УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ

ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ

18. мај 2022. године

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

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ

1. *Датум и орган који је именовао комисију*:

Наставно-научно веће Филолошког факултета Универзитета у Београду 23. јуна 2021. године Одлуком бр. 2329/1 образовало је Комисију за одобрење теме за израду докторске дисертације под насловом „Медији у функцији креирања савремених родних идентитета – Мултимодална семиотичка анализа медијског текста“ кандидата Александре Јовановић.

2. *Састав комисије са назнаком имена и презимена сваког члана, звања, назив уже научне области за коју је изабран у звање, датум избора у звање и назива факултета, установе у којој је члан комисије запослен:*

1. Ментор: др Ивана Трбојевић Милошевић, ванредни професор, Универзитет у Београду - Филолошки факултет Универзитета у Београду; ужа научна област Англистика; датум избора у звање: 2017

2. др Јелена Филиповић, редовни професор, Универзитет у Београду-Филолошки факултет; ужа научна област Хиспанистика ; датум избора у звање:

3. др Александра Радовановић, доцент, Универзитет у Крагујевцу-Факултет за хотелијерство и туризам ; ужа научна област Англистика; датузм избора у звање 2019.

II БИОГРАФИЈА КАНДИДАТА

Александра Јовановић је рођена 09.12.1978.године у Београду. У Обреновцу је завршила основну школу и друштвено-језички смер у „Гимназији у Обреновцу“. Основне студије на Катедри за славистику на групи Чешки језик и књижевност Филолошког факултета у Београду уписала је 1997.године, а завршила 2001. са просечном оценом 9,33. Магистарске студије уписала је

2002.године, положила све испите и почела са писањем магистарског рада под менторством професорке Милане Радић-Дугоњић. Нажалост, магистарске студије никад није формално завршила. Од 2004. године ради као наставник енглеског језика у ОШ „Јефимија“ у Обреновцу. Области њеног научног интересовања су лексичка семантика, социолингвистика, критичка социолингвистика, примењена лингвистика, когнитивна лингвистика и критичка анализа дискурса. До сада је објавила неколико оригиналних научних и стручних радова у домаћим часописима и учествовала на конференцијама и семинарима у земљи. Као докторанд учествовала је у међународном пројекту под називом „Academic Writing Across Continents“ (фебруар 2015 – децембар 2018) који је био организован од стране Филолошког факултета Универзитета у Београду и Учитељског факултета у Сао Паулу, Бразил, на тему текстуалне академске писмености. У склопу овог пројекта 2021.године у издању Palgrave Macmillan објављена је књига „Teaching and Learning to Co-create“ чије су уреднице професорке Јелена Филиповић, Ана С.Јовановић и Грета Гец. Александра Јовановић је коаутор једног од радова објављених у овој књизи - „Autoethnographies of Maturation in Academic Writing: Experiences from AWAC“. Говори чешки, енглески језик и руски језик. Удата је и мајка је двоје деце.

III БИБЛИОГРАФИЈА КАНДИДАТА

Кесеровић-Јовановић, А. (2004). Концепт глагола ИЋИ у чешком, руском и српском језику. *Филолошки преглед 31 (1-2),* 195-200. BIBLID: 0015-1807

Јовановић, А. (2005). *О неким лингвокултуролошким јединицама у чешком и српском језику* (Необјављен рад). Славистика у новим геополитичким условима – XLIII скуп слависта Србије. Славистичко друштво Србије. Филолошки факултет Универзитета У Београду, Београд.

Jovanović, A. (2016). Sex and the City: Multimodalna semiotička analiza savremenih rodnih identiteta. *Zbornik radova FDU 29, 235-255.* Beograd.ISSN 1450-5681

Јовановић, А. (2018). Улога појмовне метафоре у штампаним рекламама. *Језици и културе у времену и простору 7(1),* 147-160. ISBN 978-86-6065-475-7. UD K 316.648.2:305

Vladisavljević, G. & Jovanović, A. (2021). Autoethnographies of Maturation in Academic Writing: Experiences from AWAC. In J.Filipović, G. Goetz & A.S. Jovanović (eds), *Teaching and Learning to Co-create.* Palgrave Macmillan, 27-37.

IV ОЦЕНА ДА ЈЕ КАНДИДАТ ПОДОБАН ДА РАДИ ДИСЕРТАЦИЈУ

Увидом у биографију и библиографију кандидата, Комисија сматра да кандидаткиња Александра Јовановић испуњава све услове за израду докторске дисертације.

