

	ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ	Број:
		10/6-35
	ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ	Датум:
		14. 11. 2015.

Наставно-научном већу Филозофског факултета Универзитета у Нишу
подносимо следећи:

ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ:

1. Састав комисије:

1. Др Владета Радовић, ванр. проф.
2. Др Зоран Јевтовић, ред. проф.
3. Др Ивана Стојановић Прелевић, доцент

2. Одлука Већа за новинарство број 10/6-12 од 03.07.2015.

II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ:

1. Име, име једног родитеља, презиме:

___ Марија (Драгиша) Митровић _____

2. Година уписа на мастер академске студије

2012/2013.

3. Назив студијског програма

Мастер академске студије новинарства

III НАСЛОВ –МАСТЕР РАДА:

Улога Интернета у политичкој комуникацији предизборних кампања Србије

IV ПРЕГЛЕД -МАСТЕР РАДА:

Мастер рад кандидаткиње Марије Митровић, организован је у пет целина, на 81 страници текста и састоји се од уводног дела, методолошког оквира, теоријског дела, истраживања и дискусија, закључка и литературе.

Теоријски оквир рада (Политичка комуникација: Појам, Развојне фазе и Менаџмент политичке комуникације; Предизборне кампање: Појам, Технике и Модернизација предизборних кампања, Технике персонализације и професионализације у домену политичке комуникације и Релациони политички маркетинг као начин приступа предизборним кампањама; Улога медија у предизборним кампањама: Утицај медија на јавност, Манипулација медија у току предизборне кампање, Негативност у предизборним кампањама; Друштвене мреже као начин остваривања политичке комуникације на интернету: Појам, категоризација и значај друштвених мрежа, Утицај интернета и друштвених мрежа на резултате у предизборним кампањама.

Истраживање и дискусија: Политичка комуникација, превасходно на интернету, у америчким предизборним кампањама: Онлајн предизборна кампања Барака Обама 2008. године; Предизборне интернет кампање у Србији: Анализа предизборне кампање на интернету у Србији 2012. године, Веб-сајт политичких партија и предизборна кампања, Фејсбук и предизборна кампања 2012. године, Твитер и предизборна кампања, Анализа предизборне кампање парламентарних избора 2014. године у Србији, Веб-сајт и предизборна кампања 2014. године, Фејсбук и предизборна кампања 2014. године, Твитер и предизборна кампања 2014. године, Јутјуб и предизборна кампања 2014., Разлике између предизборних кампања у Сједињеним Америчким Државама и Србији.

Рад садржи 23 библиографске јединице домаћих и страних аутора и 17 интернет извора. Саставни део рада су и: 7 табела, више илустрација и 12 графикона.



V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА - МАСТЕР РАДА:

1. ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

У уводном делу мастер рада *Улога интернета у политичкој комуникацији предизборних кампања Србије*, кандидаткиња Марија Митровић објашњава феноменологију комуникационе транзиције под утицајем нових медија. Интернет и припадајући комуникациони комплекс ствара сасвим нове изазове у политичкој комуникацији, а онлајн медији временом постају најзначајнија платформа у остваривању политичке комуникације, без обзира на то да ли је реч о комуникацији оствареној посредством друштвених мрежа, блогова или форума.

Анализирајући конкретне примере из праксе, ауторка објашњава на који начин савремене политичке партије укључују онлајн медије у стратегију предизборних кампања, управљајући при том политичким простором. Демократски системи власти данашњице, пролазе кроз корените промене. Политичка понуда је све већа, пажња јавности све значајнија, док су финансијски захтеви кампања све виши. Комбинујући традиционалне и онлајн медије, политичари се окрећу савременијим тенденцијама, делом због тога што је оглашавање на интернету махом бесплатно, а наравно и због тога што су онлајн корисници најчешће млади људи, који заправо јесу будућност политичког деловања.

Изборна комуникација и стил вођења кампања у великој мери се персонализују, на шта првенствено указује политички простор Сједињених Држава. Друштвене мреже значајно снаже утицај и повећавају домет кампање, потом и ефикасније промовишу пожељне ставове и обрасце мишљења, стварајући утисак да грађани сами одлучују о новим вођама. Стога политичке странке активности прилагођавају логици нових медија, при чему је репертоар расутих информација све богатији, шири и нијансиранији.

Све то наводи на закључак да интернет активно учествује у кампањи, нудећи политичким актерима све богатији комуникацијски оквир за пропагандне и друге активности.

2. ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

И теоријски и методолошки оквир у Мастер раду кандидаткиње Марије Митровић, у потпуном су складу са захтевима комуниколошких истраживања.

Коришћена је релевантна литература и одговарајући извори, а Митровићева је показала у резултатима истраживања да је успешно одговорила задацима изнетим у уводном делу и да је дала значајан допринос проучавању датог феномена.

3. КОНАЧНА ОЦЕНА - МАСТЕР РАДА

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

Мастер рад кандидаткиње Марије Митровић, подудара се са образложењем изнетим у пријави теме и урађен је у складу са уобичајеним методолошким поступцима.

Да ли теза садржи све битне елементе?

Теза садржи све неопходне, односно релевантне елементе.

По чему је теза оригиналан допринос науци?

С обзиром на то да је предметна област још недовољно истражена, као и то да савремена политичка комуникација прати тенденције у развоју нових медија, рад на оригиналан начин даје допринос савременим медијским и комуниколошким истраживањима. Кандидаткиња је указала и на многобројне аспекте и факторе који утичу на обимне промене настале све интензивнијом применом интернета у политичкој комуникацији током предизборних кампања.

Недостаци тезе и њихов утицај на резултат истраживања?

Комисија је сагласна да нема недостатака који би могли утицати на квалитет рада.



ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ

ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ

Број:

10/6-35

Датум:

14. 11. 2015.

VI ПРЕДЛОГ:

На основу укупне оцене тезе, комисија предлаже:

- да мастер рад: *Улога Интернета у политичкој комуникацији предизборних кампања Србије* буде прихваћен и
- да кандидаткињи Марији Митровић буде одобрена јавна одбрана

ПОТПИС ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

Др Владета Радовић, ванр. проф.

Др Зоран Јевтовић, ред. проф.

Др Ивана Стојановић Прелевић, доцент