeg lista*, *Večernjeg lista* i *Novog lista* u razdoblju od 2. do 16. travnja 2013., pokušavajući pritom odgovoriti na četiri ključna pitanja: prvo, koliko su članci o europskim izborima bili prisutni i jesu li postojale razlike u izvještavanju među novinama; drugo, koliko su bili zastupljeni domaći, a koliko i europski akteri te kakva je bila vrijednosna orijentacija članaka prema domaćim u usporedbi s europskim akterima; treće, koje su teme dominirale u izvještajima; četvrto, u kojoj su mjeri hrvatske novine informirale (odnosno obrazovale) čitatelje o novom modelu izbora europskih zastupnika te, u konačnici, o ulozi i funkcioniranju Europskog parlamenta.

## EUROPSKA UNIJA I EUROPSKI PARLAMENT

### Europska unija kao politički sustav

Prema Damiru Grubiši (2012: 7) o političkom sustavu EU-a može se govoriti tek nakon stupanja na snagu Ugovora iz Maastrichta 1993. godine kojim je Europska unija uspostavljena kao politička unija država članica i njihovih građana. Do tada je Europska zajednica, a prije toga Europska ekonomska zajednica, funkcionirala kao zajedničko tržište. Tek nakon

<sup>1</sup> Niži odaziv imala je samo Slovačka na izborima 2004. i 2009. (17 % i 19,6 %); European Parliamentary Research Briefing, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140739/LDM\\_BRI\(2014\)140739\\_REV1\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140739/LDM_BRI(2014)140739_REV1_EN.pdf) (11.04.2014.).

1987. godine, kad je stupio na snagu Jedinствeni europski akt, institucije Europske zajednice, kako piše Grubiša (*ibid.*), „počinju se ponašati, tendencijski, kao zametci jednog političkog sustava u nastajanju“. Maastrichtskim ugovorom EU postaje politička unija država članica i njihovih građana, odnosno „sve tješnja unija (*an ever closer union*)“ i kao takva „distinktni međunarodni politički akter“ (*ibid.*). Grubiša nadalje sugerira kako je taj politički fenomen *sui generis*, „po značaju nešto više od međunarodne organizacije, a još uvijek manje od države, odnosno konfederacije država, iako se u njemu isprepliću elementi tipični za međunarodnu organizaciju, za federalnu naddržavu i za konfederaciju država kao, uostalom, i elementi ekonomskog i vojno-sigurnosnog saveza“ (*ibid.*). Takav hibridni karakter EU-a ne uklapa se u standardnu kategorizaciju aktera u međunarodnoj areni i čini je jedinstvenom tvorbom. Stoga ju je, kako navodi Paul Magonette (2013: 9), u potrazi za adekvatnom definicijom Jacques Delores, predsjednik Europske komisije od 1985. do 1995. godine, nazvao „neidentificiranim političkim objektom“, parafrazirajući naziv NLO. Simon Hix (2005: 2) smatra da Europska unija, iako nije država, zadovoljava sve kriterije potrebne da bi se mogla zvati „političkim sustavom“, dok Zaki Laïdi (2014) o Europskoj uniji govori kao o „normativnoj sili“. Magonette (2013: 15), pokušavajući definirati Europsku uniju, između ostalog kaže da se radi o „jednom novom političkom obliku“, odnosno uniji ili federaciji država koja, „ne dokidajući ih i ne podređujući, smješta države članice u mrežu institucija, normi i načela obvezujući ih na drugačije ostvarivanje suvereniteta“. Drugim riječima, prema Magonetteu (2013: 17) Europska unija nalazi se točno na pola puta između dva dominantna politička oblika – autarhične države koja ne prihvaća nikakva nadnacionalna pravna ili politička ograničenja, s jedne strane, i federalne države koja je u sebi stopila entitete od kojih je nastala, s druge strane.

U kreiranju javnih politika tog specifičnog političkog oblika, kroz sve moguće dijelove sustava i sve dionike, sudjeluje i do 15 milijuna ljudi (Grubiša, 2012: 23). Utoliko je taj sustav decentraliziran, nasuprot uobičajenim tezama da sva moć leži u peterokutu Europska komisija – Vijeće EU-a – Europski sud pravde – Europski parlament – Europsko vijeće. Osim toga europski se sustav obnavlja stalnom reformom – za razliku od nacionalnih političkih sustava koji se samoreformiraju isključivo pod prijetnjama gubitka vlasti (npr. promjene izbornih sustava, uvođenje novih institucija i procedura), EU se reformira na vlastitu inicijativu pa je takav politički sustav otvoren i dinamičan. Zbog svega toga, kako tvrdi Grubiša (2012: 39), „prihvaćanjem kandidature za prijem u članstvo EU, za Hrvatsku je nastupila nova faza u razvoju političkih institucija, aktera, vrijednosti i postupaka“. Europska unija danas je zajednica 28 zemalja članica, od kojih je Hrvatska pristupila posljednja, 1. srpnja 2013.

### **Europski parlament: funkcioniranje i izbori**

Europski parlament jedino je međunarodno parlamentarno tijelo na svijetu čiji se članovi biraju na izravnim izborima (McCormick, 2010: 83). Parlament je jednodoman, a njegovi se članovi biraju na univerzalnim izborima na obnovljivi mandat od pet godina. Na njima mogu sudjelovati svi birači EU-a s pravom glasa. Broj mjesta podijeljen je među zemljama prema broju njihovih stanovnika, tako da će Njemačka u sazivu 2014. godine

imati 96 mjesta dok će, primjerice, Malta ili Cipar imati šest.<sup>2</sup> Europski parlament u sazivu od 2014. do 2019. godine imat će ukupno 751 zastupnika.

Na čelu je Europskog parlamenta predsjednik. Njegov je posao, kako navodi John McCormick (2010: 84), da „predsjedava raspravama u sklopu plenarnih sjednica, odlučuje koji prijedlog ide kojem odboru i predstavlja parlament u odnosima s drugim institucijama“. Predsjednik mora sam biti član Parlamenta; biraju ga drugi članovi Parlamenta na mandat od dvije i pol godine i bira se iz jedne od većih stranačkih skupina na temelju međustranačke pogodbe (*ibid.*). U Europskom parlamentu trenutno djeluje sedam stranačkih skupina.<sup>3</sup>

McCormick (2010: 84) naglašava važnost stalnih odbora i *ad hoc* odbora u radu Europskog parlamenta. Oni se sastaju kako bi razmotrili prijedloge zakonodavnih akata relevantnih za njihova područja ili provodili parlamentarne istrage. „Odbori imaju vlastitu hijerarhiju, koja odražava snagu parlamentarnog utjecaja na različita područja javnih politika: među najmoćnijim odborima su oni koji se bave okolišem i proračunom EU-a“ (*ibid.*). Mjesta u odboru, navodi dalje McCormick (*ibid.*), raspodjeljuju se na osnovi ravnoteže stranačkih skupina, starosti članova Parlamenta i nacionalnih interesa.

Europski parlament ima tri bitne funkcije: zakonodavnu funkciju, nadzor nad Europskom komisijom i usvajanje proračuna EU-a. Na inicijativu Europske komisije, zajedno s Vijećem ministara, EP donosi propise i bez većine glasova u EP-u propisi ne mogu biti prihvaćeni (Čapeta i Rodin, 2011: 34). Što se tiče nadzora nad Europskom komisijom, EP može „politički utjecati na postupak izbora članova Komisije, te može, dvotrećinskom većinom, izglasati povjerenje ili nepovjerenje citavoj Komisiji“ (*ibid.*). Na kraju, Parlament s Vijećem ministara dijeli ovlast donošenja proračuna EU-a pa se te dvije institucije nazivaju „proračunskom vlašću“ (McCormick, 2010: 85) – one raspravljaju o izmjenama i dopunama proračuna, odobravaju proračun ili ga, u konačnici, odbijaju. Osim toga EP kontrolira njegovo izvršenje od strane Komisije (Čapeta i Rodin, 2011: 34). Laïdi (2014: 61) je Europski parlament, u smislu njegove institucionalne snage, opisao kao instituciju koja ima ograničene, ali ne i marginalne ovlasti.

Međutim, jedan od ključnih problema Parlamenta, kako tvrdi McCormick, pitanje je njegove vjerodostojnosti: iako je EP „najdemokračnija od svih institucija EU, jer je jedina institucija čije članove izravno biraju glasači u državama članicama, mali broj građana EU uopće zna čime se on bavi, a građani nisu uspostavili isti tip psihološke veze s Europskim parlamentom kao sa svojim nacionalnim parlamentima“ (2010: 82).

Hix (2005: 175-176) podsjeća da su izbori i stranačko nadmetanje glavni mehanizmi predstavničke demokracije, a Europska je unija nakon 1979. izabrala model predstavničke demokracije za izbor članova EP-a, koji time dobiva snažniju ulogu u odnosu na Vi-

<sup>2</sup> Prema Lisabonskom ugovoru ni jedna zemlja članica ne može u Europskom parlamentu imati manje od šest, a više od 96 zastupnika; <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/0046fcc11/Elections.html> (11.04.2014.).

<sup>3</sup> Group of the European People's Party (Christian Democrats), Group of the Progressive Alliance of Socialists and Democrats in the European Parliament, Group of the Alliance of Liberals and Democrats for Europe, Group of the Greens / European Free Alliance, European Conservatives and Reformists Group, Confederal Group of the European United Left – Nordic Green Left, Europe of Freedom and Democracy Group te nesvrstani zastupnici.

jeće i Komisiju, no njegova konstitutivna ograničenja ostaju. U tom smislu rasplamsala se rasprava o „demokratskom deficitu“, prema kojoj je Europski parlament jednostavno preslab, a Europska unija „predaleka“ – građani je ne razumiju, a i ne mogu na izborima izravno glasati o zajedničkim europskim temama, osim putem referendumu o nekim posebnim pitanjima, kao što je proširenje. Europska komisija, iz perspektive građana, nije ni vlada ni birokracija i služi se nerazumljivim opskurnim procedurama, a Vijeće je jedino tijelo na svijetu u demokratskom svijetu koje odluke donosi – iza zatvorenih vrata. I donošenje odluka o politikama više je tehnokratsko nego političko. Rezultat je da EU donosi odluke koje ne podržava većina stanovnika država članica, kao što je neoliberalni regulatorni model zajedničkog tržišta, monetarni okvir u eurozoni, kao i dio poljoprivredne politike (Hix, 2005: 177).

