

УНИВЕРЗИТЕТУ „ДЖОН НЕЗБИТ“
ФАКУЛТЕТУ ЗА КУЛТУРУ И МЕДИЈЕ
БЕОГРАД

ЗАВРШНИ РАД НА СТУДИЈАМА ТРЕЋЕГ СТЕПЕНА ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА
(навести: ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА ИЛИ УМЕТНИЧКИ ПРОЈЕКАТ)

На основу одлуке Сената Универзитета од _____, пошто смо проучили урађену
ДОКТОРСКУ ДОСЕРТАЦИЈУ под називом:
(навести: ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА ИЛИ УМЕТНИЧКИ ПРОЈЕКАТ)

**МОГУЋНОСТИ И ЗНАЧАЈ КОРИШЋЕЊА ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА ПОСРЕДОВАНИХ
ИНТЕРНЕТОМ ЗА УНАПРЕЂЕЊЕ ОДНОСА С ЈАВНОШЋУ ВОЈСКЕ СРБИЈЕ**

кандидата: _____ мастер Хелене Милошевић _____ подносимо следећи:
(звање, име и презиме кандидата)

РЕФЕРАТ

1. Основни подаци о кандидату, докторској дисертацији/ уметничком пројекту

(Елементарни подаци о кандидату, наслову рада, обиму и библиографским подацима)

Кандидаткиња **Хелена Милошевић** рођена је 1. децембра 1963. године у Шибенику у Социјалистичкој Републици Хрватској, где је у Сплиту завршила Умјетничку школу (новинарски смер).

Факултет политичких наука у Београду уписала је школске 1982/83. године и дипломирала 1987. године на Новинарском смеру. Мастер академске студије уписала је на Факултету за културу и медије Мегатренд универзитета школске 2009/10. године. Завршни мастер рад на студијама другог степена, под називом „Односи с јавношћу у Министарству одбране Републике Србије”, одбранила је у септембру 2011. године са оценом 10 (десет) и стекла звање дипломирани културолог – мастер.

Докторске студије, модул Комуниколошке науке, уписала је на Факултету за културу и медије 2011. године. Последњи испит на докторским студијама положила је у 18. фебруара 2014. године и остварила просечну оцену 9,22.

Новинарством је почела да се бави још као студент. Као хонорарни сарадник радила је у Београдском програму од 1985. године, а потом и у Информативном програму ТВ Београд. Чланица је Удружења новинара Србије од 1990. године. Од 1989. до 1999. године била је запослена као новинар у листу „Војска” (сада магазин „Одбрана”) и истовремено сарађивала у више листова и магазина, где су остали запажени интервјуи са женама које су обележиле овај културни простор, попут Светлане Велмар Јанковић, Оље Ивањицки, Оливере Марковић, Мирјане Карановић.

Уредница у часопису „Војни информатор”, који је издавао Новинско-издавачки центар „Војска” у Београду, била је у периоду од 1999. до 2005. године, где је истовремено

објавила више чланака и приказа, а у научнотеоријском часопису „Војно дело” (M51) објавила је чланак под називом „Комуникациона стратегија за поуну Војске Србије професионалним војницима”.

Односима с јавношћу почела је да се бави 2005. године, од када ради у Управи за односе са јавношћу Министарства одбране Републике Србије. Прве вештине у области односа с јавношћу стекла је исте године при ИРИ (*International Republican Institute*), а Пословну школу за пи-ар у Београду успешно је завршила 2007. године. Завршила је и пи-ар курс у НАТО школи у Оберамергау у Немачкој (*Public Affairs Course*) 2010. године и стекла вештине медија тренера.

Кандидаткиња је, као аутор или коаутор, објавила следеће радове:

1. Милошевић Хелена, „Продуховљена љубав”, приказ књиге И. Иљина: „О супротстављењу злу силом”, *Војни информатор*, бр. 1-2, Новинско-издавачки центар „Војска”, Београд, 2002.

2. Кауклер Јасминка и Милошевић Хелена, „Библиотека делатност у Војсци Југославије”, *Војни информатор*, бр. 3, Новинско-издавачки центар „Војска”, Београд, 2002.

3. Милошевић Хелена, „Помирење противречних принципа”, приказ књиге „Етика ратовања”, *Војни информатор*, бр. 1-2, Новинско-издавачки центар „Војска”, Београд, 2005.

