

ИЗБОРНОМ ВЕЋУ УНИВЕРЗИТЕТА У БЕОГРАДУ –

ФАКУЛТЕТА ПОЛИТИЧКИХ НАУКА

Изборно веће Универзитета у Београду - Факултета политичких наука, на седници одржаној 25. јуна 2020. године формирало је Комисију за припрему **Извештаја о пријављеним кандидатима за избор редовног професора за ужу научну област Политиколошко-социолошке студије**, у саставу: **др Зоран Славујевић**, редовни професор Универзитета у Београду - Факултета политичких наука, **др Славиша Орловић**, редовни професор Универзитета у Београду - Факултета политичких наука и **др Јовица Тркуља**, редовни професор Универзитета у Београду - Правног факултета. Комисија је прегледала конкурсни материјал и у складу са Законом о Универзитету и Статутом Факултета политичких наука подноси:

ИЗВЕШТАЈ

о пријављеним кандидатима за избор редовног професора за ужу научну област Политиколошко-социолошке студије

I - О конкурсy

Универзитет у Београду - Факултет политичких наука расписао је конкурс за редовног професора за ужу научну област Политиколошко-социолошке студије. Оглас је објављен у публикацији Националне службе за запошљавање *Послови* 8. јула 2020. године, број 889. Рок за пријаву кандидата истекао је 23. јула 2020. године. На оглас се пријавио **један кандидат**, др Синиша Атлагић. Комисија је преузела конкурсну документацију и констатовала да је пријава поднета у складу са условима конкурса.

II – О кандидату

1. Биографски подаци

Др Синиша Атлагић је рођен [REDACTED] године у [REDACTED], [REDACTED]. После средњешколског образовања стеченог у Зрењанинској гимназији, уписује се на Факултет политичких наука у Београду, смер новинарство и комуникологија 1994. године. Дипломски рад на тему из политичког маркетинга и односа са јавношћу – *Медијски третман политичких партија у неизборном периоду: Случај РТС у периоду март – октобар 1998.* одбранио је фебруара 2000. године.

Последипломске студије на Факултету политичких наука, на смеру за политичку социологију, уписао је у школској 2004/5. години и са успехом одбранио **магистарску тезу** *Партијска идентификација као детерминанта изборне мотивације: теоријске контроверзе и проблеми емпиријског истраживања* априла 2007. године. Крајем 2004. године ангажован је на Факултету политичких наука у својству демонстратора на предмету Политички маркетинг и односи са јавношћу, а у априлу 2009. као сарадник у настави на истом предмету. По завршетку магистарских студија био је запослен у сектору за образовање администрације града Новог Сада на позицији секретара Градског већа.

Синиша Атлагић је одбранио докторску дисертацију на Факултету политичких наука у Београду маја 2010. године на тему *Нацистичка пропаганда као тоталитарна пропаганда*. Од 2011. до 2016. године био је у звању доцента на Факултету политичких наука и предавач на предметима Политичко комуницирање и Политички маркетинг, а током школске 2012/2013. године и на предмету Јавно мњење.

Самостално или као коаутор објавио је четири научне монографије и више од тридесет научних радова објављених у земљи и иностранству на српском, енглеском и руском језику.

Синиша Атлагић изводи наставу на три предмета на основним студијама – Политичко комуницирање, Политички маркетинг и Међународно комуницирање, и на три предмета на последипломским студијама – Изборне кампање у вишестраначкој Србији, Средства и облици комуницирања са бирачима и Peace journalism and Conflict Resolution.

Учествовао је у више научно-истраживачких пројеката. Предавања по позиву је држао на универзитетима у земљи и иностранству (Филозофски факултет у Новом Саду, Институт за филозофију Руске академије наука, Универзитет у Констанцу, Немачка). Гостујући је професор Националног истраживачког универзитета у Белгороду, Руска Федерација и Универзитета у Бањалуци - Факултета политичких наука.

Кандидат је извршни уредник *Годишњака Факултета политичких наука* и члан је неколико редакција научних часописа у земљи и иностранству. Члан је Савета Факултета политичких наука у Београду (2012 - 2015. и 2019 -) и Управног одбора Института за политичке студије у Београду (2014 – 2018; 2018 -). Руководи Центром за руске студије

Универзитета у Београду – Факултета политичких наука од марта 2017. године. Поред рада на факултету, активно сарађује са организацијама цивилног друштва на истраживачким програмима. Бави се превођењем.

III О научним резултатима кандидата

1. Достављени научни резултати кандидата

Комисија је утврдила да је кандидат у пријави навео и уз њу у целини или у изводу (фотокопија) приложио **следеће објављене радове и доказе о другим научним резултатима** постигнутим од избора у звање ванредног професора на Универзитету у Београду - Факултету политичких наука 21. фебруара 2016. године до објављивања конкурса 8. јула 2020. године:

Ауторски и коауторски радови

- Атлагич, С. „Србија в начале XXI века: Европейский путь коммерческого национализма как стратегия развития“ у *Научный результат: Социальные и гуманитарные исследования* Том 2, No 1 (7), 2016 (доступно на <http://rrhumanities.ru/journal/issue/1-7-2016/>)
- Атлагић С., Угринић А., „Информативни садржаји на Радио Београду – О политици медија у медијализованој политици“ у *Политичка ревија* година (XXVIII)XV, vol. 50, број 4/2016, стр. 217-232
- Atlagić S., Mitić A. „Šta je strateško političko komuniciranje“ у *Godišnjak Fakulteta političkih nauka* Godina X, broj 16, Decembar 2016, str. 25-36.
- Mitić A., Atlagić S. „From 'Twitter Revolution' Euphoria to 'Fake News' Panic: Why National Security Needs a Comprehensive Strategic Communication Context?“ in *Conference Proceedings – International Scientific Conference Impact of Changes in Operational Environment on Preparation and Execution (Design) of Operations*, The Military Academy, University of Defence in Belgrade & Media Center „Defence“, 2017. pp. 477-487

