Универзитет у Београду
Филолошки факултет

Београд, _____(датум)

ИЗВЕШТАЈ О ПОДОБНОСТИ ТЕМЕ, КАНДИДАТА И МЕНТОРА ЗА ИЗРАДУ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

I - ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ

1. Орган који је именовао Комисију:

Наставно-научно веће Филолошког факултета Универзитета у Београду донело је Одлуку о образовању Комисије за одобрење теме за израду докторске дисертације коју је кандидаткиња мр Селма Кешетовић пријавила под насловом „Родни стереотипи у језику рекламних порука у женским часописима енглеског и бошњачко/хрватско/српског говорног подручја“

2. Састав Комисије

1) др Ивана Трбојевић Милошевић, доцент, ужа научна област Англистика , Филолошки факултет Универзитета у Београду, Катедра за англистику.
2) др Весна Половина, редовни професор, Филолошки факултет Универзитета у Београду, ужа научна област Општа лингвистика.
3) Др Славица Перовић, редовни професор, Институт за стране језике Универзитета Црне Горе, ужа научна област Англистика.

II - БИОГРАФИЈА КАНДИДАТА

Селма Кешетовић је рођена 25.05.1978. у Тузли, Босна и Херцеговина. Основну школу и гиманзију „Меша Селимовић“ је завршила у Тузли са просеком 5,00. Филозофски факултет Универзитета у Тузли, Одсјек за стране језике , студијску групу Енглески језик и књижевност уписала је 1999.године. Дипломирала је октобра 2003. и награђена бронзаном плакетом Универзитета у Тузли за постигнути успех током студија. Исте године почела је да ради у Мешовитој средњој саобраћајној школи у Тузли као професор енглеског језика.
У мају 2004.године уписала је постдипломски полилингвални студиј Савремена лингвистика на Филозофском факултету у Тузли. Магистарски рад, “Attitudes towards the English Language of the Junior and Senior Faculty in Tuzla“ под руководством др Иване Трбојевић Милошевић одбранила је 27.септембра 2007.године и стекла звање магистра хуманистичких наука из области лингвистике.
У звање асистента на предмету Савремени енглески језик на Универзитету у Тузли изабрана је у новембру 2004.године, а након магистрирања у звање вишег асистента у марту 2008.године.
До сада је била ангажована у извођењу наставе на предметима: Савремен енглески језик 1

и 2, Морфосинтакса енглеског језика 1 и 2, Писмено изражавање на енглеском језику 1 и 2, Прагмалингвистика и Контрастивна лингвистика 1 и 2 на матичном одсеку. На нематичним одсецима држала је наставу енглеског језика као изборног предмета. Објавила је пет научних радова и учествовала на седам међународних научних скупова са излагањима. Осим енглеског, течно говори немачки и служи се шпанским језиком.

III - БИБЛИОГРАФИЈА КАНДИДАТА

1. **Selma Kešetović**, Mersiha Šljivić, (2008). "Some Stereotypes in the Written Media", Nikčević-Batričević, A., Knežević, M. (ur.) Zbornik radova *Cultural Encounters*. Faculty of Philosophy, Nikšić, ITP Kolo, Nikšić, 97-104.
2. Selma Kešetović, (2008). "Attitudes about English as a Global Language: A Case Study", Rasulić, K., Trbojević Milošević, I., (ur.) *International Conference: English Language and Literature Studies: Structures across Cultures*, ELLSSAC Proceedings Volume I, Beograd, Čigoja štampa, Beograd, 471-483.
3. **Selma Kešetović**, Jelena Ilić, (2008). "Co-operative Use of Language in Advertisements", Lakić, I., Kostić, N., (ur.) Zbornik radova *Jezici i kulture u kontaktu*. Institut za strane jezike, Podgorica, Lider, Podgorica, 64-71.
4. **Selma Kešetović**, Merisha Šljivić, (2006). "Some Semantic Instruments in English Slogans", Nikčević-Batričević, A., Knežević, M. (ur.) Zbornik radova *New Perspectives: Essays on Language, Literature and Methodology*. Faculty of Philosophy, Nikšić, ITP Kolo, Nikšić, 128-136.
5. Selma Kešetović, (2006). "Speech Act Verbs", *Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Tuzli*, Kasumović , A., (ur.), Filozofski fakultet u Tuzli, 167-180.

IV - ОЦЕНА ПОДОБНОСТИ КАНДИДАТА ДА РАДИ ДИСЕРТАЦИЈУ

На основу увида у биографију и библиографију кандидата, Комисија сматра да кандидаткиња, мр Селма Кешетовић, испуњава све услове за израду докторске дисертације.

V - ОЦЕНА ПОДОБНОСТИ ПРЕДЛОЖЕНОГ МЕНТОРА

За ментора је предложена др Ивана Трбојевић Милошевић (доцент) Филолошког факултета у Београду, Катедра за англистику.

Библиографија ментора са најмање 5 јединица релевантних за област из које се ради докторска дисертација.

(1991) Sociolingvistički aspekti kontrastivne analize i nastava (stranog) jezika. IV simpozijum «Kontrastivna jezička istraživanja», Zbornik radova, Novi Sad. 293 – 299.

