

## МАСТЕР АКАДЕМСКЕ СТУДИЈЕ КОМУНИКОЛОГИЈЕ

Студијски програм је акредитован 2015. године.

### СТУДИЈЕ И ЊИХОВЕ СПЕЦИФИЧНОСТИ

Мастер академске студије комуникологије омогућавају полазницима да разумеју, критички промишљају и управљају процесима јавног комуницирања. Главни циљеви овог програма су да студенти стекну теоријска и методолошка знања за анализу савремених, дигиталних комуникација, као и да изграде и усаврше практичне вештине за истраживање комуникације, усмеравање комуникационих токова као и за придобијања јавне пажње.

Након стицања звања мастер комуниколог, студенти су оспособљени да раде као истраживачи и аналитичари медија, портпароли организација и институција, менаџери за односе са јавношћу, уредници друштвених мрежа.

### ОРГАНИЗАЦИЈА СТУДИЈА

Студијски програм садржи два обавезна курса теоријско-методолошког карактера (Медији и друштво, Упоредни медијски системи). Курсеви теоријско-практичног и стручно-апликативног карактера сврстани су у два изборна блока од по четири курса, од којих ће студенти моћи да изаберу три, односно два предмета. На овај начин имаће иницијативу у стицању и обликовању знања посвећених феноменима културе и савремених пракси коришћења медија (Културне студије и Медијске публице), интернета и нових медијских технологија, слободе изражавања на интернету, културне и медијске политике ЕУ, комуницирања са јавностима, менаџмента и реторике медија, а један аналитичко-истраживачки курс (Анализа медија) требало би да их оспособи за самостални истраживачки рад. Програм се заснива на комбинацији теоријско-методолошких основа и практичних аспеката истраживања друштвених појава, јавности, медија и нових информационо-комуникационих технологија које су главни покретач конституисања информационог друштва.

Мастер радови могу бити више усмерени на различите комуникационе праксе у привреди, култури, новинарству, медијске политике и регулативу, али и на теоријски захтевнија разматрања као увод у докторске студије.

### НАСТАВНИЦИ

На мастер студијама су ангажовани следећи наставници Факултета политикних наука: проф. др. Сњежана Миливојевић, проф. др. Синиша Атлагић, проф. др. Марина Симић, проф. др. Добривоје Становјевић, ванредна професорка Александра Крстић, ванредни проф. Небојша Мрђа, доц. др Ана Милојевић, доц. др Данка Нинковић Славнић, доц. др Марко Недељковић, доц. др Милица Кулић, доц. др Јелена Сурчулија Милојевић и доц. др Лидија Мирков. За предмет Менаџмент медија ангажован је редовни проф. Никола Маричић са ФДУ у Београду.

Сви ангажовани наставници су реномирани стручњаци у области комуникологије и медијских студија што показује и број објављених научних и стручних радова. Већина наставника спада у најбоље стручњаке које као земља имамо у овој области.

С обзиром на потребу да се студентима на овом нивоу студија пренесу и нека врло специфична знања, на предавањима гостују и колеге с других факултета или научних института који су стручњаци за неке уже теме или специфична питања као и одређен броја стручњака из праксе.

Руководитељка програма је проф. др Сњежана Миливојевић.

#### НАЧИН ПОЛАГАЊА ПРИЈЕМНОГ ИСПИТА

Рангирање и пријем кандидата се врши на основу просечне оцене у току претходног четворогодишњег студирања (максимално 60 поена) и разговора са комисијом (максимално 40 поена). У разговору са кандидатима, комисија ће процењивати академска и професионална искуства кандидата која су релевантна за студијске области као и интересовања и истраживачке намере кандидата током студија. Кандидати се за разговор могу припремити на основу књиге "Увод у студије медија" Адам Бригс и Пол Кобли, Клио, 2005.

Е-маил контакт: Проф. др Сњежана Миливојевић, e-mail: snjezana.milivojevic@fpn.bg.ac.rs

Семестар: 1

| ПРЕДМЕТ                 | СЕМЕСТАР | СТАТУС   | ЧАСОВИ (П+В) | ЕСПБ |
|-------------------------|----------|----------|--------------|------|
| Медији и друштво        | 1        | обавезан | 2+1          | 6    |
| Припрема за завршни рад | 1        | обавезан |              | 6    |

#### Назив предмета: Медији и друштво

доц. др Ана Милојевић

**Циљ предмета:** У фокусу курса је расветљавање процеса комуницирања са социолошко антрополошког становишта, посебно његовог масовног и организованог облика у модерном друштву. Настава је организована у три тематске целине. У првој се разматра историјски развој комуницирања као и основни облици комуникационе праксе – вербално, невербално, интраперсонално, интерперсонално, руморно комуницирање; комуницирање у већим друштвеним групама и масовно комуницирање. Друга је посвећена анализи појма медија и најзначајнијим врстама мас медија и њиховог функционисања, са посебним освртом на развој нових комуникационих технологија у виртуелном комуницирању. Трећа тематска целина разматра положај традиционалних и нових медија у постмодерном друштву, промене комуникационе праксе и њене предности и ризике.