- Атлагић, С. „Политика у сликама: Совјетски плакат и савремена политичка пропаганда“ у *Култура. Политика. Понимание. (Россия в революциях XX века: Политические реалии и культурные контексты)* – Материали V Межнародной научной конференции, Белгород 21-22 април 2017 г., НИУ БелГУ, 2017, стр. 81-86
- Atlagić S. „Populizam i politička komunikacija“ u Lutovac Z. (ur) *Populizam – uzroci i posledice*, Institut društvenih nauka: Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje 2017., str. 119-130.
- Atlagić S. „Politička slika sveta na izbornom plakatu u Srbiji od 1990. do 2017. godine“ u *CM – Communication and Media/Komunikacija i mediji*, broj 43, Godina XIII, 2018.
- Атлагић С., Сурчулија Милојевић Ј. „Институционални услови конкуренције политичких идеја у Србији: Случај регулаторног тела за електронске медије“ у *Српска политичка мисао* број 3/2018., год. 25 vol. 61, стр. 123-140
- Atlagić, S. „Velika 'igra' u dvorištu Zapada: spoljna politika Rusije na Balkanu“ u Korać, S. (ur.) *Zbornik apstrakata sa naučne konferencije: Zapadni Balkan kao „ostatak“ ujedinjene Evrope: Svačija i ničija zemlja?*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, 2018, str. 32-33
- Атлагић С. „Државни маркетинг у изборним кампањама у Србији: Како регулисати медијско 'покривање' злоупотребе јавних ресурса?“ у *Култура полиса* год. XVI (2019), бр. 40, стр. 11-21. (доступно на https://kpolisa.com/KP40/KP40_1-1Atlagic.pdf)
- Петряков Л., Атлагић С. „Формирование 'Я' субъекта в пространстве русской культуры“ у *Српска политичка мисао* број 3/2019, година XXVI, свеска 65, стр. 325-345
- Атлагић, С. „Трансформација јавне сфере и симболичка политика у савременој Србији“ у Стојановић Ђ., Атлагић С. (ур.) *Политика и простор (зборник научних радова националне конференције са међународним учешћем)*, Институт за политичке студије, 2019, стр. 92-113.
- Atlagić, S., Vučićević, D. „Serbia“ in Eibl, O. & Gregor, M. *Thirty Years of Political Campaigning in Central and Eastern Europe*, Palgrave Macmillan, 2019, pp. 325-342
- Атлагич С., Стоянович Б. „Ценностные основания политических коммуникаций в избирательных кампаниях в Сербии с 1990 по 2017 гг.“ у *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. 2020. № 54 (доступно на http://journals.tsu.ru/philosophy/&journal_page=archive&id=1964&article_id=44442 и [Web of Science Core Collection's Emerging Sources Citation Index](#))

- Atlagić S. „The Public Sphere and Hybrid Regimes in the Digital Environment: The Case of Contemporary Serbia“ in *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene* 9, Filozofski fakultet, Novi Sad, 2020, pp. 29-40 (dostupno na <http://digitalna.ff.uns.ac.rs/sadrzaj/2020/978-86-6065-598-3>)
- Atlagić S. „Controlled Chaos Strategy and Instruments for Its Realization in Serbia: Communication and Psychological Aspect“ in A. Jović-Lazić & A. Troude (eds.) *Security Challenges and the Place of Serbia and Balkans in Changing World*, Institute of International Politics and Economics & Faculty of Security Studies at the University of Belgrade, Belgrade, 2020, pp. 233-245
- Атлагић, С. *Изборне поруке и свест бирача: Изборна пропаганда у Србији у контексту психологије масовног политичког комуницирања*, Демостат д.о.о, Београд, 2020.

Уређивање зборника научних радова

Стојановић, Ђ., Атлагић, С., (уредници) *Политика и простор (зборник научних радова националне конференције са међународним учешћем)*, Институт за политичке студије, Београд, 2019.

Рецензије зборника научних радова

Пророковић, Д., Јовић-Лазич А. (уредници) *Интеграциони процеси у Евроазији*, (Зборник радова реализован у оквиру пројекта „Србија у савременим међународним односима: Стратешки правци развоја и учвршћивања положаја Србије у међународним интегративним процесима – спољнополитички, међународни економски, правни и безбедносни аспекти из програма основних истраживања код Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије“ (евиденциони број 179029), Институт за међународну политику и привреду, Београд, 2019.

Преводи научних радова

Лобанов, К. „Организација Уговора о колективној безбедности и војнополитичка стабилност на постсовјетском евроазијском простору у контексту успостављања новог светског поретка“ у Пророковић, Д., Јовић-Лазич А. (уредници) *Интеграциони процеси у Евроазији*, Београд, 2019. (превео с руског Сениша Атлагић)

Учешће у раду организационих тела међународних конференција

Культура. Политика. Понимание. (Россия в революциях XX века: Политические реалии и культурные контексты) – Международная научная конференция, Белгород 21-22 април 2017 (Полухин, Олег Николаевич, Атлагич, Синиша – копредседавајући конференције)

Чланство у редакцијама домаћих и иностраних научних часописа

- *Годишњак Факултета политичких наука*
- *Администрација и јавне политике*, Институт за политичке студије, Београд
- *Via in tempore. Историја. Политологија*
- *Research result Network Scientific Journal*, series Social Studies and Humanities
- *Annales Universitatis Mariae Curie-Sklodowska Section M Balcaniensis et Carpathiensis*

2. Класификација, категоризација и приказ радова кандидата од значаја за избор у редовног професора

Комисија је утврдила да је кандидат у пријави навео и уз њу у целини или изводу (фотокопија) приложио седамнаест научних радова објављених од избора у звање ванредног професора на Факултету политичких наука Универзитета у Београду 21. фебруара 2016. године до објављивања конкурса 8. јула 2020. године. Комисија је издвојила **петнаест радова од значаја за избор у звање наставника - редовног професора** за ужу научну област Политиколошко-социолошке студије а на основу **члана 74. ст. 10. Закона о високом образовању** („Сл. гласник РС“, бр. 88/2017, 73/2018, 27/2018 - др. закон, 67/2019 и 6/2020 - др. закони), **Правилника о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду** („Гласник Универзитета у Београду“ бр. 192/16; Измене објављене у „Гласник Универзитета у Београду“ бр. 195/16 и 197/17.-исправка, 199/17 и 203/18.) и **Правилника о поступку, начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача** („Службени гласник РС“ број 24/16, 21/2017 и 38/2017).

Комисија је **класификовала, приказала и оценила све радове** редоследом проистеклим из **Критеријума за одређивање категорије научних публикација** Правилника о поступку, начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача.

2.1.1. Монографија националног значаја (М42)

- 1) Атлагич, Синиша, *Изборне поруке и свест бирача: Изборна пропаганда у Србији у контексту психологије масовног политичког комуницирања*, Демостат д.о.о, Београд, 2020.

