

ФАКУЛТЕТ ПОЛИТИЧКИХ НАУКА,

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ

Јове Илића бр. 165

Наставно-научном већу

Одлуком Наставно-научног већа Факултета политичких наука од 26.5.2016. године, формирана је Комисија за преглед и оцену докторске дисертације кандидата Александра Митића под насловом *Интеграција техника онлајн медија у стратешке комуникационе пројекте*. Након прегледа рада, Комисија у саставу: **проф. др Радосав Божовић**, (професор Факултета политичких наука - Универзитета у Београду у пензији), почасни члан Комисије, **проф. др Никола Маричић**, (Факултет драмских уметности – Универзитет у Београду), председник Комисије, **проф. др Веселин Кљајић**, (Факултет политичких наука, Универзитет у Београду), члан Комисије-ментор, **проф. др Синиша Атлагић** (Факултет политичких наука, Универзитет у Београду), члан Комисије, **доц. др Сања Домазет** (Факултет политичких наука, Универзитет у Београду), члан Комисије, подноси Наставно-научном Већу следећи:

РЕФЕРАТ О ЗАВРШЕНОЈ ДОКТОРСКОЈ ДИСЕРТАЦИЈИ

„ИНТЕГРАЦИЈА ТЕХНИКА ОНЛАЈН МЕДИЈА У СТРАТЕШКЕ КОМУНИКАЦИОНЕ ПРОЈЕКТЕ“

1. Основи подаци о кандидату и дисертацији

Александар Митић је рођен 1974. године у Лесковцу. Основну школу је похађао у Србији, Тунису и Белгији, а средњу школу у Белгији, Србији и САД.

Дипломирао је са одличним успехом 1996. године на Карлтон (Carleton) универзитету у Отави (Канада), стекавши диплому “Bachelor of Journalism – Highest Honours in Journalism and Political Science”. Магистрирао је 1997. године као први у генерацији на Norman Paterson School of International Affairs универзитета Карлтон, одбранивши са највишом оценом тезу „The Impact of the Media on Preventive Diplomacy: Three Cases from the Yugoslav Conflict” и стекавши диплому „MA in International Affairs – Conflict Analysis”. Обе дипломе

су нострификоване на Факултету политичких наука Универзитета у Београду. Завршио је низ школа, семинара и курсева, између осталог у Вашингтону, Москви, Бону и Истанбулу. Добитник је више стипендија и награда за успех. Алумни је програма за лидере академије ТАСА (Бон), фондације BMW (Берлин), Института за економске стратегије Руске академије наука (Москва).

Професионалну каријеру је развијао у више праваца. Као новинар, каријеру је започео као стални дописник Агенције франс прес (Agence France-Presse, AFP), 1999. године, када је постао једини дописник страног медија који је боравио на Косову и Метохији током свих 78 дана НАТО бомбардовања, извештавајући са лица места о десетинама ексклузивних вести које су преузимане широм света. Анализи његовог извештавања током бомбардовања посвећено је читаво поглавље књиге професора Универзитета Париз-Сорбона Мајкла Палмера (Michael Palmer) „Quels mots pour le dire? Correspondants de guerre, journalistes et historiens face aux conflits yougoslaves“ (Paris, Éd. L’Harmattan, 2003), а на исту тему аутора је на Косову и Метохији током бомбардовања интервјуисао француски комуниколог Режис Дебре (Régis Debray) - интегрални интервју објављен је у журналу “Les Cahiers de Médiologie” (numéro 8 – „Croyances en guerre – l’effet Kosovo“, 1999). О свом извештавању током бомбардовања аутор је написао прилог за књигу „Новинарство: интерпретативно и истраживачко“ проф. др Неде Тодоровић (Факултет политичких наука, Чигоја штампа, 2002).

По завршетку бомбардовања, аутор је наставио да ради за АФП као стални дописник из Београда до 2005. године, када је постао стални дописник агенције Тањуг из седишта Европске уније и НАТО у Бриселу. До 2009. године, поред вести из институција у Бриселу, извештавао је и са самита ЕУ, НАТО и Г8.

Аутор је током своје новинарске каријере писао и на десетине текстове за „Политику“, „НИН“, „Le Journal du dimanche“ (Pariz), „La Croix“ (Париз), „TOL“ (Праг), „ISN“ (Цирих), а у укључењима се јављао за „CNN“, „BBC“, „TVA-LCN“ (Монтреал) и друге радио и тв станице.

Један је од оснивача и први изабрани председник Удружења франкофоних новинара Србије и Црне Горе, којег је представљао на међународним

конференцијама у Буркини Фасо и у Тогоу.

У области образовања, био је асистент из предмета „Међународни односи“ на Карлтон универзитету (1996-1997), а на Факултету политичких наука Универзитета у Београду био је предавач на изборном предмету „Новинарско извештавање у кризним ситуацијама“ на трећој години основних студија (2003-2005). Од 2009-2011. године био је директор школе „Веб новинар“ при УНС-у, аутор курикулума, предавач, координатор наставе и уредник „Приручника веб новинарства“. Држао је предавања на специјалистичким студијама Женевског центра за безбедносну политику (Geneva Center for Security Policy – GCSP, Женева).

Излагао је на конференцијама САНУ у Београду и Косовској Митровици, и учесник је бројних конференција, округлих столова и дебата у Белгији, Холандији, Француској, САД, Русији, Аустрији, Италији и Пољској.

Био је аналитичар-сарадник шведске организације “Transnational Foundation for Peace and Future Research”, а 2005. године је био један од оснивача Института 4С у Бриселу. У оквиру ове организације, а на основу идеја које је претходно изложио на научном скупу САНУ, припремио је и из Брисела водио пројекат „Kosovo Compromise“ („Косовски компромис“), први српски програм стратешке комуникације усмерен ка чланицама Европске уније (2006-2008). Пројекат, усмерен ка представљању аргументације у прилог статуса Косова и Метохија у оквирима Републике Србије, званично је подржан од стране Владе Републике Србије, односно Министарства за Косово и Метохију, и у његовом представљању су учествовали чланови преговарачког тима РС, а више од 30,000 припремљених материјала (цд-ромова, журнала, брошура, итд) подељено је директно или путем ДКП МСП институцијама, универзитетима, истраживачким центрима, НВО, медијима и библиотекама широм света.

Од 2010. до 2014. био је члан Управног одбора и уредник Фонда Слободан Јовановић, саветник председника компаније АБС Електро из Москве и потпредседника Народне скупштине Републике Србије. Оснивач је и председник Центра за стратешке алтернативе из Београда, који је 2016. године изабран за

српског члана међународног истраживачког конзорцијума пројекта „Један појас, један пут“ („Пут свиле“), којег у оквиру платформе 16+1 координира кинески државни институт ССТВ.

Као аналитичар цитиран је на насловним странама “New York Times“-а/“International Herald Tribune“-а и „Политике“, давао је интервјуе и писао коментаре за „Литературнаја газета“ (Москва), „European Voice“ (Брисел) и друге медије, те је редовно гостовао у програмима РТС-а, Радио Београда 1 и 2, телевизијама Bloomberg, Press TV (Техеран), Al-Jazeera и другим радио, ТВ станицама и интернет порталима. Говори француски и енглески језик.