**Исход предмета:** Упознавање са праксом масовног и виртуелног комуницирања са научног становишта; Препознавање различитих облика комуникационе праксе у којима људи свакодневно учествују у радно и слободно време ради побољшања комуникационе компетенције; Стицање теоријских знања о начину рада посредника у масовном комуницирању; о настанку и развоју медија масовног комуницирања, њиховим експресивним могућностима које ће се користити у новинарству, ПР и сродним пословима; Тумачење улоге и промењене улоге након Интернета у процесима учења, социјализације, уметничке самореализације и остваривању друштвених

промена; Упознавање са новим облицима комуникационе праксе уз помоћ дигиталних комуникационих средстава и упознавање са конвергенцијом медија у јединствене дигиталне, информационо-комуникационе платформе које ће се користити за приватно и јавно комуницирање.

**Садржај предмета** Теоријска настава: Човек и комуницирање, друштво оквир људског комуницирања, развој цивилизације; Појам и одређење комуницирања, комуникациони чин и комуникациона ситуација; Вербално и невербално комуницирање; Интраперсонално, интерперсонално и руморно комуницирање; Масовно комуницирање и модели масовног комуницирања; Виртуелно (компјутерско комуницирање); Писани масовни медији; Филм као масовни медиј; Радио; Телевизија; Промене природе масовних медија због развоја компјутерских мрежа и виртуелно комуницирање; Савремено друштво и мас медији, претпоставке медијске независности; Умрежено новинарство, облици партиципације грађана у јавном комуницирању

**Литература:** а) основна: Радојковић, М. и Милетић, М. (2008): КОМУНИЦИРАЊЕ, МЕДИЈИ, ДРУШТВО, Учитељски факултет, Београд, стр. 7-214. б) допунска Фидлер Роцер (2004) МЕДИЈАМОРПХОСИС, Клио, Београд; Ирис, А. (1999): ИНФОРМАЦИОНЕ МАГИСТРАЛЕ, Клио, Београд; Мек Квејл, Д. (1994): СТАРИ КОНТИНЕНТ - НОВИ МЕДИЈИ, Нова, Београд; Мек Квин, Д. (2000): ТЕЛЕВИЗИЈА, Клио, Београд; Меклуан, М. (1971): ПОЗНАВАЊЕ ОПШТИЛА ЧОВЕКОВИХ ПРОДУЖЕТАКА, Просвета, Београд; Морен, Е. (1967): ФИЛМ ИЛИ ЧОВЕК ИЗ МАШТЕ, Институт за филм, Београд; Рот, Н. (1982): ЗНАКОВИ И ЗНАЧЕЊА, Нолит, Београд; Шинглер, М. и Виринга, С. (2000): РАДИО, Клио, Београд; МекКензи Ворк (2006)ХАКЕРСКИ МАНИФЕСТ Мултимедијални институт, Загреб.

### Изборни блок 1 (бира се 3 од 4 предмета)

| ПРЕДМЕТ                              | СЕМЕСТА<br>Р | СТАТУ<br>С | ЧАСОВИ (П+В) | ЕСПБ |
|--------------------------------------|--------------|------------|--------------|------|
| Медијске публике                     | 1            | изборни    | 3+0          | 6    |
| Студије културе                      | 1            | изборни    | 3+0          | 6    |
| Слобода изражавања на интернету      | 1            | изборни    | 1+2          | 6    |
| Интернет и нове медијске технологије | 1            | изборни    | 2+1          | 6    |

### Назив предмета: Медијске публике

доц. др Данка Нинковић Славнић

Циљ предмета

Курс се бави медијским публикама као једним од најмање истраживаних актера јавне комуникације и медијског амбијента. Подељен је у две целине: у првој се у историјској перспективи разматрају главни теоријски приступи, (позитивистички, критички, констрикционистички ) и критички разматрају различите парадигме (пасивна-активна - интерактивна) у разумевању медијске публике. Други део курса разматра различите амбијенте рецепције

(доместификација медијске потрошње) и новог културног амбијента који формирају мобилни, дигитални и социјални медији. У фокусу је публика нових медија, нове медијске навике, компетенције и на њима засновани облици партиципације у дигиталном окружењу. Разматрају се нови облици понашања, индивидуалне и генерацијске одлике у приступу, размени и креирању медијских садржаја. Активност на друштвеним мрежама анализира се у околностима економије надзора, мониторинга демократије и умерженог друштва.

#### Исход предмета

Након завршетка курса студенти/киње ће бити способни да идентификују различите приступе у студијама публике, критички вреднују њихове предности за различите врсте истраживања, самостално анализирају релације које се успостављају између публика /корисника и медија (технологија и садржаја) у различитим културним и друштвеним контекстима.