Kad su održani prvi europski izbori 1979. godine, mnogi su tvrdili da će to ojačati demokratsku legitimaciju EP-a. Međutim, nakon šest izbornih ciklusa jasno je da će se takva optimistična predviđanja teško ostvariti, prije svega zato što izbori za EP i dalje imaju status „drugorazrednog nacionalnog natjecanja“ (Hix, 2005: 193), odnosno „drugorazrednih izbora“, kako su to izvorno definirali Karlheinz Reif i Hermann Schmitt (1980). U svojoj puno puta citiranoj studiji oni navode kako se izbori za Europski parlament vode oko nacionalnih političkih tema i tiču se nacionalnih političkih stranaka kojima je cilj pobijediti na vlastitoj nacionalnoj pozornici. Reif i Schmitt smatraju (1980: 9) kako je jedno od ključnih obilježja „drugorazrednih izbora“ percepcija birača da su uloži manji, odnosno da nemaju puno za izgubiti te da zbog toga izbori toga ranga obično imaju četiri ključne posljedice: slabiji odaziv birača, veću vjerojatnost za uspjeh malih ili novih stranaka, veći broj nevažnih (protestnih!) listića i poraz na izborima stranke na vlasti.

Hix (2005: 193), pozivajući se na Anthonyja Heatha i dr. (1999), tvrdi kako stranke i dalje sve izbore – osim prvorazrednih nacionalnih parlamentarnih izbora (dakle i europske i regionalne i lokalne) – tretiraju više kao „natjecanja ljepote“ nego kao prave izbore. Jednostavno, europske izbore birači smatraju manje važnima od nacionalnih. Ponekad, kao u slučaju Danske ili Velike Britanije, to dovodi do izbora ekstremnijih stranaka i zastupnika u Europski parlament jer se time izražava neslaganje s *mainstream*-strankama u vlastitoj državi (Hix, 2005: 195). Na neki način to se dogodilo i u Hrvatskoj, gdje je na prvim euroizborima pobjedu odnijela oporbena desna koalicija Hrvatske demokratske zajednice (HDZ), u kojoj je uvjerljivo najveći broj preferencijskih glasova osvojila izrazito desno orijentirana čelnica Hrvatske stranke prava dr. Ante Starčević (HSP AS) Ruža Tomašić.

Do 1979. članove EP-a nominirali su nacionalni parlamenti među svojim zastupnicima. To je značilo da stranke koje nisu bile prisutne u nacionalnim parlamentima nisu mogle biti ni u EP-u, i, što je još važnije, bile su i prezauzete da bi se stigle baviti samo Europskim parlamentom. Tada je odlučeno da se održavaju univerzalni, opći izbori na kojima se danas u svim zemljama primjenjuje neka varijanta razmjernog izbornog sustava. Time su, međutim, oslabjeli odnosi EP-a i nacionalnih parlamenata. Neill Nugent (1994: 212) navodi kako su članovi EP-a često politički „slabi“, odnosno slabiji od kolega u nacionalnim parlamentima. Ključni politički igrači na nacionalnim pozornicama obično se ne natječu za EP, a

odredba<sup>4</sup> po kojoj zastupnici u nacionalnim parlamentima ne mogu biti zastupnici i u EP-u nije u tom smislu pomogla. Ipak, većina zastupnika u EP-u na kraju jesu ugledne osobe s velikim javnim iskustvom.

Daniel Stockemer (2012: 26), koji je istraživao vezu između podrške građana Europskoj uniji i participacije na euroizborima, upozorava kako je i dalje dominantna paradigma o izborima za Europski parlament kao drugorazrednom nacionalnom natjecanju, kao i percepcija da su ti izbori „manje važni“. Na euroizbore 2009. izišlo je, prema podacima Europskog parlamenta, samo 43 % građana, što je pad od oko 20 % u odnosu na 1979. godinu kada je ta izlaznost iznosila 61,99 %.<sup>5</sup> Na izborima 2014. odaziv je bio gotovo jednak, samo 43,09 % građana, što je, uz izbore 2009., najniži odaziv u povijesti euroizbora. Iako jedan dio znanstvenika smatra da sve slabiji odaziv treba shvatiti kao izraz biračke apatije i nezadovoljstva funkcioniranjem EU demokracije (Stockemer, 2012: 26), velik broj autora ipak nije zabrinut takvim ustaljenim negativnim trendovima. Primjerice, Reif i Schmitt još su 1980. kazali kako takav odnos građana nije povezan s euroskepticizmom i opozicijom prema EP-u jer se izbori za EP ne tiču EU-a općenito, već ih stranke, mediji i birači tretiraju prvenstveno kao nacionalna natjecanja. Međutim, Stockemer (2012) u svojoj analizi rezultata Eurobarometrovih istraživanja pokazuje kako je veća podrška Europskoj uniji ipak izravno povezana i s odazivom na EP izbore: oni građani koji smatraju da je članstvo u EU-u „dobra stvar“ radije izlaze na euroizbore. Odaziv na izborima za EP, prema Stockemerovu istraživanju (2012: 28), izravno je povezan sa stavom građana o EU-u općenito, što je, zanimljivo, suprotno situaciji u Hrvatskoj u kojoj je zabilježena jedna od najnižih izlaznosti na euroizborima, dok se na referendumu 2012. godine više od dvije trećine građana izjasnilo za ulazak u EU.

### Medijsko praćenje europskih izbora i „komunikacijski deficit“

Claes H. de Vreese i drugi (2006a: 477) u studiji „Medijsko praćenje izbora za Europski parlament 2004. godine“, u kojoj su prikazali rezultate istraživanja u čak 25 država članica, dali su jedinstven paneuropski pogled na trendove u izvještavanju medija o europskim izborima, prateći po tri dnevna lista i po dvije televizijske postaje u svakoj državi članici u razdoblju od dva tjedna prije euroizbora. Rezultati njihova istraživanja pokazali su da su izbori za Europski parlament bili vidljiviji u 10 novih država članica EU-a nego u 15 starih članica, a glavni akteri u medijskim izvještajima bili su mahom nacionalni politički igrači, a ne europski. U 15 starih država članica vijesti o EU-u generalno su negativno intonirane, dok su u novim članicama ti obrasci kombinirani. U svojoj analizi autori su proučavali opće medijsko okruženje u EU-u za vrijeme kampanje 2004. godine i zaključili da ih je obilježio nizak intenzitet kampanje i nacionalna agenda umjesto EU agende. Vidljivost Europske unije i općenito reprezentacija europskih tema u nacionalnim medijima obrađivana je u brojnim drugim studijama (de Vreese i dr., 2006b; Anderson i McLeod, 2004; de Vreese, 2003; Norris, 2000) sa sličnim zaključkom: europske teme relativno su slabo zastupljene, a negativne vijesti ili nedostatak vijesti o EU-u pridonosi izostanku legitimacije institucija

<sup>4</sup> Council Decision of 25 June 2002 and 23 September 2002 amending the Act concerning the election of the representatives of the European Parliament by direct universal suffrage, annexed to Decision 76/787/ECSC, EEC, Euratom. *Official Journal of the European Communities*. L 283: 1-4, 21. 10. 2002. 2002/772/EC, Euratom.

<sup>5</sup> <http://www.results-elections2014.eu/en/turnout.html> (25.06.2014.); sam Stockemer (2012: 27) navodi nešto drukčije podatke: izlaznost od 67,6 % 1979. i 46,2 % 2009. godine.

EU-a i ne pomažu stvaranju zajedničkog europskog identiteta. Peter Anderson i Aileen McLeod (2004), kao i Christoph Meyer (1999), govore o tzv. „komunikacijskom deficitu“, odnosno neučinkovitosti europskih institucija da iskoriste medije kako bi izgradili europski identitet i uspostavili čvršću vezu građana i institucija EU-a. Oni naglašavaju kako konkretno u slučaju Europskog parlamenta odgovornost nije samo na Parlamentu već i „na vladama država članica i raznim drugim nacionalnim proeuropskim stranačkim mašinerijama koje bi na svojim područjima trebale srčano promovirati ulogu Parlamenta“ (Anderson i McLeod, 2004: 916). Međutim, recentno paneuropsko istraživanje medijskog izvještavanja o europskim izborima, onima održanim 2009. godine, pokazalo je da se vidljivost euroizbora ipak općenito povećava te da ona ovisi o intenzitetu stranačkih sukoba oko europskih pitanja – tamo gdje je sukoba više, vidljivost je veća (Schuck i dr., 2011). Podjela na „stare“ i „nove“ članice, kad je u pitanju vidljivost EU-a, uočena na izborima 2004., na izborima 2009. potpuno je izostala: „razlike u vidljivosti među zemljama mogu se prije objasniti individualnim razlikama među tim zemljama negoli podjelom na Istok – Zapad ili Sjever – Jug“, zaključuju Andreas Schuck i drugi (2011: 47). Međutim, dominacija domaćih aktera u odnosu na europske potvrđena je i ovoj studiji.

Sažimajući zaključke niza istraživanja o reprezentaciji EU-a u nacionalnim medijima de Vreese i drugi (2006a: 479) navode kako sljedeća tri aspekata izvještavanja o EU-u posebno intenzivno utječu na percepciju javnosti: vidljivost EU-a u medijskom izvještavanju, europski karakter izvještavanja i ton izvještaja. Upravo ti aspekti čine okosnicu analize izvještavanja hrvatskih medija o prvim europskim izborima održanim u Hrvatskoj, 28. članci EU-a, u travnju 2013. godine.

## KONTEKST ODRŽAVANJA PRVIH EUROPSKIH IZBORA U RH

### Hrvatska i Europska unija

Jedan od glavnih ciljeva vanjske politike Republike Hrvatske bio je ulazak u punopravno članstvo Europske unije. Hrvatska je podnijela zahtjev za punopravnim članstvom 21. veljače 2003. godine, a službeni status kandidata za članstvo u Europskoj uniji dobila je 18. lipnja 2004. Pristupni pregovori, koji su trebali započeti u ožujku 2005., odgođeni su, a kao uvjet za početak pregovora istaknuta je potpuna suradnja s haškim sudom za ratne zločine počinjene na području bivše Jugoslavije. Pregovori su službeno otvoreni 3. listopada 2005. godine, nakon što je glavna haška tužiteljica potvrdila potpunu suradnju Hrvatske s Međunarodnim sudom za ratne zločine na području bivše Jugoslavije u Haagu.

