

Примљено: 17.8.2015.			
Орг. јед.	Број	Прилог	Вредност

**ИЗБОРНОМ ВЕЋУ
ФИЛОЗОФСКОГ ФАКУЛТЕТА
УНИВЕРЗИТЕТА У НИШУ**

Одлуком Изборног већа Филозофског факултета Универзитета у Нишу, број 221/1-5-01, на седници одржаној 15. јула 2015. године, именована је стручна Комисија за припрему извештаја о кандидатима за избор једног сарадника у звање *асистент* за ужу научну област „Комуникологија, језик и студије медија“ (*Књижевност и културни контекст и Пропаганда и јавност*), у следећем саставу:

1. **Др Иван Цветановић**,
ванредни професор Филозофског факултета Универзитета у Нишу,
Ужа научна област: Језик и стил у медијима
2. **Др Владета Радовић**,
ванредни професор Филозофског факултета Универзитета у Нишу,
Ужа научна област: Теорија медија
3. **Др Добривоје Станојевић**,
редовни професор Факултета политичких наука Универзитета у Београду,
Ужа научна област: Комуникологија и новинарство

Конкурс је објављен 2. јула 2015. године у дневном листу „Народне новине“.

На основу детаљног увида у достављени материјал (пријава на конкурс, биографија, библиографија, одговарајуће потврде и научни радови), Комисија подноси Изборном већу Филозофског факултета Универзитета у Нишу следећи:

ИЗВЕШТАЈ

Комисија је констатовала да се на расписани Конкурс за избор сарадника у звање *асистент* за ужу научну област Комуникологија, језик и студије медија (*Књижевност и културни контекст и Пропаганда и јавност*) пријавило двоје кандидата:

1. Душан Алексић из Ниша и
2. Ивана Миловановић из Бора.

Кандидати су у предвиђеном року поднели конкурсном тражену документацију, а редослед приказа документације, утврђен је према датуму пријаве на конкурс.

1. КАНДИДАТ
ДУШАН АЛЕКСИЋ

1.1. БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ

1.1.1. Лични подаци

Душан Алексић рођен је 5. августа 1988. године у Нишу, где и данас живи.

1.1.2. Подаци о досадашњем образовању

Душан Алексић је завршио основну школу „Радоје Домановић“ и гимназију „Стеван Сремац“ (друштвено-језички смер) у Нишу.

Основне академске студије новинарства на Филозофском факултету у Нишу уписао је 2007. године. Дипломирао је 4. јула 2011. године, са просечном оценом 8.80.

Дипломске академске студије новинарства, уписао је школске 2011/2012. године на истом факултету. Студије другог степена завршио је са просечном оценом 9.43. Мастер рад под називом „Утицај интернета на Српску православну цркву“, одбранио је 22. маја 2013. године са оценом 10, чиме је стекао звање мастер журналиста.

Алексић је тренутно студент докторских студија филологије – модул књижевност, на Филозофском факултету Универзитета у Нишу, које је уписао школске 2014/2015. године.

Током студија кандидат је учествовао на многобројним радионицама, семинарима и конференцијама за усавршавање новинара, од којих посебно издваја следећа учешћа:

- Међународна конференција за младе новинаре под покровитељством Европске комисије, „*Meet me in solidarity*“ („Сретни ме у солидарности“) на тему извештавања о људским правима (Марибор, Словенија, 2010. године);
- Међународна студентска недеља у Београду (*ISWIB*) – *Media workshop* „*Do we tolerate intolerance?*“ (Медијска радионица „Да ли толеришемо нетолеранцију?“) (Београд, 2010. године);
- Међународна студентска недеља у Београду (*ISWIB*) – *Media workshop* „*Challenge of changes*“ (Медијска радионица „Изазови промена“) (Београд, 2009. године);

Кандидат је о свим учешћима доставио одговарајуће сертификате.

1.1.3. Професионална каријера

Кандидат у биографији наводи да је новинарску каријеру започео 2006. године у забавно-музичкој редакцији локалне телевизије: „Менаџер клуб“ из Ниша где је радио до априла 2008. године.

У периоду од јуна 2008. до септембра 2009. године, радио је као репортер у информативној редакцији регионалне телевизије „Зона“ из Ниша, на којој је, истиче, прошао и обуку за ТВ новинарство међународне организације IREX, која организује тренинге за медијске раднике широм света.

Током 2011. године, радио је као новинар и водитељ на првом интерактивном интернет радију у Србији – „Волимрадио.рс“ и био повремено сарадник на емисији о родитељству „Моје дете“ која је емитована на више од 20 локалних ТВ станица у Србији.

Од априла 2012. до новембра 2014. године, радио је као новинар у информативном програму локалне Нишке телевизије, а како наводи, повремено сарађује са многобројним медијским кућама у земљи.