#### Садржај предмета

##### Теоријска настава

1) Медији и њихове публике. Технолошка, социјална и културна динамика у односима публика и медија. 2) Да ли је потребна теорија публике? Еволуција знања о корисницима медија. Пасивна, активна и интерактивна публика. Корисници и потрошачи медија (prosumers) 3) Позитивистички приступи у разумевању публике: „студије ефеката“ и „користи и задовољства“. 4) Критички приступи истраживању публике. Франкфуртска школа и британске културне студије. 5) Културна потрошња и конструкција публике. Публика као роба. Нестајућа публика. Људи некада познати као публика. 6) Публика у дигиталном добу. Нови медији и нове праксе у коришћењу медија. Индивидуални медијски репертоари. 7) Различити простори формирања публике. Културне мапе и доместификација медијске потрошње. 8) Родна димензија медијских навика. Културне разлике и ратови у дневној соби. Родна економија медијских садржаја. 9) Тривијална естетика и масовна потрошња. Обожаваоци, пратиоци, активисти. 10) Нови медији и нова територија. Мобилни медији као приватни и јавни простор 11) Друштвене мреже и нове медијске навике. Медијски и друштвени активизам у доба Google-а и Facebook-а. 12) Ново разумевање публике. Коришћење медија, културно грађанство и друштвена партиципација.

#### Литература

1. Бригс, А и Кобли, П: Увод у студије медија, (2005), Београд: Клио, стр. 374-449.
2. Ђорђевић, Ј: Посткултура, (2009), Београд: Клио стр. 295-311
3. Миливојевић, С: Медији, идеологија и култура, (2015), Београд: Фабрика књига, стр. 31-55, 151-167.
4. Морли, Д и Робинс, К: Британске студије културе, (2015), Београд: Геопоетика, 2003, 317-393.
5. Роберт В. Мекчејсни: Дигитална искљученост, (2015), Београд: Универзитет Сингидунум, стр. 20-45.
6. Carpentier, N., Schröder, K. C., Hallett, L. (eds.) (2013), Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity. London & New York: Routledge.
7. Participation, Vol. 14. Issue 2. Nov. 2017, Themed Section: News Consumption Across Europe.

## Назив предмета: Студије културе

проф. др Марина Симић

### Циљ предмета

Циљ предмета је да се упореди динамика промена у самој култури са концептуализацијом тих промена оквиру дисциплина хуманистике и друштвених наука које су посредно или непосредно везане за анализу и тумачење културе. Прати се трансформација од просветитељства до глобализације, то јест од појаве модерног доба до постмодерне са посебним акцентом на проблемима дисконтинуитета, то јест континуитета међу њима, и то подједнако на равни теоријског промишљања културе колико и на равни културних трансформација о оквиру друштвено-економске стварности. Курс треба да укаже на радикалан преокрет у тумачењу и вредновању културе што је изазвао постмодернизам као уметнички, филозофски и теоријски правац, с посебним освртом на неомарксистичке и постструктуралистичке теоријске парадигме. Премештање акцента са анализе високе културе и њених форми, посебно уметности, на схватање културе као „целокупног начина живота“. Такође, биће обрађени кључни појмови студија културе као што су класа, раса и род. Коначно, биће речи о критичкој анализи самих студија културе као хегемонијског дискурса нелобиралног капитализма.

### Исход предмета

По завршетку курса студенти би требало да стекну основна знања о појмовима, проблемима и ставовима у теорији културе, ако и аргументима и противаргументима оних који их заступају. Посебно је значајно да се студенти оспособе за критичко преиспитивање савремене културе али и доминантних теоријских парадигми. Културу треба да разумеју као проблем, а не као феномен.

### Садржај предмета

#### Теоријска настава

План наставе, теме по предавањима :Култура – један појам, мноштво значења; Контраверзе око културе ( висока/ниска, индивидуална/масовна; Теоријски приступи: (нео)марксизам, структурализам, постструктурализам, дискурзивна анализа; Еистемолошки проблеми у тумачењу културе; Друштвене и економске промене и култура (модерна и постмодерна); Масовна и популарна култура; Хегемонија, идеологија и отпор; Статус уметности у студијама културе; Култура свакодневног живота;Глобалне друштвене и економске промене и култура (постколонијална теорија); Кључни појмови – класа и теорије класе; Кључни појмови – раса и род; Студије културе као хегемонијски дискурс неолибералног капитализма?.

Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад

Вежбе на којима ће се разматрати кључни текстови за спремање испита и користити теоријска апаратура о којој се говори на предавањима за анализу савремене културе.

#### Литература

Ђорђевић, Ј. 2008. Postkultura. Бгд: Слио; Ђорђевић, Ј. 2012. Култура/политика и отпор, у: Култура, род, грађански статус (ур. Д. Духачек и К. Лончаревић), стр. 3-26. Бгд: Центар за студије рода и политике ФПН.; Симић, М. 2008. Kratka skica za pregled razumevanja pojmova rasa i roda u zapadnoevropskoj nauci, у: Neko je rekao feminizam (ur. A. Zaharijević), str. 200-216. Бгд: Centar za ženske studije i istraživanje roda; Aleksander, V. D. 2007. Sociologija umetnosti. Бгд: Слио.; Група аутора. 2003. Културални студиј и друго. Филозофски факултет Тузла; Дуда, Д. 2006. Политика теорије. Загреб: Диспут; Джозеф, Х. и Е. Потер 2011. Продаја побуњеника. Бгд: Хедоне.