Књига *Изборне поруке и свест бирача: Изборна пропаганда у Србији у контексту психологије масовног политичког комуницирања* плод је ауторовог дугогодишњег бављења персуазивном функцијом политичког комуницирања као његовом основном научном преокупацијом. Написана је у форми уџбеника и састоји се од пет поглавља у којима је аутор систематски представио психолошке обрасце масовног политичког комуницирања објашњене у класичним и савременим теоријама социјалне и политичке психологије. За оквир у коме ће описати практичне политичке активности у комуникационој сфери засноване на разумевању ових законитости изабрао је изборне кампање у Србији од обнове вишестраначја до кампање за председничке изборе 2017. године .

У првом поглављу аутор се бави појмовима социјалне и политичке перцепције и сликом света као њеном основом у масовном политичком комуницирању. „Слику света“ разграничава од појмова са којима се она доводи у везу, превасходно од имиџа који представља један од кључних појмова у изборној комуникацији. Идентификује основне функције слике света, објашњава кључне механизме помоћу којих се ова формира и одржава и илуструје њихову примену у конкретним кампањама у Србији. Посебан одељак у овом поглављу аутор посвећује механизму стереотипизације.

Друго поглавље у књизи посвећено је механизмима утицаја на свест и на понашање публике у масовном политичком комуницирању. Аутор објашњава значај ових механизма у политичкопропагандном деловању - у артикулацији и избору циљева ангажмана, начина и средства њихове реализације, у образлагању и легитимизацији тог избора, у предочавању понашања која доприносе реализацији циља, у формирању и подстицању намера социјалних група да прихвате такав избор и да се ангажују у његовој реализацији. Као и у претходном поглављу, аутор описује примену ових механизма кроз различите облике промоције изборних субјеката у кампања вођеним у Србији.

„Пренос порука у масовном политичком комуницирању“ је треће поглавље у књизи у коме се аутор бави знацима и значењем у масовном политичком комуницирању. Презентује различите приступе овој области – полазећи од структуралистичке структуре језика, поезије и уметности, преко истраживачке традиције „користи и задовољства“ и културних студија до савремене психоллингвистике. Бави се симболизацијом језика, употребом појмовних метафора и невербалном комуникацијом у изборној комуникацији у Србији.

У четвртном поглављу аутор се бави расположењем маса. Описује различите видове масовног политичког расположења који се јављају као рекација људи на социјалне и политичке промене, на конкретне политичке догађаје и активности одређених политичких институција или појединаца у политичком животу српског друштва. Посебну пажњу у овом поглављу посвећује психолошким обрасцима циркулације гласина као важног облика изражавања масовног расположења и јавног мњења и рекламирању као виду управљања свешћу и понашањем људи посредством масовних медија.

Пето поглавље у књизи посвећено је истраживању медијских ефеката. Аутор описује кључне фазе у истраживањима утицаја медија на ставове и понашање људи која

(истраживања) су спровођена у свету од двадесетих година прошлога века до данас. Указује на малобројна истраживања овог типа у Србији.

У Закључку се бави питањем како истраживања у пољу психологије масовног политичког комуницирања могу да допринесу разумевању политике у Србији. Налази да за доприносом треба даље трагати испитивањем улоге медија у производњи форми тзв. симболичке политике схваћене као специфичан вид политичког комуницирања – употребе симболичких ресурса политичких елита у циљу сопствене промоције, легитимације и консолидације.

Комисија скреће пажњу да *Изборне поруке и свест бирача: Изборна пропаганда у Србији у контексту психологије масовног политичког комуницирања* не представља само књигу која ће омогућити читаоцу не само да се упозна са психолошким механизмима деловања масовне политичке комуникације на свест и на понашање људи, него и да их разуме на начин на који производи ефекте и, на бази тог, анализира и управља комуницирањем у политици. Комисија налази да аутор у књизи даје свеобухватан приступ проблему пропаганде и персуазивне комуникације и покрива велики распон тема, од анализе комуникационог процеса у базичном смислу, преко принципа и техника пропаганде, до савремених психолошких сазнања о персуазији. Аутор успева да помири релативно раздвојене традиције истраживања пропаганде из угла комуникологије и политичке социологије, који пречесто губе из вида важност психолошких предуслова деловања пропагандних порука. Коначно, реч је јединственом покушају на домаћој научној сцени да се савремена изборна пропаганда у Србији свеобухватно размотри у специфичном истраживачком контексту.

2.1.2. Поглавља у монографијама и тематским зборницима међународног значаја (M13, M14)

- 1) Atlagić, Siniša, Vučićević, Dušan, „Serbia“ in Eibl, O. & Gregor, M. *Thirty Years of Political Campaigning in Central and Eastern Europe*, Palgrave Macmillan, 2019, pp. 325-342 (M13)**

„Serbia“ је одељак монографије у коме аутори дају приказ односа политичких актера у Србији према политичком маркетингу од кампање за прве вишестраначке изборе у Србији 1990. године до кампање за председничке изборе 2017. године. Рад чине уводни део, три поглавља и закључак. У уводном делу даје се приказ основних карактеристика политичког и партијског система Србије и промене које су их захватале у последње три деценије. У другом делу рада презентована је законска регулатива изборног процеса и измене на овом плану у протеклом периоду. У трећем, централном делу рада аутори интерпретирају разумевање политичког маркетинга, изборних кампања и медијске промоције од стране изборних актера у Србији и налазе да је, у односу према овима, могуће идентификовати три фазе од обнове вишестраначја – прва фаза, од 1990. до 2000. године, када изборни субјекти нису придавали значај маркетиншкој обради стварности у изборним кампањама; друга фаза, од 2000. до 2012. године, током које је на делу радикално другачији третман

политичког маркетинга и почетак тзв. тоталног маркетинга у Србији и трећа фаза, од 2012. године, коју карактерише појава нове партије-хегемона на политичкој сцени, сличне оној из 1990.-их, у којој је примена тоталног политичког маркетинга доведена до крајњих граница.