Nakon više od osam godina od podnošenja zahtjeva za članstvo te gotovo šest godina pregovaranja 10. lipnja 2011. José Manuel Barosso predložio je u ime Europske komisije zatvaranje pristupnih pregovora s Hrvatskom. Tu je odluku 24. lipnja iste godine podržalo i Europsko vijeće pozivajući na zatvaranje preostalih pregovaračkih poglavlja do kraja lipnja 2011. te na potpisivanje pristupnog ugovora s Hrvatskom do kraja iste godine. Ugovor o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji potpisan je u Bruxellesu 9. prosinca 2011. godine. Konačno, 1. srpnja 2013. godine Hrvatska je postala punopravnom članicom Eu-

ropske unije. Izbori za zastupnike u Europskom parlamentu održani su gotovo tri mjeseca prije, 14. travnja 2013.

### **Način i rezultati izbora hrvatskih zastupnika u Europski parlament**

Prvi europski izbori održani su u Hrvatskoj po novim izbornim pravilima, prema načelu proporcionalnosti, preferencijskim glasovanjem, s kojim su se hrvatski birači prvi put susreli. Cijela Hrvatska bila je jedna izborna jedinica, a birači su imali pravo zaokruživati stranku (koaliciju, nezavisnu listu), ali i svoj preferencijski glas dati jednom od kandidata s liste za koju su se odlučili. Dvanaest mandata najprije se razdijelilo kandidacijskim listama proporcionalno broju glasova koje su dobile prema D'Hondtovoju metodi. Zatim su se mandati unutar lista dodijelili pojedinačnim kandidatima koji su dobili najviše preferencijskih glasova. Da bi njihovi preferencijski glasovi vrijedili, kandidati su morali dobiti barem 10 % ukupnog broja glasova koje je dobila njihova lista. Ako dva ili više kandidata dobiju isti broj preferencijskih glasova, odlučujući je poredak na listi kandidata. Poredak je također odlučujući ako na listi više nema kandidata s više od 10 % preferencijskih glasova. Osim toga birači su imali mogućnost davanja glasa kandidacijskoj listi a da ne zaokruže broj ispred pojedinačnog kandidata unutar te liste – dakle, mogli su glasati i samo za listu. Takvi glasovi uzeli su se u obzir pri dodjeljivanju mandata pojedinim listama, a nisu imali utjecaja na dodjelu mandata pojedinim kandidatima na listi. Ipak, prednost je preferencijskoga glasanja ta da sami birači biraju kandidate neovisno o redoslijedu na listi. U raspodjeli mandata sudjelovale su samo one kandidacijske liste koje su dobile više od 5 % svih glasova birača koji su sudjelovali na izborima na području Republike Hrvatske te na biračkim mjestima u inozemstvu.<sup>6</sup>

Izborni sustav bio je novitet za Hrvatsku, što je vjerojatno također utjecalo na izrazito nizak odaziv na prve euroizbore u Hrvatskoj (tek 20,84 %), uz relativno visok postotak nevažećih listića (5,07 %). S druge strane, Reif i Schmitt (1980: 9) oba ta elementa, kao što je istaknuto prije, smatraju tipičnim obilježjima „drugorazrednog nacionalnog natjecanja“, kakvo je izbor za Europski parlament.

### **Rezultati izbora za Europski parlament u Hrvatskoj**

Na izborima za Europski parlament u Hrvatskoj 14. travnja 2013. godine najviše glasova osvojila je lista koalicije koju su činili Hrvatska demokratska zajednica, Hrvatska stranka prava dr. Ante Starčević i Blok umirovljenici zajedno, s 32,96 % glasova, što im je osiguralo šest mandata (pet iz HDZ-a, jedan iz HSP AS-a). Lista koalicije koju su činile Socijaldemokratska partija, Hrvatska narodna stranka i Hrvatska stranka umirovljenika osvojila je neznatno manje glasova – 32,07 %, što im je osiguralo pet mandata u EP-u. S 5,77 % glasova jedan mandat osvojili su i Hrvatski laburisti – Stranka rada. Glasovi koje je osvojila nezavisna lista predsjednika IDS-a Ivana Jakovčića (3,84 %) mogli su donijeti prevagu pobjedi vladajuće SDP-ove koalicije da je u vladajućem savezu bilo sloge. IDS je, naime, u trenutku održavanja euroizbora u Hrvatskoj na nacionalnoj razini i dalje bio članom vladajuće ko-

<sup>6</sup> Na izborima za Europski parlament kandidiralo se ukupno 28 koalicija, stranaka ili nezavisnih lista – koalicija HDZ – HSP AS – BUZ, koalicija SDP – HNS – HSU, Hrvatski laburisti – Stranka rada, koalicija HSS – HSL, kandidacijska lista grupe birača Ivan Jakovčić, koalicija HDSSB – HDSSD – Zeleni Hrvatske, Hrast, Akcija mladih, SU, HSP, Zeleni zajedno, PS, A-HSS, koalicija ASH – DSŽ – SP – SUH, DC, HČSP, Glas razuma, Abeceđa, ABH Jedino Hrvatska, OS, HRS, NS – NSS, Pokret za modernu Hrvatsku, HV, AMD, NSH, SRP, A-HSP i ZNI.



alicije i Vlade, no zbog sukoba koji su u tom trenutku potresali odnose SDP-a i IDS-a, Ivan Jakovčić odlučio se za samostalan nastup na euroizborima. Nije uspio ostvariti mandat, no njegovih 3,84 % glasova moglo je biti presudno za pobjedu SDP-ova saveza. Prema broju preferencijskih glasova zastupnik koji je osvojio najviše glasova bio je kandidat SDP-a Tonino Picula, koji je pojedinačno dobio 112 559 glasova ili 47,34 %, dok je na zajedničkoj listi HDZ-a, HSP AS-a i BUZ-a kandidatkinja HSP AS-a Ruža Tomašić osvojila najviše glasova, 64 758 ili 26,58 %, dakle više od svih kandidata HDZ-a kao stranke nositelja koalicije, koji su dobili maksimalno 37 546 glasova ili 15,41 % (Andrej Plenković).

## METODA ISTRAŽIVANJA I ISTRAŽIVAČKI NACRT

Ole R. Holsti (1969: 14) određuje analizu sadržaja kao „bilo koju tehniku koja donosi zaključke na temelju objektivnog i sustavnog identificiranja određenih obilježja poruka“. Budući da je ključni cilj ovog istraživanja istražiti učestalost pojavljivanja određenih elemenata na relativno velikom broju jedinica, analiza sadržaja identificirana je kao najpri-mjerenija metoda. U usporedbi s čisto kvalitativnim metodama, koje svoje spoznaje temelje na malom broju jedinica, analiza sadržaja, kao hibridna metoda, koja se bazira prije svega na brojanju i mjerenju većeg broja nekih jedinica, ali koja pridaje mnogo pažnje „vrstama“, 'kvalitetama' i 'razlikama' u samom tekstu" (Bauer, 2000: 132), činila se adekvatnom za ovaj tip istraživanja.

Njezina najveća prednost u usporedbi s interpretativnim metodama jest upravo njezina sposobnost da generalizira i procesira velik broj jedinica: "Dok neke vrste tekstualne analize zadiru duboko u značenje jednog određenog teksta ili malog broja tekstova, analiza sadržaja nam dopušta da analiziramo velik broj tekstova" (Hesmondhalgh, 2006: 120). Međutim, još uvijek je dovoljno osjetljiva na razlike između različitih „vrsta“ i „kvaliteta“ unutar teksta, što je bitno za kvalitetu analize.

U ovom istraživanju obrađeno je ukupno 156 novinskih članaka objavljenih od 2. do 16. travnja 2013. godine u dva najčitanija hrvatska dnevnika, *Jutarnjem listu* i *Večernjem listu* (izuzme li se tabloid *24 sata*)<sup>7</sup> te *Novom listu*, regionalnom listu koji ima nacionalnu prepoznatljivost i distribuciju i koji se profilirao kao „ozbiljan“ *broadsheet*-dnevnik te nije u vlasništvu ni jednog od dva vodeća medijska koncerna u Hrvatskoj.<sup>8</sup> Jedinica analize pritom je članak u kojem se spominju izbori za Europski parlament („euroizbori“, „izbori za Europarlament“, „europski izbori“ i sl.). Analizirano razdoblje obuhvaća ukupno petnaest dana, od toga jedanaest dana službene izborne kampanje, jedan dan izborne šutnje, sam dan izbora i dva dana nakon izbora. Raspon od dva tjedna definiran je sukladno sličnim

<sup>7</sup> Prema istraživanju agencije IPSOS Puls za razdoblje od listopada do prosinca 2013. čitanost (Average Issue Readership) *Jutarnjeg lista* iznosila je 7,8 %, a *Večernjeg lista* 7,4 %. *24 sata* s 21,7 % daleko je najčitaniji dnevnik u Hrvatskoj; međutim, riječ je o tabloidu ili u najboljem slučaju, prema Sparksovoj klasifikaciji (2000: 15), o „kiosk-tabloidu“ (*newsstand tabloid press*), koji smo, zbog svoje sadržajne orijentacije, odlučili izostaviti iz ove analize.

<sup>8</sup> *Jutarnji list* u vlasništvu je medijskog koncerna Europa Press Holding, a *Večernji list* u vlasništvu je medijske grupe Styria. Prema Sparksovoj nijansiranoj kategorizaciji (2000: 14-16), koja nadilazi grubu podjelu na „ozbiljne“ i „tabloidne“ novine (*broadsheet vs. tabloid press*), *Novi list* pripadao bi skupini „ozbiljnih“ (*serious press*) ili „poluozbiljnih novina“ (*semi-serious press*), koje imaju sličan sadržaj kao ozbiljne novine, ali i sve veći broj „mekih“ vijesti, ljudskih priča i vizualnih elemenata. S druge strane, *Večernji list* pripadao bi ili skupini „poluozbiljnih novina“ ili „ozbiljnih popularnih novina“ (*serious popular press*), koje imaju snažnu vizualnu dimenziju i sadrže mnoštvo skandala, sportskih zabavnih sadržaja, ali još uvijek imaju informativnu dimenziju kao ozbiljne novine, dok bi *Jutarnji list* svakako pripadao skupini „ozbiljnih popularnih novina“.

istraživanjima koja su se bavila analizom medijske reprezentacije euroizbora (de Vreese i dr., 2006a), a takvim odabirom vremenskog razdoblja obuhvatilo se i prve izvještaje nakon izbora kako bi se utvrdio interes medija za određene teme, presudne za funkcioniranje demokracije (primjerice odaziv birača). Službena izborna kampanja trajala je od 21. ožujka do 13. travnja 2013. godine, a izbori su održani 14. travnja 2013.