## Назив предмета: Слобода изражавања на Интернету

доц. др Јелена Срчулија Милојевић

Циљ предмета: Упоредно правна анализа сличности и разлика права које се примењује на масмедије и права нових медија. Разумевање слободе изражавања на Интернету и нових облика изражавања мишљења, као што су блог, Интернет форуми, претраживачи, Интернет поруке (чет) и социјалне мреже. Разматрање регулаторних потешкоћа приликом одређивања надлежности у споровима између две и/ли више држава. Анализа међународних докумената који регулишу нове облике комуницирања на Интернету и њихове (не)примењивости у пракси.

Исход предмета: Оспособљавање студената да унапред предвиде правне последице глобалног домашаја информација посредством Интернета; Разумевање механизма контроле садржаја нових медија, последица које могу настати приликом злоупотребе слободе изражавања у новим медијима и санкција које се могу применити; Изградња критичког односа према Интернет претраживачима и садржајима у новим медијима; Упознавање студената са начинима заштите личних и поверљивих података у Европи и свету, као и правним последицама кршења прописа о заштити података о личности; Информисање студената о установама надлежним за управљање Интернет доменима, заштитом домена и решавањем спорова овим поводом; Разумевање тешкоћа поводом заштите ауторских права у новим медијима и коришћења електронског потписа у свакодневној комуникацији ; Оспособљавање студената да самостално препознају кривична дела у новим медијима.

Садржај предмета: Теоријска настава: Разлике у могућностима правног регулисања масмедија и нових медија на Интернету. Преклапање надлежности више држава због наднационалне природе нових медија. Нова средства за изражавање мисљења: Блог, Интернет форум, конверзација (чет), итд. Штетни садржаји у новим медијима: говор мржње, угрожавање приватности, дечја порнографија итд. Међународни приступ заштити података о личности. Заштита поверљивих информација и заштита података. Право на одговор и право на исправку у новим медијима. Студије случаја: примери везани за одређивање правне надлежности више држава и различитог третмана неприхватљивог садржај нових медија. Интернет домени – регулисање, управљање, решавање спорова. Ауторска права и заштита интелектуалне својине на Интернету. Дефиниција и правне последице употребе електронског потписа. Шта је спам? Одговорност и заштита. Међународни правни акти о кривичним делима у новим медијима; Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад: Примери везани за Интернет домене, ауторска и права интелектуалне својине, електронски потпис, спам и кривична дела у новим медијима.

Литература: а) Основна литература: 1. Јелена Срчулија (ур.), Слобода изражавања на Интернету, Центар за развој Интернета, Београд, 2010. 2. Јелена Срчулија Милојевић, Биљана Павловић, Ђурђа Јовановић Падејски, Мапирање дигиталних медија: Србија, Фондација отвореног друштва, Лондон, 2011; 3. Весна Алабурић, Слобода изражавања у пракси европског суда за људска права, Народне новине, Загреб, 2002. (стр. 1-64); 3. Владимир В. Водинелић, Међународно приватно право личности, Факултет за пословно право, Београд, 2003. (стр. 9-122);

б) Допунска литература: 1. Јелена Срчулија, Европски правни оквир за електронске комуникације, Центар за развој Интернета, Београд, 2004. (стр. 9-67); 2. Ненад Гофчевски, Горан Миловановић (ур), Глобални грађани, Центар за проучавање информационих технологија, Београдска отворена школа, 2004. 3. Edvard S. Herman, Robert V. Mekcesni, Globalni mediji, Clio, 2004; 4 Релевантне публикације Савета Европе, ОЕБСа и УНА из ове области; с) Страна литература: 1. Chris Reed, Internet Law, Text and Materials, Second edition, Cambridge University Press, Cambridge, 2004. 2. Andrew Murray, The Regulation of Cyberspace, Cavendish, Oxon, Great Britain, 2007. 3. Yaman Akdeniz, Internet Child Pornography and the Law: National and International Responses, Ashgate Publishing Limited, Aldershot, Great Britain, 2008. 4. Julia Hornle, Cross border Internet Dispute Resolution, Cambridge University Press, Cambridge, Great Britain, 2009. 5. Andrej Savin, EU Internet Law, Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham, Great Britain, 2013. 6. Abraham

H. Foxman, Christopher Wolf, *Viral Hate: Containing Its Spread on the Internet*, Basingstoke, United Kingdom, 2013. 7.  
Raymond Wacks, *Privacy and Media Freedom*, Oxford University Press, Oxford, Great Britain, 2013.