Школске 2013/2014. године, био је ангажован као демонстратор на Департману за комунологију и новинарство Филозофског факултета у Нишу на предмету „Телевизијско новинарство“, а 2014/2015. године на предметима: „Књижевност и културни контекст“, „Реторика“ и „Стилистика“.

1.2. ПРЕГЛЕД ДОСАДАШЊЕГ НАУЧНОГ И СТРУЧНОГ РАДА

Комисија је анализирао четири научна рада, достављена уз пријаву на конкурс.

1.2.1. Научни радови

1.2.1.1. Алексић, Д. (2013) „Утицај интернета на Српску православну цркву – Студија случаја: Званични сајт Српске православне цркве“ у Бојана Димитријевић и ур. одбор (ур.) *Знање и корист*, Зборник радова. Ниш: Филозофски факултет, 408-421. UDK 004.738.5:271.22 (497.11), ISBN 978-86-7379-301-6, COBISS.SR-ID 202540044.

1.2.1.2. Обрадовић, Н., Алексић, Д. (2013) „Утицај интернета на Српску православну цркву – Студија случаја Епархија нишка“ у Владимир Милисављевић (ур.) *Наука и традиција*, Зборник радова, књига 7, том 2/1. Пале: Филозофски факултет, 433-470. DOI 10.7251/NSFF1301433O, ISBN 978-99938-47-47-2, COBISS.BH-ID 3643160.

1.2.1.3. Вујовић, М., Обрадовић, Н., Алексић, Д. (2013) „Системи вредности у извештавању о суседима у дневним новинама *Курир* и *Народне новине*“, Биљана Мишић Илић и Весна Лопичић (ур.) *Језик, књижевност, вредности: Језичка истраживања*, Зборник радова. Ниш: Филозофски факултет, 527-538. UDK 070 KURIR: 811.163.41'42"2011/2012" 070 NARODNE NOVINE: 811.163.41'42"2011/2012" ISBN 978-86-7379-278-1, COBISS.SR-ID 198116620.

1.2.1.4. Aleksić, D., Obradović, N., Šurdilović, A. (2011) „Media reporting about the region in Serbian newspapers *Kurir* and *Narodne novine*“ in Dubravka Valić Nedeljković (ed.) *The Bridges of Media Education*, Zbornik radova, Novi Sad: Filozofski fakultet, 75-86. ISBN 978-86-6065-082-7, COBISS.SR-ID 267022855.

1.2.2. Учешће на научним скуповима

1.2.2.1. Алексић, Д. (2013) „Утицај интернета на Српску православну цркву – Студија случаја: Званични сајт Српске православне цркве“, Међународни научни скуп *Наука и савремени универзитет 2*, Филозофски факултет у Нишу, 16. и 17. новембар 2012. године.

1.2.2.2. Обрадовић, Н., Алексић, Д. (2013) „Утицај интернета на Српску православну цркву – Студија случаја Епархија нишка“, Међународни научни скуп *Наука и традиција*, Филозофски факултет на Палама (Босна и Херцеговина), 18. и 19. мај 2012. године.

1.2.2.3. Вујовић, М., Обрадовић, Н., Алексић, Д. (2013) „Системи вредности у извештавању о суседима у дневним новинама *Курир*, *Народне новине*“, Међународни научни скуп *Језик, књижевност, вредности*, Филозофски факултет у Нишу, 27. и 28. април 2012. године.

1.2.2.4. Aleksić, D., Obradović, N., Šurdilović, A. (2011) „Media reporting about the region in Serbian newspapers *Kurir* and *Narodne novine*“ (koautor), Међународна научна конференција *The Bridges of Media Education*, Filozofski fakultet u Novom Sadu, 11-17. jul 2011. године.

1.3. АНАЛИЗА РАДОВА

У раду 1.2.1.1, аутор детаљно анализира званични сајт Српске православне цркве као, за сада, једино званично место на интернету где се могу добити информације о овој верској заједници. Аутор се овим питањем бави због тога што је СПЦ највећа религијска организација у Србији, али и због друштвено-историјског контекста у коме је Црква деловала. Полази се од тога да Српска православна црква по својој догми тежи очувању изворних обичаја и изворне вере због чега се кроз историју теже прилагођавала новим технологијама. Осим тога, у обзир је узето то што је готово целу другу половину двадесетог века, због политичке ситуације, била склоњена из домена јавног комуницирања. Када се све то узме у обзир поставља се питање на који начин се СПЦ прилагођава новим медијима, конкретно интернету. Анализано је неколико аспекта сајта: Изглед и функционалност, врста садржаја који се објављује, колико се често сајт ажурира, језик и стил који се користе приликом писања текстова, као и колика је посећеност и каква је повезаност са друштвеним мрежама. Аутор примећује да је сајт више адекватан него атрактиван, богат православним мотивима, што и јесте у духу Цркве. Иако сајт по атрактивности заостаје за многим другим сајтовима хришћанских религијских организација (попут Католичке цркве), сајт СПЦ-а је лак за коришћење, редовно се ажурира и целине су јасно одвојене. Карактеристично је да се при писању текстова користе класични новинарски жанрови (најчешће вест и извештај), да је стил разумљив свима, иако постоје одређене секције где се објављују изворни црквени текстови. Оно што аутор примећује као занимљивост јесте да сајт постоји још од 1999. године – време када интернет није уживао ни приближну популарност какву има данас. Података о посећености, наводи се у раду, нема, а приметно је и одсуство званичног профила са највећих друштвених мрежа – фејсбук и твитер. Аутор закључује да је похвално што СПЦ користи интернет за преношење својих порука и што је схватила колики потенцијал интернет има, али сматра да је потребно додатно поради на дизајну и увођењу нових функција (попут коментарисања садржаја, боље интеграције са друштвеним мрежама и сл.). На тај начин би се приближила много већем броју верника, али и онима који то нису. Осим тога, даље унапређивање овог веб сајта, сматра аутор, може довести и до повећаног интересовања за религију код младих.

