**Dr.sc. Nermina Mujagić, redovna profesorica, predsjednica**

**Dr.sc. Lejla Turčilo, redovna profesorica, članica/mentorica**

**Dr.sc. Belma Buljubašić, vanredna profesorica, članica**

Sarajevo, 23.07.2020. godine

**VIJEĆU FAKULTETA POLITIČKIH NAUKA**

**UNIVERZITETA U SARAJEVU**

Na osnovu člana 59 tačka m) Statuta Univerziteta u Sarajevu, a u skladu sa odredbama članova 59, 36, 40, 41, 42 i 43 Pravila o studiranju Trećeg ciklusa na Univerzitetu u Sarajevu Senat je, na 39. sjednici održanoj 26. 2. 2020. godine, donio odluku o obrazovanju Komisije za ocjenu doktorske disertacije kandidata Mladena Obrenovića, MA pod naslovom: *„Istinito i lažno u vijestima: izvještavanje u službi medijske i političke manipulacije“* u sastavu

**Dr.sc. Nermina Mujagić, redovna profesorica, predsjednica**

**Dr.sc. Lejla Turčilo, redovna profesorica, članica/mentorica**

**Dr.sc. Belma Buljubašić, vanredna profesorica, članica**

U skladu sa članom 41. Pravila studiranja za treći ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, dana 10. 7. 2020. godine zakazana je i održana prezentacija radne verzije projekta doktorske disertacije doktoranta Mladena Obrenovića. Nakon što su članice Komisije saslušale izlaganje doktorskog kandidata Mladena Obrenovića o radnoj verziji projekta doktorske disertacije, kandidatu nisu sugerisane izmjene i dorade teksta radne verzije projekta doktorske disertacije.

Radna verzija upućena je na Univerzitet, na softversku provjeru i detekciju plagijarizma, gdje je utvrđeno da nema plagijarizma, odnosno da je procenat svega 3%, te nije bilo potrebe za korekcijama ni ove vrste.

Na osnovu člana 43. stav (1) Pravila studiranja za treći ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, Komisija je sačinila slijedeći

**I Z V J E Š T A J**

1. **Biografski podaci o kandidatu**

Mladen Obrenović je magistar komunikologije i profesionalni novinar. Rođen je u Vinkovcima, Republika Hrvatska, 1973. godine.

Prvi ciklus studija završio je na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Mostaru, gdje je 2013. godine obranio završni rad na temu „Tisak u stisku novih medija – budućnost novina“ i uz prosječnu ocjenu 4,47 stekao zvanje prvostupnik/bachelor novinarstva.

Drugi ciklus studija završio je na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, obranivši 2016. godine master tezu na temu „(Ne)moć karikature u suvremenim medijima“ te postao magistar komunikologije, usmjerenje klasično novinarstvo (prosječna ocjena: 9,18).

Profesionalni je novinar od 1996. godine. Karijeru je počeo na Televiziji Dunav u Vukovaru gdje je radio kao novinar, a potom i kao urednik vijesti te glavni urednik. Od 1999. godine radi kao novinar na Radio Dunavu, a od 2002. godine postaje dopisnik osječkog dnevnog lista *Glas Slavonije* iz Vukovara. Krajem 2003. godine počinje raditi kao dopisnik *Jutarnjeg lista*, u kojem ostaje do marta 2010. godine. Nakon toga se vraća u *Glas Slavonije*, a od decembra 2010. godine do jula 2013. godine radi na tportalu u Zagrebu, prateći najvažnije teme u hrvatskom društvu, te postaje izvjestitelj iz parlamenta, vlade i pravosudnih institucija. Profesionalnu karijeru u julu 2013. godine nastavlja na Al Jazeeri Balkans gdje je do novembra 2019. godine angažiran kao novinar, a potom do juna 2020. godine kao urednik na web portalu. Od oktobra 2017. godine do septembra 2018. godine bio je angažiran kao predavač na kolegiju Teorija medija na Sveučilištu VERN' u Zagrebu.

Sarađivao je s mnogim redakcijama u Hrvatskoj i inozemstvu, a posljednjih godina i s Mediacentrom Sarajevo. Sudjelovao je na brojnim medijskim treninzima, među ostalim i na „Advanced European Media Trening“ za novinare od novembra 2004. do aprila 2005. godine u Hrvatskoj i Italiji, a kojem je jedan od organizatora bila agencija Associated Press (AP).

Osim toga, sudjelovao je i na Znanstvenoj konferenciji „Medijski odgoj i zaštita dječjih prava“ u organizaciji Edward Bernays Visoke škole za komunikacijski menadžment i Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu održanoj 8. decembra 2017. godine te izložio rad „Važnost kritičkog razmišljanja i stvaranja vlastitih medijskih sadržaja“. Sudjelujući na Devetoj regionalnoj naučnoj konferenciji „Vjerodostojnost medija“, na temu „Borba protiv lažnih vijesti“, koja je održana na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Tuzli, 2. i 3. novembra 2018. godine, izlagao je rad pod naslovom „Raskrinkavanje lažnih informacija: potreba za specifičnim angažmanom novinara“.

Član je profesionalnog udruženja BH novinari, te Savjetodavne grupe za medijsku i informacijsku pismenost u Bosni i Hercegovini. Govori engleski i ruski jezik, te se izvrsno snalazi u informatičkim vještinama.

Trenutno je kandidat na doktorskom studiju Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, Interdisciplinarni doktorski studij – Istraživačko polje: komunikologija. Objavio je više originalnih znanstvenih radova te stručnih članaka.

**Bibliografija**

**Objavljeni originalni znanstveni radovi:**

2019. „Nametanje tema medijima putem društvenih mreža u hrvatskoj političkoj praksi“. *Humanistika: časopis za istraživanja u društvenim i humanističkim naukama* 3(5): 9-26.

2019. „Vijesti o migrantima u službi populizma i političke manipulacije“. *Medijski dijalozi: časopis za istraživanje medija i društva* 12(33): 187-206.

2019. „Migranti kao 'opasni drugi' u bosansko-hercegovačkim medijima“. Pp. 538-545 u *Položaj marginalizovanih grupa u društvu: Zbornik radova sa Četvrte međunarodne naučne konferencije „Društvene devijacije“*. Nebojša Macanović (ur.). Banja Luka: Centar modernih znanja.