## **Назив предмета: Интернет и нове медијске технологије**

ванредни проф. др Небојша Мрђа

### **Циљ предмета**

У оквиру предмета разматрају се следећа питања:

одређење појма информације, информација као основа целокупне друштвене организације и репродукције; основне технолошке, информационе и друштвене карактеристике Интернета; ИТ иновације и њихов утицај на информатичка и друштвена својства Интернета, дигитална неразвијеност; децентрализирана комуницирања, „дистрибуирана мрежа“ Интернета умањује потребу контроле и управљања од стране државе, декларација о независности у Киберпростору; Интернет и цензура, управљање (говернанце) путем Интернета, приватност и безбедност на Интернету; Интернет, разнородни медиј; облици преноса информација путем Интернета; промене у деловању Интернета као последица сталних технолошких промена и развоја; и будући развој Интернета, нови сервиси, директорији, мапе, блогови, интерактивне адресе (РСС), аналитички сајтови, сајтови за новинаре, мејлинг листе, сајтови за политикологе.

### **Исход предмета**

Студенти треба да науче: да је Интернет медиј који се стално развија и добија нове карактеристике, да суштински утиче на друштвени развој и промене, да је Интернет машина за добијање информација и доношење одлука, да Интернет омогућава да информације буду доступне свуда и на сваком месту; да развој ИТ доводи до пребацивања рада на рачунарима и Интернету на сервере, до појаве "отворених извора", до великих брзина преноса података; технолошке, информационе и друштвене промене услед развоја Интернета (Интернет и управљање друштвеним процесима, изневерена ишчекивања у домену демократизације, нове институције и актери у области друштвених процеса, мреже као облици нових структурирања), и да су успешна друштва само она која подстичу повећавање информативности, ефикасности и утицаја дигиталних мрежа и Интернета - да је знање основа развоја Интернет друштва.

### **Садржај предмета**

Теоријска настава: Информација и неизвесност; Комуницирање у виртуелном простору; Управљање Интернетом; Електронска управа; Интернет као средство у политичком деловању и организовању; Економски потенцијал Интернета; Интернет и приватност; Интернет и нове могућности и облици преноса информација; Промене у функционисању медијских организација као последица Интернета; Нове медијске технологије; Интернет сервиси за друштвено умрежавање; Будућност Интернета – технолошки и социјетални аспекти; Управљање и Интернет – нови приступ уређењу друштва.

### **Литература**

а) Наставни материјал чини уџбеник (225 страница) "Communico Ergo Sum или Интернет како је настао и куда смера" Чигоја штампа, 2010) Проф. др Штамбук Владимира и 50 страница из монографије "Информатичко друштво и мрежна организација предузећа " (Чигоја штампа 2009) доц. др Мрђа Небојше. б) Допунски извори су презентације и линкови постављени на сајтове ФПН-а или предметног наставника.

## Семестар: 2

| ПРЕДМЕТ                   | СЕМЕСТА<br>Р | СТАТУС   | ЧАСОВИ (П+В) | ЕСПБ |
|---------------------------|--------------|----------|--------------|------|
| Упоредни медијски системи | 2            | обавезан | 2+1          | 6    |
| Израда завршног рада      | 2            | обавезан |              | 10   |
| Одбрана завршног рада     | 2            | обавезан |              | 2    |

### Назив предмета: Упоредни медијски системи

доц. др Ана Милојевић

Циљ предмета: Упоредна анализа медијских система, од теоријских до практичних приступа и методологија; Разумевање различитих врста индикатора за анализу медијских система; Разуматрање улоге државе у медијским системима, али и улоге регулаторних тела и других независних институција; Увођење дигиталног чиниоца као фактора промене конзумирања медија; Анализа законских прописа и политике развоја медијских система;

Исход предмета: Оспособљавање студената да самостално анализирају медијске системе, користећи различите методологије и индикаторе; Разумевање улоге државе у упоредним медијским системима кроз све континенте; Изградња критичког односа према бизнису у медијима, кроз упоредну анализу власничких структура и начина финансирања медија; Разумевања тешкоћа опстанка традиционалних медија са дигитализацијом и анализа њихове трансформације; Информисање студената о новим начинима на који корисници конзумирају медије у различитим деловима света; Развијање критичког односа према масовним комуникацијама.

Садржај предмета: Теоријска настава: 1. Уводно разматрање: различити приступи анализе медијских система; 2. Три модела медијских система према Халину и Манцинију; 3. Индикатори Савета Европе за медије у демократији; 4. Индикатори УНЕСКО-а за развој медија; 5. Улога државе у медијским системима; 6. Дигитални чинилац у упоредним медијским системима (конзумирање медија у XXI веку – путем различитих платформи; миграција корисника); 7. Дигитални медији и друштво (садржај који креирају корисници, дигитални активизам); 8. Јавни медијски сервис и државне институције; 9. Дигитални медији и новинарство (истраживачко новинарство; друштвена, културна и политичка разноврсност); 10. Бизнис у медијима (власничка структура, финансирање медија, модели пословања медија); 11. Политика развоја и законски прописи; 12. Улога регулаторних тела и независних институција. Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад: Примери везани за Упоредне медијске системе; јавне и државне сервисе; регулаторна тела; дигиталне медије и друштво; новинарство; бизнис у медијима и политику развоја и законске прописе.