4. Милошевић Хелена, „Комуникациона стратегија за поуну Војске Србије професионалним војницима”, *Војно дело*, бр. 1, Београд, 2011.

5. Milošević Helena, “Communication Challenge: Facebook as the Tool of Military PR”, *Thematic Proceedings Information Revolution, New Media and Social Changes*, Faculty of Culture and Media, Belgrade, 2017. (M14)

НАПОМЕНА:

За рад под редним бројем 5. приложена је потврда уредника зборника да је прихваћен за објављивање, а Комисија констатује да се односи на предмет истраживања у докторској дисертацији.

Наслов докторске дисертације је „**Могућности и значај коришћења друштвених мрежа посредованих интернетом за унапређење односа с јавношћу Војске Србије**”, а обим дисертације је **284** странице.

Поред апстракта на српском и енглеском језику, структурирана је у осам садржајних целина, са литературом и пет прилога на крају.

Литература садржи 215 извора, и то: **108** класичних библиографских јединица – књиге и текстови објављени у научним часописима и зборницима, докторски и мастер радови; затим **88** научних и стручних рефернци којима је приступљено посредством **Интернета**; као и **17** других, за израду докторске дисертације релевантних извора.

2. Предмет и циљ докторске дисертације

(Показати да је реч о оригиналној идеји, значајној за развој научне или уметничке области)

Предмет истраживања јесу комуникационе могућности и значај коришћења друштвених мрежа посредованих интернетом у унапређењу односа с јавношћу Министарства одбране и Војске Србије (МО и ВС).

Предмет истраживања је *теоријски* и *операционално* одређен.

Теоријско одређење предмета утемељено је у појмовно-категоријалном апарату у којем су детаљно анализирани и објашњени појмови категоријалног значаја за истраживање: друштвене мреже посредоване интернетом, односи с јавношћу и Војска Србије.

На основу теоријског одређења предмет истраживања је у потпуности операционално одређен.

Временско одређење предмета истраживања првобитно је требало да обухвата трогодишње искуство УОЈ на друштвеним мрежама: од 2010. године, када се активније развио профил МО и ВС на Фејсбуку, до краја 2013. године. Али, имајући у виду живу динамику која обележава он-лајн комуникацију, у току настанка рада приметно су порасли број пратилаца и обим комуникације у 2014. и 2015. години, што је захтевало да истраживање буде поткрепљено и тим подацима.

Као *просторно одређење предмета истраживања* посматран је целокупни наступ МО и ВС на друштвеним мрежама, који обухвата пратиоце и пријатеље на тим медијима будући да дигитално комуницирање просторност чини релативном категоријом. Реч је о статистичкој маси која има исто интересовање: МО и ВС и њихове активности. Узорак популације већ је делимично профилисан местом истраживања и има битна својства групе окупљене око Министарства и Војске. Иако су у узорку популације већински део грађани Републике Србије, ипак је реч о истраживању усмереном ка „мрежи која не познаје границе”, те предмет истраживања не може просторно да буде одређен територијом (РС), а посебно имајући у виду неопходност анализе наступа на друштвеним мрежама неких страних армија.

Свеобухватност истраживање захтевала је *интердисциплинарни научни приступ предмету истраживања*, стога је у теоријској равни реализовано ослањањем на сазнања из комунологије, социологије, информатике и психологије.

Научни циљ истраживања почива на научној дескрипцији и класификацији, са тежњом да се дође до научног објашњења које би допринело комунологији у открићу нове врсте комуникативне компетентности. Она може бити резултат покушаја да се систем слободног протока информација и неограничене комуникације стави у функцију затвореног система, као што је војска, што са собом повлачи читав низ социолошко-

културолошких феномена.

Друштвени циљ овог истраживања јесте сазнање о евентуалном доприносу или негативним ефектима концепта комуницирања друштвеним мрежама посредованим интернетом у пи-ару уопште, а посебно када је реч о односима с јавношћу у државној управи. Наиме, истраживање је требало да покаже значај и могућности нових алата у односу на традиционалне алате пи-ара, а имајући у виду њихов појединачни утицај и праву меру њихове употребе. Стога је друштвени циљ истраживања спознаја могућности дигиталних медија као стратешких средстава за интеракцију с јавношћу која би могла користити у процесу доношења одлука.