Sukladno ključnim ciljevima ovog istraživanja – utvrditi vidljivost informacija o Europskom parlamentu i euroizborima, utvrditi prisutnost određenih tema i aktera u izvještajima o izborima za EP i istražiti vrijednosnu orijentaciju novina prema domaćim i inozemnim akterima te identificirati eventualne razlike u izvještavanju među novinama – istraživačke kategorije u matrici grupirane su u tri skupine.<sup>9</sup> Prvi dio matrice bavi se strukturom članaka (veličina članaka, vrsta priloga i prisutnost na naslovnici); drugi dio matrice bavi se analizom naslova, i to posebno vrijednosnom orijentacijom naslova prema ključnim akterima i institucijama (hrvatskim strankama, nezavisnim listama i kandidatima, Vladi RH te Europskoj uniji i njezinim institucijama i akterima); treći, posljednji dio matrice analizira sam sadržaj teksta. U tom dijelu nastoji se istražiti vrijednosna orijentacija članaka prema ključnim akterima i ispitati zastupljenost (ili izostanak!) određenih tema i aktera u medijskom izvještavanju. Ovdje valja naglasiti kako cilj istraživanja nije bio utvrditi eventualno postojanje pozitivnog ili negativnog sentimenta ili pristranosti prema konkretnim strankama i listama, odnosno koalicijama ili kandidatima. Cilj je istraživanja bio identificirati raspoloženje hrvatskog tiska prema ključnim domaćim akterima i institucijama u usporedbi s raspoloženjem novina prema europskim akterima i institucijama. Posljednji dio matrice dizajniran je kako bi pokazao koje su teme i koji akteri dominirali izvještajima o euroizborima, odnosno u kojoj su se mjeri novine bavile unutarnjopolitičkim temama ili samom kampanjom, a u kojoj su mjeri informirale građane o načinu rada Europskog parlamenta ili o drugim temama vezanim uz EU. U tom je kontekstu pitanje odaziva, odnosno participacije birača izdvojeno kao zasebna tema. Ono se, prije svega, odnosi na pozive biračima da iziđu na izbore, kao i na kritike zbog mogućeg ili u konačnici slabog odaziva. Intencija je bila utvrditi je li za medije izborna participacija građana uopće relevantno pitanje. Za testiranje pouzdanosti matrice korišten je jednostavan Holstijev test koji je proveden na 23 članka i koji je iznosio 0,93.<sup>10</sup>

## INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

### Struktura članaka

Od ukupno 156 članaka koji su u tri analizirana dnevna lista objavljeni u razdoblju od dva tjedna uoči, za vrijeme i nakon euroizbora održanih 14. travnja 2013. godine gotovo polovica, čak 73 članka, objavljena je na dan izbora i u prva dva dana nakon izbora. Ti su članci mahom sadržavali informacije o izlaznosti ili rezultatima izbora.

Najveći broj tekstova o izborima za Europski parlament objavljen je *Novom listu*, ukupno 70 članaka, od čega 32 članka na dan izbora i dva dana nakon izbora, a 38 uoči izbora

<sup>9</sup> Za cjelovitu matricu obratite se autoricama.

<sup>10</sup> Holstijev (1969) test pouzdanosti računa se formulom  $2A/(N1+N2)$ , pri čemu je A broj odgovora u kojima se koderi slažu, a N1 i N2 broj odgovora koje je kodirao svaki koder.

(vidi tablicu 1). Znatno manji broj članaka objavljen je u *Večernjem listu*, 47, od čega 27 uoči izbora te 20 na dan izbora i nakon izbora. Najmanje je članaka objavljeno u *Jutarnjem listu*, u kojemu je više od polovice svih članaka na temu euroizbora objavljeno na sam dan izbora ili nakon izbora – 21 od ukupno 39. Veliki interes *Novog lista* za euroizbore očekivan je s obzirom na „ozbiljan“ profil lista.

Tablica 1: Broj članaka (f)

(f)	Jutarnji list	Večernji list	Novi list	UKUPNO
Članci objavljeni prije izbora	18	27	38	83
Članci objavljeni na dan izbora ili nakon izbora	21	20	32	73
UKUPNO	39	47	70	156

Dobiveni podaci ukazuju na to da je u sva tri analizirana lista, u 12 dana predizborne kampanje, u prosjeku dnevno objavljeno 6,9 članaka o euroizborima (ili 2,3 članka po listu), dok su na sam dan izbora i u dva dana nakon izbora u prosjeku dnevno objavljena 24,3 članka (ili 8,1 članak po listu). Drugim riječima, broj članaka objavljen na sam dan izbora i u danima nakon kampanje u odnosu na razdoblje izborne kampanje utrostručio se.<sup>11</sup>

Zanimljivo je da je od ukupno 156 analiziranih članaka samo njih 20 našlo svoje mjesto na naslovnica analiziranih novina. U navedenom razdoblju kampanje na naslovnica analiziranih novina pojavilo se tek 12 najava, dakle u prosjeku jedna najava dnevno u sva tri lista, a na sam dan izbora i u dva dana nakon izbora ukupno 8 najava ili u prosjeku 2,7 najava dnevno u sva tri lista. Taj podatak govori u prilog tezi o „drugorazrednom“ karakteru europskih izbora, barem kad je u pitanju interes medija za te izbore. Isto tako odnos broja objavljenih tekstova u 12 dana kampanje i u samo tri dana za vrijeme i nakon izbora govori o tome da se kampanja pratila tek djelomično i površno, a velik broj tekstova na dan izbora i u samo dva dana nakon izbora valja pripisati iznenađujućoj pobjedi oporbenog saveza HDZ-a nad vladajućom SDP-ovom koalicijom i iznimno slabom odazivu koji su novine kritizirale. Da se to nije dogodilo, za pretpostaviti je da bi euroizbori bili popraćeni još slabije i neatraktivnije. Zanimljivo je da na sam dan prvih euroizbora u povijesti Hrvatske jedan od tri analizirana lista nije uopće na naslovnici imao informaciju o tome – radi se o *Jutarnjem listu* koji je svoj nedjeljni broj 14. travnja 2013. posvetio reportaži potpuno drugog sadržaja te se, gledajući tu naslovnici, ni po čemu nije moglo saznati da se toga dana u Hrvatskoj održavaju izbori.

Što se tiče veličine najava na naslovnica, rezultati ukazuju na poprilične razlike među analiziranim novinama. U *Novom listu* svih šest najava imalo je dominantnu ulogu na naslovnici (tri su objavljene prije izbora, a tri nakon izbora, odnosno na dan izbora), iz čega se može zaključiti da tekstovi vezani za euroizbore nisu često dospijevali na naslov-

<sup>11</sup> U ovom su članku kao indikatori zastupljenosti teme korišteni: a) broj članaka (i najava) objavljenih u svakom od listova b) prosječan broj članaka (i najava) objavljenih dnevno u svakom od listova; c) omjer između broja članaka (i najava) objavljenih u kampanji i broja članaka (i najava) objavljenih na sam dan te neposredno nakon izbora, d) veličina članaka i e) veličina najava na naslovnica. Međutim, valja istaknuti kako bi još relevantniji pokazatelj zastupljenosti teme bila usporedba broja članaka koji sadrže istraživani sadržaj s brojem članaka koji sadrže neke druge sadržaje u relevantnim rubrikama pa se takav kriterij može primjeniti u budućim, sveobuhvatnijim analizama medijskog izvještavanja o europskim izborima u Hrvatskoj.

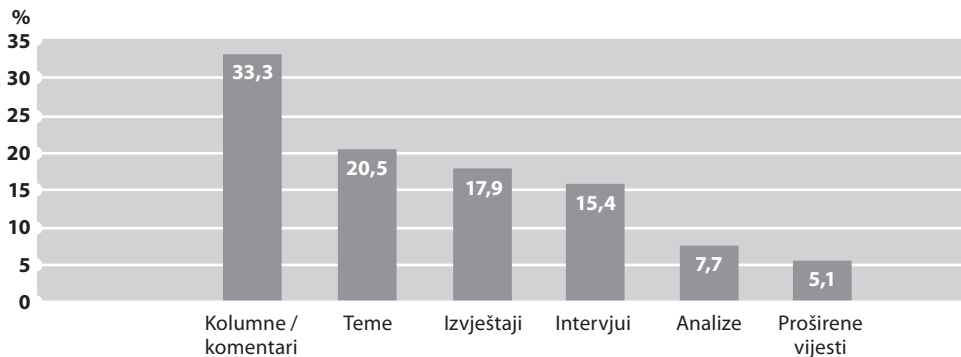
nicu, ali kada se to dogodilo, zauzimali su mjesto najvažnijeg događaja koji je obilježio taj dan. U *Večernjem listu* pet najava dominiralo je na naslovnici (dvije prije izbora, tri na dan izbora i nakon izbora); četiri su najave imale osrednju, a jedna najava malu važnost na stranici. U *Jutarnjem listu* tek su dvije najave dominirale naslovnicom (obje objavljene nakon izbora i tada su zauzele cijelu naslovnu stranicu), a dvije su bile manje od četvrtine stranice.

Kao što se vidi iz tablice 2, svi analizirani listovi imali su prilično velik broj članaka koji je teme obradio opširnije, na dvije stranice; međutim, u *Novom listu* dominirali su, za razliku od *Jutarnjeg* ili *Večernjeg lista*, manji tekstovi, od četvrtine stranice ili manje, što je dokaz veće frekvencije klasičnog dnevnog izvještavanja iz kampanje koje podrazumijeva veći broj „običnih“ vijesti ili izvještaja manje opće važnosti.