**Objavljeni članci:**

„Bh. mediji o EU: Izvještaji, malo analiza i nimalo komentara“. Mediacentar Online. <https://media.ba/bs/mediametar/bh-mediji-o-eu-izvjestaji-malo-analiza-i-nimalo-komentara> (9. 3. 2017.)

„Informacija je zakon, ali su je reklame degradirale“. Mediacentar Online. <https://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/informacija-je-zakon-ali-su-je-reklame-degradirale> (4. 7. 2017.)

„Relevantne medije zameo je vjetar promjena“. Mediacentar Online. <https://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/relevantne-medije-zameo-je-vjetar-promjena> (18. 7. 2017.)

„Kritiku će bh. mediji prihvatiti, ali ne baš svi i ne baš od svakoga“. Mediacentar Online. <https://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/kritiku-ce-bh-mediji-prihvatiti-ali-ne-bas-svi-i-ne-bas-od-svakoga> (19. 7. 2019.)

„Kad nemaš dopisnika, vjeruj agencijama?“. Mediacentar Online. <https://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/kad-nemas-dopisnika-vjeruj-agencijama> (24. 9. 2019.)

„Kako je Trump godinama novinarima 'crtao mete na čelo'“. Mediacentar Online. <https://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/kako-je-trump-godinama-novinarima-crtao-mete-na-celo> (8. 6. 2020.)

„Zastarjelim ili nedorečenim zakonima u borbu protiv lažnih vijesti“. Mediacentar Online. <https://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/zastarjelim-ili-nedorecenim-zakonima-u-borbu-protiv-laznih-vijesti> (30. 6. 2020.)

1. **Prikaz sadržaja doktorske disertacije**

Doktorska disertacija pod nazivom *Istinito i lažno u vijestima: izvještavanje u službi medijske i političke manipulacije* sadrži uvod, šest poglavlja i zaključna razmatranja te literaturu.

U **uvodnom, odnosno prvom dijelu** doktorske disertacije objašnjene su ključne teorijsko-metodološke postavke rada, odnosno problem i predmet istraživanja, ciljevi i metode, vremensko i prostorno određenje, hipoteze (generalna i posebne), indikatori i opravdanost istraživanja. Teorijski i empirijski rad se bavi problemom *fake news*, kao namjerno plasiranih lažnih sadržaja u vijestima kako bi se ostvarili određeni interesi i ciljevi, bilo da su oni politički, ekonomski, ideološki ili medijski. Davno definiran pojam sad je odjeven u novo ruho i izašao je u javni prostor kroz mnoge oblike i na razne načine, pa je aktualni trenutak prilično kritičan – i za istinu, i za novinarstvo kojem je istina na prvom mjestu jer ih ugrožavaju laži, plasirane kroz vijesti, kao vjerni i uporni pratitelj novinarstva od njegovog postanka, ali sve snažnije prisutne u medijskom diskursu 21. stoljeća. Pridonijeli su širenju lažnoga u vijestima sve veći broj medija, društvene mreže, pretvaranje korisnika medijskih sadržaja i u proizvođače, pa su u dvostrukoj ulozi koja je definirana terminom *prosumers*, ali i kriza novinarstva. Sve su te okolnosti iskoristili politički, ekonomski, pa i medijski moćnici te putem medija u javni prostor plasiraju sadržaje koji se mogu označiti terminom *fake news*. Budući da i sami mogu, stvaranjem sadržaja na društvenim mrežama, blogovima ili drugim platformama koje su pokrenuli na internetu, postati *prosumers*, moćnici zaobilaze medije kao posrednike u komunikaciji s javnostima te tako stvaraju dodatni problem. Druga je dimenzija sprega moći i medija, utjecaj na proizvodnju sadržaja, ali i politički i ekonomski pritisci; pri tome medijski sadržaji (na prvom mjestu vijesti, kao osnova tih sadržaja) postaju sredstvo, a ne cilj. Navedeno stavlja medije u službu moćnika, a novinare pred veliki izazov odustajanja od objavljivanja istine kao temelja profesije. Niko ne dovodi u sumnju činjenicu da istina u novinarstvu mora biti na prvom mjestu i da novinari od nje ne smiju odustati ni po koju cijenu, no jasno je da istina baš i ne dobiva svakoga dana bitku protiv laži. Sadržaji koji u sebi imaju lažnoga jednostavniji su za medijsku konzumaciju, primamljiviji su publici, naivno i lakovjerno ih se prihvata, lako se njima manipulira. Dok istina dođe na vidjelo, postavi stvari na svoje mjesto, za mnoge stvari već bude i kasno jer je onaj ko je plasirao lažno u javni prostor ostvario svoj cilj. Ipak, od raskrinkavanja laži ne smije se odustati jer se svakoga dana ugled novinara i medija dovodi u pitanje. A novinari imaju odgovor na to pitanje i on leži u istini.

Doktorska disertacija bila je fokusirana na ovako definiran **problem istraživanja**: *fake news* postoje otkako je novinarstva, ali je njihova prisutnost u medijskom diskursu 21. stoljeća sve veća i snažnija. Uz to, uzrokuju problem odustajanja od temeljnog principa novinarstva – da se objavljuje samo istina. Nužno je (bilo) odgovoriti na pitanja: dominira li istina još uvijek medijskim prostorom; jesu li mediji u službi javnosti ili političkih, ekonomskih i društvenih moćnika; koliko su fake news prisutne u medijskom diskursu; znači li njihovo postojanje odustajanje novinara, medija i novinarstva od postulata istine na prvom mjestu?

Manipulativna moć medija u kreaciji i distribuciji *fake news*, odnosno rastuća uloga *fake news* u dominaciji partikularnih interesa u odnosu na interes javnosti bila je **predmet istraživanja**. Obuhvaćeni su najznakovitiji primjeri, odnosno mediji u posljednjih stotinjak godina: kroz izdvojene primjere novina iz razdoblja uoči i tokom Prvog svjetskog rata; medija nacističke Njemačke, ali i SSSR-a pred Drugi svjetski rat; novina, radijskih i televizijskih postaja u balkanskim državama krajem '80-ih i početkom '90-ih godina prošlog stoljeća; svih medija (novine, radio, televizija, portali) i društvenih mreža u današnje doba.