Монграфија *Thirty Years of Political Campaigning in Central and Eastern Europe* је, према сазнањима Комисије, најзначајније светско издање посвећено тридесетој годишњици одржавања изборних кампања у бившим комунистичким земљама у Европи. У рецензијама водећих светских стручњака из области политичког комуницирања ова монографија је оцењена највишим оценама, између осталог и као „капитални допринос упоредној анализи политичке комуникације“ (доступно на веб страници издавача). Полазећи од овога, Матични научни одбор за право, економију и политичке науке Министарства просвете и технолошког развоја донело је одлуку да описано поглавље испуњава услове да буде свртано у категорију радова М13 у складу са Правилником о поступку и начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача („Службени гласник РС“ број 24/16, 21/2017 и 38/2017).

- 2) Atlagić, Siniša, „Controlled Chaos Strategy and Instruments for Its Realization in Serbia: Communication and Psychological Aspect“ in A. Jović-Lazić & A. Troude (eds.) *Security Challenges and the Place of Serbia and Balkans in Changing World*, Institute of International Politics and Economics & Faculty of Security Studies at the University of Belgrade, Belgrade, 2020, pp. 233-245 (M14)

У овом раду, аутор се бави комуниколошким поступцима и психолошким механизмима који се користе у хибридном ратовима и обојеним револуцијама и њиховој потенцијалној примени у Републици Србији. У првом делу рада фокус је на нејасном односу појмова „хибридни рат“ и „обојена револуција“ са појмом „контролисани хаос“. Аутор у раду узима потоњи појам као најшири оквир у коме разматра активности хибридног рата и обојених револуција које сматра инструментима релаизације стратегије контролисаног хаоса.

У другом делу рада разматрају се основни комуниколошки поступци и психолошки механизми у њиховој основи који се користе са циљем информационо-психолошког управљања конкретним друштвима и наводе се примери њихове примене. У последњем делу рада аутор објашњава зашто је савремено српско друштво погодно за реализацију контролисаног хаоса. Он износи мишљење да је његова најизраженија слабост криза национално-државног идентитета и са њом повезана „представа о будућности“ и указује на мере које би се могле предузети како би се развио „имунитет“ државе на потенцијалне активности контролисаног хаоса.

2.1.3. Рад у међународном часопису (M23)

- 1) Атлагич, Синиша, Стојанович, Богдан, „Ценностные основания политических коммуникаций в избирательных кампаниях в Сербии с 1990 по 2017 гг.“ у *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. 2020. № 54 (**Web of Science Core Collection's ESCI**)

У овом раду, аутори се баве доминантним вредносним оријентацијама у изборној комуникацији у Србији од обнове мултипартизма и одржавања првих избора 1990. године. Они сматрају да је могуће идентификовати две кључне вредносне оријентације - до 2000. године, заштита националног и државног интереса представљала је кључну инструменталну вредност за остварење врховног циља - благостања грађана, док је након 2000. године приступање Србије Европској унији проглашено средством за постизање тог циља. У најдужем делу периода после 2000. године, тема европских интеграција била је, према ауторима, тематски претекст у изборној комуникацији. Постизање бољег живота кроз приступање Европској унији као доминантне вредносне оријентације од 2000. године проглашено је и основом за остварење главне инструменталне вредности из политичког и изборног живота деведесетих - заштите националног и државног интереса. Аутори налазе и да доминација вредносног и емоционалног над рационалним у изборним кампањама у Србији доводи у питање њихов програмски карактер.

2.1.4. Рад у националном часопису међународног значаја (M24)

- 1) Атлагић, Синиша, Сурчулија Милојевић, Јелена, „Институционални услови конкуренције политичких идеја у Србији: Случај регулаторног тела за електронске медије“ у *Српска политичка мисао* број 3/2018., год. 25 vol. 61, стр. 123-140

Аутори у раду настоје да одговоре на питање јесу ли институционални услови у српском друштву такви да омогућавају конкуренцију политичких идеја и видљивост различитих политичких опција у јавној сфери. Разматрањем правне утемељености контроверзног понашања Регулаторног тела за електронске медије у кампањи за председничке изборе 2017. године аутори износе закључак да је оно било у супротности са Законом о електронским медијима и међународним стандардима. Деловање Регулаторног тела за електронске медије у конкретном случају показатељ је, према ауторима, да у Србији нису испуњени одговарајући институционални услови за конкуренцију политичких идеја и да се друштво суочава са проблемима истоветним онима с почетка обновљеног вишестраначја у земљи током кога није ни било сличних регулаторних механизма.

- 2) Петряков, Леонид, Атлагић, Синиша, „Формирование 'Я' субъекта в пространстве русской культуры“ у *Српска политичка мисао* број 3/2019, година XXVI, свеска 65, стр. 325-345

Аутори се, у овом раду, баве питањем политичког субјективитета у руском друштву. Полазећи са становишта да се руска култура, историјски посматрано, није ослањала на традиционалну поделу задатака у сфери духовног и културног стваралаштва и да је зато у њој књижевност (а не филозофија) често имала много значајнију улогу у трагању за одговорима у вези са кључним питањима у друштву, они бирају књижевност као оквир у коме се нуде најзанимљивије виђења формирања политичке личности у Русији. Идентификују две димензије субјективитета у руској култури - националну и западну, европску. Националну чини комплекс психолошких и друштвених норми и карактерише се као „индивидуалистички колективизам”, док се тзв. европски субјективитет формира од 19. века као алтернатива првome од стране вишег, образованог слоја друштва. Налазе да се у основи националне представе о субјекту у Русији стоји индивидуална активност у посебним, изузетним околностима попут рата, док је у социјалној сфери и при одсуству ових околности, овај (субјекат) пасиван. Указују на друштвени расцеп изазван овим различитим виђењима руског субјективитета.

2.1.5. Рад у врхунском часопису националног значаја (M51)

- 1) Атлагич, Синиша, „Сербия в начале XXI века: Европейский путь коммерческого национализма как стратегия развития“ у *Научный результат: Социальные и гуманитарные исследования* Том 2, No 1 (7), 2016

У раду „Србија на почетку XXI века: Европски пут комерцијалног национализма као стратегија развоја“ аутор се бави тзв. брендирањем нације (nation branding) и могућностима које на том плану има Србија после политичких промена у њој 2000. године. У првом делу рада реч је о појму брендирања кога аутор доводи у везу са појмом имица и активношћу пропаганде према иностранству. Разумевајући брендирање нације као селективно коришћење елемената националног идентитета на глобалном тржишту како би се остављањем позитивног утиска на кључне политичке и финансијске субјекте привукла њихова финансијска улагања и постигао крајњи циљ – остваривању благостања као терминалне вредности, праћено паралелним активностима власти којом се јача патриотизам на националном плану (из прокламованог страха од угрожавања националног идентитета глобализацијом), аутор изводи закључак да упркос вредносној преоријентацији после 2000. године и окретањем земље чланству у Европској унији као примарном спољнополитичком циљу, Србију карактеришу одсуство широког консензуса

у вези са фундаменталним идентитетским питањима и недовољно развијена институционална инфраструктура за њену промоцију у иностранству.