Литература: а) Основна литература: 1. Џозеф Тјуроу, Медији данас (I), Клио, 2012; 2. Џозеф Тјуроу, Медији данас – увод у масовне комуникације, Клио, 2013; 3. Роленд Лоример, Масовне комуникације, Клио, 1998; 4. Јелена Сурчулија Милојевић, Нови избори и понуда у дигиталној транзицији, Медијски програм Фонда за отворено друштво, Лондон, (у штампи, 2014);

б) Допунска литература: 1. Јелена Сурчулија Милојевић, Биљана Павловић, Ђурђа Јовановић Падејски, Проучавање дигиталних медија у Србији, Фондација отвореног друштва, Лондон, 2011; 2. Упоређивање бизнис модела нових медија, Медијски програм Фонда за отворено друштво, Лондон (у штампи, 2014); 3. Кристиан С. Нисен,



Дистрибуирање дигиталне дивиденде – прелазак на дигитално емитовање програма путем терестријалне мреже, Медијски програм Фонда за отворено друштво, Лондон (у штампи, 2014).

с) Страна литература: 1. Daniel C. Hallin, Paolo Mancini, Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics, Cambridge University Press, Cambridge, 2004; 2. Council of Europe Indicators for Media in Democracy (Recommendation, Resolution and Report), Council of Europe, 2008 – видети и: Јованка Матић, Медијске слободе Србије у Европском огледалу, Civil Rights Defenders, 2012; 3. UNESCO Media Development Indicators: A Framework for Assessing Media Development, IPDC, 2008;

## Изборни блок 2 (бира се 2 од 4 предмета)

| ПРЕДМЕТ  | СЕМЕСТА<br>Р | СТАТУ<br>С | ЧАСОВИ<br>(П+В) | ЕСПБ |
|--|--------------|------------|-----------------|------|
| Реторика у електронским медијима               | 2            | изборни    | 3+0             | 6    |
| Културна и медијска политика<br>Европске уније | 2            | изборни    | 2+1             | 6    |
| Анализа медија                                 | 2            | изборни    | 2+1             | 6    |
| Менаџмент медија                               | 2            | изборни    | 2+1             | 6    |

### Назив предмета: Реторика у електронским медијима

Проф. др Станојевић Ж. Добривоје

Циљ предмета:

Реторика у електронским медијима постаје све значајнија због великог утицаја ових медија на укупну јавну комуникацију. Говор у електронским, међутим, све чешће постаје говор неспоразума и различитих огрешења о основна праила добре комуникациј. Упркос томе, електронски медији својим утицајем као да владају медијском сфером, па њихове грешке понекад остају неизбрисиве.

Овај курс омогућава потпунији увид у облике правилне комуникације на електронским медијима. Њиме се упућује на замке све чешће помодности еристичког афектирања у ј медијској сфери. Указује се на приступе који омогућавају јасност, разумљивост и сврсисходност модерног медијског наступа. Анализују се штетни аспекти реторичких манипулација и говора мржње, као и исходи модерне, политички обојене, еристике.

Исход предмета:

Спречити штетно дејство постојећих облика манипулативне реторике електронских медија. Указати на моделе правилног говорног изражавања, негативне аспекте говора мржње. Упутити студенте на више степене дикцијских знања. Анализовати обрасци разбијања реторичког “хоризонта очекивања”, ефекте “онеобичења” и говорне технике исказног субјекта. Вредновање и артикулација говора. Значења синонимије и хомонимије, правилног наглашавања, одређивање блокова. Развијати способност уочавања манипулативних стратегија модерне медијске еристике на конкретним медијским примерима.

Садржај предмета

Теоријска настава: Ненасилна реторика и електронски медији; Реторика у информативним емисијама (говорни ниво); Реторика у забавним емисијама (стихијски говор); Политичка реторика и електронски медији (говорни стилови); Техника и структура говора на електронским медијима (виши степен дикцијских знања); Употреба тропа и логичка сигнализација; Лексичке фигуре и електронски медији (логички акценат, такт смисаонице...); Монолошки жанрови у ел. медијима; Дијалогски жанрови, полемике на електронским медијима; Говор тела и електронски медији; Реторика интервјуа; Еристика и електронски медији (манипулативна лукавства); Реторика у новим ТВ жанровима (говорне доминанте).