**Znanstveni ciljevi** istraživanja bili su: uporediti teoriju i praksu recentnih odnosa medija i politike između kojih stoje laži u vijestima s konkretnim povijesnim razdobljima definiranim u radu; utvrditi radi li se o istim ili sličnim tehnikama kakve se koriste otkako postoje masovni mediji; provjeriti na koji način politički moćnici koriste medije na Balkanu, u Europi i Sjedinjenim Američkim Državama za svoje ciljeve; dati preporuke, odrediti načine i smjernice za suzbijanje i potpuno brisanje laži iz vijesti, ali i prestanak korištenja takve prakse iz pozicije političkih moćnika; pridonijeti obogaćivanju komunikološke terminologije, uvodeći u upotrebu termin „laž u vijesti“, odnosno „laži u vijestima“ umjesto *fake news*. **Društveni ciljevi** istraživanja bili su: ukazati na krajnje problematičan aspekt fenomena laži u vijestima; osvijestiti građane na koji način da prepoznaju laži u vijestima, što da čine s takvom spoznajom i kako da postupaju; pomoći građanima sugestijom na koji način da se odnose prema medijima koji ih prenose, odnosno političarima koji iz koriste.

Istraživanje je bilo multidisciplinarnog karaktera (osim komunikologije, moralo se dotaknuti i politologije, sociologije, filozofije, istorije…) i predstavljalo je i teorijsku, ali i empirijsku analizu postavljenog problema i predmeta istraživanja. Korištene su **metode** fenomenološkog istraživanja, studije slučaja, analize sadržaja, deskriptivna, povijesna i komparativna metoda, kao i osnovne metode znanstvenog istraživanja (analiza, sinteza, indukcija i dedukcija).

**Generalna hipoteza** istraživanja glasila je:

*Laži u vijestima nisu fenomen 21. stoljeća, ali je danas njihov utjecaj djelovanjem moćnika i medija znatno veći – nekad su taj medijski fenomen kroz propagandu kreirali i kontrolirali moćnici, a danas njime manipuliraju i moćnici, i mediji, i prosumers.*

Svakoj od posebnih hipoteza bilo je posvećeno po jedno poglavlje. **Posebne hipoteze** su glasile:

*Politički moćnici koriste laži u vijestima kroz medije kako bi privukli pažnju javnosti, pridobili njenu podršku za svoje ciljeve, te proizveli pristanak javnosti na političke odluke kroz manipulaciju činjenicama.*

*Laži u vijestima su nastavak propagande koju su kroz povijest kreirali diktatori i režimi, a danas to čine politički i gospodarski moćnici.*

*Laži u vijestima na portalima i društvenim mrežama za svoj interes koriste politički moćnici.*

*Osim fake news, i alternativne činjenice su danas dio dominantnih narativa političkih moćnika – fake news su kao koncept zasnovani na izmišljenim vijestima u svrhu propagande, a alternativne činjenice na spinu i framingu kao načinu manipulacije.*

*Portali za raskrinkavanje laži u vijestima sve više se bave otkrivanjem velikih političkih laži i manipulacije, te zahtijevaju poseban angažman novinara.*