V ОЦЕНА ПОДОБНОСТИ ПРЕДЛОЖЕНОГ МЕНТОРА
НАПОМЕНА:

За ментора је предложена др Ивана Трбојевић Милошевић, ванредни професор Филолошког факултета у Београду, Катедра за енглески језик и књижевност.

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

1) Skidding on Common Ground: A Socio-cognitive Approach to Problems in Intercultural Communicative Situations:Journal of Pragmatics 151 (2) (2019)

2) Epistemic Modality, Evidentiality and (Inter)subjectivity: A Changing Paradigm?. Nasleđe 48. (2021)

3) Corpus Evidence for Evidentials in English and Serbian Political Interviews. Bells 10. (2018)

4) Interkulturna pragmatika: komunikacijski problemi u interkulturnim govornim događajima. Glasnik OHN. CANU. (2020)

5) Kulturno slivanje u jezičkom prostoru "japanskih" romana Kazua Išigura. U: Savremeni roman. Andrićev institute. Višegrad. pp.121-151.

Комисија сматра да др Ивана Трбојевић Милошевић, ванредни професор, испуњава све услове за ментора ове докторске дисертације.

VI ОЦЕНА ПОДОБНОСТИ ТЕМЕ:

ОЦЕНА:

1. *формулације назива тезе (наслова)*

Комисија закључује да је назив тезе „Медији у функцији креирања савремених родних идентитета – Мултимодална семиотичка анализа медијског текста" прикладан и да адекватно репрезентује суштину предложене теме истраживања.

2. *предмета (проблема) истраживања*

Улога и функција медија у процесу креирања савремених родних идентитета

Предмет истраживања

Предмет истраживања предложене докторске дисертације „Медији у функцији креирања савремених родних идентитета – Мултимодална семиотичка анализа медијског текста" Александре Јовановић јесте испитивање улоге и функције мултимодалног аудио-визуелног дискурса популарне телевизијске серије „Секс и град" на процес креирања савремених родних идентитета. Телевизијска серија „Секс и град" представља популаран телевизијски приказ који припада скупу хибридних „женских" сезонских серија

намењених искључиво женама и афирмацији женске вредности. Популарна америчка серија „Секс и град“ емитована је током шест сезона на кабловској телевизији ХБО (HBO) у периоду од 1998. до 2004. У продукцији серије, рађене по истоименој књизи ауторке Кендис Бушнел (Candance Bushnell), учествовали су Мајкл Патрик Кинг (Michael Patrick King), Сара Џесика Паркер (Sarah Jessica Parker и Дарен Стар (Darren Star). Серија је стекла огромну популарност бавећи се релевантним савременим темама као што су сексуалност, промискуитет и феминизам на један нов и провокативан начин због чега се и данас често узима као модел за истраживање различитих културолошких феномена и значења. Убрзан развој медија и њихов све већи утицај на обликовање и преобликовање друштва у целини узроковао је да медији и њихов начин деловања на формирање друштвених ставова и уверења постану једна од главних тема бројних социолингвистичких истраживања. Полазна тачка од које Александра Јовановић полази у свом истраживању јесу закључци бројних истраживања до којих се дошло у оквиру Критичке анализе дискурса, а који указују на то да медији више не представљају само одраз постојећих кутурних тенденција у друштву и да су временом еволуирали у нове носиоце социјалне контроле и моћи, при чему се моћ и контрола над друштвом обезбеђује успешном манипулацијом различитим идеологијама. Из тог разлога проблем медијске писмености и медијског тумачења све више постаје незаобилазан елемент за учествовање у савременим демократским друштвима.

Бројна су истраживања која се баве процесом настанка одређених расистичких или антисемитских предрасуда, родних стереотипа или одређених идеологија и улогом медија у тим процесима. Телевизијска серија, као специфична медијска форма у којој се време и простор конструишу на посебан начин како би се презентовала стварност, а ликови због дужине трајања саме радње имају могућност да постепено еволуирају, сазревају и трансформишу се, омогућава преношење друштвено ангажованих порука у контексту, делујући истовремено и аудитивно и визуелно на машту гледалаца. Досадашња истраживања медијског текста у оквиру социолингвистичких истраживања истичу да је утицај овако испричаних прича у сликама немерљиво већи од некадашњег утицаја штампаних медија, јер су у могућности да се на когнитивном нивоу повежу са индивидуалним и колективним сазнањима сваког појединца, а то је и разлог зашто

Александра Јовановић сматра да би овај медијски жанр морао да буде више заступљен у истраживањима која се баве улогом медија у формирању савременог друштва.