Комисија констатује да се кандидат радно, стручно и научно бавио проблематиком везаном за обрађену тему, те истиче следеће радове:

Митић, Александар (2002). Мозаик једног ратног извештаја. У Неда Тодоровић. *Новинарство: интерпретативно и истраживачко*, Београд: Факултет политичких наука: Чигоја штампа. COBISS-ID 99031820

Митић, Александар (2004). 101 лице алтерглобалиста. У Маринко Вучинић (уредник). *Зборник радова виртуелних курсева Цепит-а*, Београд: Београдска отворена школа. COBISS.SR-ID 112451596

Митић, Александар (2006). Медијска агенда Србије за Косово и Метохију. У Стеван Карамата (уредник). *Срби на Косову и Метохији: зборник радова с научног скупа одржаног у Косовској Митровици 27-29. маја 2005*, Београд: Српска академија наука и уметности, књ. 112, Одељење друштвених наука, књ. 26. COBISS.SR-ID 132258828

Mitić, Aleksandar (2006). The Role of Media in Promoting Ethnic and Religious Reconciliation: Lessons, Warnings and Tips from a Journalist's Perspective. Prilog u zborniku radova *National and Inter-Ethnic Reconciliation and Religious Tolerance in the Western Balkans – Proceedings from the First ECPD International Symposium*, Beograd: ECPD. ISBN 86-7236-037-0

Mitić, Aleksandar (2006). The Pressure against Compromise. *Analyses*, vol. 2, number 1, COBISS.SR-ID 120419596

Митић, Александар (2007). Утицај Европске уније на преговоре о будућем статусу Косова. У Коста Михаиловић (уредник). *Косово и Метохија – Прошлост, садашњост, будућност: зборник радова с међународног научног скупа одржаног у Београду 16-18. марта 2006.*, Београд: Српска академија наука и уметности, књ. СХV, Одељење друштвених наука, књ. 28. ISBN 86-7025-431-2

Mitić, Aleksandar (2008). *Kosovo 2008: Unilateral Declaration...of a Multilateral Crisis*, multimedia cd-rom, Brussels: Institute 4S. Bibliothèque nationale de France FRBNF42412362

Mitić, Aleksandar (2011). The Impact of the Media on Preventive Diplomacy: The Case of Macedonia 1991-1993. *Crossroads: The Macedonian Foreign Policy Journal*. January-August 2011, Vol. II, No. 4, UDC: 327 (497.7).

Докторска дисертација Александра Митића написана је укупно на 409 страна, од чега 371 страна текста и 38 страна литературе. Састоји се од шест поглавља. Коришћена литература се састоји од 514 извора, од чега 235 књига и прилога у уџбеницима и монографијама, 90 чланака у академским журналима, 76 извештаја, документа и говора и 113 медијских и онлајн извора. Избор литературе указује на научни и савремен приступ теми и проучавању истраживачког проблема.

У техничком и формално-правном смислу, дисертација је урађена у складу са важећем *Упутству за обликовање докторске дисертације* донесеном од стране Универзитета у Београду те *Пријавот докторске дисертације* која је прихваћена од стране органа Факултета и Универзитета. Провером у антиплагијаризам програму *Ephorus*, дана 26. 04. 2016. године, сачињен је *Извештај о ауторству докторске дисертације*, којим је констатовано да наведена дисертација садржи мање од 1% плагираних речи.

2. Предмет и циљ докторске дисертације

Предмет дисертације је интеграција техника онлајн медија у стратешке комуникационе пројекте.

Аутор запажа да су се концепти техника онлајн медија и стратешке комуникације појединачно развијали у пракси током прве декаде 21. века, а да се у другој декади стварају све веће претпоставке за њихову интеграцију, те указује не само на искуства „Твитер револуција“ током „Арапског пролећа“ (2011), на формирање специјалних програма ЕУ и НАТО за стратешку комуникацију у онлајн окружењу (2014-2015), на „ратове тролова“ током украјинске кризе (2014-2016), на софистициране онлајн кампање исламистичке групе Даеш (2014-2016), већ и на примере праксе у области здравствене, кризне и корпоративне онлајн комуникације широм света.

Све већи, бржи и мобилнији приступ интернету (45% светског становништва у 2016. години), перманентна доступност података захваљујући серверима „облака“, геолокализација, технике друштвеног маркетинга које промовишу интернет гиганти попут Фејсбука и Гугла, указали су на огромне могућности онлајн техника.

Технике онлајн медија, по аутору, представљају све врсте комуникационих канала и метода заснованих на онлајн платформама које имају практичну примену не само у едукацији, забави, трговини и радној колаборацији, већ и у стратешким комуникационим пројектима путем информисања, друштвене интеракције, ангажовања, мобилизације и метода друштвеног маркетинга.

Аутор стратешку комуникацију посматра као систем координираних комуникационих активности које организације смишљено спроводе ради унапређења своје мисије, уз посебан фокус на разумевање друштвено-политичког и културног контекста у којем се налази циљна група, идентификацију њених карактеристика и могућих канала и метода комуницирања с њом, развој и примену идеја које кроз канале и методе информишу, утичу, убеђују и промовишу тип понашања или мишљења. То могу да буду и административне кампање у

здравственој и НВО комуникацији, кампање усмерене ка променама у понашању или мишљењу, али и кампање које су интегрални део залагања за промену власти или насилних промена и остварења интереса путем оружаних акција.

Кандидат полази од чињенице да се након терористичких напада на Њујорк и Вашингтон 2001. године концепт стратешке комуникације снажно развијао нарочито у спољнополитичком и безбедносном естабишменту САД, где су му, на прагу праксе јавне дипломатије, психолошких операција и пропагандних техника, посебну пажњу посветили Бела кућа, Пентагон и Стејт департамент. С друге стране, концепт се паралелно развијао и у оквиру организационе комуникације и односа с јавношћу, чему је посебан допринос дала академска заједница у САД и Европи, нарочито Немачкој.

Са појављивањем веба 2.0 и експанзијом пратећих техника онлајн медија, концепт стратешке комуникације је крајем 2000-тих и почетком 2010-их добио нови замах. Аутор, наиме, запажа да су стратешкој комуникацији управо неопходни инструменти и модалитети утицаја, информисања и убеђивања које технике онлајн медија могу да пруже. Резултат у пракси су управо случајеви који су наведени на почетку овог сегмента.

Међутим, како истиче кандидат, уочљив је недостатак теоријске и практичне анализе интеграције техника онлајн техника у стратешке комуникационе пројекте. Ради се, како запажа, о новом, динамичном пољу у којем је развој теоријских и практичних модела тек у повоју.

Стога, као циљ дисертације, аутор поставља питање: да ли, под којим условима, с каквим модалитетима, с каквом практичном организацијом и с каквим жељеним исходима технике онлајн медија могу да се интегришу у стратешке комуникационе пројекте? Какве су претпоставке за њихову употребу и на који начин могу да унапреде спровођење стратешких комуникационих кампања?