Prva posebna hipoteza dokazivana je u **drugom poglavlju**, gdje su analizirani istina kao prvi postulat novinarstva, medijski aspekti manipulacije, populizam kao političko-komunikacijski stil i proizvodnja pristanka kao sredstvo legitimacije političkih odluka. Istina protiv laži, kao namjerno izrečene i napisane suprotnosti istini, zapravo je borba koja traje oduvijek. U tome smislu, jasno je da su ključne profesionalne i moralne obaveze svakog novinara: istinitost, točnost, vjerodostojnost, autentičnost, pravovremenost, nepristranost, odgovornost... No, problem je kako definirati istinu te se odgovor pokušao dati pomoću komparativne analize promišljanja i stajališta brojnih autora. „Vijest je ili istinita ili nije vijest. Trećega nema [...] vijest se temelji na točnim podacima i ona predstavlja istinu“, navodi Stjepan Malović čime potvrđuje da od istine u novinarstvu sve počinje, ona mu je u temelju i od nje se nikad ne smije odustati. Istina jeste jedna, ali je ne mogu određivati, niti posjedovati pojedinci i institucije, nego se do nje mora doći putem dijaloga, no veliki je problem manipuliranja istinom od čega nisu imuni ni novinari, redakcije, medijske kuće. Važna je odgovornost, kao standard koji se nameće kao dodatak na Malovićevih pet definiranih kategorija: istinitost, poštenje, tačnost, uravnoteženost i nepristranost. Od novinara, odnosno informacije se uvijek i svugdje zahtijeva isto, navodi Francis Balle, „da poštuje činjenice i da poštuje publiku“. I drugi autori upozoravaju na manipulaciju medijima i javnosti, odnosno „izvrnutu istinu“ (Jacques Derrida) ili čak „ugušenu istinu“ (John Keane). Studije slučaja prvog zaljevskog rata i rumunjske revolucije pomogle su objasniti medijske aspekte manipulacije, budući da se, kako tvrdi Marcello Foa, „moderni ratovi vode se i dobivaju u medijima“. Ipak, u svijetu medijskih manipulacija nije uvijek sve toliko crno, ali se kao predmet analize uzimaju ratovi, stradanja, progoni, masovna ubojstva i zločini koji su u temelju imali dezinformaciju, pogrešnu informaciju, zlonamjernu informaciju svjesno poslanu u javnost. Poseban su slučaj događaji koji su isprovocirani incidentom koji se nije ni dogodio (opravdanje za invaziju na Poljsku 1939; rumunjska revolucija; američka invazija na Irak početkom '90-ih prošlog ili drugog zaljevskog rata koji je počeo 2003. godine). Jedna je iskra bila dovoljna da zapali veliku vatru i ona se nije se dogodila slučajno, nego namjerno, a mediji su svjesno zloupotrijebljeni. Interesi pojedinaca i grupa dolaze u prvi plan, zapostavlja se interes javnosti, a na scenu stupaju političke i ekonomske elite koje sve otvorenije upravljaju medijima i njihovom uređivačkom politikom. Kadidar smatra da se dogodila kriza novinarstva kojoj su, prema Aleksandru Bogdaniću, ključni uzroci: oslanjanje novinara na službene izvore, ali i uticaji političkih elita na uređivačku politiku, te uticaj oglašivača na uređivačku politiku i sadržaje u medijima. Između čekića (političke i ekonomske elite) i nakovnja (javnost) danas su mnogi mediji, a njihove vlasnike, kao ni one koji njima nastoje manipulirati, ne zanima niti jedan drugi interes – osim njihovog. Moćni mediji stali su u službu moćnika, a moć medija i moć nad medijima u tim okolnostima su isprepleteni do neprepoznatljivosti. Pritisak vlasti (političke moći) i novca (ekonomske moći) na medije znatno su izraženiji, nego što to mediji vrlo često mogu u suprotnom smjeru raditi. Politički i ekonomski moćnici vrlo često nastoje utjecati na medije, znajući kakvu moć posjeduju, te pokušavaju pokazati svoju moć i staviti ih u svoju, a ne u službu javnosti. To dovodi do sužavanja javnog prostora i medijskog prostora za javnu raspravu. Uz sve druge pretpostavke, u takvim se okolnostima postavlja idealna osnova za stvaranje populista, a u radu je istraživan populizam kao političko-komunikacijski stil. Pozivanje na narod, navodno djelovanje protiv elita, oštra retorika, upozoravanje na „opasne druge“ samo su dijelovi retoričkog mozaika populista zbog čega se i, najčešće, populizam razumijeva kao političko-komunikacijski stil. Problem nastaje kad se mediji stave u službu populističkih čelnika, njihovih ideja i aktivnosti te postojanja, kako ga nazivaju Marijana Grbeša i Berto Šalaj, populističkog novinarstva, o kojem kandidat također govori u doktorskoj disertaciji. Ako je populist na vlasti vješt manipulator, i dok mu pozicija na kojoj se nalazi daje moć i autoritet, ništa ga ne sprječava da sve te opcije i „pogodnosti“ iskoristi za obraćanje biračima i uvjeravanje. Populisti su u komunikaciji s biračima vrlo vješti, u ophođenju s medijima također, pa svojom pojavom, dolaskom na različite događaje i samim činom stajanja pred kamere i mikrofone „uspješno hrane konstantnu medijsku glad“. No, političari koji imaju sve karakteristike populističkih čelnika zapravo se najviše vole obraćati „svom narodu“ izravno, ako je moguće bez posrednika (medija) i najčešće putem društvenih mreža (Facebooka, Twittera ili Instagrama). Pri tome, populisti traže način kako bi se „zaobišli možda neskloni klasični masovni mediji“ (primjer Trumpa, odnosno njegove, kako je naziva Hajrudin Hromadžić, Twitter politike). Koriste se populisti i „proizvodnjom pristanka“, pojmom kojeg su promovirali i do kraja života branili Walter Lippmann i Edward Bernays, a glavni kritičar(i) mu bili Noam Chomsky (i Edward Herman). Proizvodnja pristanka kao fenomen također zanima kandidata, a korištena je, kako tvrdi Chomsky, tokom Prvog svjetskog rata u „stvaranju pristanka“ američkih građana da se priključe ratu koji se vodio u Europi; u kreiranju američke politike između dva svjetska rata, ali i vojnim intervencijama koje je službeni Washington provodio u svijetu unatrag pola stoljeća. Posebno je Chomskom smetalo „stvaranje konsenzusa“ u službi američkog imperijalizma. Kritiku utemeljitelja propagande i odnosa s javnostima te autora termina kakvi su „proizvodnja pristanka“ ili „zbunjeno stado“, Chomsky uz pomoć Hermana provlači kroz događanja tokom cijelog 20. stoljeća te je prebacuju dobrim dijelom na medije. I drugi su autori, poput Gozzinija, Foe, McChesneya i Alića, analizirali fenomen proizvodnje pristanka i uputili mu značajne kritike, pogotovo u kontekstu medija. Uz korištenje argumenata i suprotstavljanje stajališta brojnih autora i različite literature, te komparativnom analizom, iz svega navedenog **potvrđena je prva posebna hipoteza** prema kojoj *politički moćnici koriste laži u vijestima kroz medije kako bi privukli pažnju javnosti, pridobili njenu podršku za svoje ciljeve, te proizveli pristanak javnosti na političke odluke kroz manipulaciju činjenicama*.