У раду 1.2.1.2, аутори анализирају сајт локалне Епархије нишке како би испитали однос локалних епархија највеће религијске заједнице Србији према интернету. С обзиром на то да је Ниш претежно православна средина, ауторе је интересовало на који начин Црква остварује комуникацију са верницима и колико користи нове технологије, конкретно интернет. Иако се у већем делу рада аутори баве званичним сајтом Епархије нишке, напомињу и да постоји радио „Глас“ који је у саставу Епархије. Аутори примећују да је сајт прегледан, лак за сналажење и богат православним мотивима. Текстови који су директно везани за дешавања у Епархији редовно се ажурирају, писани су у форми вести или извештаја, тако да су свима разумљиви. Међутим, аутори примећују да презентација није завршена и да многи линкови воде ка страницама где осим наслова нема ничега. Ипак, у интервјуу који су аутори урадили са Еписком нишким господином Јованом, истиче се да ће Црква у будућности посебну пажњу посветити комуникацији путем интернета и најавио је редизајн сајта који ће како каже, добити модеран изглед, са мноштвом мултимедијалних садржаја и који ће и Епархију и Српску православну цркву додатно испромовисати у години обележавања 17 векова од доношења Миланског едикта. Осим тога, за разлику од званичног сајта Српске православне цркве, Епархија нишка поседује и званичне канале на друштвеним мрежама фејсбук, твитер и јутјуб који се редовно ажурирају, што је показатељ да и црквени званичници прате развој модерних технологија. Аутори закључују да развој нових медија умногоме утиче на комуникациони систем Српске православне цркве и да ће њихово даље прилагођавање свакако бити занимљиво за нова истраживања.

У раду 1.2.1.3, аутори се баве системима вредности који се успостављају у Србији кроз језик и извештавање у дневној штампи о земљама у окружењу. Анализиране су две дневне новине, једне националне („Курир“) и једне локалне („Народне новине“) током два месеца у 2011. години (мај и јун за потребе међународне конференције „Мостови медијског образовања у Новом Саду) и два месеца у 2012. години (у фебруару и марту ради поређења резултата). Због не тако давне ратне прошлости на Балкану, једна од претпоставки аутора је да ће о извештавању о суседима објективно новинарство често изостати и да ће преовладати стереотипи. У анализираном периоду регистровано је 79 текстова о земљама у региону, од чега 60 у „Куриру“ и 19 у „Народним новинама“ у првом делу истраживања, док је у другом делу истраживања регистрован свега 41 текст – 35 у листу „Курир“ и 6 у листу „Народне новине“. Када је реч о резултатима, аутори посебно истичу да се у великом броју случајева текстови везани за дешавања у државама бивше Југославије често не одвајају од дешавања у Србији (Око 40% регистрованих текстова у „Куриру“ налази се у рубрици „Вести“ где се објављују текстови везани и за дешавања у Србији). И у првом и у другом делу истраживања писало се о криминалу, ратним злочинима, политичким дешавањима са израженим негативним ставом субјекта према објекту што показује јасну матрицу по којој се у медијима формирају системи вредности на балканском простору. Иако је у највећем броју случајева став новинара према одређеном дешавању био неутралан, аутори примећују да се тежи кратким фактографским формама и да изостају аналитички текстови. Ако се узме о обзир да је „Курир“ таблоидна новина, онда је тежња ка сензационализму још већа и забрињава недостатак текстова о култури, економској сарадњи и сл, што би, сматрају аутори, допринело побољшању односа међу суседима.