Tablica 2: Veličina članaka (f)

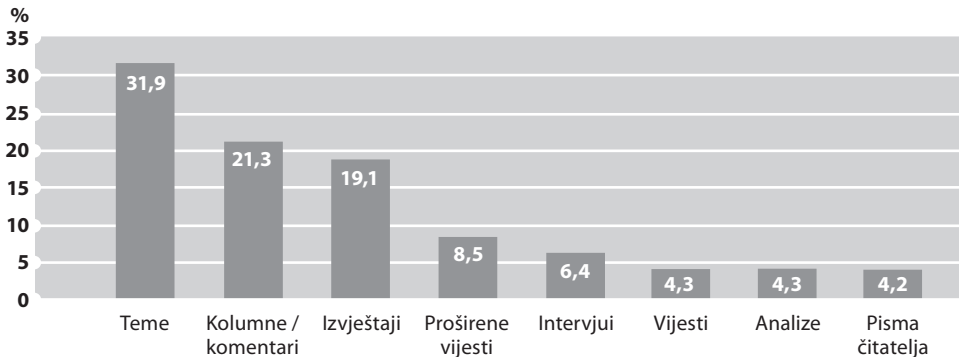
(f)	Jutarnji list	Večernji list	Novi list
Dvije stranice ili „lažna duplerica“	14	18	17
1 stranica	4	2	6
2/3 stranice	2	1	4
1/2 stranice	2	3	5
1/3 stranice	5	7	0
1/4 stranice ili manje	12	16	38

Što se tiče vrsta priloga, u *Jutarnjem listu*, kao što se vidi iz grafikona 1, najveći postotak tekstova otpada na kolumne i komentare (33,3 %), zatim na proširene izvještaje ili „teme“ (20,5 %) i klasične izvještaje (17,9 %). S druge strane, najmanji broj članaka čine intervjui, analize i proširene vijesti.



▲ Grafikon 1.  
Vrsta priloga u *Jutarnjem listu* (%)

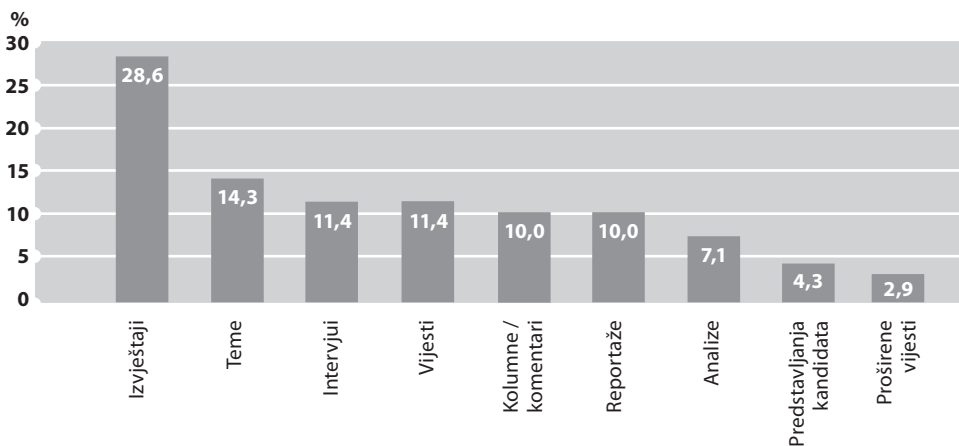
U *Večernjem listu* (vidi grafikon 2) najveći postotak tekstova otpada na proširene izvještaje, odnosno „teme“ (31,9 %), zatim na kolumne i komentare (21,3 %) te klasične izvještaje (19,1 %).



▲ Grafikon 2.  
Vrsta priloga u *Večernjem listu* (%)

*Večernji list* posvetio je relativno malo prostora vijestima, analizama i intervjuima. Zanimljivo je da su predstavljanja kandidata u *Jutarnjem listu* i *Večernjem listu* potpuno izostala, dok su komentatorske forme u ta dva lista bile izrazito zastupljene.

Grafikon 3 prikazuje strukturu tekstova u *Novom listu*, u kojem najveći postotak tekstova čine izvještaji (28,6 %), zatim „teme“ (14,3 %), intervjui i vijesti (po 11,4 %) te komentari i reportaže (po 10 %). U usporedbi s *Večernjim listom* i *Jutarnjim listom* *Novi list* ima puno raznolikiju strukturu tekstova koja uključuje i reportaže te predstavljanja kandidata.



▲ Grafikon 3.  
Vrsta priloga u *Novom listu* (%)

Komparativna analiza strukture članaka u ta tri lista ukazala je i na druge važne razlike u plasmanu i obradi ove teme između analiziranih novina. Kao prvo, *Novi list* ostao je vjeran „tradicionalnom“ pisanju o izborima jer u njemu uvjerljivo dominiraju izvještaji. Nadalje, euroizbori u *Novom listu* tretirani su kao važna tema pa su se tako tekstovi o europskim izborima u analiziranom razdoblju našli na šest naslovnica na kojima su zauzimali dominantno mjesto. Za razliku od *Novog lista* u *Jutarnjem listu* izbori su praćeni vrlo općenito, bez klasičnog izvještavanja. U tom listu klasično praćenje izborne kampanje gotovo je potpuno izostalo: nema ni jednog klasičnog predstavljanja kandidata, nema ni jedne vijesti o kampanji u užem smislu, a izvještaja je relativno malo, tek 7. Jedini klasični izvještaj s nekog stranačkog skupa bio je izvještaj sa skupa koalicije HDZ-a, HSP AS-a i BUZ-a iz Zagreba, i to od 11. travnja kada se jedan od kandidata BUZ-a osvrnuo na povijesno značenje 10. travnja (datum osnivanja NDH-a), te je kampanja u tom trenutku poprimila polemične tonove („10. travnja je povijesni dan! Skandalozna izjava HDZ partnera pred EU izbore“, *JL*, 11. travnja 2013.).

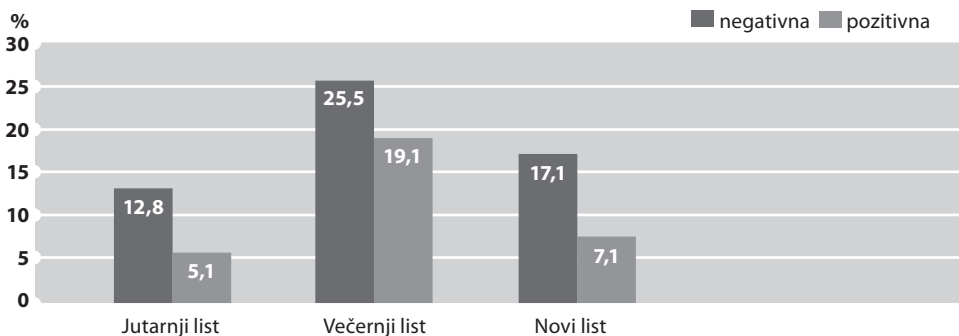
Za razliku od *Novog lista*, koji je pretežno izvještavao, *Jutarnji list* je pisao o europskim izborima uglavnom tematski (o izbornom sustavu, premda samo dvaput, odazivu, kampanji, troškovima kampanje) te komentatorski, zbog čega je manji broj tekstova završio na naslovnici, a više ih je objavljeno u drugom dijelu lista. To znači da je *Jutarnji list* pretežno analitički pratio izbore, što se vidi iz broja objavljenih komentara/kolumni koji čine gotovo trećinu svih tekstova, a neke kolumne su najavljene i na naslovnici, kao primjerice kolumna Miljenka Jergovića, negativno intonirana prema ulasku Hrvatske u EU („U Europu bez sira, vrhnja i Coca-Cole“, *JL*, 2. travnja 2013.). Sukladno svom atraktivnom vizualu *Jutarnji list* objavio je više od trećine članaka na dvije stranice ili na tzv. lažnim duplericama, dok su četiri objavljena na cijeloj jednoj stranici. Poput *Jutarnjeg lista* i *Večernji list* objavio je velik dio tekstova u obliku komentara/kolumni ili proširenih izvještaja dok je klasičnih izvještaja bilo relativno malo. Iako je relativno velik broj tekstova – gotovo četvrtina – bio plasiran na naslovnoj stranici, oni su, za razliku od *Jutarnjeg lista* i *Novog lista*, rijetko imali dominantnu poziciju. Međutim, kao i druga dva lista, *Večernji list* imao je relativno velik broj duplerica ili „lažnih duplerica“ – 18 od 47 tekstova, od čega ih je 15 bilo na 2. i 3. stranici u listu, što znači da su imale primat u listu tih dana.

## Analiza naslova

Polazeći od pretpostavke da su naslovi snažni mehanizmi privlačenje pažnje (Andrew, 2007; Ifantidou, 2009), ali i jedno od najučinkovitijih sredstava „uokvirivanja“ informacija, odnosno nuđenja interpretativnih okvira na temelju kojih će čitatelji interpretirati ljude, mjesta, institucije ili događaje (npr. Grbeša, 2012; Tankard, 2003), oni su izdvojeni kao zasebna podjedinica analize.

Analiza vrijednosne orijentacije naslova prema ključnim akterima vezanim uz euroizbore (Vladi RH, hrvatskim političkim strankama, listama i kandidatima te Europskoj uniji i/ili njezinim institucijama) pokazala je da su naslovi bili mahom neutralno orijentirani prema Vladi ili da se Vlada u naslovima ne spominje (71,2 % od ukupnog broja analiziranih članaka).

Najveći postotak negativnih naslova, kao što se vidi iz grafikona 4, zabilježen je u *Večernjem listu* (25,5 % od ukupnog broja analiziranih članaka objavljenih u *Večernjem listu*), zatim u *Novom listu* (17,1 % od ukupnog broja analiziranih članaka objavljenih u *Novom listu*) i na kraju u *Jutarnjem listu* (12,8 % od ukupnog broja analiziranih članaka objavljenih u *Jutarnjem listu*). *Večernji list* imao je istovremeno i najveći broj pozitivnih naslova, 19,1 %, dok su *Jutarnji list* i *Novi list* puno rjeđe spominjali Vladu u naslovima ili je Vlada spominjana u neutralnom kontekstu. Međutim, pogledamo li omjer negativnih i pozitivnih naslova, uočit ćemo da su se svi listovi općenito u naslovima češće na Vladu referirali u negativnom nego u pozitivnom kontekstu.