Druga posebna hipoteza dokazivana je u **trećem poglavlju** gdje je napravljen pregled historije laži u vijestima, ključnih elemenata političke i vojne propagande te analizirana uloga laži i propagande uoči i tokom ratova '90-ih godina 20. stoljeća. Kroz izdvojene studije slučaja dokazivano je i kako su medijske laži donijele konkretne ljudske žrtve. Jasno je da su pojavom novina, potom radija, a ponajviše televizije, moćnici vrlo brzo shvatili svu snagu medija, te se okrenuli sredstvima javnog priopćavanja, stavili ih u svoju službu i mnogo jednostavnije, ponovno uz pomoć laži, dolazili do cilja. Primjera zloupotrebe medija bilo je od pojave prvih novina, no medijski rat Hearsta i Pulitzera, propaganda u Prvom svjetskom ratu, nacistički i sovjetski model, Hladni rat te sukobi na području Jugoslavije ukazao je na snagu medija u službi moćnika. U prvim desetljećima 21. stoljeća uslijedilo je ponovno stavljanje u fokus *fake news*, starog modela zaogrnutog u novo ruho. Kroz brojne primjere u posljednjih 100-ak godina, a da se ne ide dublje u povijest, kandidat smatra da se laž potvrdila kao neizostavni dio medijskog diskursa. Iako su laži u vijestima vrlo često miješane s terminom propagande, potonja se kvalitativno razlikuje od laži u vijestima, za koje se danas koristi *fake news*. Uz razne modalitete propaganda je opstala do danas, te ponovno služila za pokretanje nedavnih ratova na Balkanu i nema naznaka da će nestati – samo će se drugačije i prilagođeno društvu u kojem djeluje nazivati. Kandidat smatra da je propaganda uvijek utjecala i manipulirala, varala i dovodila ljude u zabludu – i to je u mnogim razdobljima i povijesnim trenucima svog razvoja to činila. S jedne strane, imala je za cilj širenje svoje istine, a s druge nanošenje štete onome drugom iznošenjem laži – i to je pogotovo radila u ratnim okolnostima, iako ni druga razdoblja i trenuci nisu bili lišeni takve prakse. „Sam pojam propaganda asocira na Josepha Goebbelsa, Hitlerovog ministra propagande, ili na Staljinovu boljševičku ideologiju [...] propaganda nije izum tek autoritarnih, totalitarnih diktatura. Moderna je propaganda stvorena u demokraciji u najslobodnijim zemljama svijeta – Sjedinjenim [Američkim] Državama i Velikoj Britaniji“, podsjeća Chomsky, na kojeg se u disertaciji poziva kandidat. No, propaganda je nakon Drugog svjetskog rata dobila posve drugačiji smisao, uglavnom bila definirana negativno i vezana uz Sovjetski savez i „istočni blok“, dok su zapadne države koristile druge termine (edukacija, moralna poduka ili građenje karaktera). U svom najgorem obliku, ratnohuškačkom, propaganda se ponovno pojavila na sceni tokom raspada Jugoslavije. Počelo je ‘80-ih političkom i medijskom pripremom rata iz Beograda i Srbije, a odgovorilo se iz Zagreba i Hrvatske, te znatno manje i gotovo nikako iz Sarajeva i Bosne i Hercegovine. Uslijedio je rat, prvo u Hrvatskoj, potom u Bosni i Hercegovini, a onda i na Kosovu, da bi se posljednjih 20-ak godina sve održavalo u statusu tzv. hladnog mira (što je igra riječi i aluzija na Hladni rat). Mediji su u Srbiji, Hrvatskoj, pa i u Bosni i Hercegovini, a pogotovo nad Bosnom i Hercegovinom, odigrali svoju nečasnu ulogu i prikazali svoje najgore lice, o čemu također u ovoj disertaciji piše kandidat Obrenović. Uspostavljena je „kultura laži“ i to, kako navodi Dubravka Ugrešić, „terorom zaborava (tjeraju vas da zaboravite ono čega se sjećate) i terorom sjećanja (tjeraju vas da se sjetite onoga čega se ne sjećate)“. Tih se godina više pažnje posvećivalo emocijama, prije svega buđenju nacionalnog ponosa i širenju straha od drugih, a manje se govorilo o činjenicama, pa su i ta vremena, na neki način i uzimajući definiciju postistine, zapravo bila postfaktualna. Kandidat razmatra i nekoliko studija slučaja. Kad je Srbija u pitanju, prije svih novine (*Politika*, *Ekspres*, *Novosti*...), te javni radiotelevizijski servis, odnosno njezina TV komponenta (Televizija Beograd, kasnije pretvorena u Televiziju Srbije) bili su perjanice propagande. Politička mobilizacija u Srbiji je „antologijski primjer (text-book case) populističke mobilizacije na kraju ovog turbulentnog stoljeća, koje se ne bi postidjeli ni Lenjin, Mussolini i Goebbels“, tvrdi Josip Županov. U Hrvatskoj, pojedini tabloidi poput *Slobodnog tjednika* i *Globusa*, odigrali su sramnu ulogu izravnim „targetiranjem“ konkretnih ljudi, a kasnije su svoju ulogu dobili i Hrvatska televizija te *Vjesnik*. Najdrastičniji primjer predstavlja *Slobodni tjednik* na čijim stranicama su objavljivana imena konkretnih ljudi, uglavnom Srba ili nepoćudnih Hrvata, što je značilo sigurno odvođenje u nepoznato, uglavnom pod okriljem noći, a potom i u smrt. U Bosni i Hercegovini sve je išlo znatno sporije, ali se kasnije pokazalo da je većina pripadnika tri najveća naroda pošla za „svojima“ i dalo im glas na izborima. Beogradski mediji su paralelno pokrenuli kampanju protiv Bosne i Hercegovine, odnosno prema njezina dva naroda – Bošnjacima i Hrvatima. Zagrebački mediji su „razvijali svoju propagandnu aktivnost u vezi sa Bosnom i Hercegovinom i prema njoj – prema njenim narodima“ (Muhamed Nuhić) i ta kampanja je bila usmjerena protiv druga dva naroda – Bošnjaka i Srba. Postojali su i u bošnjačkim medijima izuzeci i na njih ukazuju i Kurspahić, i Marić, i Thompson, i Mujagić, i Nuhić... „Informacije koje su objavljivali mediji u suštini su se sastojale u nacionalističkom diskursu i sveprisutnim napadima i uvredama uperenim protiv drugih naroda“, tvrdi Tadeusz Mazowiecki. „Ne iznenađuje […] što je taj fenomen direktno doveo do užasnih zverstava na bojištima“. Tri izdvojene studije slučaja – u kojima su, zajedno sa svojim stanovnicima, umirali i cijeli gradovi (Vukovar i Sarajevo) – na to jasno ukazuju. Studije slučaja „zločin na Ovčari“, u kojima je opisana smrt Ružice Markobašić i Siniše Glavaševića, „izmišljene priče o mrtvoj djeci u Vukovaru“ i „medijskoj opsadi Sarajeva“ pokazuju i moć laži u vijestima na najstrašniji način. Osim komparativne analize i historijske metode, studijom slučaja koja je u ovom dijelu istraživanja poslužila za promatranje djelovanja pojedinaca, skupina i organizacija, ali i kompleksnih društvenih fenomena, kao i analize medijskog diskursa, kojom je proučavana veza koju medijski sadržaji uspostavljaju između moćnika i društva, djelomično je potvrđena druga posebna hipoteza: *laži u vijestima nastavak propagande koju su kroz povijest kreirali diktatori i režimi, a danas to čine politički i gospodarski moćnici*. (Istraživanjem je utvrđeno da se dvjema skupinama moćnika, svakako trebaju pridodati i vlasnici medija. Kao medijski moćnici, oni su vrlo često usko povezani s političkim i ekonomskim moćnicima. Zarad podizanja čitanosti/slušanosti/gledanosti i ostvarenja materijalne dobiti, često pristaju na diktat vlasti i novca.)