Овако утврђен, теоријски, садржајно, временски, просторно и телеолошки оивичен предмет није до сада истраживан са комуниколошког становишта у Републици Србији, а реалтивно су малобројна таква истраживања и у ширем окружењу. У тој чињеници утемељена је научна и друштвена оправданост истраживања, те се може закључити да је ова докторска дисертација заснована на оригиналној идеји и да успешна реализација истраживања доприноси развоју комуниколошке научне области.

2. Основне хипотезе од којих се полазило у истраживању

(Објаснити да ли су хипотезе научно потврђене или оборене)

Истраживање је засновано на општој, три посебне и десет појединачних хипотеза.

Општа (генерална) хипотеза истраживања у овом раду полази од чињенице да је добра комуникација у основи сваке пи-ар активности. Она данас подразумева најрадикалније поништавање граница између времена и простора, те се комуникација све више поима као сплет токова између различитих видова публике. Да ли ти токови „новог облика комуникацијске праксе“ нужно воде ка успеху не само пи-ара већ и организације у име чијег интереса се употребљавају, кључно је питање које се поставља општом хипотезом, а она гласи:

Уколико је комуницирање Министарства одбране и Војске Србије на друштвеним мрежама посредованим интернетом развијеније и активније, утолико су односи с јавношћу успешнији, те је већа подршка за циљеве, мисије и задатке Министарства и Војске.

Наведено полазиште даље се разрађује постављањем *прве посебне хипотезе: Ако је комуникација посредована интернетским друштвеним мрежама развијена, уз свеобухватну стратегију УОЈ, онда је веће јачање подршке за циљеве, мисије и задатке Министарства и Војске.*

Доказивање или одбацивање прве посебне хипотезе захтева истраживање

специфичности комуницирања на интернетским друштвеним мрежама. Стога су појединачне хипотезе посвећене значају избора праве мреже, те обиму, квалитету, континуитету комуникације, али и безбедносним становиштима активности на друштвеним мрежама:

- Ако је комуницирање МО и ВС на друштвеним мрежама учестало и континуирано, тада је већа подршка циљевима, мисијама и задацима Министарства и Војске.

- Што је учесталија објава фотографија на профилима друштвених мрежа МО и ВС, то је већи публицитет и подршка њиховим активностима.

- Што је кадар у УОЈ комуникативно компетентнији, то је већа безбедност комуникације и подршка јавности Министарства и Војске.

У складу са хипотезама постављаним на тај начин, користиће се различити индикатори: посећеност интернетских друштвених мрежа (за сваку појединачно), време и учесталост објава, компетентност кадра за дигитални пи-ар, безбедност и са њом у вези ставови о потреби да на друштвеним мрежама буду активни МО и ВС.

Друга посебна хипотеза полази од претпоставке да се у окриљу развијенијег пи-ара неке организације може очекивати и већа подршка на интернетским друштвеним мрежама, дакле: *Што су односи с јавношћу у МО и ВС развијенији, то је већи број пратилаца и подршка на профилима друштвених мрежа.*

Доказивање у вези са наведеном хипотезом полази од специфичности пи-ара у државној управи, али и устројства војне комуникације, нормативноправне регулативе и стратегије комуникације, посебно у кризним ситуацијама, те су појединачне хипотезе следеће:

- Уколико су односи са примарним циљним групама развијенији, утолико је већа подршка МО и ВС на профилима друштвених мрежа.

- Уколико су развијенији односи с интерном јавношћу, утолико је већа њена подршка МО и ВС на профилима друштвених мрежа.

- Што је развијенија и прецизнија нормативна регулатива пи-ара, то је наступ на интернетским друштвеним мрежама успешнији.

Стога индикатори обухватају анализу активности усмерених ка циљним групама, ставова јавног мњења, медијске посећености активности МО и ВС, броја и усмерености прилога у медијима, испуњености циљева појединачних кампања, посета сајтовима и профилима интернетских друштвених мрежа, односа броја позитивних и негативних коментара, те нормативне регулативе и њене свеобухватности која укључује (не)постојање правила дигиталне комуникације.