Истовремено, кандидат се дотиче и питања демократизације и моћи: да ли технике онлајн медија доприносе само стратешким комуникационим кампањама моћних државних, институционалних и корпоративних актера, или су такође –

због својих специфичних карактеристика центрифугалности, аутономије и умрежености – све моћнији инструмент за остваривање циљева протестних друштвених покрета, ненасилних и насилних група?

3. Основне хипотезе од којих се полазило у истраживању

Аутор је дефинисао три хипотезе које је касније научно верификовао.

Прва хипотеза: „Технике онлајн медија вишеструку унапређују квалитет садржаја стратешких комуникационих пројеката – кроз већи капацитет за информације (непостојање временског и просторног ограничења, линковање), дужу трајност (могућност сталне употребе и консултовања), флексибилност (могућност сталне измене и допуне), дубљи контекст и бољу анализу, мултимедију, конвергенцију, „вики“ колаборацију и квалитетнију претрагу.“

Кандидат је ову хипотезу верификовао применом више метода. Након истраживања карактеристика и функција техника онлајн медија и стратешке комуникације, утврдио је подударности које омогућавају интеграцију, повезујући пре свега заједничке карактеристике трајности, флексибилности и фокуса на наративе. Истраживањем примера праксе и квалитативном анализом студије случаја, аутор је указао на интеграцију у случајевима индексирања, таговања, претраге, „краудсорсинг“ колаборације, као и капацитета онлајн медија да - као платформе које интегришу мултимедијалне садржаје, ресурсе и повезане вести, те низ онлајн техника - буду основа за даље ширење информативних и персуазивних садржаја, у значајној мери путем друштвених мрежа, захваљујући карактеристикама постојаности, интерактивности и адаптабилности. У оквиру студије случаја, квантитативна анализа садржаја (фрејминга) показала је да је у 67,4% анализираних прилога уочена барем једна од презентационих техника (употребе релевантних линкова, повезаних вести, тагова или унапређених мултимедијалних садржаја), што пружа још један доказ о значајном доприносу интеграције онлајн техника у стратешким комуникационим пројектима и омогућује верификацију прве хипотезе.

Друга хипотеза: „Технике онлајн медија омогућавају бољу и прецизнију интеракцију са циљном групом, што омогућава снажнију мобилизацију и активизам стратешких комуникационих кампања – кроз већу приврженост (приснија веза), повратну информацију, бољу дифузију, брже анимирање, динамизирање дебате, способност публике да сама даље шири садржај, ангажовање, кроз програме анализе читаности који омогућавају детаљно праћење циљне групе, њених жеља и интереса, кроз друштвене мреже које воде умрежавању и интеракцији и, најзад, кроз технике друштвеног маркетинга које омогућавају боље таргетирање порука.“

Кандидат је истим методама као и у случају прве хипотезе, верификовао и другу хипотезу. Утврдио је подударност техника онлајн медија и стратешке комуникације које омогућају: интеграцију путем дијалошке комуникације онлајн медија која омогућају грађење односа неопходно за стратешку комуникацију; низ онлајн техника (од персонализације до мониторинга и аналитике) које омогућају дефинисање циљних група; карактеристике онлајн колаборације (од организације до мобилности и геолокализације на терену) које омогућају координацију читавог процеса стратешке комуникације; фокус на интеракцију и ангажман који омогућаје неопходне акције које су предмет стратешке комуникације. Осврнувши се на примере праксе и студије случаја, кандидат је додатно уочио сегментацију „онлајн простора“ на просторе за утицај и оне за мобилизацију, на праксу формирања мрежа утицајних корисника, на капацитет за формирање онлајн платформи за регрутовање, координацију, интеракцију у дељењу садржаја и у спровођењу акција, нарочито у реалном времену. У оквиру студије случаја, квантитативна анализа садржаја (фрејминга) показала је да је у 92,4% анализираних прилога уочена барем једна од дисеминационих техника (интеракција, коментарисање, дељење вести и остале форме дистрибуције), што је допринело укупној научној верификацији друге хипотезе.

Трећа хипотеза: „Технике онлајн медија доприносе демократском капацитету јавне дебате јер омогућавају стратешким комуникационим кампањама пробијање мреже гејткипера и агенди наметнутих од стране водећих медија и политичко-друштвеног естаблишмента.“

Позивајући се на подударност карактеристика и функција техника онлајн медија и стратешке комуникације, кандидат је утврдио да интеграција омогућује стварање нових лидера и ауторитета у онлајн сфери захваљујући интеракцији, друштвеним мрежама и фокусу на кључне карактеристике стратешке комуникације попут легитимитета, репутације и поверења. Уз то, примери праксе и студије случаја указују на капацитете за пласман контранаратива и легитимизацију новог наратива, за избегавање надзора и за спровођење хибридних активности (прелазак из онлајн у офлајн сферу и обратно), за постојање платформи које служе као подлога за активизам и мобилизацију, за пласирање алтернативних вести и погледа, за избегавање контроле гејтикпера захваљујући капацитетима интеракције и координације у реалном времену.

У оквиру студије случаја, анализирана је оригиналност онлајн прилога, с обзиром да већина онлајн медија који се ексклузивно појављују на вебу (без матичне традиционалне штампане или електронске верзије) подржавају активистичке, протестне дискурсе и фрејмове који су независни од доминатних медијских агенди. Квантитативна анализа садржаја (фрејминга) показала је следеће: 35,1% прилога је оригинално и ексклузивно онлајн, док је преосталих 64,9% прилога објављено у комбинацији са другим традиционалним медијима. Самим тим, постоји значајан допринос оригиналних онлајн прилога који најчешће пружају алтернативни поглед. Квалитативна анализа самих фрејмова, истиче кандидат, указује на могућност пласирања најширег могућег дијапазона аргумената и фрејмова, укључујући и алтернативне ставове и фрејмове.

Кандидат, међутим, запажа да примери из праксе, укључујући разговоре са практичарима, али и додатни резултати квантитативно-квалитетне анализе студије случаја, указују на ограничен домет онлајн техника у пробијању медијске доминације. Кандидат, с правом, упозорава на онлајн сферу која се све више креће у правцу у којем моћни актери – државе, корпорације, организације - стичу предност и продубљују јаз у односу на супарнике захваљујући техникама попут контроле над инфраструктуром, апликацијама и алгоритмима који прикупљају податке, контроле над тим подацима, пре свега кроз архивирање, идентификацију, класификацију и презентацију ради лакше и ефикасније анализе. Кандидат стога истиче да оваква перспектива – посебно у случајевима ауторитарних режима, насилних покрета или уских интереса корпорација – не

мора сама по себи да значи допринос демократском капацитету јавне дебате. Уместо, пробијања мрежа контроле, истиче аутор, може доћи управо до супротног ефекта њиховог учвршћивања.

Кандидат, ипак, наглашава, да ограничење и условљавање демократских капацитета – као питање моћи и контроле које се поставља у сваком разматрању питања јавне дебате - не може да негира значајан допринос које технике онлајн медија могу да остваре, као што је утврђено у првом делу верификације хипотезе. Стога, аутор закључује да је, на основу анализе, хипотезу могуће делимично потврдити.

