

Табела 5.1 Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

Назив предмета: Медији и масовна политичка персуазија
Наставници: проф. др Синиша Атлагић, проф. др Веселин Кљајић, доц. др Јелена Сурчулија Милојевић, доц. др Лидија Мирков
Статус предмета: изборни
Број ЕСПБ: 10
Услов: нема
<p>Циљ предмета: Услед немогућности теоријског утемељења и операционализације захтева за тзв. објективним информисањем, на коме би се могло засновати строго разликовање политичког информисања и политичког убеђивања, циљ предмета је да се студенти, на теоријском плану, детаљније упознају са карактеристикама политичког убеђивања као функције политичког комуницирања. Наведени циљ подразумева и стицање знања на основу којих ће студенти разликовати наведене функције политичког комуницирања на основу преовлађујућих елемената садржаја порука, типова коришћене аргументације, компоненте става на који су поруке усмерене, као и начина презентовања поруке.</p>
<p>Исход предмета: Предмет би могао да буде од користи студентима који намеравају да се баве истраживањима политичког комуницирања у научно-истраживачким институцијама, онима који намеравају да се ангажују у агенцијама које се баве активностима политичке пропаганде, политичког маркетинга, политичког оглашавања, односа с јавношћу и сродних активности, као и студентима који желе да се професионално ангажују на одговарајућим пословима у медијима, државним органима, политичким странкама и другим институцијама, а посебно на пословима у вези са планирањем и реализацијом различитих општепромотивних, тематских, изборних и других кампања.</p>
<p>Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> 1. Теоријски приступи истраживању политичког комуницирања; Политичка персуазија као функција политичког комуницирања 2. Вредносна оријентација као основа политичко-персуазивног деловања; Политичка персуазија и сродни појмови – „политичко комуницирање“ „политичка пропаганда“, „политички маркетинг“, „односи с јавношћу“, „стратешко комуницирање“, „јавна дипломатија“ 3. Како власти граде и одржавају пристанак грађана? Улога медија у ширењу погледа на свет; „Производња пристанка“ од Е. Бернајза до Е. Хермана и Н. Чомског; 4. Симбиоза новинара, политичара и PR/спин доктора. Како је „PR-изација изменила политички процес? 5. <i>Селебритизација</i> политике и политичка персуазија: Главне стратегије и димензије <i>селебритизације</i> политике; Успон <i>селебрити</i> политичара у Европи и у САД 6. <i>Селебрити</i> активизам: Употреба „звезда“ у политичке сврхе 7. Персуазија у политичком дискурсу 8. Популистички стил у политичкој персуазији; 9. Психолошки механизми утицаја на свест и на понашање публике у масовној политичкој персуазији. Управљање масом као објектом политичке персуазије; 10. Медији и персуазија у међународним односима; 11. Норме о међународној политичкој персуазији; 12. Медијски пословни модели и политичка персуазија: Пословање медија и карактеристике медијског тржишта као основа политичко-персуазивног деловања</p>
<p>Литература: Kaid, L. L. (ed.) (2004): <i>Handbook of Political Communication Research</i>, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers (pp. 3-16; 17-44); Perloff, R. (2014): <i>The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age</i>, Routledge, New York and London (pp. 46-70); Sproule, M. (2005): <i>Propaganda and Democracy: The American Experience of Media and Mass Persuasion</i>, Cambridge Studies in the History of Mass Communication; Ellul, J. (1973): <i>Propaganda: Formation of Men's Attitudes</i>, Vintage Books, New York (pp. 163-187; 232-250); Davis, A. (2002): <i>Public Relations Democracy</i>, Manchester University Press; Kljajić, V. (2013): „Savremeni mediji i PR“, <i>Zaprotkul, Kultura</i> br 139, Beograd; Trench, R., Yeomans, L. (2009): <i>Exploring Public Relations</i>, FT Prentice Hall; Slavujević, Z. (2009): <i>Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing</i>, Grafocard, Beograd (str. 72-82); Lou, E. (2013): <i>Mediji i politički proces</i>, Fakultet političkih nauka (str.</p>

223-240); Атлагић, С. (2011): „Савремена политичка персуазија: Ново рухо 'старе' пропаганде“ у *Политеиа: Научни часопис за друштвена питања*, Факултет политичких наука, Бања Лука; Atlagić S., Mitić A. (2016): „Šta je strateško političko komuniciranje“ у *Godišnjak Fakulteta političkih nauka* Godina X, broj 16, (str. 25-36); Vukasović, D., Matić, P. (ur.) (2019): *Diskurs i politika*, Institut za političke studije, Beograd; Dragičević Šešić, M. (ur.) (2018): *Mediji, kultura i umetnost u doba populizma*, CLIO, Beograd; Marsh, D., Hart, P. and Tindall, K. (2010), ‘Celebrity politics: The politics of the late modernity?’ *Political Studies Review* 8(3), pp. 322–340.; Marshall. P.D. (1997), *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*, Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.; Street, J. (2004), ‘Celebrity politicians: popular culture and political representation.’ *The British Journal of Politics and International Relations* 6(4), pp. 435–452.; Street, J. (2012), ‘Do celebrity politics and celebrity politicians matter?’ *The British Journal of Politics and International Relations* 14(3), pp. 346–356.; Turner, G. (2004), *Understanding Celebrity*, London: SAGE.; Wheeler, M. (2013), *Celebrity Politics*, Cambridge: Polity Press; Radojković, M., Stojković, B., Vranješ, A. (2015): Међународно комунікарање у информационам друштву, CLIO, Beograd (str. 86-116); Годишњи извештаји Европске комисије, www.mei.gov.rs

Шира литература: Bernays, E. L. (1928): *Propaganda*, Horace Liveright, New York; Laswell, H. (1971): *Propaganda Technique in World War I*, MIT Press; Seib, Ph. (ed.) (2009): *Toward a New Public Diplomacy*, Palgrave MacMillan; Bolt, N. (2012): *The Violent Image: Insurgent Propaganda and the New Revolutionaries*, Hurst & Co., London; Атлагић, С. (2011): „Политичка пропаганда: Различита схватања појма и функције“ у *Политичка ревија* vol. 30, № 4/2011, Институт за политичке студије, Београд; Атлагић, С. *Изборне поруке и свест бирача: Изборна пропаганда у Србији у контексту психологије масовног политичког комуницирања*, Демостат д.о.о, Београд, 2020.; Simić, R. (1996): *Politički diskurs*, МН Aktuel, Beograd; Mišić Ilić, B., Lopičić (ur.), V. (2015): *Jezik, književnost, diskurs*, Filozofski fakultet, Niš.

Број часова активне наставе	Теоријска настава: 60	Студијски истраживачки рад: 45
------------------------------------	-----------------------	--------------------------------

Методе извођења наставе Настава подразумева предавања наставника, видео презентације, групне расправе и индивидуално ангажовање сваког полазника.

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
		писмени испит	50
		усмени испит	50