Комисија скреће пажњу да је, пријављивањем на Конкурс, кандидат доставио потврду о томе да часопис *Научни резултат* у коме је овај рад штампан у време његовог објављивања спадао међу 25 одсто најзначајнијих часописа у области политичких наука у Руској Федерацији а према библиометријским показатељима тамошњег националног индекса. На основу овога, Комисија налази да овај рад може да се сврста у категорију научног рада штампаном у врхунском часопису националног значаја а према Правилнику о поступку, начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача („Службени гласник РС“ број 24/16, 21/2017 и 38/2017).

- 2) Атлагић, Синиша, Угринић, Александра, „Информативни садржаји на Радио Београду – О политици медија у медијализованој политици“ у *Политичка ревија* година (XXVIII)XV, vol. 50, број 4/2016, стр. 217-232

У овом раду, насталом у оквиру истраживачког пројекта Новосадске новинарске школе *Мониторинг јавних сервиса 2015/16*, аутори се баве улогом масовних медија у политичком комуницирању. Испитују на који начин Радио Београд остварује улогу јавног медијског сервиса. Аналитички приступ који примењују у истраживању ослања се на теоријску традицију културолошких студија и користе методу квантитативно-квалитативне анализе садржаја. Износе закључак да Радио Београд, у основи, задовољава нормативне улоге јавног сервиса, али налазе и да Радио Београд не функционише у потпуности као канал представљања различитих друштвених и политичких субјеката, то јест као информатор јавности о различитим друштвеним актерима.

- 3) Atlagić, Siniša, Mitić, Aleksandar, „Šta je strateško političko komuniciranje“ у *Godišnjak Fakulteta političkih nauka* Godina X, broj 16, Decembar 2016, str. 25-36.

У овом прегледном тексту аутори настоје да идентификују основне елементе одређења стратешког комуницирања у политици – функцију, актере те врсте и средства комуникације и облике промоције који ови користе. Полазећи од мноштва претходних одређења и описа делатности појаве на коју се односи, они покушавају да разграниче овај појам од појмова са којим се најчешће доводе у везу – „јавна дипломатија” и „политичка пропаганда”. Износе закључак да је реч о организованој персуазивној делатности коју од јавне дипломатије раздваја разуђенији спектар политичких актера (углавном колективних) и комуникација која може бити и нејавна и неформална, као и у политичкој пропаганди. Сматрају, међутим, да за разлику од „традиционалне” пропаганде, активност стратешке политичке комуникације одликује флексибилност и тактичка адаптивност којој је највише допринела појава интернета. Објекти комуникације у традиционалној пропаганди, лишени могућности да буду пошиљаоци порука у комуникацији, сада

иступају са својим порукама. Налазе да персуазија остаје њен конститутивни елемент, али да се напушта монолитност у погледу садржаја.

- 4) Atlagić, Siniša „Politička slika sveta na izbornom plakatu u Srbiji od 1990. do 2017. godine“ u *CM – Communication and Media/Komunikacija i mediji*, broj 43, Godina XIII, 2018.

Аутор идентификује елементе политичке слике света коју су изборни актери у Србији настојали да развију код грађана од поновног успостављања вишестраначја до данас посредством масовне политичке комуникације. Ово чини испитујући примену основних механизма реализације стратегије формирања и одржавања слике света у креирању изборних плаката. Истраживању се приступило из угла социјалне психологије применом конструктивистичког приступа. Основна метода примењена у истраживању је квалитативна анализа садржаја. Избору конкретних анализираних плаката претходило је утврђивање чинилаца тзв. контекста ситуације – друштвено-политичких околности у којима су плакати креирани што је у вези са карактером основне методе истраживања. За основни контекстуални оквир у тумачењу онога што је пропагатор настојао да каже посредством плаката, узете су изборне кампање схваћене као крајња фаза у дугорочној стратегији пропагандног наступа политичких субјеката. Извршена је анализа плаката коришћених у изборним кампањама из 1997, 2000. и 2016. године. Резултати анализе показали су да је, у погледу примене психолошких механизма креирања слике света, изборни плакат у Србији комплексан. Закључак је и да је политичка „слика света“ бирача у Србији из деведесетих година прошлога века слична његовој актуелној представи о политичком окружењу и да су њена основна карактеристика идентификација са државном заједницом и изражен стереотип о јаком лидеру.

- 5) Атлагић, Синиша, „Државни маркетинг у изборним кампањама у Србији: Како регулисати медијско 'покривање' злоупотребе јавних ресурса?“ у *Култура пописа* год. XVI (2019), бр. 40, стр. 11-21.

Полазећи од тврдњи изнетих у стручној литератури и извештајима организација специјализованих за праћење изборног процеса да медијско „покривање“ активности функционера државних органа у време изборне кампање у Србији представља најслабију карику у регулативи понашања медија у кампањама у циљу обезбеђивања равноправности учесника избора, аутор у тексту износи закључак да је образац вођења тзв. државног маркетинга у Србији непромењен током 30 година од одржавања првих вишестраначких избора. Аутор у тексту предлаже и образлаже могућа законска решења у циљу ограничавања потенцијалних ефеката функционерских кампања. Указује и на улогу новинарске праксе у ограничавању ове појаве и истиче бојазан да би предлог да се извештавање у изборним кампањама у Србији регулише законским прописима могао да наиђе на отпор медијских радника.