Treća posebna hipoteza dokazivana je u **četvrtom poglavlju** u kojem su analizirani uloga fake news u Brexitu i američkoj predsjedničkoj kampanji 2016. godine, ali i uloga portala i društvenih mreža u širenju laži u vijestima te značaj *prosumers* kao potencijalnih novih manipulatora. Ključni ljudi kampanje za izlazak Velike Britanije iz Europske unije, Boris Johnson i Nigel Farage, koristili su se lažima – i jednog, i drugog su uhvatili u laži, ali nisu snosili ni političke, ni bilo kakve druge posljedice. Njihov primjer, baš kao i Trumpov u SAD-u, mogu poslužiti kao primjer pojedinaca koji plasiraju laži u javnost (bilo izravno u obraćanju građanima, bilo putem medija, bilo putem društvenih mreža) za svoj politički interes. Britanski političari su svjesno manipulirali osjećajima, a potom i razmišljanjima, te u konačnici odlukama građana. Zbog zaoštravanja retorike prema imigrantima, posebice onima koji su u Veliku Britaniju za poslom došli iz novih članica Unije, širio se val mržnje, zlostavljanja, napada. „Opasni drugi“ bili su i pripadnici religijskih manjina, ali i politički neistomišljenici, dakle osobe koje su se našle na udaru verbalnih, ali i fizičkih napada. Laž se pokazala iznimno spretnijom od istine, a posljedice je britansko, ali i europsko društvo osjećalo godinama. Za razliku od ključnih aktera Brexita, Donald Trump mnogo je ozbiljniji primjer zlouporabe laži u vijestima i njihovog plasiranja putem različitih platformi. Trump se nije koristio samo dezinformacijama, nego i pogrešnim i zlonamjernim informacijama, odnosno pojmovima koje Claire Wardle naziva *disinformation*, *misinformation* i *malinformation*, a koji se mogu obuhvatiti zajedničkim imeniteljem – *fake news*. U fokusu djelovanja Donalda Trumpa je manipuliranje istinom, pa i lažima – nekad svjesno, mnogo puta nesvjesno izrečeno i napisano. I kad je prestala dvosmjerna komunikacija Trumpa i dobrog dijela medija (ako je ikad i postojala), sve se preselilo u svijet društvenih mreža, uglavnom na Twitter. Sve što je Trump objavio (kao kandidat, a onda i na dužnosti), kasnije bi se vrtjelo toliko dugo dok ne uslijedi nova objava i nisu mu bili potrebni mediji. Trump je koristio, koristi i očito će koristiti sve negativne pojave suvremenog novinarstva i društvenih mreža, nepovjerenja građana u medije i okretanja nekim drugim izvorima informacija da bi ponudio „svoje verzije istine“. I njemu, ali i svim drugim manipulatorima za takvu vrstu štetnog djelovanja portali i društvene mreže idealan su format koji nudi brojne mogućnosti. No, na anonimnim ili lažnim portalima, te na društvenim mrežama ne može se ni očekivati vjerodostojnost, odgovornost i pouzdanost. Na žalost, ključne *fake news* priče prenesene s lažnih portala i anonimnih blogova privlače mnogo više pažnje, nego one istinite koje su donijeli *mainstream* mediji. „Svjesno ili ne, tragamo za informacijama koje su odraz naših vlastitih pristranosti i stavova te su u skladu s našim iskrivljenim verzijama stvarnosti […] ono što gledamo i čitamo na društvenim medijima je ono što želimo gledati i čitati“, ukazuje Andrew Keen. Sve je više vijesti, a sve manje informacija, što stvara priličan problem konzumentima medijskih sadržaja. U takvim okolnostima, kad portali, a pogotovo društvene mreže pružaju mogućnost ljudima da postanu i korisnici, i proizvođači, stvara se nova forma – *prosumers*. Sociolog George Ritzer smatra Trumpa „ultimativnim *prosumerom*“, objašnjavajući na njegovom primjeru da je „beskrajni krug konzumiranje-proizvodnja-konzumiranje posebno dobar primjer za prosumption – međusobno povezane procese proizvodnje i potrošnje“. *Prosumera* ne bi bilo da web 1.0 nije transformiran u web 2.0, odnosno da prvobitni korisnici i oni koji su imali samo mogućnost pretraživanja interneta nisu dobili mogućnost da postanu i oni koji sadržaje stvaraju. U takvim okolnostima, profesionalni novinari nisu neophodni, pa se događa da većina društvenih aktera, a političari na prvom mjestu, zaobilazi medije i koristeći društvene mreže izravno komunicira sa svojim biračima. Povećala se interaktivnost, prohodnost kanala od proizvođača do potrošača informacija, zamijenjene su uloge u tome tko stvara, a tko konzumira medijske sadržaje, može se govoriti i o novom stadiju razvoja demokracije i slobode govora. S druge strane, neophodno je stalno ukazivati na ideju odgovornosti za izgovoreno, napisano, objavljeno. Studijom slučaja medijskog izvještavanja o referendumu na kojem su građani Velike Britanije odlučivali o budućnosti njihove države u Europskoj uniji, kao i Trumpovog izbora za američkog predsjednika, te analizom sadržaja medija koji su pratili te procese, uz pozivanje na dostupnu literaturu, **potvrđena je i treća posebna hipoteza** po kojoj *laži u vijestima na portalima i društvenim mrežama za svoj interes koriste politički moćnici*.