4. Опис садржаја (структуре по поглављима) дисертације

Поглавље 1. најпре излаже актуелност проблема, предмет и циљ истраживања (видети сегмент 2), истиче хипотезе (видети сегмент 3), осврће се на друштвену и научну оправданост истраживања (видети сегмент 6), те на методолошки оквир истраживања (видети сегмент 5).

Кандидат посебну пажњу у овом поглављу посвећује теоријском оквиру и истиче најпре да истраживање стратешке комуникације претпоставља испитивање организационе комуникације са интегрисане и мултидисциплинарне перспективе, уз развијање идеја и концепата утемељених у теоријама комуникација развијеним током 20. века, а прилагођеним перспективама 21. века. Аутор истиче да се почетком 21. века, у светлу глобалног рата против тероризма концепт стратешке комуникације најпре фокусирао на области спољне политике, безбедности и контратероризма (Аркети, Болт), чему су допринеле и институционалне дефиниције концепта у САД (Бела кућа, Пентагон, Стејт департамент) и истраживачки институти блиски америчком војном комплексу (Пол). С друге стране, стратешка комуникација је истовремено обухватила и области политичке комуникације и активизма (Лич и Моушн, Кјусис и Стромбек), корпоративне комуникације (Арђенти и Барнс), кризне комуникације (Кумбс и Холадеј) те јавне комуникације (Рајс, Росман). У том контексту, посебна теоријска пажња је посвећена организационој комуникацији (Халахан), односима с јавношћу и друштвеној теорији (Ихлен и Верховен) и јавној дипломатији (Сноу и Тејлор, Сејб) – са закључком о неопходности интердисциплинарности у

проучавању стратешке комуникације (Холцхаузен и Зерфас).

Аутор истиче да је за разумевање концепта неопходно изучавање карактеристика које су повезане са „стратешким заокретом“ (Торп) којим се спаја ефективност и партиципативност, све у условима неизвесности које карактерише друштво рефлексивне модерне (Бек, Бонс, Лау, Гиденс), а које ствара простор за снажну улогу за стратешку комуникацију (Ихлен и Верховен). У том контексту, појмови легитимитета, разумевања, јавне сфере, ангажовања, поверења, друштвеног капитала (Путнам, Нам) и дијалога (Кент и Тејлор) изискују реинтерпретације Вебера, Хабермаса и Дјуија. С друге стране, кандидат истиче да фокус на стратешке аспекте комуникације (Клаузевиц, Нотхафт и Шолцел) наглашава везу између речи и дела (Дебре, Левинсон), борбу за надмоћ у дискурсу (Фуко, Ван Дајк, Ферклоу), као и у наративу и сторителингу (Жижек, Салмон).

Кандидат се затим осврће на запажања Барана, Дејвиса и Гумперта који истичу изузетну важност континуитета у проучавању комуникологије, односно уважавања чињенице да се, без обзира на радикалне ревизије и софистициране синтезе, комуниколошке теорије данашњице ослањају на теорије које су се развијале од краја 19. века.

Уважавајући овакав приступ историји теорија комуникације, кандидат се позива на четири кључне ере у развоју теорије масовне комуникације које дефинишу Баран и Дејвис (ера масовног друштва, ера ограничених ефеката, ера културних и критичких теорија, ера стварања смисла), да би закључио да свака од њих допуњује мозаик појмова стратешке комуникације и онлајн медија.

Кандидат стога инсистира на историјском континуитету и контрибуцији теорија, те им на оригиналан начин одаје признање, повезујући их са актуелним концептима и примерима стратешке комуникације и онлајн сфере. Он тако истиче важност за предмет рада коју можемо да пронађемо у теоријама пропаганде (Ласвел), прагматизма (Дјуи), емпиризма (Лазарсфелд), експерименталног приступа (Ховланд), феноменологије (Клапер), функционализма (Мертон), „двостепеног тока“ информација (Кац и Лазарсфелд), системских теорија (Вестли-Меклин), критичких и културних теорија (Адорно,

Хоркхајмер, Хабермас, Вилијамс, Хол), историјске теорије (Инис), теорији „постављања дневног реда“ (МекКомбс и Шоу), „фрејминга“ (Гофман, Канеман, Пан и Косицки), „прајминга“ (Ијенгар и Киндер), теорији култивације (Гербнер), „дифузије иновација“ (Роџерс), „семиотичке демократије“ (Фиск), па све до „семиотичке непослушности“ (Болијер), „сфере девијантности“ (Розен), „модела вероватноће елаборације“ (Пети) и медијске писмености.

С друге стране, кандидат учовава да се у онлајн сфере, у последњој деценији, догађа онлајн реприза дебате између оптимистичког и песимистичког погледа на улогу нових медијских технологија. Оптимистичким приступима „умреженог друштва“ (Кастелс), „партиципативне културе“ (Џенкинс), „богатства мрежа“ (Бенклер), „когнитивног сурплуса“ (Ширки), супростављени су песимистични погледи „гуглизације свега“ (Ваидхијанатан), „дигиталне искључености“ (Мекчесни), „плитког“ (Кар), „нет делузије“ (Морозов), „култа аматеризма“ (Кин). Ове и друге приступе аутор објашњава и разрађује у поглављима 2. и 3.

Поглавље 2. бави се техникама онлајн медија. Аутор истиче да историја човечанства не памти феномен, технологију или процес који је успео да се за тако кратко време прошири у све регионе света и уђе толико дубоко у све поре људске активности. Међутим, као и свага друга технологија, и интернет је зависан од људских и друштвених фактора – интернет мења друштво, али га и друштво кроз прилагођавање потребама, жељама и интересима држава, организација, заједница и појединаца – трансформише и адаптира. Кандидат се осврће на три (позитивне и оптимистичне) историјске карактеристике развоја интернета -- његов центрифугални карактер, отвореност система и вођеност од стране корисника (Рајан). Међутим, аутор оцењује да развој интернета и дешавања у онлајн сфери у последњих пет до десет година указују на неопходност да се на развој и будућност интернета гледа с далеко више опреза. Он, наиме, анализира проблеме с контролом над интернетом на светском нивоу, односно чињеницу да све више држава, а нарочито чланице БРИКС-а, оспоравају доминацију САД и њених корпорација у области контроле над интернетом, нарочито контроле над прикупљеним подацима. Узрок томе је свакако схватање предности које доноси контрола над онлајн сфером, праћено откривањем размера надгледања онлајн комуникација од стране америчке НСА (афера Сноуден), са последицама које се

виде у „балканизацији интернета“, његовој територијализацији и стварању „мноштва интернета“, односно нове геополитике онлајн сфере. Стога, аутора с правом закључује да је, уместо искључивих романтичних погледа на хоризонталност, аутономију и демократизацију интернета, неопходно схватити га и као сферу у којој је стварање стратешког комуникационог утицаја не само могуће већ и неопходно за остварење државних, корпоративних и других организационих интереса.