У раду 1.2.1.4, аутори истражују на који начин медији у Србији извештавају о земљама у региону, посебно о оним републикама које су некада чиниле Југославију због ратне прошлости. Између осталог, испитивано је колико је која држава заступљена, у којим рубрикама се пише о њима, о којим темама се најчешће пише, начин на који се извештава о њима, који новинарски жанрови се користе и сл. У обзир је узето и визуелно представљање попут величине текста, колико простора заузимају у новинама, да ли су се одређени текстови нашли на насловној страни и сл. За студију случаја узете су дневне новине „Курир“, као националне, и „Народне новине“, као локалне. Истраживање је рађено током априла и маја 2011. године за потребе конференције „Мостови медијског образовања у Новом Саду“. Аутори су дошли до податка да су у 90% случајева заступљене фактографске форме (вест и извештај). Аналитичких текстова готово да нема, док текстова који спадају у домен истраживачког новинарства нема уопште. Најчешће се писало о Хрватској и Босни и Херцеговини, што ауторе не изненађује, јер је Србија са овим државама током распада бивше Југославије имала највише конфликта, а и данас владају специфични политички односи. Иако се одређен део текстова односа на нерешена питања између Србије и ових држава, попут одговорности за ратне злочине, аутори примећују да је око 20% текстова посвећено дешавањима унутар ових држава која немају везе са Србијом (црна хроника, забава). Осим тога, примећено је да се текстови у „Куриру“ у 40% случајева објављују у истим рубрикама где и текстови који су везани за дешавања у Србији. Аутори сматрају да је охрабрујуће то што је однос новинара према датим дешавањима у тим земљама углавном био неутралан. Као занимљивост наводе и то што није потврђена њихова хипотеза, да ће већина наслова у „Куриру“ бити сензационалистичког типа, јер ипак је реч о таблоидном медију. Истраживање је јасно показало да је 28 процената наслова, могуће свести под сензационализам. Аутори, између осталог, закључују да недостатак аналитичких и текстова о културној, економској, спортској и другим видовима сарадње не помажу нормализацији односа међу овим државама у чему медији имају кључну улогу.

2. КАНДИДАТКИЊА ИВАНА МИЛОВАНОВИЋ

2.1. БИОГРАФСКИ ПОДАЦИ

2.1.1. Лични подаци

Ивана Миловановић је рођена у Бору 30. септембра 1989. године где и данас живи.

2.1.2. Подаци о досадашњем образовању

Ивана Миловановић завршила је основну школу „IX српска ударна бригада“, а после тога и гимназију „Бора Станковић“ (друштвено-језички смер) у Бору, као вуковац и стипендисткиња Министарства омладине и спорта Републике Србије.

Основне академске студије новинарства на Филозофском факултету у Нишу уписала је 2008. године, а дипломирала 2012. са просечном оценом 9.73, чиме је стекла звање дипломирани журналиста. Кандидаткиња у биографији наводи да је била стипендисткиња Фонда за младе таленте Републике Србије – стипендија Доситеја.

Мастер студије комуникологије уписала је 2012. године на Филозофском факултету у Новом Саду, а дипломирала 2013. године са просечном оценом 10. Са истом оценом одбранила је мастер рад на тему „Женска штампа у Србији – захтеви који се представљају пред савремену жену“, чиме је стекла звање мастер комуниколог. Кандидаткиња наводи да је и у овом периоду била стипендисткиња Фонда за младе таленте Републике Србије – стипендија Доситеја.

Интердисциплинарне докторске научне студије - Теорије уметности и медија, на Универзитету у Београду, уписала је у септембру 2014. године.

Кандидаткиња наводи да је 2013. године победила на конкурс за најбољи есеј на тему транспарентности власништва над медијима у Србији са текстом *Чији су наши медији?*, у организацији Универзитетске дебатне мреже „Отворена комуникација“, 2013. године.

Кандидаткиња у биографији наводи и следећа учешћа:

- Панел дискусија „Слобода медија у Србији“ у организацији Универзитетске дебатне мреже „Отворена комуникација“, Београд, 2013. године.

- Феминистичка летња школа у организацији Женског простора, Дивчибаре, 2013. године.

- Тренинг за студенте-менторе у организацији Студентске уније Србије, Београд, 2013. године.

- „Вештине јавног наступа“, семинар за стипендисте Фонда за младе таленте, Ниш, 2012. године.

- „Управљање животном средином“, семинар за новинаре у организацији Удружења новинара Србије, Ниш, 2011. године.

- „Извештавање о политици“, семинар за новинаре у организацији ОЕБС-а, Зајечар, 2010. године.

Кандидаткиња Ивана Миловановић је, о свим поменутиим учешћима, доставила одговарајуће сертификате.

2.1.3. Професионална каријера

Кандидаткиња у биографији наводи да је од фебруара до јуна 2014. године била ангажована као демонстратор на Департману за комуникологију и новинарство на предметима: „Савремени медијски системи“, „Писање о уметности у медијима“, „Теорија медија“ и „Телевизијско новинарство“.

Од јануара до јуна 2014. године радила је у агенцији за консалтинг и менаџмент и прес центар „ИСТ МЕДИЈА“ као новинар на информативном веб порталу. Како истиче, извештавала је о најважнијим догађајима из источне Србије и покретала значајне економске, друштвене и културне теме.