(1997) Structure governs behaviour : Kako sejemo tako žanjemo. Zbornik radova, Interkatedarska konferencija anglističkih katedara Jugoslavije, Novi Sad. 27 – 31.

(2003) Komunikativna kompetencija između sociolingvistike i primenjene lingvistike. *Jezik, društvo, saznanje.* Zbornik radova posvećen prof. Ranku Bugarskom. D. Klikovac & K.Rasulić (eds.), Filološki fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd. 257 – 272.

(2008) Grammar Can Hurt: A Contrastive View of English and Serbian Imperatives. ELLSSAC Proceedings . Volume I. Filološki fakultet. Beograd. 103 -114.

(2009) Some Contrasts in Politeness Structure of English and Serbian. In Kuzniak M. and B. Rozwadowska (eds) : PASE Papars 2008: Studies in Language and Methodology of Teaching Foreign Languages.Oficyna Wydawnicza ATUT. Wroclaw. 177 – 184.

(2010) Learning through Contrasting: Students' projects at the Department of English, Faculty of Philology in Belgrade. UDC 378.147::811.111](497.11) In Milojević, J. (ed). : Belgrade BELLS Vol.2. Faculty of Philology. Belgrade. ISSN 0354-3138 (Printed volume) pp 133-146.

Комисија сматра да др Ивана Трбојевић Милошевић испуњава све услове за ментора ове докторске дисертације из области контрастивне социолингвистике и прагматике.

VI - ОЦЕНА ПОДОБНОСТИ ТЕМЕ

1. Формулација наслова тезе : „Родни стереотипи у језику рекламних порука у женским часописима енглеског и б/х/с говорног подручја“

2. Комисија закључује да је радни назив тезе „Родни стереотипи у језику рекламних порука у женским часописима енглеског и б/х/с говорног подручја“ прикладан и да добро репрезентује суштину предложене теме истраживања.

3. Предмет истраживања
   Микро и макролингвистичка обележја рекламног регистра у енглеском и б/х/с језику у женским часописима; језичка обележја као експонент родних стереотипа.

   Комисија закључује да је предложени предмет истраживања својом сложеношћу, актуелношћу и значајем у областима дисертације.

4. Библиографија прелиминарних истраживања
   Кандидат је приложио библиографију од 50 библиографских јединица релевантних за истраживање. Овде наводимо јединице најзначајније за истраживање:

1. Brierley, Sean. (2005). *The Advertising Handbook.* London and New York: Taylor & Francis e-Library.
2. Bugarski, Ranko. (1986). *Jezik u društvu.* Beograd: Prosveta.

3. Bugarski, Ranko. (2001). *Lica jezika.* Beograd: Biblioteka XX vek.
4. Bugarski, Ranko. (2002). *Nova lica jezika.* Beograd: Biblioteka XX vek.
5. Bugarski, Ranko. (2005). *Jezik i kultura.* Beograd: Biblioteka XX vek.
1. Bujas, Željko. (2001). *Veliki hrvatsko-engleski rječnik.* Zagreb: Nakladni zavod Globus.
2. Cook, Guy. (2005). *The Discourse of Advertising*. London: Taylor & Francis e-Library.
3. Cortese, Anthony J. (2008). *Provocateur Images of Women and Minorities in Advertising*. New York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
4. Crystal, David. (1997). *English as a Global Language.* Cambridge: Cambridge University Press.
6. During, Simon. (2005). *Cultural studies: a critical introduction.* Londona and New York: Routledge Taylor&Francis Group.
7. Đorđević, Radmila. (2004). *Uvod u kontrastiranje jezika.* Beograd: Filološki fakultet Univerziteta u Beogradu.
8. Đorđević, Radmila. (2007). *Gramatika engleskog jezika*. Beograd: Čigoja štampa.
9. Eckert, Penelope., McConnell-Ginet, Sally. (2004). *Language and Gender*. Cambridge: Cambridge University Press.
10. Erving, Geoffman. (1976). *Gender Advertisements*. New York: Harper & Row Publishers. Inc.
11. Freitas, Elsa S.L. (2008). *Taboo in Advertising.* Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
12. Gautntlett, David. (2008). *Media, Gender and Identity*. Oxon: Routledge.
13. Goddard, Angela. (2003). *Language and Gender*. London and New York: Routledge Tylor & Francis Group.
14. Goddard, Angela. (2005). *The Language of Advertising*. London and New York: Routledge Tylor & Francis Group.
15. James, Carl. (1980). *Contrastive Analysis.* Essex: Longman Group Limited.
16. Jovanović, Jelena. (2010). *Lingvistika i stilistika novinskog umeća jezičke i stilske osobine novinarstva*. Beograd: Jasen.
17. Kashima, Yoshihisa., Fielder, Klaus., Freytag, Peter. (2008). *STEREOTYPE DYNAMICS Language-Based Approaches to the Formation, Maintenance, and Transformation of Stereotypes.* London and New York: Routledge Tylor & Francis Group.