Трећа посебна хипотеза бави се онима с којима се комуницира и којима се пи-ар обраћа настојећи да изгради односе поверења и разумевања – било интерно или екстерно, те гласи: *Уколико обележја интерне или екстерне циљне групе одређују избор алата и стратегију пи-ара УОЈ, утолико је већа њихова подршка МО и ВС у кризним ситуацијама.*

У овом делу истраживања полазиште је претпоставка о све бројнијој популацији

која се информисе путем интернетских друштвених мрежа, док на другој страни треба имати у виду и чињеницу да је један део популације ипак наклоњенији традиционалним медијима, па су *појединачне хипотезе*:

- *Што је интерна јавност активнија на друштвеним мрежама, то је већа њихова подршка циљевима, мисијама и задацима Министарства и Војске.*

- *Што су МО и ВС активнији на друштвеним мрежама, то је већа подршка младих њиховим циљевима, мисијама и задацима.*

- *Уколико су новинари активнији на друштвеним мрежама, утолико је већа њихова информисаност о активностима Министарства и Војске.*

- *Што су МО и ВС активнији на друштвеним мрежама, то је већа подршка јавности у кризним ситуацијама.*

После извршеног истраживања, у претходно постављеном теоријском оквиру, критичком анализом и интерпретацијом резултата истраживања научно су потврђене све појединачне и посебне хипотезе, и на тај начин доказана је и потврђена општа хипотеза.

4. Кратак опис садржаја

Докторска дисертација садржи осам следећих делова:

УВОД у коме се наглашава да је развој компјутерске мреже и прилагођавање медија новим условима рада и новим навикама рецепијената медијских садржаја произвео сасвим нови облик комуникацијске праксе. Феномен је постао потпун са настанком интернетом посредованих друштвених мрежа. Непрестани раст броја корисника тих он-лајн сервиса намењених повезивању људи, уз комуникацију у реалном времену, где се може бити емитер и рецепијент истовремено, учинили су да појам друштвене мреже доспе у жижу истраживачке пажње на сасвим другачији начин од оног којим је својевремено изучаван као социометријски образац интерперсоналних односа.

I. МЕТОДОЛОШКИ ОКВИР ИСТРАЖИВАЊА у коме је формулисан проблем истраживања, дефинисан у свим аспектима (садржајном, временском, просторном и дисциплинарном) предмет истраживања, утврђен научни и друштвени циљ истраживања, постављене општа, посебне и појединачне хипотезе, изабране методе истраживања и објашњен њихов избор с обзиром на предмет истраживања, оивичен узорак истраживања и изнето предвиђање очекиваних резултата и научног доприноса истраживања.

II. ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ ПОСРЕДОВАНЕ ИНТЕРНЕТОМ, део који се односи на актуелне спознаје, теорије и чињенице о феномену данашњице, *комуницирању посредованом интернетским друштвеним мрежама*, те трага за сазнањем како се у теоретској равни вреднују њихово место, улога, предности и мане. Будући да се појмови *нови медији, друштвени медији и друштвене мреже* често користе као синоними, извршена је њихова семантичка анализа и указано на тошта их одликује и разликује. Изнет је преглед њиховог настанка и развоја, уз основна обележја најпознатијих, који својом

разноврсношћу и прилагодљивошћу успевају да сажму у себе све врсте порука, привлачећи интересовање професионалних комуникатора као употребљив и драгоцен алат.

III. ОДНОСИ С ЈАВНОШЋУ – ВЕШТИНА КОМУНИЦИРАЊА С ОКРУЖЕЊЕМ је поглавље које се бави научно верификованим сазнањима о дефинисању и достигнућима пи-ара на теоријским основама, али и у оквирима актуелне праксе. Изнета су досадашња сазнања о томе шта садржи та комуникацијска и менаџерска вештина, како се развија и у ком правцу надограђује, која су јој обележја и модели, те шта је разликује од сродних дисциплина. Мисли се и на чињеницу да све поменуте одлике пи-ара другачију димензију имају ако их посматрамо као саставни део одговорног управљања и обавезу институција државне управе. Истовремено, показано је како односи с јавношћу нужно прате комуникацијске помаке, те традиционални алати пи-ара застаревају, а активности на друштвеним медијима захтевају нове менаџерске вештине.

