	ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ	Број:
	ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ	10/6-16
		Датум:
		13. 06. 2016.

Наставно-научном већу Филозофског факултета Универзитета у Нишу  
подносимо:

## ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ

### I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ:

1. Састав комисије:

1. Др Зоран Јевтовић, ред. проф.
2. Др Зоран Јовановић, ред. проф.
3. Др Драгана Павловић, ванр. проф.

2. Одлука Већа департмана за комуникологију и новинарство број: 10/6-18 од 14.07.2015.

### II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ:

1. Име, име једног родитеља, презиме: Никола (Зоран) Ђорђевић
2. Година уписа на мастер академске студије: 2014/2015.
3. Назив студијског програма: Мастер академске студије новинарства

### III НАСЛОВ –МАСТЕР РАДА:

„Улога ботова у креирању политичке јавности“

#### IV ПРЕГЛЕД-МАСТЕР РАДА:

Мастер рад кандидата Николе Ђорђевића садржи 81 страницу текста, укључујући абстракте на српском и енглеском језику, списак коришћене литературе (28 јединица, у значајној мери релевантних страних извора), затим преко 20 портала и интернет сајтова анализираних за потребе истраживања, као и шест фотографија у функцији илустрације саопштених података. Методолошки рад је структуриран кроз неколико карактеристичних целина: након увода следи пет неравномерно обрађених поглавља, да би на крају био презентован закључак. Концепцијски рад је складно организован, можда превише опширан у појашњењу међуодноса професионалних и непрофесионалних комуникатора, али с обзиром да је тема нова, актуелна и недовољно истраживана у комуниколошкој пракси задовољава стандарде овог нивоа студија.

У језгру интересовања су промене које се уочавају у савременој информационо-комуникационој сфери, што се посебно испољава кроз трансформисану структуру садржаја и допуњену улогу публике која више није само пасивни посматрач, већ све чешће и активни креатор (субјект) комуникационих чинова. Општедоступност, јефтиноћа и мобилност друштвених мрежа изградиле су виртуелни простор без граница и надзора који се често користи у циљу пропаганде служећи као моћно средство у рукама политичких активиста, екстремних појединаца, али и људи са сумњивим намерама и задацима. Кандидат посебно проучава вештине *ботовања*, полазећи од поједностављеног става да је реч о остављању лажних коментара (постова) на друштвеним мрежама и порталима од стране људи и организованих група које од тога имају неку конкретну или обећану корист и притом су свесни манипулативности постављених садржаја. Сличне појаве можемо пронаћи и скоро свим сферама друштва, али је *de facto* да је феномен ботовања најзаступљенији у сфери политике. Анализирајући коментаре на популарним сајтовима (онлајн издање дневних новина „Блиц“ и интернет странице РТВ „Б92“), током предизборне кампање 4. и 5. априла 2016. године, кандидат је указао на специфичности и улогу нових канала утицања у јавном мњењу. Емпиријски, коришћењем анализе садржаја потврђена је основна хипотеза рада, али из угла комуниколошко-медијских студија посебно је занимљива опсервација да новинари као професионални комуникатори скоро да не учествују у коментарисању текстова чији су аутори или, ако то чине, бирају да остану анонимни. Сав труд новинара у Србији да правилно пренесу и протумаче информације намењене јавности престаје са





# ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ

Број:

10/6-16

## ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ

Датум:

13. 06. 2016.

објавом текста на сајту њиховог медија, из чега се уочава да новинари и у оквирима виртуелне сфере раде по старима правилима не покушавајући да комуникацијску праксу прилагоде предностима интернета, што је значајан стручни и друштвени допринос овог рада.