18. Kešetović, Selma. (2007). *Attitudes towards the English Language of the Junior and Senior Faculty in Tuzla.* Tuzla: Unpublished MA.
19. Martin, Elizabeth. (2006). *Marketing Identities through Language English and Global Imagery in French Advertising.* New York. PALGRAVE MACMILLANN.
20. McFall, Liz. 2004). *Advertising a Cultural Economy.* London: SAGE Publications Ltd.
21. McGarty, Craig., Yzerbyt, Vincent Y., Spears, Russell. (2004). *Stereotypes as Explanations The Formation of Meaningful Beliefs about Social Groups*. Cambridge: Cambridge University Press.
22. McLoughlin, Linda. (2003). *The Language of Magazines*. London and New York: Routledge Tylor & Francis Group.
23. Meyer, Charles F. (2004). *English Corpus Linguistics. An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
24. Nixon, Sean. (2003). *Advertising Culture Gender, Commerce, Creativity.* London: SAGE Publications Ltd.
25. Peterson, Spike V., Runyan, Anne Sisson. (1999). *Global Gender Studies.* Boulder: Westview Press.

5. Циљеви истраживања:
   Циљеви:
   - Опис савремених тенденција у језику рекламе: утврђивање родних стереотипа у језику рекламе : како се производе родни стереотипи и које су последице по друшвени живот/праксу
   - Идентификовање и опис рекламног регистра у женским часописима на енглеском и б/х/с у различитим појавним облицима (вербални, визуелни) :
   - Контрастирање рекламног регистра у женским часописима на енглеском и б/х/с
   - Опис морфосинтаксичких и семантичких карактеристика језика рекламе у енглеском и б/х/с (са посебним освртом на неологизме и позајмљенице из енглеског језика)

Теријска позадина овог рада се ослања првенствено на научне радове енглеског говорног подручја, а потом и на малобројне домаће радове у овој области. Највећи део тих студија, па и оне компаративне, одликује једносмерност истраживања, тако да ће се у овом раду истраживати два

језика/два рекламна регистра на темељу анализе корпуса.

Хипотезе:

- Предложени рад полази од хипотезе да језик рекламних порука у женским часописима са енглексог и б/х/с говорног подручја показује одређене сличности, а потом и специфичности у односу на језик рекламе који посредују други медији (писани, радио, телевизија, интернет);
- Претпоставља се да се те специфичности односе на могућност писаних медија које делују на језик тако да омогућују појављивање нових језичких облика.
- Претпоставља се да ће енглески и б/х/с корпус показивати висок степен сличности у испољавању родних стереотипа.

6. Очекивани резултати

Очекује се висок степен поклапања обележја овог функционалног стила, како на плану језичке структуре, тако и на плану културно условљених прагматичких ефеката, као што је појава родних стереотипа.

7. План рада

У првом делу рада биће приказани писани и електронски медији као посредници између рекламера и публике. Указаће се на предности и мане комуникације посредством писаних и електронских медија.

8. У другом делу рада уследиће анализа вербалне компоненте рекламних порука те анализа визуелне структуре рекламе у женским часописима енглеског говорног подручја . У оквиру анализе вербалног дела описаће се морфолошке карактеристике рекламног регистра, као и фразеологизми, синтаксичке и семантичке одлике.
У следећем делу следи контрастирање описаних карактеристика у сучењеним језицима (енглески и б/х/с).
У наредном делу утврђује се однос слике и текста.
Наредни (најобимнији) део рада бавиће се упоређењима родних стереотипа који се јављају у језику рекламних порука на енглеском и б/х/с . Род као друштвена конструкција производ је друштвене праксе, и означава везу индивидуе са остатком света. Родна идеологија представља скуп веровања која владају људским учешћем у родном поретку, а родни стереотипи представњају неодоји део нашег социјалног и језичког живота. Као такви представлњају вредан предмет истраживања.
Планираном контрастивном анализом треба доказати да постоје сличности у тенденцијама у рекламном регистру и енглеског и б/х/с језика.

9. Методе истраживања

VII - ЗАКЉУЧАК СА ОБРАЗЛОЖЕНОМ ОЦЕНОМ О ПОДОБНОСТИ ТЕМЕ, КАНДИДАТА И МЕНТОРА

На основу наведених података о кандидату, Комисија констатује да је мр Селма Кешетовић подобна за израду докторске дисертације.

На основу постављених циљева и очекиваних резултата, Комисија констатује да је предложена тема подобна за израду докторске дисертације у области контрастивне англистичке социопрагматике.

На основу наведених података о предложеном ментору, Комисија констатује да је др Ивана Трбојевић Милошевић подобна за ментора предложене докторске дисертације.

На основу изнетог, Комисија предлаже Наставно-научном већу Филолошког факултета Универзитета у Београду да донесе позитивне оцене о подобности кандидата мр Селме кешетеовић и предложене теме докторске дисертације "Родни стереотипи у језику рекламних порука у женским часописима енглеског и бошњачко/хрватско/српског говорног подрчја" а да се за ментора именује др Ивана Трбојевић Милошевић.

Потписи чланова Комисије:

1. _____

2. _____

3. _____