2.1.6. Саопштење са међународног научног скупа објављен у целини (M33)

- 1) Mitić, Aleksandar, Atlagić, Siniša, „From 'Twitter Revolution' Euphoria to 'Fake News' Panic: Why National Security Needs a Comprehensive Strategic Communication Context?“ in *Conference Proceedings – International Scientific Conference Impact of Changes in Operational Environment on Preparation and Execution (Design) of Operations*, The Military Academy, University of Defence in Belgrade & Media Center „Defence“, 2017. pp. 477-487

У овом раду аутори разматрају значај стратешке комуникације у систему националне безбедности Републике Србије. У његовом првом делу реч је о стратешкој комуникацији, концепту из оквира организоване персуазије, који је добио на значају после 2000. године на пољу националне безбедности и организацијске комуникације. У овом делу аутори пишу о геополитичким променама и употреби информационих технологија у реализацији стратешких циљева супротстављених сила, тзв. асиметричних играча и идеолошких противника који су довели, превасходно у јавном менњу на Западу, до појаве дискурса страха од „лажних вести“ у „ери пост-истине“. У исти кош, а по основу употребе тзв. онлајн технологија и медија, гурнути су и руски „хибридни рат“, кампања Брежит у Великој Британији, победа Доналда Трампа на изборима у Сједињеним Државама, успон популистичких политичких партија широм Европске Уније и пропаганда исламских терористичких група. Износе став да би уместо лутања на идеолошком и политичком плану, праћеним дискурсом о новим технологијама, лоцирање метода и техника организоване персуазије у шири историјски, научни и друштвени контекст требало да постане приоритет у вези са националном безбедношћу. Налазе да би стратешка комуникација Србије могла да се утемељи на идеји војне неутралности којом би се отишло даље од „геополитичких правдања“ и промовисало Србију у предвидљивог и активног субјекта који би доприносио регионалној и светској безбедности.

- 2) Atlagić, Siniša, „The Public Sphere and Hybrid Regimes in the Digital Environment: The Case of Contemporary Serbia“ in *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene* 9, Filozofski fakultet, Novi Sad, 2020, pp. 29-40

У раду „Јавна сфера и хибридни режими у дигиталном окружењу: Случај савремене Србије“ аутор покушава да да одговор на питање како дигитализација и интернет, који обезбеђују појединцу субјективитет у пољу политичког комуницирања, могу да допринесу превазилажењу слабоости које тренутно карактеришу јавну сферу у Србији. Налази да је предуслов за промене у јавној сфери у савременој Србији виши ниво квалитета тзв. симболичке политике и то нарочито на актуелној периферији јавне сфере а даје претходно нужно превазићи слабости политичких институција - политичких партија и изборног процеса. Сматра да када партије буду идеолошки и програмски прецизније дефинисане, са снажнијим социјалним утемељењем и ефикаснијом инфраструктуром,

онда ће и партијска идентификација бити снажнија, изборна волатилност мања а лидери неће бити најважнији елемент политичке понуде, или ће њихов значај бити мањи. Превазилажење мањкавости партијског система је, према аутору, увелико повезано са симболичком политиком партија док су слабости изборног процеса више „техничког“ карактера и њихово превазилажење подразумева доследну примену закона, спречавање злоупотребе јавних ресурса у партијске сврхе, проактивно деловање кључних институција (Регулаторног тела за електронске медије, Републичке изборне комисије, Агенције за борбу против корупције), спречавање притисака на бираче, професионализацију изборне администрације... Истиче да без превазилажења ових слабости политичких институција нема механизма агрегације идеја и њиховог преобраћања у инструмент колективне акције и да ће, уз све погодности које дигитализација и интернет обезбеђују појединцу као субјекту политичке комуникације, ограничења која тренутно постоје у јавној сфери у Србији бити само делимично компензована.

2.1.7. Саопштење са скупа националног значаја штампано у целини (M63)

- 1) Atlagić, Siniša, „Populizam i politička komunikacija“ u Lutovac Z. (ur) *Populizam – uzroci i posledice*, Institut društvenih nauka: Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje 2017., str. 119-130.

У настојању да дâ допринос истраживању популизма а подстакнут, како истиче, и честим коришћењем овог појма у крајње пежоративном значењу у политичком животу, аутор је, позивајући се на рецентну литературу, покушао да укаже на кључне елементе популизма схваћеног као „стил политичке комуникације“. Њиховој идентификацији претходила је интерпретација кључних становишта о томе зашто се популизам (не) може сматрати утемељеном политичком идеологијом. Аутор закључује да одсуство тзв. доминантних вредности у популизму чини да у њему кључно место заузима комуникацијски однос политичког лидера и народа на који се овај у свом политичком деловању позива, те да је концепт популизма могуће разматрати свеобухватно из угла политичке комуникације што не пренебрегава разматрање његових вредносних основа. Аутор налази да су у комуникацији са грађанима, то јест у тумачењу реалности од стране политичких субјеката које називају популистима, наглашени одређени елементи организоване политичке персуазије и то персонализација политике и симплификација слике света. Ослањање на тзв. логику срца, коришћење псеудоаргумената (нарочито „аргумента већине“), једноставна терминологија и негативан тон су друге карактеристике овог приступа у политичкој комуникацији.

- 2) Атлагић, С. „Трансформација јавне сфере и симболичка политика у савременој Србији“ у Стојановић Ђ., Атлагић С. (ур.) *Политика и простор (зборник научних*

радова националне конференције са међународним учешћем), Институт за политичке студије, 2019, стр. 92-113.

Аутор се у раду бави питањем јавне сфере као простора у коме се реализује тзв. симболичка политика. Користећи дескриптивни приступ у интерпретацији развоја јавне сфере у Србији после успостављања вишестраначја он је фокусиран на институционалну трансформацију арена у којима су разматрана најважнија друштвена питања и стратегије субјеката који су у њима деловали. Посебан одељак у раду посвећен је структури и карактеристикама јавног простора у комунистичкој Југославији и Србији. У тексту се указује на интенцију с којом актуелна владајућа елита спроводи симболичку политику у Србији, на кључне проблеме карактеристичне за јавну сферу и на чиниоце који могу да одреде њену даљу трансформацију. У вези сапотоњим пише да би њену трансформацију, као и у другим друштвима, требало да одреде два чиниоца – социјално-демографске промене и темпо развоја и примене нових технологија комуницирања. Прво доводи у везу са Хабермасовим одређењем појма јавне сфере и пита се да ли се протестна активност на декларативно општеграђанској и демократској платформи идеолошки различитих политичких снага у Србији може интерпретирати као манифестација активности нове „средње класе“ и да ли ће њен раст изазивати пораст учесалости грађанских иницијатива. Сматра да је, полазећи од „специфичне тежине“ учесника протестних окупљања, мала вероватноћа брзих промена у понашању већине. У вези са применама нових технологија комуницирања, износи став да је још рано говорити о томе да информисање о свакодневним догађајима озбиљно доводи у питање доминацију телевизије као основног канала јавног комуницирања у Србији.