У октобру 2013. године лекторисала је „Приручник за коришћење друштвених мрежа у туризму“ за агенцију „Tourism Management & Consulting“.

Од октобра 2011. до јула 2012. године радила је као новинар и уредник интернет портала „Студентски дневни лист“. Учествовала је у покретању портала и његовој промоцији међу студентима Универзитета у Нишу и извештавала о темама из области друштва и културе.

Током 2011. године кандидаткиња је радила као сарадник на пројекту и креатор саджаја за веб портал „Discover south-east Serbia“, агенције: „Tourism Management & Consulting“.

Током летњих месеци 2009, 2010. и 2011. године, радила је као новинар на регионалној радио телевизији Бор. Извештавала је о политичким, друштвеним и културним темама и припремала и водила сегменте програма.

Кандидаткиња је 2008. године на радију Бор уређивала и водила емисију за младе „Лавиринт“.

2.2. ПРЕГЛЕД ДОСАДАШЊЕГ НАУЧНОГ И СТРУЧНОГ РАДА

Комисија је анализирао седам научних радова које је кандидаткиња доставила уз пријаву на конкурс. Кандидаткиња је доставила и једно саопштење.

2.2.1. Научни радови

2.2.1.1. Миловановић, И., Вујовић, М. (2014) „Визуелна репрезентација жене у дневној штампи“, *Дигиталне медијске технологије и друштвено-образовне промене 4*, Нови Сад: Филозофски факултет, 121-132.

2.2.1.2. Митровић, М., Миловановић, И. (2014) „Путопис у вртлогу потрошачког конзумеризма: од новинско-публицистичког жанра до рекламног садржаја“, *Исторографија и савремено друштво* (I том), Ниш: Филозофски факултет, 538-549.

2.2.1.3. Миловановић, И. (2014) „Женска штампа у Србији – захтеви који се постављају пред савремену жену“, *Језик, књижевност, маргинализација*, зборник радова, Ниш: Филозофски факултет, 119-132.

2.2.1.4. Митровић, М., Миловановић, И. (2014) „Пропагирање потрошачке културе по моделу холивудских филмова у глобалном медијском окружењу“, *Наука и глобализација*, зборник радова, књига 8, том 2/1. Пале: Филозофски факултет Универзитета у Источном Сарајеву, 629-643.

2.2.1.5. Обрадовић, Н., Митровић, М., Миловановић, И. (2014) „Медијска промоција националних стереотипа у дневној штампи Србије, Босне и Херцеговине и Хрватске, *Улога медија у нормализацији односа на Западном Балкану*, Нови Сад: Филозофски факултет Нови Сад, Центар за истраживање религије, политике и друштва, 327-342.

2.2.1.6. Миловановић, И., Митровић, М. (2013) „Невербални одговор политичара на резултате парламентарних избора у Црној Гори 2012.“, *Нова научна едукативна мисао*, зборник радова, 1/2013. Београд: Номотехнички центар Београд, 130-144.

2.2.1.7. Митровић, М., Миловановић, И. (2013) „Трошење као ново масовно уживање“, *Нова научна едукативна мисао*, зборник радова, 1/2013. Београд: Номотехнички центар Београд, 145-154.

2.2.2. Саопштења са научних скупова

2.2.2.1. Milovanović I., Mitrović M. (2015) „The interactivity of new media: Reader’s comments on the online editions of daily newspapers as a platform for public dialogue, *Međunarodna naučna konferencija Mostovi medijskog obrazovanja*, Novi Sad: Filozofski fakultet.

2.2.3. Учешће на научним скуповима

2.2.3.1. Milovanović I., Mitrović M. (2015) „The interactivity of new media: Reader’s comments on the online editions of daily newspapers as a platform for public dialogue, *Mostovi medijskog obrazovanja*, Filozofski fakultet u Novom Sadu, maj 2015.

2.2.3.2. Миловановић, И., Вујовић, М. (2014) „Визуелна репрезентација жене у дневној штампи“, *Мостови медијског образовања*, Филозофски факултет у Новом Саду, мај 2014.

2.2.3.3. Митровић, М., Миловановић, И. (2014) „Путопис у вртлогу потрошачког конзумеризма: од новинско-публицистичког жанра до рекламног садржаја“, *Наука и савремени универзитет 3*, Филозофски факултет у Нишу, новембар 2013.

2.2.3.4. Миловановић, И. (2014) „Женска штампа у Србији – захтеви који се постављају пред савремену жену“, *Језик, књижевност, маргинализација*, Филозофски факултет у Нишу, април 2014.

2.2.3.5. Митровић, М., Миловановић, И. (2014) „Пропагирање потрошачке културе по моделу холивудских филмова у глобалном медијском окружењу“, *Наука и глобализација*, Филозофски факултет Универзитета у Источном Сарајеву, Пале, мај 2013.