IV. ОДНОСИ С ЈАВНОШЋУ У МИНИСТАРСТВУ ОДБРАНЕ И ВОЈСЦИ СРБИЈЕ је поглавље подељено у два дела. Први део посвећен је историјату прихватања и развоја концепта односа с јавношћу у МО и ВС и садржи развојне фазе и достигнућа, уз појашњене нетипичности комуницирања у војсци. Други део овог поглавља посвећен је конкретним могућностима друштвених медија у пи-ару ВС, начину на који је њихова употреба нормативно регулисана, предностима, али и манама тих алата у односима с јавношћу, посебно кад је реч о кризном комуницирању и безбедносним гледиштима.

V. ИСТРАЖИВАЊЕ је централни истраживачко-аналитички део дисертације, у коме су, на научно заснован начин, уз примену изабраних метода научног истраживања, изнети начини решавања пројектног задатка. У овом делу дата је конзистентна дијагноза феномена који је у фокусу истраживања, указано на одрживост постављених хипотеза и сврсисходност реализованог сутарживања из угла постављеног научног и друштвеног циља истраживања.

VI. ПРЕПОРУКЕ ЗА ДАЉЕ КОРИШЋЕЊЕ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА У ВОЈСЦИ И ДРЖАВНОЈ УПРАВИ нуде предлог решења и модел оптималног коришћења интернетских друштвених мрежа у пи-ару Министарства и Војске.

ЗАКЉУЧАК у коме су сумирани резултати истраживања на основу њиховог упоређивања са постављеним хипотезама. Уз изложу и признату теоретску потку, употпуњену провереном праксом, а на основу понуђене синтезе остварених резултата истраживања, закључак би могао да се сматра за својеврсну смерницу безбедне и сврсисходне употребе дигиталне комуникације у државној управи.

5. Остварени резултати и научни допринос

(Конкретно навести допринос научној, стручној или уметничкој области)

Применом одговарајућих метода у дисертацији „Могућности и значај коришћења друштвених мрежа посредованих интернетом за унапређење односа с јавношћу Војске Србије” остварени су научни циљеви истраживања изражени у научној дескрипцији, научној класификацији, научном открићу и научном објашњењу формулисаних проблема у предмету истраживања.

Друштвене мреже посредоване интернетом, као нови комуникациони феномен, разноврсношћу мултимедијских садржаја привлаче огроман број корисника, непрестано развијајући свој комуникацијски потенцијал. У споју интерперсоналног и масовног комуницирања, пружајући широку лепезу могућности и за професионалне комуникаторе, препознате су и као потенцијал за значајно унапређење процеса пи-ара.

Имајући у виду да одлике дигиталног пи-ара добијају другачију, сложенију форму ако их посматрамо као део одговорног управљања државним институцијама, доказан је његов несумњив значај у релативно затвореним друштвеним системима као што је војска, односно Војска Србије. Истраживање у овој дисертацији, како теоријским основама, тако и анализом примера из праксе и ставовима испитаника извесно потврђује да је тешко остваривати дијалог и узајамно разумевање са грађанима без коришћења друштвених мрежа посредованих интернетом. Стога резултати истраживања представљају смернице за сврсисходну употребу дигиталне комуникације и потврђује општу хипотезу да уколико је комуницирање Министарства одбране и Војске Србије на друштвеним мрежама посредованим интернетом развијеније и активније, утолико су односи с јавношћу успешнији, те је већа подршка за циљеве, мисије и задатке Министарства и Војске.

Обавеза на јавност рада и дужност државних институција да комуницирају са онима који су им омогућили легитимитет, свакако искључује дилему око увођења дигиталних медија у комуникацију државне управе. Али, као што ово истраживање показује, у тој комуникацији неограничене слободе ставова треба пронаћи начин да она буде и успешна, односно да доноси подршку активностима организације. Већина испитаника у емпиријском истраживању сматра да комуникација на друштвеним мрежама може да допринесе јачању угледа и подршци за мисије и задатке Војске. Истраживање је дало одговоре на важна питања корисне интеракције у дигиталном свету, која прати захтеве циљних јавности, али усмеравајући комуникацију у жељеном смеру.