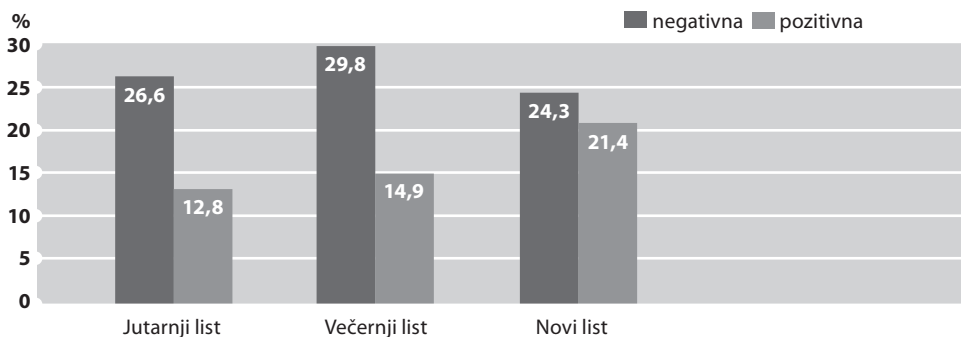


▲ Grafikon 4.  
Vrijednosna orijentacija naslova prema Vladi RH (%)

Velik broj negativno intoniranih naslova prema Vladi, odnosno članovima Vlade objavljen je nakon izbora i sadrži prije svega kritiku zbog slabog odaziva birača, za što se krivi Vladu koja nije provela dovoljno vidljivu javnu kampanju za prve euroizbore niti je uspjela motivirati birače (npr. nakon izbora: „Vlada je kriva za slab odaziv birača“, *JL*, 15. travnja 2013.; ili prije izbora: „Dubravka Šuica: Na EU izborima će se vidjeti da Vlada više ne uživa potporu građana“, *NL*, 5. travnja 2013.).

Analiza vrijednosne orijentacije naslova prema hrvatskim strankama/listama ili kandidatima koji su se natjecali za ulazak u EP, neovisno o kojoj se stranci ili kandidatu radilo, pokazala je, kao što je vidljivo na grafikonu 5, da je u negativnim naslovima prednjačio *Večernji list* (npr. „Na izbore ide drugi stranački ešalon“, *VL*, 6. travnja 2013.), dok je u *Jutarnjem listu* i *Novom listu* otprilike četvrtina naslova bila negativno intonirana prema hrvatskim strankama i političarima.

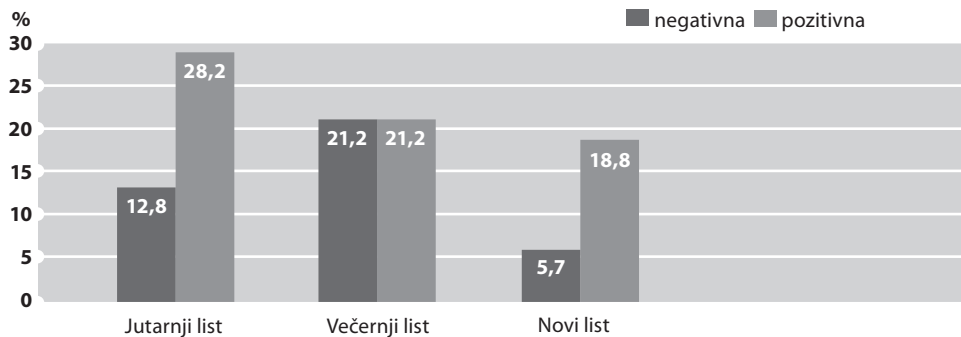
Valja naglasiti da je većina takvih članaka objavljena nakon izbora te da se negativno intonirani naslovi odnose primarno na (loše) rezultate izbora određenih stranaka ili političara (npr. „Ovo je poraz SDP-a“, *JL*, 15. travnja 2013.). Većina pozitivno orijentiranih naslova objavljena je u *Novom listu* (21,4 % od ukupnog broja članaka analiziranih iz tog lista, npr. „Hrvatska spremna za članstvo: Uspjeh u EU ovisi o svakom od nas“, *NL*, 2. travnja 2013.). Međutim, i ovdje se potvrđuje trend dominacije negativno intoniranih naslova.



▲ Grafikon 5.

Vrijednosna orijentacija naslova prema hrvatskim strankama/listama i kandidatima (%)

Pretežno neutralna orijentacija naslova zabilježena je i prema Europskoj uniji i/ili njezinim institucijama i akterima. Čak 66 % svih analiziranih naslova ili nije spominjalo ili je bilo neutralno prema europskim akterima i institucijama. Najveći postotak pozitivnih naslova imao je *Jutarnji list* (28,2 %), zatim *Večernji list* (21,2 %), dok je *Novi list* u tom smislu ostao najsuždržaniji (18,8 %). Najviše negativnih naslova imao je *Večernji list*, 21,2 %, zatim *Jutarnji list*, 12,8 %, i na kraju ponovno suždržani *Novi list* s tek 5,7 % negativno intoniranih naslova.



▲ Grafikon 6.

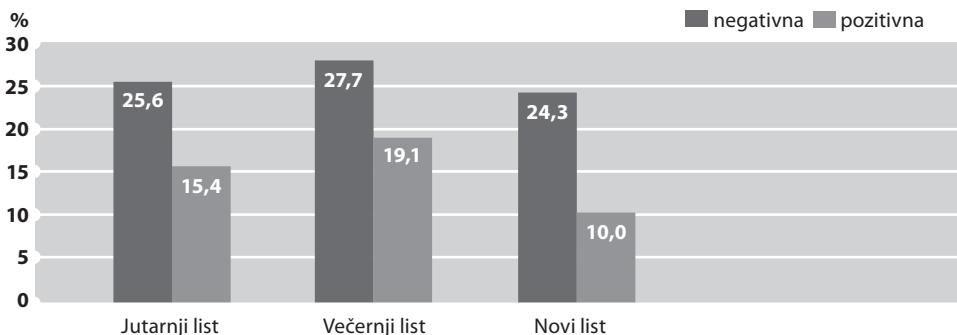
Vrijednosna orijentacija naslova prema Europskoj uniji i/ili njezinim institucijama i akterima (%)

Međutim, za razliku od pretežno negativne vrijednosne orijentacije naslova prema hrvatskim akterima, prema europskim institucijama, barem kad su u pitanju *Jutarnji list* i *Novi list*, naslovi su bili pozitivno intonirani. Rezultat je to, s jedne strane, skepse i kritičnosti hrvatskih medija prema domaćim institucijama te, s druge strane, nešto većeg optimizma prema institucijama i akterima EU-a. *Večernji list* pokazao se, očekivano, najoštrijim prema Europskoj uniji, barem kad je o naslovima riječ, što može biti posljedica konzervativnijeg profila lista.



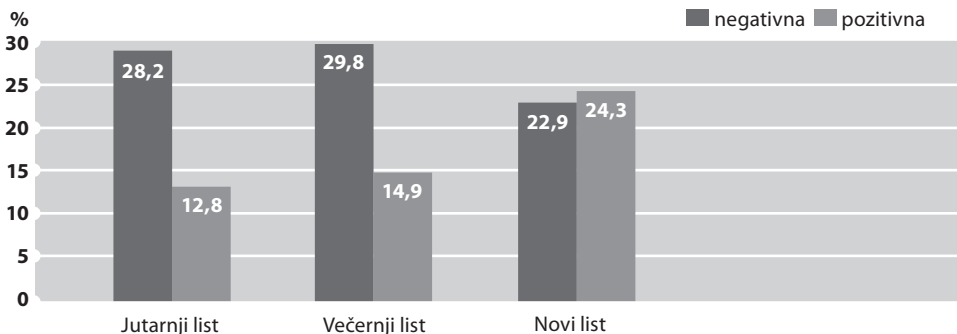
## Sadržaj članka

Analiza vrijednosne orijentacije cjelokupnog članka prema domaćim akterima prati trend detektiran u naslovima. Većina članaka ili ne spominje Vladu ili je Vlada spomenuta u sasvim neutralnom kontekstu (60,3 %). Međutim, kao što pokazuje grafikon 7, u svim analiziranim novinama zastupljeniji su članci s negativnim sentimentom prema Vladi nego oni s pozitivnim: u *Novom listu* 24,3 % članaka, u *Jutarnjem listu* 25,6 % te u *Večernjem listu* najviše, 27,7 %.



▲ Grafikon 7.  
Vrijednosna orijentacija teksta prema Vladi RH (%)

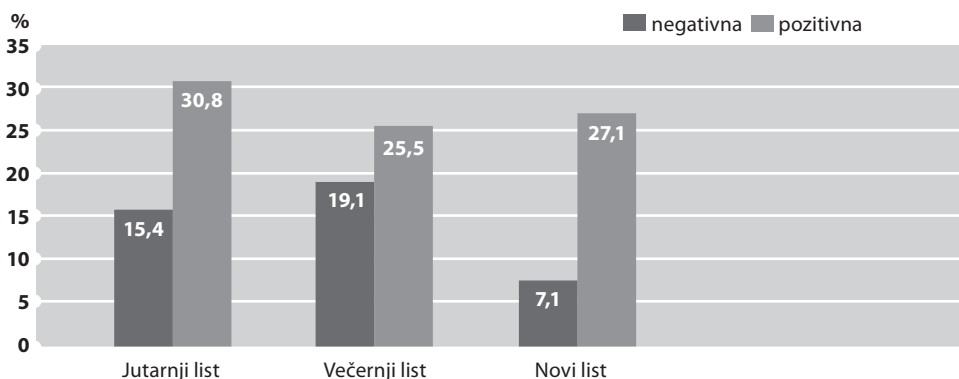
Nadalje, negativan sentiment gotovo je jednako izražen kad je u pitanju vrijednosna orijentacija priloga prema hrvatskim strankama i kandidatima. Iako se u više od pola analiziranih članaka hrvatske stranke i kandidati ili ne spominju ili ih se spominje u sasvim neutralnom kontekstu (55,1 %), negativan trend u predstavljanju ovih domaćih aktera prilično je jasno izražen. Kao što pokazuje grafikon 8, najviše negativno intoniranih članaka bilo je u *Večernjem listu* (29,8 %), zatim u *Jutarnjem listu* (28,2 %), a najmanje u *Novom listu* u kojem je, zanimljivo, broj pozitivno intoniranih članaka bio ipak nešto veći od onih negativnih (24,3 % : 22,9 %).



▲ Grafikon 8.  
Vrijednosna orijentacija teksta prema hrvatskim strankama/listama i kandidatima (%)

To valja, prije svega, objasniti velikom analitičnošću dobrog dijela tekstova u „ozbiljnom“ *Novom listu* koji je, primjerice, čak i rezultate izbora objavljene 15. travnja komentarski opremao (npr. „Veliki povratak HDZ-a“, *NL*, 15. travnja 2013., tumačeći rezultat izbora koji je u tom trenutku donio pobjedu opozicije, HDZ-a).