Кандидат затим расправља о утицају интернета на друштвене процесе, међународне односе, безбедносну политику, политички активизам, те излаже оптимистичне (Кастелс, Рејни и Велман, Ширки, Бенклер, Џенкинс, Џарвис, Финберг и Фризен) и песимистичне погледе (Фукс, Мекчесни, Кин, Морозов, Ваидхијанатан), као и оне који теже проналажењу балансиранијих приступа (Ван Дајк; Каран; Радојковић, Стојковић и Врањеш; Петрут).

Посебну пажњу аутор логично поклања променама које су онлајн технологије донеле медијима, анализирајући између осталог конвергенцију технологија, нову улогу корисника („произвођача-потрошача“), промењен економски контекст и капацитет медија да се адаптирају на нове околности.

Кандидат представља врсте онлајн медија, фокусирајући се на веб сајтове и друштвене медије, дефинишући појмове, историјате и карактеристике. Најзад, аутор важан део поглавља 2. посвећује техникама онлајн медија, у контексту њиховог капацитета да буду интегрисане у стратешке комуникационе пројекте. Међу њима, кандидат разматра: линковање; мултимедијалну нарацију (текст, презентације, документе, фотографије, видео, аудио, инфографике, мапе, дата новинарство, „мешап“, односно спајање раздвојених сетова дигиталних података, мобилне вести); колаборацију („вики“, „краудсорсинг“); таксономију веба (претрага, таговање), те маркетиншке онлајн технике.

Поглавље 3. односи се на појам стратешке комуникације. У уводним разматрањима, аутор истиче да је у првој деценији појам стратешке комуникације доживео нагли скок популарности у практичном и теоретском оквиру. С једне стране, у спољнополитичком и безбедносном контексту развијала га је пре свега

научно-истраживачка и административна заједница САД након 11. септембра 2011. године и ратова у Авганистану и Ираку. С друге стране, концепт је развијан и у другим областима – од политичке, преко кризне, јавне до корпоративне комуникације. Развијани су универзитетски програми у САД, Азији и Аустралији, а у другој декади 21. века све више и у Европи, не само обједињавајући друга поља комуникације (односе с јавношћу, јавну дипломатију), већ и постајући посебан интердисциплинаран приступ фокусиран на процес комуникације (Холцхаузен и Зерфас). Посебан подстрек су дала појашњења концепта и оснивање академских журнала крајем 2000-их, те објављивање монографија и енциклопедија средином 2010-их.

У наставку поглавља, кандидат, указујући на важност друштвене теорије за разумевање стратешке комуникације, детаљно образлаже појмове који су кључни за њено разумевање, те представља истовремено савремене примере у пракси Европске уније, Даеша, „биткоина“ и других организација и појмова. У том контексту, аутор се осврће на појмове: рефлексивне модерне (Бек, Бонс, Лау); легитимитета (Вебер, Ваерас, Холмстром, Фолкхајмер и Нилсен); поверења и друштвеног капитала (Путнам, Бурдије, Лин, Бурт, Бентеле и Вехмејер); јавне сфере (Хабермас, Бентеле и Нотхафт, Папакариси); стратегије (Клаузевиц, Нотхалт и Шолцел, Левинсон); стратешког дијалога, укључујући разумевање (Вебер, Гадамер), преговоре о значењу (Холцхаузен и Зерфас), дијалогичност (Груниг, Кент и Тејлор), те акцију у доба умрежености и неизвесности (Дјуи, Груниг, Кастелс, Јанг и Питерсон, Марфи); стратешки обрт као предуслов интеграције партиципације и ефективности (Торп) уз историјски осврт на периоде доминације једног или другог приступа и схватања, од Антике, преко Рима, средњег века, ренесансе, реформације, просветитељства, романтизма до данашњег доба у којем се интеграцијом ствара нови хибрид којим се партиципација и ефективност узајамно промовишу; стратегије као везе речи и дела (од „фокизма“ Дебреа до „гериле маркетинга“ и „мрежног ратовања“); дискурса, наратива и моћи (Фуко, Жижек, Моушн и Лич, Ферклоу, Ван Дајк).

У наставку поглавља 3. кандидат се осврће на поља примене стратешке комуникације. Анализирајући стручну литературу и праксу, аутор закључује да се она најчешће примењује у пет области: (1) Спољнополитичкој и безбедносној

политици; (2) Политичкој комуникацији и питањима друштвених промена; (3) Кризној комуникацији; (4) Здравственој, административној и комуникацији (међународних) невладиних организација; (5) Корпоративној комуникацији.

Аутор је сва ова поља анализирао, с посебним освртом на спољнополитичку и безбедносну политику, а нарочито на дефинисање тог концепта у САД, где је он најсвеобухватније истраживан, званично прихваћен у администрацији и примењиван у последњих 15 година. Кандидат анализира дефиниције америчког војног и политичког естаблишмента да би утврдио кључне елементе и образложио процес функционисања, којег је разјаснио и оригиналном илустрацијом: (1) Стратешка комуникација служи подршци националном легитимитету, спољнополитичким и безбедносним интересима и јасно дефинисаним циљевима; (2) Стратешка комуникација је процес, а не (само) „сет капацитета“; (3) Стратешка комуникација подразумева низ интерних, организационих процеса фокусираних на успостављање културе комуникације, координацију актера и синхронизацију речи и дела; (4) Стратешка комуникација подразумева фокус на разумевање екстерног контекста, како друштвено-политичког и културног тако и циљних група, ради формулисања садржаја, циљаних тема и порука; (5) Стратешка комуникација подразумева идентификацију адекватних мера за постизање ефеката кроз информисање, утицај, убеђивање и ангажман.

Аутор посвећује пажњу стратешкој комуникацији у кампањама, друштвеном активизму и променама. Он се, такође, осврће на поља стратешке кризне комуникације (Кумбс и Холадеј, Кјусис и Стробек), јавних информативних кампања – здравствене (Росман) и комуникације невладиних организација (Ламбел) – те корпоративне стратешке комуникације (Арђенти и Барнс).

Разматрајући доступне теоријске и практичне материјале, кандидат је издвојио елементе капацитета, приступа и процеса који су претпоставка за ефективну стратешку комуникацију: (1) Неопходност дефинисања јасног циља; (2) Важност лидерства и ауторитета; (3) Важност кредибилитета; (4) Неопходност координације ради избегавања „информативног братоубиства“; (5) Уважавање важности акција; (6) Затварање раздора између речи и дела; (7) Неопходност

координације од почетка до краја; (8) Неопходност флексибилности; (9) Фокус на двосмерну комуникацију и одржавање односа; (10) Равнотежа између контроле и аутономије; (11) Неопходно постојање основних капацитета; (12) Неопходност комуникационе културе; (13) Познавање циљне публике; (14) Фокус на агенду, теме и фрејмове; (15) Поузданост извора информисања; (16) Фокус на утицај – од информисања до дељења значења; (17) Спремност на контрирање „противнику“; (18) Фокус на дугорочан и инкременталан приступ; (19) Фокус на наративе; (20) Менаџмент репутације; (21) Одбацивање или минимизирање спина.