Професионална он-лајн интеракција далеко је од стихијности, почива на планирању и управљању, држи се стратегије која разлучује циљеве комуникације, а у складу с њима, порукама и циљним групама, бирају се неопходне технике и активности. Оно што је добро за једну институцију, није корисно применити и у другој, а резултати истраживања управо показују да не треба развијати интеракцију на свим друштвеним мрежама. Наиме, у Србији су традиционални медији и даље доминантан извор информисања, те друштвене мреже у овом тренутку треба

схватити као добар начин да се он-лајн пласираним порукама привуче пажња традиционалних медија. Мање је битно на колико је интернетских мрежа присутна нека институција, битан је квалитет који омогућује да се са јавностима комуницира с поверењем и разумевањем. Исто тако, када су представници медија у питању, истраживање показује да за њих и даље нису ништа мање важни мејнстрим извори информација, те поред решења у виду линкова и фреквенности објава и потпуне оптимизације сајтова за мобилне телефоне, још нема одустајања од класичних техника и активности пи-ара.

Упркос чињеници да је улога дигиталног пи-ара данас вишеструка, те се каже да поред информативности и кризног комуницирања, обухвата и брендирање, његов основни задатак је креирање садржаја који ће пратиоца привући да га подели с другима. Истраживање је показало да у време кризних ситуација приметно расте потреба за он-лајн информацијама код свих циљних група. Мада на уму стално треба имати чињеницу да је кризно комуницирање на друштвеним мрежама перманентно, посебно стога што корисници најчешће комуницирају управо када нису задовољни, пример Министарства одбране и Војске Србије показује да стрпљива и одмерена комуникација помаже у превазилажењу таквих ситуација, али и јасније кристалише профиле пратилаца.

Пажљиво ослушкивање циљних јавности, стална присутност и размена садржаја неопходни су да би се формирале чвршће везе са њима, стекла наклоност за активности организације и спознаја о броју стварних следбеника који су спремни да комуницирају у име организације. То је посебно важно због чињенице да је са растом улоге друштвених мрежа и корпоративна комуникација демократизована, па део моћи маркетиншких и пи-ар служби преузимају објаве појединаца. У раду се справом указује да је овде реч о померању моћи „од државе ка умреженом друштву”, где се улоге емитера и реципијента практично не раздвајају.

Поменута ситуација резултира поплавом информација чија се веродостојност тешко може проверити. Истовремено, не искључује се ни могућност њихове инструментализације ради остваривања неких партикуларних циљева. Ако се већ подстиче комуникација на друштвеним мрежама, свакако је нужно подизање свести о опасностима које су реалност на Интернету, те рад на превенцији за безбедност он-лајн окружења, где могућност да се нешто јавно каже не би требало да ослобађа од одговорности за то што је изнето. Из тога произлази и правило о коме треба да воде рачуна и припадници државних институција који комуницирају он-лајн – интерно не постоји.

Истраживање је потврдило да се питање короршћења друштвених мрежа више не поставља, али је исто тако јасно да не треба стихијски улазити у дигиталну комуникацију. Управо зато што су на конкретним примерима изнете нове могућности пи-ара у оквиру друштвених мрежа посредованих Интернетом као стратешких средстава за интеракцију с јавностима, и што је указано на праву меру њихове употребе и сврховитост нове врсте комуникативне компетентности у процесу доношења одлука, може се констатовати да су остварени циљеви истраживања.

Имајући све то у виду, јасно је да је присуство на интернетским друштвеним мрежама ипак посебан изазов за професионалне комуникаторе. Захтева не само свакодневно целодневно ангажовање већ и тражене вештине из области управљања он-лајн репутацијом, па је стручност за нове форме пи-ар прва претпоставка успешности у тренутку доношења одлуке и о наступу у оквиру интернетских друштвених мрежа. Наиме, треба водити рачуна о чињеници да је пи-ар у државној управи специфична врста односа с јавношћу, у којој не би требало да се занемари деловање са позиција опште друштвене свести, а то се не решава услугама агенција. Менаџери он-лајн заједница овде су службеници за односе с јавношћу, који као државни службеници треба да служе јавности не заступајући било чије политичке ставове. Међутим, односи с јавношћу у јавној управи, увек бивају нека врста балансирања између онога што одређује струку, питања јавности и медија и политичких ставова, а коначне одлуке и смернице о обавештавању јавности у посебним околностима ипак бивају резултат одлука носилаца политичке власти.