2.2 Оцена резултата научног и истраживачког рада

Прегледом научних радова кандидата од значаја за избор у звање наставника – редовног професора за ужу научну област Политиколошко-социолошке студије, Комисија налази да се ови (радови) баве широким спектром питања из поља политичког комуницирања и политичког маркетинга који се на Универзитету у Београду – Факултету политичких наука изучавају у овој области. Поред питања из области политичке социологије, аутор се у радовима бави и проблемима из поља комуникологије, социјалне и политичке психологије, политичког понашања, партија и партијских система као и анализом медијских садржаја и резултата истраживања јавног мњења. Комисија сматра да, у **погледу категорија и броја објављених радова, кандидат испуњава обавезне услове** прописане Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду („Гласник Универзитета у Београду“ бр. 192/16; Измене објављене у „Гласник Универзитета у Београду“ бр. 195/16 и 199/17) и то на следећи начин:

Услов **Објављен један рад из категорије M21, M22 или M23 од избора у претходно звање из научне области за коју се бира** је испуњен објављивањем **једног рада из категорије M23.**

Услов **Објављен један рад из категорије M24** од избора у претходно звање из научне области за коју се бира. Додатно испуњен услов из категорије M21, M22 или M23 може, један за један, да замени услов из категорије M24 или M51 је испуњен објављивањем **два рада из категорије M24**.

Услов **Објављених пет радова из категорије M51** у периоду од последњег избора из научне области за коју се бира. Додатно испуњен услов из категорије M24 може, један за један, да замени услов из категорије M51 испуњен је објављивањем **пет радова из категорије M51**.

Услов **Два рада са међународног научног скупа** објављена у целини категорије M31 или M33 испуњен је објављивањем **два рада из категорије M33**.

Услов **Два рада са научног скупа националног значаја** објављена у целини категорије M61 или M63 испуњен је објављивањем **два рада из категорије M63**.

Услов **Одобрен и објављен универзитетски уџбеник** за предмет из студијског програма факултета, односно универзитета или **научна монографија** (са ISBN бројем) из научне области за коју се бира, у периоду од избора у претходно звање испуњен је објављивањем **једне научне монографије**.

Комисија скреће пажњу да је кандидат објавио и два рада из категорија M13 и M14 који носе већи број М бодова предвиђених Правилником о поступку и начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача од оног који носе радови који се захтевају као минимални услов за избор у звање редовног професора а који се наводе у Правилнику о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду, чиме је **додатно испунио обавезне услове**.

2.3 Оцена осталих научних резултата кандидата од значаја за избор у звање редовног професора

Кандидат има више од десет година искуства у раду са студентима на основним и последипломским студијама. **Резултати студентских евалуација** показују да, од стицања претходног наставничког звања, **студенти оцењују рад наставника веома позитивним**, са збирним оценама у распону од 4.20 до 4.98 на предметима Политичко комуницирање и Политички маркетинг. Истиче се приступ организовању и вођењу наставе, који подразумева комбиновање његових предавања и предавања заинтересованих студената, видео презентације, групне расправе и индивидуално ангажовање сваког студента, као и беспрекоран однос према студентима.

Др Синиша Атлагић је, од стицања звања ванредног професора, учествовао у изради већег броја завршних радова студената на основним студијама (дипломски радови) као и на последипломским студијама у земљи и у иностранству. Реч је о учешћу у раду **пет**

комисија за преглед, оцену и јавну одбрану докторских дисертација и два менторства у изради докторских дисертација. Кандидат је учествовао у две комисије за преглед, оцену и јавну одбрану магистарских радова, 25 комисија за преглед, оцену и јавну одбрану мастер радова и био ментор у изради 12 мастер радова.

Радови кандидата цитирани су у већем броју домаћих и иностраних часописа и монографија. Комисија оцењује кредибилним списак од **18 радова других аутора у којима су цитирани наводи из објављених радова кандидата.**

Поред менторстава у изради радова на последипломским студијама, кандидат је, у својству извршног уредника Годишњака Факултета политичких наука, доприносио развоју научноистраживачког подмлатка активно радећи на томе да се у овом часопису објављују радови доктораната. Руководећи Центром за руске студије Универзитета у Београду – Факултета политичких наука др Синиша Атлагић је активно радио на успостављању званичне сарадње и реализацији програма размене студената последипломских студија и наставника Универзитета у Београду – Факултета политичких наука са универзитетима у Руској Федерацији.

Полазећи од наведеног, Комисија налази да **кандидат**, уз објављене научне радове, **испуњава и све друге обавезне услове** прописане Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду и то да има неопходно искуство у педагошком раду, позитивну оцену педагошког рада добијену у студентским анкетама током целокупног протеклог изборног периода, цитираност од 10 хетероцитата и резултате у утемељењу и развоју научних и образовних дисциплина на којима је ангажован од почетка увођења у студијске програме ФПН-а, а који су послужили као основ (програм и методске јединице, литература и сл.) њиховог увођења и на друге факултете у Србији и поједине факултете у земљама у окружењу (БиХ, Црна Гора), као и у развоју научноистраживачког подмлатка.

Кандидат је, уз Годишњак Факултета политичких наука, **члан уређивачких одбора једног домаћег и три инострана научна часописа** - *Администрација и јавне политике*, Институт за политичке студије, Београд, *Via in tempore. Историја. Политологија*, *Research result Network Scientific Journal*, series Social Studies and Humanities и *Annales Universitatis Mariae Curie-Sklodowska Section M Balcaniensis et Carpathiensis*. **Коуредник је зборника научних радова** *Политика и простор* (зборник научних радова националне конференције са међународним учешћем), Институт за политичке студије, Београд, 2019. **Копредседавао је научним одбором на научном скупу међународног значаја** – на научној конференцији *Култура, политика, разумевање – Русија у револуцијама у 20. веку: Политичке реалности и културни контексти* (*Култура. Политика. Понимание. (Россия в революциях XX века: Политические реалии и культурные контексты)* – *Международная научная конференция*) Белгород 21-22. април 2017. **Учествоје у пројекту** Универзитета у Београду - Факултета политичких наука *Политички идентитет Србије у регионалном и глобалном контексту* који финансира Министарство просвете и науке Републике Србије (бр. 179076). **На основу наведеног, Комисија закључује да је кандидат испунио први од три изборна услова за избор у звање редовног професора** – *Стручно-професионални допринос* прописан Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду.