2.2.3.6. Обрадовић, Н., Митровић, М., Миловановић, И. (2014) „Медијска промоција националних стереотипа у дневној штампи Србије, Босне и Херцеговине и Хрватске, *Улога медија у нормализацији односа на Западном Балкану*, Филозофски факултет у Новом Саду, септембар 2013.

2.3. АНАЛИЗА РАДОВА

У раду ознаке 2.2.1.1., ауторке истражују на који су начин жене представљене на фотографијама у дневној штампи, односно да ли те фотографије стварају родне стереотипе и које. У раду се полази од тога да су жене кроз историју увек биле у потлаченом положају и да је у првом плану увек био њихов физички изглед. Култура и традиција у којој је жена подређена мушкарцу имају велики утицај на медијско представљање жена данас, сматрају ауторке, па тако и сами часописи за жене имају стереотипни однос према женама. У раду су анализирани фотографије из часописа „Блиц жена“ и „Базар“ у периоду јануар, март и мај 2015. године. Очекивано, много је више било фотографија на којима су жене, али истиче се да у чак 30% случајева изостаје идентификација жене, наспрам 3% када је реч о мушкарцима, што говори о томе да су жене стављене у потчињен положај пасивног објекта. Као посебну занимљивост ауторке истичу резултат да су на 29 фотографија приказани само одређени делови женског тела (фрагментарно приказивање рода), али није пронађена фотографија на којој су фрагментарно представљени мушкарци. Фотографије жена су, указују ауторке, еротизоване што је јасна алузија на жену као сексуални објекат и у готово 50% случајева једина улога жене је да буде лепа и промовише стандарде које је наметнула модна индустрија. Ако није лепотица, жена је у највећем броју случајева приказана као домаћица, мајка и супруга. Ауторке примећују и одсуство старијих жена са фотографија, чак и када се о њима говори у тексту. Међутим, уколико се и појаве, њихове фотографије су

видно фотошопиране како би изгледале млађе. Због тога се изводи закључак да је императив оваквих часописа вечна младост и одлагање старења и да је визуелна репрезентација рода у складу са културним и идеолошким одликама патријархалног друштва.

У раду 2.2.1.2. ауторке истражују где је граница између новинарско-публицистичког жанра и рекламног садржаја у путописима. Иако је Законом о оглашавању јасно дефинисана препознатљивост огласне поруке, путписи, због актуелних тржишних услова и притиска на оглашиваче, све чешће губе одлике новинарског жанра и кроз манипулативну функцију прикривеног оглашавања постају рекламе. Та комерцијализација, сматрају ауторке, гуши стваралачки потенцијал. У раду су анализирани дневне новине „Данас“, „Политика“, „Вечерње новости“, „Блиц“ и „Курир“ са циљем да се утврди на који начин су путописи представљени. Ауторке закључују да су путписи данас нека врста хибридне форме, између новинарства и маркетинга туристичких агенција, где текстови, испод којих стоји новинарски потпис, врло често нису јасно обележени као рекламна порука, што је у супротности са Законом о оглашавању. Један од узрока је, сматрају ауторке, то што штампани медији траже начине да се прилагоде актуелним тржишним условима, па дозвољавају овакву измену некада аутентичног новинарског жанра.

У раду 2.2.1.3. ауторка истражује да ли такозвана женска штампа у Србији поспешује родну дискриминацију и маргинализацију жена. У раду је посебан осврт стављен на терминологију којом се ствара портрет жене, некоришћење родно сензитивног језика и стварање језичког и друштвеног контекста који води родној дискриминацији и маргинализацији жена. У раду су анализирани часописи „Блиц жена“ и „Базар“. Коришћена је квантитативно-квалитативна анализа дискурса, а ауторка је резултате објаснила кроз феминистичке и родне теорије, сматрајући да је медијска представа жене проблематична из неколико разлога. Наиме, женама се намеће идеализована слика женствености, а њихове доминантне улоге су домаћица, супруга и мајка. Међутим, већи проблем је питање родне равноправности и култура поимања рода. Ауторка сматра да медији шаљу поруку да женама припада сфера приватног и да оне не треба да утичу на јавну сферу и свет око њих. Њихово је да буду лепе, да воде рачуна о кући, деци, партнеру, али не и да учествују у друштвеном, политичком и културном животу. Патријархална култура, која жену ставља у потчињени положај у односу на мушкарца, доприноси њиховој маргинализацији када је реч о доношењу важних одлука или учествовању у суштинским расправама. Томе доприноси, додаје ауторка, и доминантна идеологија моћније мушке групе која уређује јавни медијски дискурс. Због тога се у закључку наводи да медијско представљање жена само продубљује неједнакости које постоје у друштву. Зато би медији требало да теже ка томе да обухвате све аспекте живота савремене жене како би она могла да буде сагледана као целовито биће и као неко ко је склон сазнавању, професионалним успесима и критичко-самосталној активности.