Предмет истраживања у овом раду јесте начин медијског конструисања и медијске презентације главних ликова популарне телевизијске серије „ Секс и град“ („Sex and the City“) као позитивних ликова за идентификацију савременим женама или „ role models“. Глобални културолошки утицај телевизијске серије „ Секс и град“ и њена велика популарност која не престаје ни данас, а о чему сведоче бројне странице на друштвеним мрежама посвећене управо овој серији и њеним главним ликовима са великим бројем пратилаца који радо на тим страницама евоцирају успомене на омиљене сцене, расправљају о карактеру, животу и судбинама главних ликова из серије, с правом наводе Александру Јовановић на закључак да се у анализи идентитета главних јунака управо ове телевизијске серије мора ићи корак даље како би се когнитивни механизми који леже у основи грађења ових идентитета потпуније разумели. У начину медијске презентације главних ликова серије „Секс и град“ Александра Јовановић уочава постојање „укрштених“ родних идентитета. О појави укрштених родних идентитета говоре у својим радовима представници критичке анализе дискурса, тумачећи их као производ борбе полова над доминантним дискурсом. Међутим, иако се у савременој социолингвистици родни идентитет често тумачи као социјални конструкт и производ социјалне интеракције, а различите медијске форме описују као интерактивне, конкретно појавом укрштених родних идентитета и улогом медија у њиховом стварању истраживачи се баве успутно и углавном у функцији тумачења родних стереотипа.

Главне ликове серије „Секс и град“ Александра Јовановић у свом истраживању анализира као представнике интерпретативне делатне заједнице који у свести гледалаца треба да функционишу као „адекватни“ угледни модели или „роле моделс“ при формирању савремених родних идентитета, а саму серију „ Секс и град“ као својеврсну рекламу „пожељних“ савремених идентитета. Из тог разлога предмет истраживања ове докторске дисертације представљаће и анализа самих когнитивних механизама који учествују у конструисању значења такве једне рекламне поруке. Рекламе као специфичан индиректан вид комуникације представљају интересантан глобални културолошки феномен. Рекламирање представља преношење имплицинтних порука на занимљив,

креативан и језговит начин. Међутим, оно што рекламе чини не само интересантним, већ и важним предметом лингвистичких истраживања јесу начини њиховог функционисања, односно сазнајни механизми којима се разоткрива одређено имплицирано значење поруке садржане у реклами.

У складу са одабраним предметом истраживања и врстом медија који је предмет анализе и истраживање Александре Јовановић имаће изразито интердисциплинарни карактер. Интердисциплинарни приступ у анализи медија се од традиционалног разликује по томе што у фокус својих истраживања поред самог медијског текста ставља и одговарајући социјални, културни или политички контекст. Предност оваквог интердисциплинарног приступа у истражиавњу медијског текста јесте у томе што предпоставља постојање интеракције између читалаца/слушалаца/гледалаца и самог медија који се најбоље огледа у специфичним субјективним начинима интерпретације и разумевања информација и садржаја презентованих путем медија.

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

3. *Библиографија прелиминарних истраживања*

Кандидаткиња Александра Јовановић приложила је прелиминарну библиографију од 86 библиографских јединица релевантних за истраживање. Овде наводимо јединице које је кандидаткиња навела као најзначајније за истраживање:

БИБЛИОГРАФИЈА

1) Adorno, T. W. and Horkheimer, M. (1982). *Dijalektika prosvetiteljstva*. Veselin Masleša. Svjetlost: Sarajevo.

2) Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination.* Methuen: London.

3) Ang, I. (2003). Kulturalni studiji, recepcija medija I transnacionali medijski sistem. *Kulturalni*

studiji I drugo. Razlika – Difference II (3-4). Tuzla.

4) Baxter, J. (2009). Constructions of Active Womanhood and New Femininities: From a Feminist Linguistic Perspective, Is *Sex and the City* a Modernist or a Post-Modernist TV Text? *Women and Language* 30 (2), 91-97.

5) Beers Fägersten, K. & Sveen, H. (2016). SaMANtha: Language and gender in Sex and the City. In K. Beers Fägersten (Ed.), *Watching TV with a Linguist* (pp. 67-85). Syracuse: Syracuse University Press.

6) Black, M. (1993). More about Metaphor. In A. Ortony (ed). *Metaphor and Thought.* New York: Cambridge University Press, 19-41.