Кандидат је такође идентификовао проблеме који могу да угрозе ефективност стратешке комуникације: (1) Амбивалентан однос према новинарима и медијима; (2) Постојање „домаћих“ или интерних противника комуникационе стратегије; (3) Антагонизам и низак кредибилитет; (4) Снажан противник; (5) Недостатак ресурса; (6) Недостатак познавања информационо-комуникационог система и културног миљеа; (7) Негативан ефекат акција; (8) „Прскање“ односима с јавношћу и адвертајзингом; (9) „Информационо братоубиство“ на врху пирамиде; (10) Тежина мерења ефикасности; (11) Етичка и правна ограничења; (12) Недостатак сензибилитета.

Поглавље 4. бави се интеграцијом техника онлајн медија у стратешке комуникационе кампање, а аутор се осврће на све области деловања које је анализирао у поглављу 3. О актуелности теме говори чињеница да су, како истиче аутор, две најмоћније интеграције европских држава 21. века – ЕУ и НАТО – у периоду 2014-2016. године основале посебне организације посвећене стратешкој комуникацији, с нарочитим фокусом на онлајн стратешку комуникацију.

Аутор најпре анализира функционисање тима Европске уније „Стратком исток“, посвећеном „борби против кампање руских дезинформација“, а чије су формирање затражили шефови држава ЕУ на самиту 2015. године. Кандидат, поред дескрипције, употребљава и анализу садржаја јединог производа којег је до сада представила ова организација – недељног извештаја „Disinformation Review“. Кандидат је анализирао све недељне извештаје у 2015. и на основу 340 обрађених прилога утврдио одређене трендове који су му омогућили критичке

закључке о функционисању тима, као и истицање техника онлајн медија које су интегрисане у стратешку комуникацију ЕУ и које јој дају суштински допринос.

Кандидат је затим анализирао рад „Центра НАТО за изузетност у стратешкој комуникацији“ којег је Северноатлантска алијанса формирала 2014. године. Анализирајући извештаје и друге материјале овог центра, кандидат је указао на фокус његовог ангажмана, а то су пре свега онлајн стратешке комуникационе кампање Русије и исламистичке групе Даеш. Анализа материјала, како истиче аутор, показала је да је пажња НАТО суштински посвећена техникама онлајн медија које, по аналитичарима центра, спроводи Русије у такозваном „хибридном“ рат, као и Даеш у својој кампањи ширења пропагандних порука, регрутовање, координације и мобилизације заснованој на платформи Твитера.

У сегменту везаном за стратешку политичку комуникацију и друштвене промене, аутор се осврће на кратак историјат онлајн активности у овом домену: од запатистичког покрета 1990-их, алтерглобалистичког покрета 2000-тих до председничке кампање Барака Обаме 2008. године, те такозваних „Твитер револуција“ које детаљније анализира у шест примера: Молдавија (2009), Иран (2009), Тунис (2010-2011), Египат (2011), покрет „Окупирај“ у САД (2011-2014), Украјина (2013-2014). На основу анализираних примера, аутор извлачи више закључака, попут важности стварања фрејмова и наратива, функционисања у „хибридном“ офлајн-онлајн простору, те координације као фактора успеха.

У области кризне комуникације, кандидат анализира примере употребе онлајн стратешке комуникације током земљотреса на Хаитију 2010. године и несреће авиона Боинг 777 јужнокорејске компаније Асиана 2013. године; у области здравствене комуникације пример епидемије еболе у Западној Африци (2014-2016); у области комуникације невладиних организације пример стратешког комуницирања у ЕУ путем пројекта „Косовски компромис“, у области корпоративне стратешке комуникације примере експлозије на платформи „Бритиш Петролеума“ у Мексичком заливу 2010. године. Аутор ове примере допуњује теоријским и критичким разматрањима.

Најзад, кандидат, на основу разматрања карактеристика онлајн медија у поглављу

2, стратешке комуникације у поглављу 3. и њихове практичне интеграције у поглављу 4. представља оригиналну табелу интеграција техника онлајн медија у складу са кључним карактеристикама и функцијама стратешке комуникације.

За сваку од 13 карактеристика стратешке комуникације кандидат је предложио примерене одговарајуће карактеристике и модалитете техника онлајн медија. Поред доприноса хипотезама у овом раду, ова табела је омогућила и да се предложи модел интеграције техника онлајн медија у стратешке комуникационе кампање, коју је кандидат назвао “3А: Анализа-Адаптација-Ангажман”: анализе кроз идентификацију циљева, контекста и метода; адаптације кроз припрему одговарајућег стратешког наратива и фрејмова, те изградњу мреже преко које ће фрејмови бити пласирани; ангажмана кроз процес спровођења стратешке комуникације – од пласмана циљаних порука до легитимизације стратешког наратива.

Поглавље 5. посвећено је студији случаја „Србија и интеграција у НАТО“, са циљем да се анализира интеграција техника онлајн медија у стратешкој комуникационој кампањи везаној за чланство Србије у савезу НАТО. Најпре се анализира контекст студије случаја, уз осврт на историјат (проширење НАТО-а, однос Србије и НАТО-а), актере и кључне аспекте проблема. Пример стратешке комуникације НАТО-а у случају Црне Горе пружа контекст за случај Србије. Објашњавају се временски оквир, узорак, предмет, метода, поступак и кодификација. Посебан осврт посвећен је методи фрејминг анализе, са освртом на теоријске основе ове методе, образложење концепата медијских фрејмова и стратешког фрејминга.

Урађена је мешана квантитативно-квалитативна анализа садржаја 791 онлајн прилога посвећеног теми Србије и НАТО у периоду од 15. октобра 2013. године до 15. априла 2014. године. Анализирана је онлајн ексклузивност прилога, употреба презентационих и дисеминационих онлајн техника. Збирни резултати су омогућили да се утврди допринос онлајн техника стратешкој комуникацији: 35,1% прилога се појављују само онлајн, док се у 64,9% случаја онлајн прилози појављују у исто време и у традиционалним медијима; у 67,4% прилога постоји допринос барем једне презентационе онлајн технике (од тога у 48,4% постоји

допринос линкова, филтера, повезаних вести и тагова, а у 44,1% постоји допринос мултимедије); у 92,4% прилога постоји барем један допринос дисеминационих онлајн техника (од тога у 82,8% прилога постоји допринос интеракције кроз интеракцију или оцењивање, а у 75,1% допринос ангажмана путем друштвених мрежа и преношења). Кандидат је резултате представио по месецима и графички илустровао. Представио је шест појединачних примера анализе садржаја.

У дискусији о резултатима истраживања студије случаја, кандидат је образложио четири кључна елемента стратешке комуникације у датим примерима: (1) Важност флексибилности и адаптације (у контексту „судара“ рационално-техничког и емотивно-политичког дискурса); (2) Важност контекста и тајминга (у контексту кризног фактора); (3) Важност доминантног референтног фрема (у анализи фрејм бомбардовања); (4) Важност кохерентности као методе борбе против „информативног братоубиства“.