### V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА -МАСТЕР РАДА:

#### 1. ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Кандидат Никола Ђорђевић опширно образлаже теоријско-концептуални оквир најважнијих промена које је интернет са бројним платформама произвео у сфери јавности, добро уочавајући важност виртуелног простора који је обичним људима понудио шансу да својим активностима на друштвеним мрежама и онлајн издањима утичу на процесе настајања јавних мишљења. Као предмет рада он види преиспитивање посредничке улоге коју су професионални комуникатори успоставили у једном ширем информационо-комуникационом систему и развој нових комуникационих приступа у креирању јавних мњења. Теоријско полазиште је у трансмисионом моделу комуницирања који су успоставили Малколм Меклин и Брус Вестли, који су први указали на тзв. *адвокатску улогу* коју имају професионални комуникатори. Исправно оцењујући како је дигитализација отворила простор новим друштвеним агенсима за учествовањем у креирању јавности, кандидат издваја улогу *ботова* и *ботовања* као активистичке парадигме пропагандног утицања, чиме се комуникационе праксе и односи битно мењају у поређењу са дејствима класичних медија (штампе, радија и телевизије). Све ово води ка губљењу монополског и привилегованог статуса који су имали новинари, ПР-ови и маркетиншки стручњаци као професионални агенси, констатује Ђорђевић, потврђујући примарну хипотезу рада: *ботови као специфична група организованих непрофесионалних комуникатора својим коментарисањем и ангажманом на интернет порталима и друштвеним мрежама користе специфичне пропагандне вештине и технике са циљем утицања на формирање превасходно политичке, али и других јавности!*

Компарирањем комуниколошке теорије, али и техника и вештина политичког



маркетинга и пропаганде постепено се доказује да ботови, као непрофесионални комуникатори настали у дигиталном добу, могу својом активношћу, која превасходно обухвата остављање постова на онлајн платформама и друштвеним мрежама, утицати на креирање политичке, а потом и јавности уопште. Илуструјући предмет истраживања конкретним примерима, кандидат доказује и прву контролну хипотезу по којој је *ботовање као теоријски феномен дигиталне културе у суштини негативна појава и користи се у прљавим кампањама!*

Пројектовани циљ рада је остварен: указано је на најважније и карактеристичне промене које су настале у информационо–комуникационом процесу, уз промењену улогу публике. Кандидат добро уочава да то води ка даљем развлашћењу и демасификацији јавне сфере, кроз настанак бројних подгрупа непрофесионалних комуникатора, међу којима су и ботови. Исправан је и покушај теоријског омеђавања читавог процеса кроз дефиницију по којој „комуникациони ланац знакова и значења којим они подстичу шуме, руморе, гласине и дезинформације у политичкој јавности можемо збирно назвати – ботовањем“, чиме је потврђена стручна вредност мастер рада. *Ботовање и ботови* могу бити коректив доминантном мишљењу, али исто тако и индиго за утемељење владајућег идеолошког дискурса и догми! Кроз констатацију да ботови представљају нескривену опасност за етичност и истинитост јавних информација, видљива је и друштвена оправданост овог рада, али и став аутора.

## **2. ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА**

Кроз анализу садржаја коментара (постова) на сајтовима медијских кућа „Блиц“ и РТВ „Б92“ на вести из сфере политике, кандидат нуди теоријски ближе појашњење појаве *ботовања* као новог облика јавног утицања у офлајн животу. Узорак није репрезентативан, али је занимљив из угла времена истраживања јер је реч о предизборној кампањи са повишеним тоновима међу политичким ривалима. Истражујући неколико индикатора (анонимност, позитиван или негативан приступ, дужину коментара, аргументованост, произведене реакције и сл.) аутор покушава да уочи и однос који се емитовањем јавља у комуникационом окружењу, али и постојање организованих мрежа са циљем глорификовања или сатанизације одређених личности и идеја. Квантитативна анализа није испраћена адекватним графичким приказима и табелама, што би додатно оснажило укупну вредност рада.





# ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ

## ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ

Број:

10/6-16

Датум:

13.06.2016.

Током анализираног периода на сајту „Блица“ објављено је укупно 58 вести, које су произвеле 880 коментара, при чему су се они већином односили на садржаје двадесет једног текста. Занимљиво је да 37 текстова није испровоцирало никакву реакцију посетилаца сајта, што показује повлачење новинарства са ставом из јавне сфере. У исто време, на сајту РТВ „Б92“ објављено је 45 вести са 384 коментара, при чему свега девет текстова није изазвало реакције читалаца. Садржај коментара упућује на особе, институције и организације које се помињу у тексту, и то 466 коментара од укупног броја, на другом месту су коментари који својом садржином одговарају осталим остављеним коментарима (345 постова), а потом следе коментари упућени јавности (260). Комисија констатује да је интерпретација добијених резултата могла имати виши ниво повезаности са теоријским поставкама, али и да овај део рада представља ауторски допринос вредновању теме.

### 3. КОНАЧНА ОЦЕНА -МАСТЕР РАДА

Да ли је теза урађена у складу са образложењем наведеним у пријави теме?