*Alternativne činjenice* kao dio dominantnih narativa političkih moćnika analizirane su u **petom poglavlju**, no važno je prije svega bilo objasniti kako se dogodilo da su *fake news* postale revitalizirani fenomen, koja je razlika između *fake news* i *alternativnih činjenica* te kako su *spin* i *framing* zapravo osnova za manipulaciju *alternativnim činjenicama*. Iako su laži u vijestima bile najmanje 100, a posve sigurno i gotovo punih 400 godina, dijelom novinskih tekstova, radijskih izvještaja i televizijskih priloga, te su svih tih stoljeća davale još jednu potvrdu tezi kandidata da je laž oduvijek dio medijskog diskursa, tek su pojavom internet portala i društvenih mreža doživjele svoj procvat. Kandidat u disertaciji razmatra nekoliko ključnih teza autora o fenomeni laži u medijima. Dok su nekad bile povezivane isključivo uz satirične sadržaje, danas se tim pojmom objašnjava nekoliko varijeteta medijskih proizvoda, uglavnom kao „članke/objave namjerno i dokazano lažne čime mogu dovesti čitatelje u zabludu“ (Allcott i Gentzkow). Prema istim autorima, *fake news* imaju nekoliko „bliskih rođaka“: nehotične pogreške u izvješćivanju, glasine koje ne proizlaze iz određenog novinskog članka, teorije zavjere, satiru koja će se vjerojatno shvatiti kao istinita. „Laži u vijestima (*fake news*) i alternativne činjenice (*alternative facts*) jesu slični [pojmovi], ali nisu sinonimi“, konstatira Marin Dell. Alternativne činjenice postale su „sinonim za spremnost [pojedinaca] da ustraju u određenim uvjerenjima bilo da su ona u potpunosti nepoznavanje, bilo da su u potpunosti nepoštivanje stvarnosti“, dodaje S. I. Singer. Za objavu laži u vijestima su, po Allcottu i Gentzkowu, najmanje dva razloga: materijalni (objave na društvenim mrežama mogu privući značajne prihode od oglašavanja kada korisnici posjete određenu stranicu) i ideološki (među ostalim i zbog potpore određenom političkom kandidatu, stranci ili njihovom programu). Claire Wardle nudi i druge razloge za proizvodnju *fake news*: „zaraditi novac; imati politički utjecaj, bilo strani ili domaći; stvoriti nevolje“. Dok su fake news usmjerene prema potpunom manipuliranju javnostima, te su namjerno izmišljene i proširene s određenim ciljem, alternativne činjenice podrazumijevaju postojanje objektivnih činjenica koje su negdje navedene, ali su kontekstualizirane da navode priču na neki trag, alternativne činjenice su uklapanje postojećih podataka i činjenica u neki kontekst koji političkim moćnicima odgovara. I jedne i druge su poremetile medijski sustav, prinudile novinare da se danima iscrpljuju dokazujući suprotno, a zapravo istinito i stvarno, od onoga što su rekli oni koji su ih plasirali u javni prostor. I iza jednih, i iza drugih leži namjera, no ne može se reći da iza alternativnih činjenica stoji neka korist, osim pokušaja da se spasi obraz ako se već izrekla, možda i u neznanju, neka tvrdnja koja je zapravo netočna i neistinita. Problem nastaje kad činjenice i alternativne činjenice postaju ravnopravne u javnom prostoru. I zato je nužno raskrinkati i *fake news*, i *alternative facts*. Komparativnom analizom stavova različitih autora, te izdvojenim studijama slučaja, jer se neke suvremene društvene fenomene ne može promatrati izvan određenog konteksta, **potvrđena je i četvrta posebna hipoteza** kojom se tvrdilo da su *osim fake news, i alternativne činjenice danas dio dominantnih narativa političkih moćnika, te da su fake news kao koncept zasnovane na izmišljenim vijestima u svrhu propagande, a alternativne činjenice na spinu i framingu kao načinu manipulacije*.

**Šesto poglavlje** posvećeno je portalima za raskrinkavanje laži u vijestima. U njemu je definirana laž i potreba njezinog raskrinkavanja, ukazano na važnost *fact-checkinga* velikih političkih laži i manipulacija, ali i mogućnost korištenja portala za raskrinkavanje kao izvora. Iz godine u godinu broj portala za raskrinkavanje laži u vijestima, odnosno portala za provjeravanje činjenica (*fact-checking*), neprestano raste – prije šest godina bilo ih je 44, a danas ih je 237 u 78 država. Sve se više i ozbiljnije bave i velikim političkim lažima, manipuliranjem, svjesnim plasiranjem laži u vijestima i tzv. alternativnih činjenica. U namjeri, odnosno svjesnom postupku navođenja na obmanu i jeste jedna od ključnih razlika laži i neistine, pa je i korisnicima medijskih sadržaja u suvremeno doba vrlo teško razlikovati ih od istine, pogotovo jer je laž u pravilu dobro sakrivena i stoga je teže njeno razotkrivanje. Ako je već istina najvažniji princip novinarstva, a laž njegov najveći neprijatelj, kandidat smatra da su baš zato novinari prvi u lancu *fact-checkinga* jer provjeravaju sve ono što se nađe pred njima u procesu stvaranja sadržaja. No, novinari se danas ne mogu izboriti sa stalnim pritiskom pristizanja sve veće količine informacija te se unutar redakcija, ali i izvan njih – pokretanjem *fact-checking* portala – otvara prostor za angažman *fact-checkers*. I imaju sve više posla. A to se ne događa zato što je taj zahtijevan i kompliciran posao posebno profitabilan, nego zato što postoji potreba za raskrinkavanjem dezinformacija koje se svakodnevno šire. Važna je stvar što raskrinkane vijesti ostaju u javnom prostoru, profesionalci koji se time bave ostavljaju trag dobro obavljenog posla i izvođenja manipulativnog i dezinformativnog djelovanja na vidjelo te činjenice da se u informacije do kojih su došli fact-checkers svatko može pouzdati. Pogotovo se mogu pouzdati novinari i takve im, raskrinkane informacije i *fact-checking* portali mogu poslužiti kao jedan od izvora u radu na priči kojom se bave i na tragu koji slijede. *Fact-checking* portali mogu biti (zapravo to i jesu) pouzdan izvor i korisnicima, a posebice kolegama u drugim redakcijama koje nemaju dovoljno vremena provjeravati baš svaku činjenicu (jer greška i propust, pogotovo oni nenamjerni, uvijek su mogući). Analizom djelovanja *fact-checking* platformi na području država nastalih raspadom bivše Jugoslavije te u svijetu, analizom sadržaja na njihovim stranicama koja je poslužila za dobivanje primarnih podataka, te iznošenjem argumenata i njihovim suprotstavljanjem različitih autora **djelomično je potvrđena peta posebna hipoteza** prema kojoj se *portali za raskrinkavanje laži u vijestima sve više bave otkrivanjem velikih političkih laži i manipulacije, te zahtijevaju poseban angažman novinara*. Istraživanjem je utvrđeno da se raskrinkavanjem *fake news* u svijetu politike isključivo bave platforme koje su to jasno definirale i za to se jasno opredijelile u svojoj metodologiji, dok se drugi vode principima atraktivnosti i čitanosti neke objave te sumnjom na kršenje novinarskih standarda i etike, pa im nužno i „sve više“ politika ne mora biti u fokusu. Stoga se portali za raskrinkavanje laži u vijestima bave otkrivanjem velikih političkih laži i manipulacije, ali i drugim sadržajima u kojima postoji sumnja na kršenje novinarskih standarda i etike, te zahtijevaju angažman posebne vrste profesionalaca (*fact-checkers*).