Истовремено, анализа је омогућила идентификацију 13 елемената употребе техника онлајн медија: (1) Стварање смисла као предност у односу на трансмисију; (2) Сегментација терена „интерактивне борбе“ на терене за утицај и оне за учвршћивање ставова; (3) Синергијски ефекат „савезничких портала“; (4) Предност онлајн сфере у тајмингу стварања смисла; (5) Важност мултимедије; (6) Диверзитет капацитета онлајн техника; (7) Друштвени медији као извор вести; (8) Кључна улога агенцијских вести; (9) Ефекат агрегатора вести; (10) Ефекат сталних ресурса и повезаних вести; (11) Интеграција офлајн и онлајн активности; (12) Допринос алтернативних погледа и информација између сфере демократизације и/или девијантности; (13) Интеграција онлајн техника као допринос флексибилности и адаптацији.

Кандидат је закључио поглавље разматрањем резултата у односу на предложене хипотезе, указујући на суштински допринос онлајн техника у стратешкој комуникацији и тиме дајући допринос верификацији хипотеза.

Поглавље 6. разматра закључке до којих се дошло током истраживања. Аутор у уводу поглавља указује на чињеницу да је од почетка израде дисертације крајем 2010. године, актуелност и важност теме расла изузетним темпом, о чему говоре

примери који су се одиграли од тада: афера Сноуден, „Твитер револуције“ и „Арапско пролеће“, те фокус ЕУ, НАТО-а, Русије и Даеш-а на технике онлајн медија у својим стратешким комуникационим кампањама. Аутор указује и на истраживања стручњака који указују на то ће интеграција онлајн техника и стратешке комуникација бити још важнија тема у будућности.

Аутор затим прелази на теоријске и практичне закључке (видети сегмент 6), дискутује о верификацији хипотеза (видети сегмент 3), те пажњу посвећује ограничењима студије и предлозима за будућа истраживања. У том контексту, аутор указује на ограничења истраживања по питању ефеката техника онлајн медија, искључивања друштвених мрежа из анализе садржаја и анализе у односу на положај моћи. У складу с тим, он предлаже да будућа истраживања узму у обзир ова ограничења студије и изаберу их за предмете истраживања.

5. Методе које су примењене у истраживању

Кандидат је у свом раду користио више метода ради проучавања теорије и праксе појмова, техника и функција онлајн медија и стратешке комуникације, док је у студији случаја успешно поставио и применио методу мешане квантитативно-квалитативне анализе садржаја, са фокусом на анализу фрејминга.

У поглављима 1, 2 и 3, аутор је користио мултидисциплинаран приступ, методе анализе и синтезе, ради проучавања теорије и праксе која долазе из више области, а пре свега комуникологије, политичких наука и социологије. У поглављима 2 и 3, анализирао је појмове онлајн медија и стратешке комуникације уз осврт на друштвену теорију, аналитичке прегледе и синтезе дефиниција, класификацију и компаративну праксу у кључним пољима примене, што му је омогућило да утврди кључне карактеристике, претпоставке и контекст за интеграцију.

Кандидат је анализирао кључне технике онлајн медија, кључна поља примене стратешке комуникације, те примере из праксе. Доказујући актуелност и распрострањеност теме широм света, аутор је анализирао случајеве праксе интеграције из Европе, Африке, Америке, Азије и са Блиског истока. Ван студије

случаја, кандидат је употребио синтезу индукције и дедукције, квалитативне и квантитативне анализе у анализи садржаја праксе стратешке комуникације Европске уније у Поглављу 4. Захваљујући анализи, кандидат је утврдио да је могуће идентификовати капацитете интеграције захваљујући повезивању функционалних карактеристика стратешке комуникације и техника онлајн медија, те је предложио и графички илустровао модел процеса интеграције техника онлајн медија у стратешке комуникационе кампање.

Кандидат је закључке на основу прегледа стручне литературе, штампаних, електронских и онлајн извора допунио личним опсервацијама и искуствима стеченим у пракси, као и кроз учешће на конференцијама и научним скуповима, те разговорима са практичарима.

У поглављу 5, кандидат је приступом студије случаја анализирао примену техника онлајн медија у стратешкој комуникацији по питању чланства Србије у савезу НАТО. Аутор је детаљно образложио предмет анализе, историјат проблема, релевантне актере и временски контекст. Употребио је мешану квантитативно-квалитативну методу анализе садржаја. У периоду од шест месеци (15. октобар 2013. године – 15. април 2014. године) анализирао је све доступне артефакте, односно онлајн прилога (791), на основу дефинисаних критеријума везаних за тему, опсег доступности и карактеристике онлајн медија.

Кандидат је анализу поделио у два дела. У првом делу, предложио је фрејмове као јединицу анализе стратешке комуникације. Образложио је избор фрејминг анализе, појмове медијског и стратешког фрејминга, са теоријског али и практичног аспекта, узимајући као пример релевантан случај из 2016. на тему студије случаја. Кандидат је, најпре, класификовао про-НАТО и анти-НАТО фрејмове, а затим је њихово присуство идентификовао и кодификовао у сваком од 791 анализираних онлајн прилога. У другом делу анализе, идентификовао је постојање три сета онлајн техника које се интегришу у трансмисију и интерпретацију фрејма. Тако је најпре анализирана ексклузивност онлајн прилога ради идентификације оригиналности фрејма и доприноса верификацији треће хипотезе дисертације. Затим је анализирано присуство презентационих техника (мултимедије, линковања, таговања, итд) као допринос разматрању прве

хипотезе. Најзад, анализирано је присуство дисеминационих техника (интеракција, коментарисање, „лајковање“, дељење, итд) као допринос разматрању друге хипотезе. Квантитативна анализа је омогућила увид у допринос онлајн техника фрејмингу као основној јединици стратешке комуникације, док је квалитативна анализа омогућила дефинисање кључних елемената стратешке комуникационе кампање и употребе онлајн медија.

У поглављу 6, аутор је на основу резултата и закључаја добијених на основу студије случаја, као и претходно приказаних закључака проистеклих из анализе теорије и праксе (поглавља 2-4), размотрио и верификовао предложене хипотезе.

6. Остварени резултати, научни и друштвени допринос дисертације

Као предмети истраживања са теоријског и практичног аспекта, саме технике онлајн медија и стратешка комуникација су недовољно истражени, а то посебно важи за аспект интеграције о којој је реч у овом раду.

Исправно антиципирајући еволуцију предмета истраживања у пракси, кандидат је имао прилику да током периода израде дисертације (2011-2016) у реалном времену прати његов развој, промене и примену у свим сферама, а нарочито у спољној политици, безбедности и политичком активизму („Твитер револуције“, Арапско пролеће, Украјина, Даш-Исламска држава). Истовремено, елементи истраживања су добијали све већи значај у теоријској расправи, што је кандидат исправно забележио у својим разматрањима.

Кандидат је, међутим, исправно уочио недостатак теоријских и практичних претпоставки за интеграцију ових елемената. Он се одлучио да најпре дефинише појмове кључних елемената – техника онлајн медија и стратешке комуникације - њихов историјат, класификацију и функционалну употребу, наслањајући се како на друштвену теорију тако и на праксу. Затим се фокусирао на претпоставке и капацитете за интеграцију, уз фокус на примену у примерима из више светских региона, а са посебним освртом на Србију, захваљујући студији случаја.