Мастер рад *Улога ботова у креирању политичке јавности* кандидата Николе Ђорђевића је у складу са образложењем изнетим у пријави теме и очекиваним методолошким поступцима. Полазећи од става по којем је кроз друштвену историју медија сваки нови медиј ефикасношћу и ширином понуде претио претходном медију, терајући га да се приклони новим изражајним средствима или да се прилагођава његовим специфичностима, кандидат исправно констатује да је са интернетом и друштвеним мрежама почела тиха „селидба публике традиционалних медија, као и мешање жанровских карактеристика и приступа! Све је почело са појавом онлајн вести које су за кратко време постале најпосећенији сајтови, да би временом апетити читалаца (посетилаца) почели да расту у смислу жеље да их прокоментаришу или допуне. У том правцу највише се одмакло у сфери политике, где су политичке странке и пропагандни штабови развили читаву кампању ширења утицаја унутар виртуелног простора, уз јасан план да га прошире и на реалну стварност! Ботови и ботовање су тако постали уграђени у арсенал политичко-пропагандног деловања, што је рад и доказао.




### **Да ли теза садржи све битне елементе?**

Кандидат је у потпуности испоштовао методолошке захтеве мастер рада, трудећи се да методом анализе садржаја карактеристичних постова (коментара) укаже на теоријски важније аспекте појава које су предмет истраживања. Појмовно-хипотетички оквир рада је прецизно и јасно дефинисан, тема и предмет истраживања такође, док су научни и друштвени циљеви добро структурирани. За потребе рада консултована је адекватна теоријска литература, па се може констатовати да је рад задовољио стандарде овог нивоа студија. Тезе су разматране кроз интердисциплинаран приступ, заснован на комуниколошким, политиколошким, социолошким, психолошким, антрополошким и филозофским сазнањима, али и прецизнијим појмовно-категоријалним одређењима дисциплина политичког маркетинга, пропаганде, управљања јавностима и кризног менаџмента.

### **По чему је теза оригиналан допринос науци?**

У теорији јавног мњења познато је да пажљивим пласирањем и избором одређених садржаја средства масовног комуницирања могу да утичу на стварање позитивног имиџа и репутације одређеног клијента. Управо ова чињеница указује на суштину овог рада, јер указује на манипулативну улогу која из тог персуазивног процеса може да проистекне. У новинарској пракси је познато да појединац, друштвене групе и установе могу у циљу скретања пажње јавности на неки аспект њиховог рада организовати социјалне догађаје као мамце који служе за скретање пажње, али овим радом постаје јасно да сада такву могућност добијају и обични грађани. Токови user generated contenta, то јест садржаја који стварају непрофесионални комуникатори све више се укрштају са мејнстрим дифузијом, то јест примарним каналима размене информација које користе професионални комуникатори, али се у чвориштима мрежних комуникација међусобно допуњују, сажимају или потиру, често се притом претварајући у политичке кампање и сукобе. Међусобни утицај ова два наизглед раздвојена тока комуницирања указује на то да се полако ствара нови модел информационо-комуникационих система у коме ће улоге традиционалних, професионалних комуникатора бити у великој мери редефинисане. Ботоване у политичкој комуникацији представља негативну појаву, нарочито ако се има у виду да политичке странке ботове најчешће финансирају од новца добијеног из буџета, то јест од новца свих пореских обвезника, па тако добијамо парадоксалну ситуацију у којој грађани сопственим парама бивају обмањивани. Са теоријског аспекта важна је и критичка опсервација теорије о чуварима капија коју је успоставио Курт Левин, јер су



	ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ	Број:
	ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ	10/6-16
		Датум: 10. јун 2016.
		13. 06. 2016.

упливом грађана у простор уређивања информација јаности постале отвореније за друга мишљења и идеје.

### Недостаци тезе и њихов утицај на резултат истраживања?

Тезе су теоријски адекватне и методолошки чврсто утемељене. Нема недостатака који би у значајнијој мери утицали на квалитет рада.

### VI ПРЕДЛОГ:

На основу укупне оцене тезе, комисија предлаже:

- да мастер рад *Улога ботова у креирању политичке јавности* кандидата Николе Ђорђевића буде прихваћен и да се одобри његова јавна одбрана!

ПОТПИС ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

*Зоран Јевтовић*

Др Зоран Јевтовић, ред. проф.

*Зоран Јовановић*

Др Зоран Јовановић, ред. проф.

*Драгана Павловић*

Др Драгана Павловић, ванр. проф.