У раду 2.2.1.4. ауторке полазе од тога да глобализација и потрошачка култура, који су доживели експанзију у другој половини 20. века, постају доминантан дискурс у савременом начину живота захваљујући тесној повезаности са медијима. Ауторке истичу да због повезаности економске, политичке, технолошке и културне глобализације, долази до такозване медијске глобализације која ствара интеракцију између различитих култура, идеја, информација и вредности различитих заједница. Међутим, глобализација културе се не интерпретира као прожимање култура, већ као културна доминација једне културе над другом коју диктирају „центри моћи“. Као пример наводе се Сједињене Америчке Државе, чији производи индустрије културе представљају један од значајнијих њихових извозних производа, што доводи до „американизације“ остатка света. Под девизом наднационалног карактера културе, креира се масовна култура у којој се употребна вредност производа замењује симболичком. Тако, истиче се, производи масовне потрошње не задовољавају

више егзистенцијалне, већ психолошке потребе, које учествују и у изградњи идентитета. Овај образац подразумева да су материјалне ствари увек у фокусу и све је јача жеља за поседовањем. Томе доприносе и забавни медијски садржаји који ослабљују критичност и рационалност публике, па је лакше доћи до циља. У раду је анализиран амерички филм „Исповест купохоличарке“ за који ауторке сматрају да промовише видове заговарања америчке културе, начина живота и претензију ка „америчком сну“. Због водеће позиције коју САД имају на светском медијском тржишту, преношење оваквих порука и наметање сопствене идеолошке матрице, кроз технике манипулације, одвија се неометано. Ауторке закључују да је пропагирање конзумеризма и потрошачке културе саставни део савремене холивудске кинематографије који представља модел понашања другима.

У раду 2.2.1.5. аутори се баве присуством националних стереотипа у дневној штампи Србије, Босне и Херцеговине и Црне Горе, односно њиховом моћи да продубе неслагања на овим просторима која постоје више од 20 година. Оно што су аутори учили је да медији често приписују негативне стереотипе другим народима, а супериорност себи. У раду су анализирана по два дневна листа из сваке државе у периоду од 10. до 20. маја 2012. године („Блиц“ и „Вечерње новости“ из Србије, „Независне новине“ и „Дневни Аваз“ из БиХ, и хрватски „Јутарњи лист“ и „Вечерњи лист“). Маркирани су текстови о суседима и анализирано је на који начин се о њима извештава. Истраживање је показало да су стереотипизација, дехуманизација и антагонистички приступ присутни у сваком од анализираних дневних листова, у извештавању о народима суседима, а да херметички карактер извештавања не доприноси помирењу, сарадњи и успостављању дијалогу међу народима, већ додатно појачава дистанцу која међу њима одавно постоји.

У раду ознаке 2.2.1.6. ауторке су истраживале шта показује невербална комуникација политичара поводом резултата парламентарних избора у Црној Гори 2012. године, односно, колико се оно што говоре поклапа са њиховим невербалним реакцијама. У раду је анализирана емисија „Изборна ноћ“ на телевизији „Вијести“ и изјаве политичара највећих партија и коалиција у Црној Гори (Срђан Милић, Миодраг Лекић, Дарко Пајовић и Мило Ђукановић). За испитивање њихових реакција коришћена је квантитативна и квалитативна анализа дискурса са утемељењем у теорији критичке анализе дискурса. Ауторке су пажљиво пратиле невербалну комуникацију сваког од њих, па тако, на пример, пореде карактеристике невербалне комуникације Срђана Милића, који је принуђен да призна пораз и, како кажу, тријумфално држање победника избора Миодрага Лекића. Ауторке на крају истичу да је невербално комуницирање врло значајно за политичку комуникацију и јавни наступ уопште и закључују да поједини политичари још нису свесни колика је моћ невербалног аспекта.

У раду 2.2.1.7. ауторке се баве историјом потрошачког друштва и траже узроке који су довели до тога да се човек преобрати у биће које троши (*homo consumens*), чиме задовољава психолошке потребе за поседовањем материјалних ствари, чак и оних које му нису потребне. Та потреба да се стално купује, троши и трага за новим, довела је до ширења културе која се заснива на комформизму, а гуши оргиналност, креативност и иновацију. Потрошачку грозницу ауторке повезују са изложбама и сајмовима XIX века, затим појавом самопослуга у XX веку, да би изградњом модерних тржних центара, мегамаркета, односно појавом телешоп телевизијских емисија, само још више ојачала. Како примећују, у савременом добу томе доприносе и масовни медији и мултинационалне корпорације који имају велику улогу у ширењу културе комформизма. Ауторке закључују да све то доводи до повлачења духовности пред материјалношћу чиме се ствара маса неостварених људи који живе у свету илузија и привида за тренутак задовољства нове куповине. Ауторке, на крају, кажу и то да док год постоје људи спремни да прихвате и следе планетарне културне обрасце, постојаће и овај модел културе потрошње.