Аутор је, на тај начин, пружио значајан научни и друштвени допринос. Размотрене су претпоставке, историјски и друштвено-политички контекст за интеграцију техника онлајн медија у стратешке комуникационе кампање. Указујући на кључне карактеристике развоја интернета и техника онлајн медија, аутор се није задржао на утопијским разматрањима већ је пажњу посветио и дистопијским разматрањима у теорији, као и забрињавајућим трендовима везаним за ограничавање интернета између покушаја централизације (надзора, контроле над инфраструктуром, подацима и апликацијама) и фрагментације (територијализације, изградње националних „фајрволова“ који урушавају интегритет интернета). Аутор сугерише приступ који технике онлајн медија посматра у контексту борбе за контролу над инфраструктуром и процесима на интернету, за прикупљање и аналитику података, те борбе за утицај на онлајн кориснике и садржај. Управо такав контекст пружа могућност организацијама (државама, друштвеним покретима, НВО, корпорацијама, итд) да се боре за остварење својих интереса и жељених исхода, односно за свесно и планирано унапређење својих мисија, што и јесте циљ стратешке комуникације. Кандидат је, на тај, начин исправно указао на простор деловања техника онлајн медија, те је у наставку рада технике идентификовао и систематски класификовао.

Упркос све већем присуству у научно-истраживачкој сфери и пракси, појам стратешке комуникација до сада није свеобухватно истраживан у Србији, те се, с те стране, ова дисертација може сматрати пионирским радом у нашој земљи. Аутор је идентификовао и анализирао појмове из друштвене теорије који помажу разумевању стратешке комуникације, те је идентификовао кључне сфере примене стратешке комуникације: спољнополитичка и безбедносна политика, политичка комуникација, јавна, кризна и корпоративна комуникација. Посебну пажњу аутор је посветио разматрању појма у америчкој спољнополитичкој и безбедносној пракси, с обзиром да је важан сегмент концепта стратешке комуникације управо дефинисан у оквиру америчког политичког и безбедносног естаблишмента и њему блиских научно-истраживачких институција. Синтезом дефиниција и тумачења концепта у овом сегменту стратешке комуникације, кандидат утврђује пет кључних елемената, циљеве, процес и методе. Анализирајући примену стратешке комуникације у овом али и политичком окружењу, аутор ипак задржава одређену дистанцу у односу на идеолошке и интересне интерпетације

појма од стране естаблишмента САД. Тако, на пример, аутор одбацује идеолошки поглед на термин пропаганде као нужно негативног и везаног за недемократске режиме, те истиче да се значајан део активности стратешке комуникације може свести под савремене облике политичке пропаганде.

Након разматрања преосталих сфера праксе стратешке комуникације, на основу анализе и примера, кандидат је темељно изложио елементе „добре праксе,, стратешке комуникације, наглашавајући њих 21, пре него што је на исти начин изнео и 13 проблема, критика и изазова стратешке комуникације. Овом анализом на 40-ак страна аутор је указао на неопходну дозу аналитичности и критичке дистанце према области испитивања. Истовремено, на тај начин пружио је посебан допринос практичарима стратешке комуникације.

Након теоријских разматрања, а у циљу проналажења карактеристика стратешке комуникације и онлајн техника које омогућују интеграцију, аутор је идентификовао и анализирао примере праксе повезаних у свим сферама стратешке комуникације, осврнувши се на примере из већине региона света, потврђујући актуелност и релеватност предмета истраживања. Сваки од примера, а нарочито они везани за примере анализе стратешке комуникације ЕУ и НАТО у случајевима Русије и Даеша, као и примери везани за „Твитер револуције“ омогућили су кандидату да идентификује елементе практичне интеграције техника онлајн медија. На основу анализа појмова и практичне интеграције, кандидат је најпре представио табелу која се састоји од 13 подударних карактеристика стратешке комуникације и техника онлајн медија, након чега је предложио модел интеграције онлајн медија у стратешке комуникације којег назива „3А: Анализа-Адаптација-Ангажман“, објаснио процес и илустровао га. На тај начин, кандидат је заокружио проучавање предмета истраживања, чиме је пружио важан допринос верификацији представљених хипотеза.

Приступом студије случаја, аутор је имао за циљ да изврши додатну верификацију хипотеза. Изабравши тему интеграције Републике Србије у савез НАТО, аутор се пажљиво определио на тему која не само јесте предмет подела у друштву, већ је и предмет активне стратешке комуникације више домаћих и страних актера. Аутор се определио за анализу садржаја, прецизно

идентификовао релевантан временски контекст и узорак, образложио свој избор, те анализирао историјски и друштвено-политички контекст. Определио се за стратешке фрејмове као јединицу анализе стратешке комуникације, идентификовао их, а затим и анализирао присуство релевантних техника онлајн медија у сваком од 791 анализираних прилога, и у складу са изложеним хипотезама.

Аутор је анализом студије случаја показао способност да осмисли, припреми, и примени изабрану методу, односно анализу садржаја. Допринео је проучавању праксе стратешких комуникационих кампања и употребе техника онлајн медија у Србији. Истовремено је демонстрирао темељно познавање саме политичке теме студије случаја (односи НАТО и Србије), и тиме пружио шири научни и друштвени допринос у области политичких наука и међународних односа.

7. Закључак и предлог Комисије

Комисија оцењује, да је докторска дисертације **Интеграција техника онлајн медија у стратешке комуникационе пројекте** кандидата **Александра Митића**, систематична, научно конзистентна, кохерентна, прецизна и јасно написана. Комисија оцењује да дисертација представља оригиналан и самосталан научни рад. Аутор је изабрао као предмет истраживања тему која је од изузетне актуелности у теорији и пракси комуникологије и политичких наука. Приступио јој је на оригиналан начин, показујући теоријско разумевање појмова и области. С друге стране, аутор је у рад унео и лично искуство професионалним бављењем темом на домаћем и међународном нивоу, те унео мултидисциплинарност која карактерише његов досадашњи академски и професионални ангажман. Аутор је показао аналитичке способности, као и капацитет да најпре изабере адекватне методе истраживања, а затим им и оригинално приступи. Дисертација има не само значајан научни већ и друштвени значај, с обзиром да истраживања могу бити од користи практичарима у областима онлајн медија и стратешке комуникације (односа с јавношћу, јавне дипломатије и других пропагандних метода), али и онима који се баве политичком темом интеграција Србије у савез НАТО.

Сходно претходно наведеном у овом Извештај, Комисија сматра да је докторска дисертација кандидата **Александра Митића** под називом **Интеграција техника онлајн медија у стратешке комуникационе пројекте**, *подобна за јавну одбрану*, те стога предлаже Наставно-научном већу Факултета политичких наука у Београду да прихвати овај Извештај и формира комисију за јавну одбрану докторске дисертације у истом саставу.

У Београду, 30. 05. 2016. године.

КОМИСИЈА

Почасни члан Комисије:

Проф. др Радосав Божовић

Председник Комисије:

Проф. др Никола Маричић

Члан Комисије-ментор:

Проф. др Веселин Кљајић

Члан Комисије:

Проф. др Сениша Атлагић

Члан Комисије:

Доц. др Сања Домазет