7) Bhattacharya, K. (2020). *Chick – Lit: A trap as a Gender sterotype; tracing the dependency of women under the shackles of patriarchy in Sex and the City.* Mithibai College.

8) Бугарски, Р. (2005). *Језик и култура.* Београд: XX век.

9) Bucholtz, M. (2003). Theories of Discourse as Theories of Gender: Discourse Analysis in Language and Gender Studies. In J. Holmes & M. Meyerhoff (Eds.), *The Handbook of Language and Gender* (pp. 43-68). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.

10) Bart, R. (1989). *Carstvo znakova.* August Cesarec: Zagreb.

11) Batler, Dž. (2007). *Rodne nevolje: feminizam i subverzija identiteta.* Plima: Ulcinj.

12) Batler, Dž. (2001). *Tela koja nešto znače: o diskurzivnim granicama pola*. Samizdat B92: Beograd.

13) Butler, J. (1999). *Gender Trouble.* New York: Routledge.

14) Cameron, D. (2005). Language , Gender and Sexuality: Current Issues and Directions. *Applied Linguistics* 26 (4), 482-502.

15) Cameron, D. (1998). Gender, Language, and Discourse: A Review Essay. *Signs, 23*(4), 945-973.

16) van Dijk, T. A. (2001). Critical Discourse Analysis. In D. Schiffrin, D. Tannen, & H. E. Hamilton (Eds.). *The Handbook of Discourse Analysis* (352-371). Malden, Oxford: Blackwell Publishers.

17) Doudaki, V. (2012). Sex and the City: In the ambivalent playground of postmodern identity. *Journal of International Communication* 18 (1), 5-17.

18) Doudaki, V. (2018). Heterotopias of identity in Sex and the City. *Polis* 17, 5-22.

19) Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (2003). *Language and Gender*. Cambridge: Cambridge

University Press.

20) Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (1992). Think Practically and Look Locally: Language and Gender as Community-Based Practice. *Annual Review of Anthropology, 21*, 461-490.

21) Evans, V. and Green, M. (2006). *Cognitive Linguistics.An Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

22) Fairclough, N. (2001). *Language and Power*. Essex: Pearson Education Limited.

23) Fairclough, N. (2004). Critical Discourse Analysis in Researching Language in the New Capitalism: Overdetermination, Transdiciplinarity and Textual Analysis. In L.Young and C.Harrison (eds)*Systematic Functional Critical Discourse Analysis*.pp.103-122. Continuum.

24) Filipović, J. (2009). Moć reči – *Ogledi iz kritičke sociolingvistike*. Beograd: Zadužbina Andrejević.

25) Filipović-Kovačević, S. (2013). *Implicirna značenja u reklamama na engleskom i srpskom jeziku.* Novi Sad: Filozofski fakultet.

26) Fish,S. (1980*). Is There a Text in This Class? The Authority of Interpretive Communities*. Harvard University Press.

27) Fiske, J. (1987a). British cultural studies and television. *Channels of Discourse: TV and Contemporary Criticism.* In Allen, R. C. and Hill, C. (eds.). University of North Carolina Press: London.

28) Fiske, J. (1987b). *Television Culture.* Methuen: London

29) Fiske, J. (2001). *Popularna kultura.* Clio: Beograd.

30) Forceville, C. (1996). *Pictorial Metaphor in Advertising*. London, New York: Routledge.

31) Forceville, C. (2008).Pictorial and multimodal metaphor in commercials.In: Edward F.McQuarrie and Barbara J. Phillips (Eds.). *Go Figure! New Directions in Advertising Rhetoric.* 272-310. Armonk NY: Me Sharpe.

32) Foucault, M. (1977). *The Archeology of Knowledge*. London: Tavistock.

33) Gibbs, R. Eds. (2009). *Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.

34) Gold, T. (May 21, 2010)*. Sorry sisters, but I hate Sex and the City.* The Telegraph (UK). Dostupno na: *http://en.m.wikipedia.org.* Pristupljeno 15.08.2015.

35) Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (1989). *Language, Context and Text: Aspects of Language in a*

Social-semiotic Perspective. Oxford: Oxford University Press.

36) Halliday, M. A. K. (1985). *An Introduction to Functional Grammar.* London: Edward Arnold.

37) Halliday, M. A. K. (1978). *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning.* London: Edward Arnold.

38) Holmes, J. and Meyerhoff, M. (1999). The Community of Practise: Theories and methodologies in language and gender research. *Language in Society* 28:173-183.