Др Синиша Атлагић је **члан Управног одбора** Института за политичке студије у Београду (2014 – 2018; 2018 -) и **члан Савета** Универзитета у Београду – Факултета политичких наука (2012 - 2015. и 2019 -). Чланством у органима управљања у наведеним научним институцијама он је **испунио други од три три изборна услова за избор у звање редовног професора – Допринос академској и широј заједници** прописан Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду.

Кандидат је, у периоду од стицања звања ванредног професора, био **радно ангажован у комисијама на другим високошколским институцијама у иностранству**. Био је члан комисије за преглед, оцену и одбрану докторске дисертације *Non-Monolithic Analysis of Islam and Terrorism in Australian Press (1990-2015)* на Универзитету Меквори (Macquarie University) у Сиднеју, Аустралија, фебруара 2018. године. У периоду од 24. до 30. априла 2017. године држао је **предавања по позиву у иностранству** - на Универзитету у Констанцу (Немачка) у оквиру програма размене наставника Еразмус (ERASMUS Staff Mobility). **Резултати студентских евалуација** показују да је рад др Синише Атлагића на Универзитету у Констанцу **оцењен највишим оценама**. Овим је **кандидат испунио трећи од три три изборна услова за избор у звање редовног професора – Сарадња са другим високошколским, научноистраживачким установама, односно установама културе или уметности у земљи и иностранству** прописан Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду.

Полазећи од наведеног **Комисија налази да је кандидат испунио све обавезене и изборне услове за стицање звања наставника – редовног професора** прописане Правилником о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду.

III Закључно мишљење и предлог комисије

На основу увида у резултате рада на научноистраживачком и педагошком плану Комисија констатује да је др Синиша Атлагић, од избора у звање ванредног професора на Универзитету у Београду - Факултету политичких наука, дао **значајан допринос области политиколошко-социолошких студија**. Увидом у садржај научних и стручних радова које је кандидат објавио у периоду 2016-2020. Комисија налази да се **кандидат бави темама од несумњивог научног, академског и ужег стручног интереса, али и темама које могу да имају шири друштвени и практични значај**. Комисија нарочито скреће пажњу на допринос који кандидат даје у пољу изборне политичке комуникације. Рад кандидата на тему психологије изборне комуникације у Србији је јединствен рад у домаћим оквирима у коме су систематски представљени психолошки обрасци масовног политичког комуницирања објашњени у класичним и савременим теоријама социјалне и политичке психологије и у коме се, у исто време, указује на практичне политичке активности у комуникационој сфери засноване на разумевању ових законитости. Поред овога, кандидат даје допринос овом пољу анализом и критичком валоризацијом историјских пропагандних искустава. У том смислу, Комисија подвлачи да се у најзначајнијем светском зборнику о изборним кампањама у Централној и Источној

Европи од обнове вишестранајја до данас нашао и коауторски рад кандидата о изборним кампањама у Србији. Коначно, анализом и критичком валоризацијом активности политичких субјеката на пољу тзв. стратешког комуницирања и пропаганде према иностранству, кандидат олакшава разумевање могућности персуазивног деловања у времену савремених идеологија, вредносних система и комуникацијских технологија.

Комисија констатује да, од првих академских дана социјализован у духу најбоље традиције ФПН-а, резултати рада кандидата са студентима потврђују да се др Синиша Атлагић остварио и као посвећен педагог, дајући лични печат извођењу наставе и повезивањем наставе у овој области са другим научним областим, пре свих са облашћу комуникологије.

Комисија још једном констатује да је од избора у звање ванредног професора **кандидат објавио седамнаест радова**, те да је **петнаест радова од значаја за избор у звање редовног професора** а према ближим критеријумима за избор у наведено звање. У наведеном периоду кандидат је објавио монографију, два поглавља у монографијама и тематским зборницима међународног значаја, рад у међународном часопису, два рада у националном часопису међународног значаја, пет радова у врхунским часописима националног значаја, два саопштења са међународних научних скупова објављена у целини и два саопштења са скупова националног значаја штампана у целини. Радови кандидата цитирани су у већем броју домаћих и иностраних часописа и монографија. Кандидат је добио високе оцене за свој педагошки рад у студентским евалуацијама у земљи и у иностранству, учествовао у раду више од 30 комисија за преглед, оцену и јавну одбрану радова на последипломским студијама и био ментор у изради укупно 12 мастер радова и две докторске дисертације. Комисија посебно скреће пажњу да је кандидат био члан комисије за преглед, оцену и јавну одбрану докторске дисертације на иностраном универзитету (Универзитет Меквори, Сиднеј, Аустралија), да је одржао предавање по позиву на престижној научној установи у иностранству (Универзитет у Констанцу, Немачка), да је члан у уређивачким одборима два домаћа и три међународна научна часописа, као и да је члан руководећих тела Факултета политичких наука и Института за политичке студије у Београду и да је руководилац научног центра на Факултету политичких наука. Уз наведено, кандидат је уређивао и рецензирао зборнике научних радова и председавао научним скуповима у иностранству. Ово указује на **посвећеност кандидата научноистраживачком и стручном раду**, као и на то да је овим кандидат испунио све услове за избор у звање редовног професора на Универзитету у Београду.

На основу целокупног научног и педагошког рада кандидата, претходно саопштених оцена о научном, истраживачком, стручном и наставно-педагошком раду, као и доприносу научном развоју уже научне области Политиколошко-социолошке студије, а сагласно одредбама Закона о високом образовању, Правилника о минималним условима за стицање звања наставника на Универзитету у Београду и Правилника о поступку, начину вредновања и квантитативном исказивању научноистраживачких резултата истраживача Комисија сматра да **кандидат испуњава све услове за избор у звање редовног професора и предлаже Изборном већу Универзитета у Београду - Факултета политичких наука да изабере др Синишу Атлагића у звање редовног професора, ужа**

научна област Политиколошко-социолошке студије, те да упути предлог Универзитету у Београду на даљу процедуру.

У Београду, 10. септембра 2020. године

Чланови комисије

Проф. др Зоран Славујевић, редовни
професор Факултета политичких
наука Универзитета у Београду

Проф. др Славиша Орловић, редовни
професор Факултета политичких
наука Универзитета у Београду

Проф. др Јовица Тркуља, редовни
професор Правног факултета
Универзитета у Београду