1. МИШЉЕЊЕ О ИСПУЊЕНОСТИ УСЛОВА ЗА ИЗБОР

Обухватном и врло детаљном анализом достављене изборне документације, Комисија је констатовала да су обоје, на конкурс, пријављених кандидата довољно компетентни у ужој научној области, а да је један ипак значајно ближи критеријумима предметних области које су конкурсом тражене: *Књижевност и културни контекст* и *Пропаганда и јавност*.

Такву констатацију Комисија заснива на неколико кључних и, за предметни извештај, значајних параметара.

На основу веома обимне изборне документације, Комисија закључује да су Кандидати остварили запажене резултате у домену, како формалног, тако и неформалног образовања, професионалног ангажмана и научно-истраживачког рада. Релевантне категорије, на основу којих Комисија, у датом изборном поступку, може дати предност једном од двоје, на овај конкурс пријављених кандидата, могућно је приказати у неколико кључних навода.

У домену формалног образовања, кандидаткиња Ивана Миловановић, нарочито у завршници дипломских академских студија, пажњу махом усмерава ка областима: штампано новинарство и студије рода, што показује и одабиром теме мастер рада: *Женска штампа у Србији – захтеви који се постављају пред савремену жену*. Миловановићева потом уписује „Интердисциплинарне докторске научне студије Теорије уметности и медија“, Универзитета уметности у Београду. Кандидаткиња тиме, сопствени образовно-научни развој, усмерава ка Теорији уметности и медија. С друге стране, кандидат Душан Алексић после завршених мастер студија, уписује докторске студије филологије – модул књижевност, на Филозофском факултету Универзитета у Нишу, чиме је и научно-истраживачке потенцијале усмерио ка, конкурсом дефинисаној предметној области. Најзад, будући да је и тренутно ангажован као демонстратор-волонтер на Департману за комуникацију и новинарство Филозофског факултета Универзитета у Нишу, управо на предмету „Књижевност и културни контекст“, односно „Реторика“ и „Стилистика“, Алексић се у потпуности задржава у задатом опсегу предметних области, односно наставно-научних потреба, на основу којих је дати конкурс и расписан. Миловановићева, дакле, осваја научно-истраживачки простор за који је пре две године и бирана у звање демонстратора волонтера (*Уметност у медијима* и *Новинарство*), док се Алексић специјализује за област која је предмет овог конкурса.

Када је реч о професионалном ангажовању, у предметном домену, комисија нарочито вреднује искуство у настави. Обоје кандидата бележе запажене резултате у реализацији наставних активности предвиђених планом и програмом Департмана за комуникацију и новинарство Филозофског факултета Универзитета у Нишу. Кандидаткиња Миловановић, бирана је за демонстратора у једном (школска 2013/2014.), а кандидат Душан Алексић у два семестра и то за школску 2013/2014. и 2014/2015. С друге стране, значајна разлика, што Алексићу даје извесну предност у конкретном случају, јесте и то што је волонтерски стаж остварио у предметној области за коју је конкурс расписан. Примера ради, кандидаткиња Ивана Миловановић је сарађивала у реализацији предметних области: *Савремени медијски системи*, *Писање о уметности у медијима*, *Теорија медија* и *Телевизијско новинарство*, док је кандидат Душан Алексић учествовао у реализацији наставе са предметним професорима и асистентима, у оквиру предметних области: *Књижевност и културни контекст*, *Реторика* и *Стилистика*, а раније и *Телевизијско новинарство...* Најзад и чињеница да је Кандидату Алексићу обновљен избор за демонстратора волонтера, на известан начин говори о томе на који је начин одговорио повереним задацима и изазовима у процесу реализације наставног плана и програма на Департману за комуникацију и новинарство Филозофског факултета Универзитета у Нишу.

Трећи би параметар био научно-истраживачки рад. Детаљнијом анализом радова које су Кандидати доставили, Комисија је утврдила да оба учесника Конкурса задовољавају овај критеријум.

ПРЕДЛОГ ЗА ИЗБОР

На основу увида у документацију која је била на располагању и детаљне анализе свих релевантних параметара у изборном поступку, Комисија једногласно предлаже Изборном већу Филозофског факултета Универзитета у Нишу, да Кандидата **Душана Алексића**, изабере у звање **асистент** за ужу научну област „Комуникологија, језик и студије медија“ (*Књижевност и културни контекст и Пропаганда и јавност*).

У Нишу, 5. 8. 2015.

Чланови Комисије:

1. **Др Иван Цветановић**, ванредни професор
Филозофски факултет Универзитета у Нишу



2. **Др Владета Радовић**, ванредни професор
Филозофски факултет Универзитета у Нишу



3. **Др Добривоје Станојевић**, редовни професор
Факултет политичких наука Универзитета у Београду

