	ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ	Број:
	ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ	10/9-29
		Датум:
		16.11.2016.

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

ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ:

1. Састав комисије:

1. Др Зоран Јовановић, ред. проф.
2. Др Никола Божиловић, ред. проф.
3. Др Зоран Арацки, ванр. проф.

2. Одлука Већа департмана за историју број 10/6-14 од 16.05.2016.

II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ:

1. Име, име једног родитеља, презиме:

_____ Дуња (Саша) Видановић _____

2. Година уписа на мастер академске студије

2014/2015.

3. Назив студијског програма

Мастер академске студије новинарства

III НАСЛОВ –МАСТЕР РАДА:

Телевизија као електронски супермаркет за децу

IV ПРЕГЛЕД -МАСТЕР РАДА:

Мастер рад кандидаткиње Дуље Видановић, с насловом *Телевизија као електронски супермаркет за децу*, поред увода, сажетка на енглеском језику, садржаја и закључка, садржи 19 поглавља. Текстуални део, обима 75 страница, илустрован је са 8 фотографија и 72 фусноте, а истраживање је представљено кроз две анкете, једним дијаграмом, са два графика и 23 табеле. За израду рада консултоване су 34 библиографске јединице и 11 веб извора. Све ово одсликава, несумњиво, амбицију кандидаткиње да свеобухватно и за струку релевантно изложи обрађивану тему. Она постепено, кроз теоријски приступ, развија проблем, и посредством методологије истраживања даје целовиту слику о телевизији као посебној врсти потрошачког медија, који има енорман утицај на дечију психу. Полазећи од тезе познатог културолога *Едгара Морена* да нове медијске звезде теже да скину са пијадестала некадашње узор (родитеље, васпитаче, националне јунаке) кандидаткиња, кроз истраживање, успешно доказује основаност своје главне хипотезе да: „Медијски садржаји забавног карактера остварују негативну социјализацију деце“. Анализирајући карактеристичне примере из домаће, али и светске праксе, и користећи релевантне резултате двеју анкета (испитаници су педесеторо ученика, четвртих, петих и шестих разреда, двеју основних школа) ауторица доказује утемељеност овако постављеног хипотетичког оквира. Из првог дијаграма евидентно је да деца највише гледају цртане филмове, и њихова опредељеност за овакву врсту медијске продукције не би требало да буде забрињавајућа, колико би то могли да буду понуђени садржаји у њима, да би други дијаграм показао како се деца највише идентификују са певачима и певачицама, затим са глумцима и глумицама, иза којих су спортисти, док научника, стручњака и људи из сфере образовања уопште нема. Овакви резултати овог истраживања су значајни зато што указују на два озбиљна дрштвена проблема. Први: да овде није успостављен никакав, или бар не задовољавајући, критеријум образовне политике; и други: да је ТВ продукција у *Србији*, пре свега, нискобуђетна и отуда је, делом, недовољног је информативног и едукативног потенцијала.

V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА -МАСТЕР РАДА:

1. ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Кандидаткиња Дуља Видановић у свом мастер раду дескрипцијом, компарацијом и анализом садржаја осветљава васпитни и образовни медијски феномен, који све више постаје својеврстан друштвени проблем. Како тај феномен представља детерминанту друштвене перспективе он не би смео да буде искључиво предмет медијске пажње, већ целокупне друштвене заједнице. На жалост, овај рад показује да се друштвена заједница према оваквим проблемима понаша са приличном незаинтересованошћу и са великом дозом нехајности. Како медијски садржаји представљају агенсе друштвено прихваћеног понашања и целокупног вредносног система њих би требало сагледавати у оквиру тога, а не као пукe додатке који попуњавају слободно време деце. О коликој небризи је реч ауторица овога рада најбоље доказује на страници 69. где показује како је компаративном анализом установљено да родитељи, заправо, и не знају какве програме њихова деца гледају. Отуда ауторица у закључку с правом констатује да је за припрему у праћењу медијских садржаја дано неопходно инаугурисање посебних облика медијског образовања.

2. ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

Ставови ауторице апострофирани у овом раду упућују на закључак да је са комерцијализацијом и приватизацијом медија у *Србији* дошло до озбиљног моралног поклизнућа медијске сфере, које није заобишло ни најмлађе ТВ гледаоце. То је отворило простор сензационализму и меркантилизму који се никада и нигде нису превише обазирали на етичке и естетске парадигме. С обзиром на такво идејно утемељење, доказивано кроз истраживачки поступак, комисија је једногласна у мишљењу да је овај рад самосталан ауторски допринос у расветљавању оваквих друштвених проблема и да је обликован са мером која уважава израду оваквих радова.

3. КОНАЧНА ОЦЕНА -МАСТЕР РАДА



ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ У НИШУ

Број:

10/9-29

ИЗВЕШТАЈ О УРАЂЕНОМ МАСТЕР РАДУ

Датум:

16.11.2016.

Мастер рад *Телевизија као електронски супермаркет за децу* по својој садржини у потпуност одговара образложењу које је кандидаткиња **Дуња Видановић** навела у пријави теме. Она је, практикујући уобичајени методолошки поступак приликом израде оваквих радова, указала на релне последице које медијски садржаји и рекламне поруке остављају на децу, као и на оне које настају због родитељског немара када је реч о избору ТВ програма које гледају њихова деца. Кандидаткиња је у свом раду показала да суверено влада методолошком аргументацијом и апаратуром, као и да је њено познавањем појмова из комунологије и њој сродних наука солидно.

Теза садржи све битне елементе неопходне за израду оваквих радова и они у својој дијалектичкој повезаности образују кохерентну хронолошку целину. У њој доминира етички код који недвосмислено упућује на одговорност родитеља у обликовању вредносног кода деце и на професионалну и етичку одговорност медијских посленика.

Ова теза представља оригинални допринос науци о медијима због тога што на оригиналан и критички начин указује на све мањкавости (друштвно-политичке, школске образовне и васпитне и родитељске) када је реч о медијским садржајима којима су изложена деца.

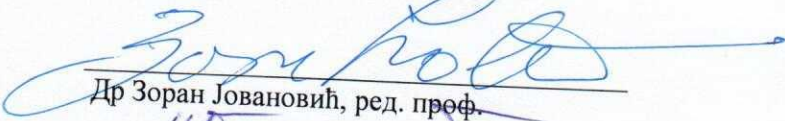
Недостаци ове тезе и њихов утицај на резултате истраживања могли би да се сведу на неакрибичност кандидаткињиног начина изражавања. Таква лежерност, или немар, могли би да проузрокују другачије закључке од оних које ауторица жели да оствари.

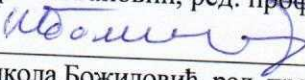
VI ПРЕДЛОГ:

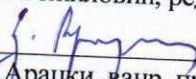
На основу укупне оцене тезе, комисија предлаже:

да мастер рад кандидаткиње *Дуње Видановић Телевизија као електронски супермаркет за децу* буде прихваћен и да се одобри његова јавна одбрана.

ПОТПИС ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ


Др Зоран Јовановић, ред. проф.


Др Никола Божиловић, ред. проф.


Др Зоран Драшки, ванр. проф.