Литература: а) основна: 1 Д. Станојевић, Медијска еристика и јавни дискурс, “Сербика”, Бгд., 2009) 2. Д. Морис, Говор тела, “Народна књига”, Бгд, 1998, стр. 90. (5-95) 3. М. Поповић, Лепота казане речи, 1996, стр. 90. (10-100) 5. Д. Станојевић, Реторика електронских медија, (у припреми) б) допунска: Аристотел, Органон, Артур Шопенауер, Еристичка дијалектика, Р. Бугарски, Језик од мира до рата, »Чигоја«, Бгд, 1997;

## **Назив предмета: Културна и медијска политика Европске уније**

ванредна проф. др Александра Крстић

### Циљ предмета

Овај једносеместрални изборни курс дисциплинарно припада европским public policy studies. Циљ курса је упознавање полазника са основним одликама и развојним сценаријима европске интеграције у области културе и медија укључујући и оне који су отворени, односно посебно усмерени на приближавање Србије Европској унији. Програм курса је обликован тако да након ситуирања Европе у њеном цивилизацијско-историјском контексту, нагласак буде стављен на различите аспекте културне и медијске политике ЕУ и то како оне институционалне (позориште, културна баштина, фестивал, културне и креативне индустрије...) тако и оне која је само једна од димензија других поља у којима ЕУ делује (културни и медијски диверзитет, медији мањина, мигранти, фондације...).

### Исход предмета

Примењени приступ курса је усмерен на усвајање практичних знања и умећа као што су: оспособљавање за разумевање устројства и функционисања европских културних и медијских организација и институција и њиховог организовања кроз упознавање њиховог односа са политичким, економским и правним подсистемима европског друштва ; увид у заједничке одлике и особености функционисања културних институција(позориште, кинематографија, издаваштво, музеји...) и медијских система (јавних и комерцијалних) у Европи; стицање знања која омогућавају процену и избор циљева и инструмената националне културне и медијске политике и евалуацију њихових постигнућа у односу на европско али и глобално окружење.

Садржај предмета Теоријска настава: Културна и медијска политика ЕУ као „меке“ политике Уније. Циљеви и инструменти културне и медијске политике ЕУ. Методе евалуације културних и медијских политика. Од културних до креативних индустрија. Спонзорство и фандрејзинг. Европске културне и медијске мреже. European Broadcasting Union. Медијски регулаторни оквир ЕУ. Европски медијски плурализам и политика медијског диверзитета. Европска унија у медијима. Међународна медијска политика ЕУ.

### Литература

Бранимир Стојковић, Европски културни идентитет, Службени гласник, Београд, 2010.

Бранимир Стојковић, Идентитет и комуникација, Чигоја штампа, 2002.

Милена Драгићевић Шешић и Бранимир Стојковић: Култура – менаџмент, анимација, маркетинг, КЛИО, Београд 2011.

Ричард Рук (2011): Европски медији у дигиталном добу, Клио, Београд, 2011

## Назив предмета: Анализа медија

доц. др Данка Нинковић Славнић

### Циљ предмета

Курс представља водеће теоријске приступе и методе у анализи медијске стварности и развија критичке способности њеног разумевања. Медијски свет постао се кроз два основна процеса којима настају медијска значења: репрезентацију и рецепцију. Анализа се односи на умрежено друштво и конвергентне медије и укључују старе и нове медије (масовне и друштвене медије), односно, и *offline* и *online* медијско окружење. У уводном делу курса разматрају се епистемолошке разлике између *mainstream* и критичких студија медија као и између квалитативних и квантитативних метода. Централни део курса посвећен је анализи медијског садржаја на различитим платформама, сервисима и унутар различитих медијских форми (информативни медији, забавни садржаји, ТВ спотови, блогови, медијски претраживачи, 'велики подаци'). У другом делу курса студенти се упознају са истраживањем медијске рецепције, медијске публице традиционалних медија и корисничких пракси на друштвеним мрежама.

### Исход предмета

Након завршетка курса студенти/киње ће бити способни да: разумеју различите теоријске приступе у анализи медијске продукције, садржаја и рецепције; примене различите аналитичке поступке за анализу старих или нових медија, различитих платформи и нових медијских услуга; учествују у изради аналитичког инструмента за анализу медијског садржаја, медијске публице или активности на друштвеним мрежама.

### Садржај предмета

#### Теоријска настава

1) Водећи приступи и методе у анализи медија. Процесна и семиотичка школа - *mainstream* и критичке студије; 2) Квантитативне и квалитативне методе. Анализа друштвених мрежа; 3) Промене у производњи значења. Масовни медији, алгоритми и друштвене мреже; 4) Редифиниција новинарства. Професионална селекција и кориснички генерисани садржај; 5) Шта пише у медијском тексту? Културна (симболичка) репрезентација. Медији и означавајућа пракса; 6) Анализа садржаја – информативни/конвенционални медији ; 7) Анализа садржаја- забавни медији и популарни садржаји; 8) Анализа садржаја – блогови, Twitter налози, коментари корисника; 9) Медијска публика. Рецепција медијског садржаја ; 10) Квантитативна истраживања публице; Комерцијална 'вредност' публице; 11) Етнографија публице. Сложеност медијске рецепције; 12) Друштвене мреже и нове медијске навике. Значај критичког читања медија.