**Zaključno**, istraživanje je bilo multidisciplinarnog karaktera jer mu je u fokusu bilo djelovanje novinara i političara, odnosno pretpostavke za medijsko i političko manipuliranje. Korišteni su brojni izvori iz različite literature (ukupno 393 izvora) koja je nastala u komunikološkoj, politološkoj, sociološkoj, historijskoj i drugim znanostima kojima je u temelju ljudsko djelovanje. Napravljen je osvrt na ključne političke događaje 20. stoljeća, ali i posljednjih godina, te je analiziran sadržaj dostupnih primarnih i sekundarnih izvora. Kroz studije slučaja se na konkretnim primjerima ukazalo na manipuliranje kojem su u velikoj mjeri pridonijeli fenomeni *fake news*, *alternative facts*, postistina, dezinformacija, propaganda, manipulacija, populizam, *spin*, *framing*, *prosumers*... Spomenuti pojmovi su dio medijskog i političkog diskursa posljednjih godina, no niti jedan nije tako intenzivno korišten kao *fake news*, kojim su označeni medijski sadržaji koji ne odgovaraju istini, ali su svjesno i namjerno plasirani kako bi korisnike doveli u zabludu naslovom, ilustracijom i sadržajem. *Fake news* su utemeljene na laži i navodnim činjenicama, oponašaju prave vijesti i objavljene su u medijima radi manipuliranja iz političkih i/ili materijalnih interesa. Zapravo su stari fenomen, čijem su oživljavanju pridonijele tehnološke inovacije, prije svih portali i društvene mreže.

Uz činjenicu da izraz *fake news* pomalo i nespretno zvuči, kandidat je smatrao da treba napomenuti kako je nešto ili *fake* ili *news*, te u tom kontekstu promisliti o boljem terminološkom rješenju. U tome smislu, a proisteklo iz ovog rada i kao poseban doprinos znanstvenoj zajednici, kao mogući termin mogle bi se koristiti varijacije „lažno u vijesti“ ili „laž(i) u vijesti(ma)“, čime bi se izbjeglo korištenje moguće krivo upotrijebljenog termina kod prevođenja s engleskog na bosanski, hrvatski i srpski jezik – lažne vijesti. Vijesti jednostavno ne mogu biti lažne, mogu samo postojati laži u vijestima.

Uvažavajući potvrđene i djelomično potvrđene posebne hipoteze, sve do sada navedeno nedvojbeno ukazuje da je **potvrđena generalna hipoteza** istraživanja: *laži u vijestima nisu fenomen 21. stoljeća, ali je danas njihov utjecaj djelovanjem moćnika i medija znatno veći; nekad su taj medijski fenomen kroz propagandu kreirali i kontrolirali moćnici, a danas njime manipuliraju i moćnici, i mediji, i prosumers*.

1. **Mišljenje i prijedlog Komisije**

Radna verzija doktorske disertacije doktorskog kandidata Mladena Obrenovića, magistra komunikologije, je upućena na Univerzitet u Sarajevu na softversku detekciju plagijarizma. Povratna informacija sa Univerziteta je pokazala da je 3% rada označeno kao dijelovi rukopisa u kojima potencijalno nije, ili je pogrešno naveden izvor. Komisija je nakon uvida u rezultate sofverske detekcije plagijarizma zaključila da rad u potpunosti predstavlja samostalno naučno djelo, a da je softverskom provjerom u potpunosti potvrđeno autorstvo kandidata.

Komisija konstatuje da je korigovana radna verzija doktorske disertacije pod naslovom: *„Istinito i lažno u vijestima: izvještavanje u službi medijske i političke manipulacije“* kandidata magistra Mladena Obrenovića, cjelovito komunikološko istraživanje o fenomenu lažnih vijesti, odnosno lažnog u vijestima, kroz historiju i u savremenosti. Kandidat je utemeljio naučno relevantan teorijsko – metodološki okvir u pristupu teorijskoj elaboraciji teme doktorske disertacije. Uz teorijsko utemeljenje predmeta istraživanja kandidat je izveo sveobuhvatno empirijsko istraživanje što mu je omogućilo da sintezom rezultata teorijskog i empirijskog istraživanja potvrdi generalnu i djelimično potvrdi razrađujuće hipoteze.

Izvedeno istraživanje u izradi doktorske disertacije kandidata Mladena Obrenovića predstavlja značajan naučni doprinos razvoju komunikološke teorije kad je riječ o fenomenu koji se u velikoj mjeri izučava danas na svim svjetskim univerzitetima, a riječ je o fenomenu lažnih vijesti.

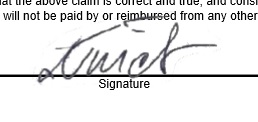
Komisija doktorsku tezu *„Istinito i lažno u vijestima: izvještavanje u službi medijske i političke manipulacije“* kandidata Mladena Obrenovića ocjenjuje pozitivno i predlaže Vijeću Fakulteta da usvoji Izvještaj o ocjeni i odbrani disertacije i zakaže javnu odbranu.

**K O M I S I J A**

**Dr.sc. Nermina Mujagić, redovna profesorica, predsjednica**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Dr.sc. Lejla Turčilo, redovna profesorica, članica/mentorica**



**Dr.sc. Belma Buljubašić, vanredna profesorica, članica**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_