Na kraju, analiza sadržaja članaka pokazala je da su analizirane novine prema europskim institucijama i akterima imale pozitivniji stav nego prema domaćim akterima. Većina članaka i u ovom slučaju ili nije spominjala EU institucije ili ih je spomenula u neutralnom kontekstu (59,6 %); međutim, oni članci koji su sadržavali jasno izražen sentiment bili su u većini slučajeva, u sva tri lista, pozitivno orijentirani prema EU-u (vidi grafikon 9).



▲ Grafikon 9.  
Vrijednosna orijentacija teksta prema Europskoj uniji i/ili njezinim institucijama (%)

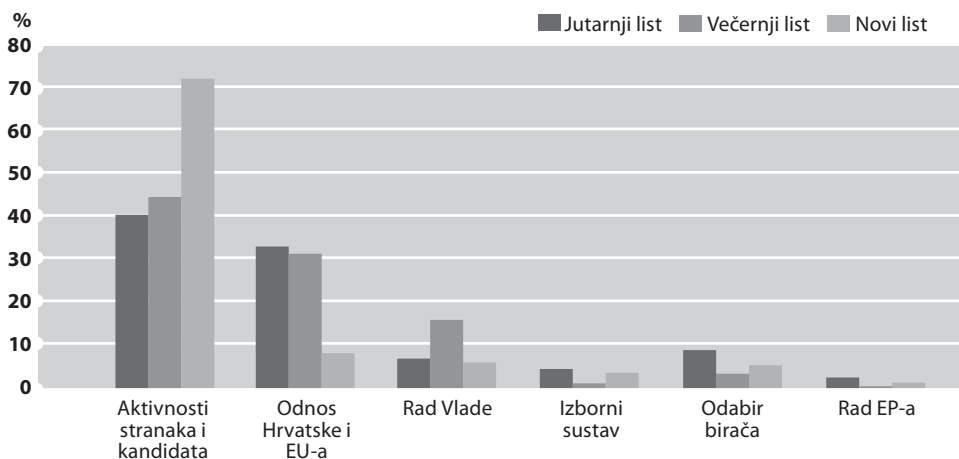
Ovakvi rezultati – najveći broj neutralnih izvještaja o europskim igračima i pretežno pozitivna intonacija tekstova o europskim akterima u Hrvatskoj kao novoj članici EU-a – potpuno su u skladu sa zaključcima de Vreesea i drugih (2006).

### Akteri i teme

Analiza dominantnih tema pokazala je da u novinskim priložima u kojima se spominju izbori za Europski parlament prevladavaju teme koje se odnose na unutarnju politiku i aktivnosti domaćih stranaka i kandidata, poput aktivnosti stranaka i kandidata u kampanji, međustranačkih sukoba i slično (npr. „SDP utrošio pola milijuna, a HDSSB dosad 463 kune“, *NL*, 8. travnja 2013.). Takve su teme bili dominantne u čak 56,4 % ukupnog broja članaka, s tim da je, zanimljivo, zastupljenost takvih članaka bila najveća upravo u *Novom listu*, što se može pripisati tradicionalnom obrascu praćenja izbora kojem je *Novi list* ostao vjeran (vidi grafikon 10).

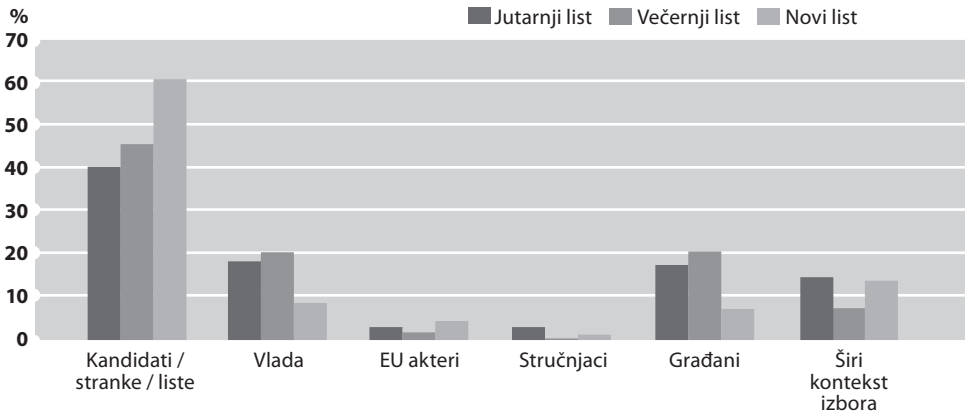
Teme kojima bi se mogao pripisati edukacijsko-informacijski karakter pojavile su se u iznenađujuće niskom postotku. S obzirom na to da su se izbori za Europski parlament u Hrvatskoj održavali prvi put, bilo je za očekivati da će mediji na sebe preuzeti ulogu informiranja i educiranja građana o Europskom parlamentu, njegovu funkcioniranju te ovlasti-

ma, kao i o novom izbornom sustavu. Međutim, takav je angažman novina u potpunosti izostao. Broj članaka koji se bave izbornim sustavom, a koji je bio nov za hrvatske birače jer su se prvi put susreli s mogućnošću preferencijskoga glasovanja, bio je zanemarivo malen: u *Novom listu* objavljena su samo tri takva članka, a u *Večernjem listu* i *Jutarnjem listu* tek po dva, od kojih je jedan objavljen na sam dan izbora (u *Jutarnjem listu*). Još je zanimljiviji (ili porazniji) podatak koji govori o broju tekstova koji su se bavili radom Europskog parlamenta: u *Novom listu* i *Jutarnjem listu* objavljen je po jedan takav prilog, a u *Večernjem listu* – ni jedan. Prilog objavljen u *Novom listu* bio je u formi reportaže pa čitatelji ni iz tog članka nisu mogli saznati što je Europski parlament, koja je njegova funkcija, koje su ovlasti eurozastupnika (pa i budućih hrvatskih), koliki je njihov utjecaj, s kim će surađivati ili bilo što drugo u vezi s radom EP-a i eurozastupnika („Neukusna hrana i savršene slastice“, *NL*, 14. travnja 2013.). Zanimljivo je da se i vrlo mali broj članaka temeljito bavio izbornim sudjelovanjem birača, odnosno odazivom ili nakon izbora lošim odazivom birača koji je među najnižim odazivima u povijesti euroizbora. Takvih je članaka u *Jutarnjem listu* i *Novom listu* bilo svega po četiri, a u *Večernjem listu* svega dva. Ovi rezultati sugeriraju da novine nisu bile zainteresirane za aktivnu mobilizaciju birača, nego tek za komentiranje izlaznosti i traženje krivca za loš odaziv, o čemu svjedoči i nekoliko naslova koji negativno komentiraju aktivnosti vezane za poticanje birača na izlazak na izbore i sam odaziv (npr. „Vlada je kriva za slab odaziv birača“, *JL*, 15. travnja 2013.; „Kampanje nije bilo, za to su odgovorne sve stranke i to je loše za demokraciju“, *VL*, 16. travnja 2013.). Takvih je naslova u *Jutarnjem listu* bilo najviše, 13, odnosno trećina ukupnog broja analiziranih članaka iz tih novina, zatim šest u *Večernjem listu* i samo tri u *Novom listu*.



▲ Grafikon 10.  
Dominantne teme (%)

Na kraju, ova je analiza pokazala tko su bili ključni akteri u člancima koji su se na bilo koji način bavili prvim euroizborima u Hrvatskoj. Kao što je vidljivo iz grafikona 11, u člancima su u visokom postotku dominirali domaći akteri, prije svega stranke, liste i kandidati, dakle takmaci u utrci za EP.



▲ Grafikon 11.  
Dominantni akteri (%)

Europski akteri, s druge strane, javljaju se kao dominantni akteri u izuzetno malom broju članaka (4,3 % članaka u *Novom listu*, 2,6 % u *Jutarnjem listu* i tek 2,1 % u *Večernjem listu*). Građani se kao središnji akteri javljaju najčešće u *Večernjem listu*, u 21,2 % članaka, zatim u *Jutarnjem listu*, u 17,9 % članaka, i na kraju puno rjeđe u *Novom listu*, u 8,57 % članaka. Riječ je mahom o člancima koji se bave projekcijom ili posljedicama koje će ulazak u EU imati za građane Hrvatske. Rezultati ovog istraživanja pokazali su, dakle, da je „europski“ karakter izbora u potpunosti izostao te da su novine u Hrvatskoj potvrdile trend o dominaciji domaćih aktera detektiran u drugim državama članicama (de Vreese i dr., 2006a; Schuck i dr., 2011), čime se još jedanput potvrdila Reifova i Schmittova (1980) teza o europskim izborima kao o drugorazrednom nacionalnom natjecanju s nacionalnim igračima u prvom planu. Međutim, prema interpretaciji ovih nalaza treba imati stanovitu rezervu zato što su izbori za EP 2013. održani samo u Hrvatskoj te je moguće da bi vidljivost europskih aktera bila nešto veća da se radilo o paneuropskom ciklusu kakav je bio onaj godinu dana poslije. Zbog toga bi nalaze o dominaciji domaćih aktera u hrvatskom tisku bilo dobro testirati kroz analizu izvještavanja tiska o europskim izborima 2014. godine, koji su održani u svim zemljama članicama.

## ZAKLJUČAK

Prvi izbori za Europski parlament u Republici Hrvatskoj održani su prije nego što je država službeno postala članicom Europske unije. Ti će prvi izbori po svojoj prilici ostati zapamćeni po tri stvari: po uvođenju novog izbornog modela po kojem su hrvatski građani prvi put mogli glasati i za kandidata, a ne samo za stranku, odnosno listu, zatim po pobjedi oporbenog desnog koalicijskog bloka te, možda najvažnije, po izuzetno niskom odazivu birača od tek 20,84 %.

