

UNIVERZITET U SARAJEVU
Fakultet političkih nauka
Odsjek komunikologije/žurnalistike
Sarajevo

Vijeću Fakulteta političkih nauka

Na osnovu člana 104. Statuta Univerziteta u Sarajevu, te člana 18. Pravilnika o postdiplomskom magistarskom studiju Komunikologija, Vijeće fakulteta, na prijedlog Odsjeka žurnalistike/komunikologee, na sjednici održanoj 16.3.2021. . donijelo je Odluku o imenovanju Komisije za ocjenu i odbranu magistarskog rada **Jasmine Jokić Hajrić**, pod naslovom *Kreiranje brenda države Bosne i Hercegovine na lokalnom i globalnom nivou* u sastavu:

Prof.dr. Jasna Duraković -predsjenik
Prof.dr. Lejla Turčilo, član/mentor
Prof. dr. Jasna Belma Buljubašić, član
Doc.dr. Irena Praskač Salčin - zamjenik člana

Nakon uvida u rad kandidatkinje Komisija podnosi slijedeći:

I Z V J E Š T A J

Kandidatkinja Jasmina Jokić Hajrić rođena je 27. juna 1980 godine u Sarajevu, gdje je završila osnovnu i srednju školu. Diplomirala je na Fakultetu političkih nauka, na Odsjeku Žurnalistika. Tokom studija završila je i BBC školu novinarstva. Od 1999 godine radi na RTV FBiH. Od 2012 godine obavlja funkciju urednice emisije TV Bingo Show.

U magistarskom radu kandidatkinja razmatra generalnu hipotezu da je brendiranje države jedan od ključnih koraka u njenom buljem funkcionisanju u međunarodnim odnosima i na međunarodnoj sceni. Kandidatkinja se posebno fokusira na kreiranje identiteta i imidža BiH kao ne samo post-ratne zemlje, nego i kao poželjne turističke destinacije. U tom kontekstu kandidatkinja se fokusira na dvije ključne privredne grane: trgovinu i turizam.

Kandidatkinja je svoj magistarski rad podijelila u sedam ključnih poglavlja, ša zaključnim razmatranjima.

U poglavlju koje se odnosi na metodološki okvir, kandidatkinja obrazlaže predmet, ciljeve, sistem hipoteza i način istraživanja. Osim toga, daje uvid u naučnu i društvenu opravdanost rada, te ga vremenski i prostorno određuje.

Poglavlje 2 čini teorijski osnov rada. Kandidatkinja u ovom poglavlju prvo daje uvid u pojam brenda, te pojašnjava povezanost brenda i identiteta turističke destinacije. Služeći se recentnim teorijskim izvorima, kandidatkinja nastoji odgovoriti na pitanje: šta je neophodno za kreiranje brenda turističke destinacije.

U poglavlju 3 kandidatkinja je iznijela sadržaj i rezultate istraživanja. Njima prethodi vrlo kratak uvod u historijski aspekt razvoja BiH kao turističke destinacije. Kandidatkinja potom razmatra neke ključne elemente turizma u BiH, koji se odnose na kulturni turizam, infrastrukturu puteva u BiH, zračni transport, vodni transport i telekomunikacije. Sve navedeno potrebno joj je kako bi zaključila koji su uopće uslovi za kvalitetan razvoj turizma u BiH prisutni u našoj zemlji, i šta se, obzirom na okolnosti, može promovirati kao dobro i kvalitetno u turističkoj ponudi u BiH. Podaci do kojih je uspjela doći kandidatkinja jesu relativno stariji – od prije šest godina, no, nažalost od tada nije bilo značajnijih pomaka u ovoj oblasti koji bi prikupljene podatke učinili zastarjelim. Kandidatkinja to pokazuje i u svom posljednjem poglavlju, praveći osvrt na 2020 godinu i zaključuje da većih promjena pristupa, strategije i sistema ovom pitanju nije bilo.

U poglavlju 4 kandidatkinja je napravila komparativnu analizu sa Hrvatskom i Srbijom, pokušavši da neke lekcije naučene iz susjedstva testira i u BiH, pri čemu zaključuje da su pored turističkih, ključni i ljudski resursi. U narednom poglavlju kandidatkinja je uradila i situacionu analizu, u svrhu što bolje komparacije.

U šestom poglavlju kandidatkinja je empirijski istražila šta sve BiH posjeduje kao turistička destinacija, šta mora poboljšati u pristupu razvoju brenda, šta može održati u postojećim okolnostima kao svoju turističku specifičnost, uz zaključak da je potrebno konačno brendirati ovu zemlju u skladu s njenom ponudom, ali i slikom koja se mora poboljšati. Sedmo poglavlje s osvrtom na 2020 pokazuje da u šest godina to nije učinjeno.

Za dokazivanje hipoteza kandidatkinja je koristila tri metoda: neposredno posmatranje, metod analize sadržaja i komparativna analiza. Neposredno posmatranje zaista se potvrdilo kao nezamjenjiv metod pomoću kojeg je kandidatkinja iz prve ruke, ali s distance, otkrivala sve što je bio u fokusu njenog istraživanja, posebno kada je riječ o turističkoj ponudi u funkciji izgradnje imidža i brenda BiH. Metodom analize sadržaja obuhvaćene su sve relevantne strategije razvoja, te drugi relevantni dokumenti, a komparativnom metodom upoređene su prakse izgradnje brenda u tri zemlje: BiH, Srbija i Hrvatska.

Kandidatkinja je u radu koristila 23 knjige, 11 stručnih tekstova i publikacija, 17 dokumenata, te 18 online izvora.

Generalna hipoteza je dokazana, a kandidatkinja zaključuje kako se Bosna i Hercegovina u poređenju sa drugim destinacijama razlikuje po identitetu i imidžu, ali i kako loša zakonska regulativa i

loša entitetska saradnja usporavaju izgradnju jedinstvenog imidža i identiteta države BiH kao turističke destinacije. Politička stabilnost, dobra makroekonomska situacija i pridruživanje evropskoj porodici potencijalni su koraci za izgradnju snžnijeg brenda države BiH.

Zaključak i mišljenje Komisije:

Imajući sve naprijed navedeno, Komisija u sastavu prof.dr. Jasna Duraković, predsjednik, prof. dr. Lejla Turčilo mentor, prof.dr. Belma Buljubašić, član i doc.dr. Irena Praskač Salčin, član predlaže Vijeću Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu da prihvati ovaj Izvještaj o ocjeni i odbrani magistarskog rada Jasmine Jokić Hajrić *Kreiranje brenda države BiH na lokalnom i globalnom nivou* te odobri odbranu magistarskog rada

Prof.dr. Jasna Duraković, predsjednik



Prof. dr. Lejla Turčilo, član/mentor



Prof.dr. Belma Buljubašić, član



Doc.dr. Irena Praskač Salčin, zamjenik člana

U Sarajevu, 1.4 2021. godine