Наведене специфичности такве комуникације указују на то да није реч само о новим комуникационим и технолошким могућностима, па евентуална будућа истраживања могу бити усмерена и ка социолошким и културолошким променама које настају као производ дигиталне комуникације у наведеним околностима. Ситуација је тим сложенија што су Смернице за коришћење друштвених мрежа у српској јавној управи усвојене тек на почетку 2016. године, а чак је и Министарство одбране, као једно од два дигитално најактивнија министарства, започело он-лајн комуникацију без претходне прецизне регулативе.

У целини, истраживање показује да нема јединствене комуникацијске стратегије на нивоу државне управе, јер свака институција доноси самосталну одлуку о томе колико жели или може да учествује у активностима на друштвеним мрежама. Стога је неопходност уређеног он-лајн наступа приоритет о коме треба размишљати, па је, поштујући право јавности да зна, добродошло свако ново истраживање у том правцу. Јер иако чињенице из истраживања кажу да неке друштвене мреже за сада имају мали утицај на ширу популацију, решење није њихово игнорисање. Будући да је у питању је област коју одликују брзе промене, не би требало остати изван токова и могућности које нуди Интернетом посредована комуникација.

Оригинални научни допринос истраживања у дисертацији „Могућности и значај коришћења друштвених мрежа посредованих интернетом за унапређење односа с јавношћу Војске Србије” произилази из чињенице да у Србији нови облик комуникативне праксе на друштвеним мрежама није изучаван из перспективе пи-ар активности у Војсци Србије. Такође, ово истраживање доприноси ширењу научне базе података о заступљености друштвених мрежа посредованих интернетом у свакодневном животу њихових корисника. Резултати истраживања пружају одговор на питање да ли се комуникацијом у оквиру друштвених мрежа може остварити већа присутност у јавности и градити подршка за циљеве, мисије и задатке непрофитне организације. Друштвени значај истраживања заснован је у његовом могућем доприносу да се реално процени потреба увођења новог вида комуникационе праксе у

државним институцијама уопште, а посебно у систему какав је војска. Резултати истраживања могу да помогну у превазилажењу проблема који у таквој средини могу да се нађу између специфичности хијерархијског устројства и потребе да се у дисциплини пи-ара непрекидно одржава корак са временом. Истраживање је уједно и пут ка приближавању специфичног, доскора затвореног система, стручној и општој јавности.

6. Закључак

(Навести да је докторска дисертација/уметнички пројекат урађена у свему према одобреној пријави, да је оригинално и самостално научно или уметничко дело и да су се стекли услови за његову јавну одбрану)

1. **Анализирајући усвојену Пријаву докторске дисертације, Извештај Комисије о подобности кандидата и теме докторске дисертације, као и садржај докторске дисертације „Могућности и значај коришћења друштвених мрежа посредованих интернетом за унапређење односа с јавношћу Војске Србије”, Комисија констатује да је дисертација урађена у свему према одобреној Пријави.**

2. **Полазећи од анализе и оцена изнетих у овом извештају, Комисија констатује да докторска дисертација „Могућности и значај коришћења друштвених мрежа посредованих интернетом за унапређење односа с јавношћу Војске Србије” представља самостално и оригинално научно дело.**

3. **Имајући у виду претходне констатације, Комисија једногласно закључује да су се стекли сви суштински и формални услови за јавну одбрану докторске дисертације мастера Хелене Милошевић „Могућности и значај коришћења друштвених мрежа посредованих интернетом за унапређење односа с јавношћу Војске Србије”.**

Место и датум:
Београд, 3.04. 2017. год.

Чланови Комисије
за оцenu докторске дисертације

Проф. др Мирко МИЛЕТИЋ
Факултет за културу и медије, Универзитет „Џон Незбит”, Београд

Проф. др Драган ЋАЛОВИЋ
Факултет за културу и медије, Универзитет „Џон Незбит”, Београд

Проф. др Зоран ЈЕВТОВИЋ

Филозофски факултет, Универзитет у Нишу

Проф. др Миљојко БАЗИЋ

Факултет за културу и медије, Универзитет „Џон Незбит“, Београд

Проф. др Драгана ЈОВАНОВИЋ

Факултет за културу и медије, Универзитет „Џон Незбит“, Београд