### Литература

1. Бригс, А и Кобли, П: *Увод у студије медија*, Београд: Клио, стр. 275-295, 302-335, 374-395, 430-449
2. Hall, S. (ed.): *Representation, Cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage and The Open University, 2002, стр. 1-11, 15-21, 24-26, 41-51 и 61-63.
3. Currah, A. *What's Happening to Our News?* Reuters Institute for the study of Journalism, University of Oxford, 2009.
4. Миливојевић, С.: Критичка традиција у истраживању медија, СМ, бр. 3, година III, јануар. 2008. стр. 29-51.
5. Миливојевић, С.: Медији, идеологија и култура, Београд: Фабрика књига, 2015. стр. 77-120, 151-157.
6. *Жене и медији*, посебно издање часописа Генеро, Београд: Центар за женске студије, 2004.
7. *Media Monitoring Manual*, London: Media Diversity Institute, 2002.

## Назив предмета: Менаџмент медија

проф. др Никола Маричић

Циљ предмета: С обзиром да је претпоставка успешног функционисања медија функционални менаџмент, предмет има за циљ да студенте упозна са механизмима који интерно и екстерно утичу на менаџмент медија као и да на прави начин овладају теоријским, менаџерским и уметничко-стручним знањима која су неопходна за организовањем, управљањем и руковођењем радом медија. Сублимирано циљ предмета је и да едукује и стручно

оспособи медијске теоретичаре и практичаре за обављање менаџерских послова и лидерске позиције у медијским кућама.

Исход предмета: По завршеном курсу, студенти би требало да буду оспособљени за квалитетно и функционално обављање уредничко-менаџерских послова на различитим нивоима, различитих медијских предузећа и кућа. На темељима знања којима је овладао у предходном образовном циклусу, студент ће усвајањем и контекстуализацијом нових знања моћи активно да се укључи у рад медија и медијског система, на позицијама од директора, менаџера, главног и одговорног уредника до директора маркетинга, пласмана или продаје. Захваљујући стеченим знањима оспособљеспособни су решавају сложене практичне проблеме, али и да наставе студије на начин који самостално изабери.

Садржај предмета

Теоријска настава:

Дефинисање основних појмова - менаџмент, медији, менаџмент медија и његове специфичности. Медијска индустрија. Продукционе карактеристике медија - штампа, радио, телевизија, нови медији. Теорије менаџмента. Специфичности менаџмента медија. Функције менаџмента медија, Фактори утицаја на менаџмент медија - нормативно-правни аспекти менаџмента медија (историјска и савремена домаћа и страна искуства). Врсте - типови и модели медија - класификација. Карактеристике и специфичности организације и менаџмента различитих модела медија. Менаџмент програма/садржаја медија. Кадровски менаџмент. Менаџмент и менаџери у медијима. Фактори утицаја на менаџмент медија. Финансијски менаџмент медија. Менаџмент продаје програма. Евалуација и мониторинг програма и менаџмента медија. Утицај нових технологија на менаџмент и маркетинг електронских медија, Будућност и перспективе менаџмента медија. Закључци.

Литература

а) основна: Ридер - Зборник релевантних текстова из области менаџмента и маркетинга медија (Садржај: Студије медија, припремили Адам Брингс и Пол Колби, Клио, Београд, 2005. - текстови: Оливер Бојд Барет и Тери Рантанен; Новинска агенција, стр. 90 - 112 стр, Џејмс Каран: Новине, стр. 135 - 157; Ендру Кризел: Радио, стр. 185 - 206; Ричард Петерсон: Телевизија, стр. 206 - 228; Џеро Палмер: Продукција вести, стр. 644 – 670). Зборник радова Факултета драмских уметности - број 1/1997 - Никола Маричић: Менаџмент и радио; број 2/1998 - Никола Маричић: Аудиторијум и рејтинг као спољни фактори утицаја на менаџмент, број 4 - Мирјана Николић: Радио на прагу новог миленијума, број 5/2001 - Никола Маричић: Продуцентски или новинарски радио; број 6/7 - Никола Маричић: Креативно и прагматично у формирању радија и Мирјана Николић: Јавни радио дифузни сервис у Србији; број 8/9 - Мирјана Николић: Етика радио таласа и Ана Мартиноли: Савремена продукција у електронским медијима, број 10 - Ана Мартиноли - Радио за 21. век, Маричић, Никола: Менаџмент радија, РТС/ФДУ, Београд, 2007., Зборник Анатомија радија, приредио др Никола Маричић, РТС/ФДУ, 2007, Београд; др Никола Маричић Профили радија, Радио Београд, 1994. Београд; Меквин, Денис: Телевизија, Клио, Београд, 2001., Шинглер, Мартин и Вирина, Синди: Радио, Клио, Београд, 2000.

б) допунска: Богавац, Светлана: Менаџмент медија, ФИМ, 2000; Crisell, Andrew: Understanding Radio, Methuen, 1986; Henry, Jane: Creative management, The Open University business school, Sage Publications, London, Thousand Oaks, Milton Keynes, 2001; Sherman BL: Telecommunications management, The Broadcast & Cable industries, McGraw-Hill. New York. 1987.