Ovo je istraživanje nastojalo pokazati s koliko su interesa hrvatske novine pratile prve europske izbore i u kojoj su mjeri mediji uopće informirali birače o novoj razini izbora te uloji institucije u koju se zastupnici biraju. Istraživački nacrt napravljen je tako da su se uzela u obzir slična komparativna istraživanja, ponajprije analize o medijskom izvještavanju o euroizborima održanim 2004. i 2009. godine (de Vreese i dr., 2006a; Schuck i dr., 2011), koje su se bavile vidljivošću samih izbora, zatim europskih aktera i tema u nacionalnim medijima država članica te na kraju vrijednosnom orijentacijom nacionalnih medija prema europskim igračima. Rezultati ovog istraživanja u velikoj su mjeri potvrdili nalaze tih komparativnih studija. Kao prvo, interes hrvatskih novina za europske izbore bio je prilično slab, s tim da je *Novi list*, zbog svog „ozbiljnog“ profila, donio zamjetno veći broj tekstova na tu temu od *Jutarnjeg lista* i *Večernjeg lista*. Podatak da je gotovo polovica članaka objavljena na dan izbora i u dva dana nakon izbora (73 od 156) te da je tek 12 članaka u tri lista u istraživanom razdoblju kampanje bilo najavljeno na naslovnici, govori u najboljem slučaju o skromnom interesu za praćenje kampanje i informiranje birača o ovoj razini izbora. Zanimljivo je spomenuti kako *Jutarnji list* na dan održavanja prvih euroizbora u povijesti Hrvatske na naslovnici uopće nije imao informaciju o izborima. Gledajući tu naslovnicu, ni po čemu nismo mogli zaključiti da se toga dana u Hrvatskoj održavaju izbori. Nadalje, istraživanje je pokazalo da su u praćenju izbora između listova postajale zamjetne razlike – izvještavanje *Novog lista* bilo je u cijelosti „tradicionalnije“, uz puno vijesti, izvještaja i nekoliko sučeljavanja kandidata, dok su *Jutarnji list* i *Večernji list* imali puno snažniju komentatorsku dimenziju, uz zostanak formi koje su tipične za izbornu izvještavanje, poput sučeljavanja. Kao drugo, ovo je istraživanje potvrdilo nalaze o pretežno pozitivnoj orijentaciji nacionalnih medija novih država članica prema europskim institucijama koje su de Vreese i drugi (2006a: 497) iznijeli u svojoj analizi izvještavanja o europskim izborima 2004. godine. Vrijednosna orijentacija članaka analiziranih u ovom radu prema svim je akterima – domaćim i europskim – bila u najvećem postotku neutralna; međutim, vrijednosni sentiment, tamo gdje je izražen, bio je prema domaćim akterima (prema hrvatskoj Vladi te strankama, nezavisnim listama i kandidatima) dominantno negativan, a prema europskim akterima dominantno pozitivan. Kao treće, analiza zastupljenosti tema i aktera pokazala je da su uvjerljivo, u sva tri lista, dominirale unutarnjopolitičke teme, odnosno da se o europskim izborima gotovo isključivo izvještavalo kroz prizmu nacionalne politike i nacionalnih aktera. Rezultati ovog dijela istraživanja pokazali su da je „europski“ karakter izbora u potpunosti izostao te da su novine u Hrvatskoj potvrdile trend o dominaciji domaćih aktera detektiran u drugim državama članicama, što je u skladu s Reifovom i Schmittovom (1980) tezom o europskim izborima kao drugorazrednom nacionalnom natjecanju s nacionalnim igračima u prvom planu. Međutim, ovaj bi nalaz valjalo potvrditi na ciklusu održanom u svim članicama EU-a, a ne samo u Hrvatskoj, što je bio slučaj 2013. godine. Na kraju, ono što je posebno zanimljivo, ili uistinu zabrinjavajuće, jest to da su se na prvim europskim izborima samo dva članka bavila radom Europskog parlamenta, od kojih se jedan bavio načinom života eurozastupnika, odnosno „neukusnom hranom i savršenim slasticama“, a ne funkcioniranjem institucije. Tako hrvatski građani iz najčitanijih dnevnih informativnih novina nisu imali prilike saznati što je Europski parlament, kako funkcionira, koliko ima zastupnika, ima li kakvog utjecaja na njihov svakodnevni život i koja je uopće njegova uloga. Isto tako, broj članaka koji su se bavili izbornim sustavom bio je zanemarivo malen, što znači da su analizirani dnevници potpuno podbacili i u informiranju i edukaciji birača o novom načinu izbora zastupnika.

## Literatura

- >Adam, Silke i Maier, Michaela (2011) National Parties as Politicizers of EU Integration? Party Campaign Communication in the Run-Up to 2009 European Parliament Election, *European Union Politics* 12 (3): 431-453.
- >Anderson, Peter i McLeod, Aileen (2004) The Great Non-Communicator? The Mass Communication Deficit of the European Parliament and its Press Directorate, *Journal of Common Market Studies* 42 (5): 897-917.
- >Andrew, Blake C. (2007) Media-Generated Shortcuts: Do Newspaper Headlines Present Another Roadblock for Lowinformation Rationality?, *The Harvard International Journal of Press/Politics* 12 (2): 24-43.
- >Bauer, Martin W. (2000) Classical Content Analysis: A Review, str. 131-152, u: Bauer, Martin W. i Gaskell, Georg (ur.) *Qualitative researching with text, image and sound*. London: SAGE.
- >Čapeta, Tamara i Rodin, Siniša (2011) *Osnove prava Europske unije*. Zagreb: Narodne novine.
- >de Vreese, Claes H. (2003) *Framing Europe. Television News and European Integration*. Amsterdam: Aksant Academic Publishers.
- >de Vreese, C. H., Banducci, Susan A., Semetko, Holli A. i Boomgaarden, Hajo G. (2006a) The News Coverage of the 2004 European Parliamentary Elections Campaign, *European Union Politics* 7 (4): 477-504.
- >de Vreese, Claes H., Lauf, Edmund i Peter, Jochen (2006b) The Media and European Parliament Elections: Second-Rate Coverage of a Second-Order Event?, str. 116-130, u: van der Brug, Wouter i van der Eijk, Cees (ur.) *European Elections and Domestic Politics: Lessons from the Past and Scenarios for the Future*. Paris: University of Notre Dame Press.
- >Grbeša, Marijana (2012) Framing of the President: Newspaper Coverage of Milan Bandić and Ivo Josipović in the Presidential Elections in Croatia 2010, *Politička misao* 49 (5): 89-113.
- >Grubiša, Damir (2012) Politički sustav Europske unije i europeizacija hrvatske politike, str. 7-42, u: Grubiša, Damir, Beširević, Nataša i Špehar, Hrvoje (ur.) *Politički sustav Europske unije i europeizacija hrvatske politike*. Zagreb: Biblioteka Politička misao i Centar za europske studije FPZG.
- >Heath, Anthony, McLean, Iain, Taylor, Bridget i Curtice, John (1999) Between First and Second Order: A Comparison of Voting Behaviour in European and Local Elections in Britain, *European Journal of Political Research* 35: 389-414.
- >Hesmondhalgh, David (2006) Discourse Analysis and Content Analysis, str. 119-156, u: Gillespie, Marie i Toynbee, Jason (ur.) *Analysing Media Texts*. Berkshire: The Open University Press.
- >Hix, Simon (2005) *The Political System of the European Union*. New York: Palgrave Macmillan.
- >Holsti, Ole. R. (1969) *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading: Addison-Wesley.
- >Ifantidou, Elly (2009) Newspaper Headlines and Relevance: Ad Hoc Concepts in Ad Hoc Contexts, *Journal of Pragmatics* 41: 699-720.
- >Kasapović, Mirjana (2003) *Izborni leksikon*. Zagreb: Politička kultura.
- >Laiđi, Zaki (2014) *Norma, a ne snaga. Zakonetka Europe kao sile*. Zagreb: Biblioteka Politička misao.
- >Magnet, Paul (2013) *Politički sustav Europske unije*. Zagreb: Biblioteka Politička misao.
- >McCormick, John (2010) *Razumijeti Europsku uniju*. Zagreb: MATE.
- >Meyer, Christoph O. (1999) Political Legitimacy and the Invisibility of Politics: Exploring the European Union's Communication Deficit, *Journal of Common Market Studies* 37 (4): 617-639.
- >Norris, Pippa (2000) Blaming the Messenger? Political Communications and Turnout in EU Elections, str. 99-116, u: *Citizen Participation in European Politics*. Stockholm: Statens Offentliga Utredningar (zbirka radova s istoimene konferencije održane u listopadu 1999. u Štokholmu, Švedska).
- >Nugent, Neill (1994) *The Government and Politics of the European Union*. London: The Macmillan Press.
- >Reif, Karlheinz i Schmitt, Hermann (1980) Nine Second-Order National Elections: A Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results, *European Journal of Political Research* 8 (1): 3-45.

- >Schuck, Andreas R. T., Xezonakis, Georgios, Elenbaas, Matthijs, Banducci, Susan A. i de Vreese, Claes H. (2011) Party Contestation and Europe on the News Agenda: The 2009 European Parliamentary Elections, *Electoral Studies* 30: 41-52.
- >Sparks, Colin (2000) Introduction: The Panic over Tabloid News, str. 1-40, u: Sparks, Colin i Tulloch, James (ur.) *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- >Stockemer, Daniel (2012) Citizens' Support for the European Union and Participation in European Parliament Elections, *European Union Politics* 13 (1): 26-46.
- >Tankard, James W. Jr. (2003) The Empirical Approach to the Study of Media Framing, str. 95-106, u: Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H. Jr. i Grant, August (ur.) *Framing Public Life*. New Jersey i London: LEA Inc.

# EUROPEAN ELECTIONS IN CROATIAN MEDIA: A CONTENT ANALYSIS OF PRESS REPORTS ABOUT THE 2013 EUROPEAN ELECTIONS IN CROATIA

Marijana Grbeša :: Tihana Tomičić

**ABSTRACT** *The first European elections, held in Croatia on 14 April 2013, were marked by the victory of the oppositional right-wing coalition, the new electoral system and an extremely low turnout. This paper examines the extent and ways the media in Croatia have covered the country's first European elections. It builds on the discussion concerning the contribution of the reporting of the national media in EU member states and the ways it fosters the perception of the European elections as a "second-order national competition". Analysis of the articles published in Jutarnji list, Večernji list and Novi list reveals that the patterns detected in Croatia to a great extent substantiate the findings from other EU countries, primarily in terms of the relatively low visibility of European elections in national newspapers and the dominance of domestic actors in news reports as compared to the presence of European actors. It also reveals that Croatian newspapers have completely failed in informing the citizens about the new electoral system and more importantly, about the role and the work of the European Parliament.*

## KEY WORDS

EUROPEAN ELECTIONS, EUROPEAN PARLIAMENT, CROATIA, CONTENT ANALYSIS, NEWSPAPERS

*Authors note*

**Marijana Grbeša** :: University of Zagreb, Faculty of Political Science, Croatia :: grbesa@fpzg.hr

**Tihana Tomičić** :: graduated in Journalism at the University of Zagreb, Faculty of Political Science, Croatia :: tomicic.tihana@gmail.com