39) Hodge, R. And Kress, G. (1993). *Language as Ideology.* London: Routledge.

40) Holmes, J. and Meyerhoff, M. (1999). The Community of Practise: Theories and methodologies in language and gender research. *Language in Society* 28:173-183.

41) Iedema, R. (2001). Analysing film and television: a social semiotic account of Hospital: an Unhealthy Business. *The Handbook of Visual Analysis*. In Van Leeuwen, T. and C. Jewitt (Eds.) pp. 183-205. London: Sage.

42) Jewitt, C. and Oyama, R. (2001). Visual Meaning: a Social Semiotic Approach. *The Handbook of Visual Analysis*. In Van Leeuwen, T. and C. Jewitt (Eds.) pp.134-156. London: Sage.

43) Jowett, L. (2005). *Sex and the Slayer: A Gender Studies for the Buffy Fan.* Middletown, CT: Wesleyan University Press.

44) Khajavi, J. (2014). Decoding the real: A multimodal social semiotic analysis of reality in animated documentary. Animation Studies Online Journal.

45) Klikovac, D. (1994). *Metafore u jeziku i mišljenju*. Beograd: Biblioteka XX vek: Knjižara Krug.

46) Kövecses, Z. and Radden, G. (1998). Metonymy: Developing a Cognitive Linguistic View. *Cognitive linguistics 9/1*: 37-77.

47) Kövecses, Z. (2002). *Metaphor. A Practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

48) Kress, G. & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design.* London, New York: Routledge.

49) Kress, G. (2010). *Multimodality: A social Semiotic Approach to Contemporary Communication.* London, New York: Routledge.

50) Kress, G. and Hodge, R. (1979). *Language as Ideology*. London: Routledge.

51) Lakoff, G. and Johnson, M. (1980 / 2003). *Metaphors We Live By*. Chicago, London: The

Chicago University Press.

52) Lakoff, G. (1987). *Women, Fire and Dangerous Things*.Chicago: The University of Chicago Press.

53) Lakoff,G. and Turner,M. (1989). *More than Cool Reason:A Field Guide to Poetic Metaphor.*New York: Mouton de Gruyter.

54) Lakoff, G., Espenson, J., and Schwartz, A. (1991). *Master Metaphor List. Second Draft Copy.* Berkeley: University of California. Dostupno na : *http://araw.mede.uic.edu/~alansz/metaphor/METAPHORLIST.pdf.* Pristupljeno 19. jula 2016.

55) Van Leeuwen, T. (2005) *Introducing Social Semiotic*. London: Routledge van Dijk, T. (2006). Discourse, Context and Cognition. *Discourse studies, 8*(1), 159-177.

56) Lundmark, C. (2003). *Metaphor and Creativity in British Magazine Advertising.* Lulea: Lulea University of Technology, Department of Languages and Culture. Dostupno na: *http://pure.ltu.se/portal/files/66489/LTU-DT-0542-SE.pdf.* Pristupljeno 3. avgusta 2016.

57) McConell-Ginet, S. (2003). What`s in a name? Social Labeling and Gender Practices. *The Handbook of Gender and Language.* In J. Holmes and M. Meyerhoff (Eds.), pp.69-97.

58) Mohammed, F. (June 29, 2018). *Why Sex and the City is Still in Style.* JSTOR Daily. Dostupno na: *https://daily.jstor.org* Pristupljeno 11.05.2021.

59) Musolff, A. (2000). A Political imagery of Europe: A house without exit doors? *Journal of Multillingual and Multicultural Development* 21/3: 216-229.

60) Nussbaum, E. (July 29, 2013). *How Sex and the City losts its good name*. The New Yorker. Dostupno na: *http://en.m.wikipedia.org* Pristupljeno 15.08.2015.

61) Panofsky, E. (1953*). Early Netherlandish Painting*. New York: Harper and Row.

62) Paltridge, B., Thomas, A. and Liu, J. (2011). Genre, performance and Sex and the City. In *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series*. In Piazza, R., Bednarek, M. and Rossi, F. (Eds.).

63) Radden, G. (2003). How Metonymic are Metaphors? In R. Dirven and R. Porings (eds.). *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast.* Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 407-434.

64) Rasulić, K. i Klikovac, D. ur. (2014). *Jezik i saznanje – Hrestomatija iz kognitivne lingvistike*. Beograd: Filološki fakultet.

65) Schiffrin, D., Tannen, D., & Hamilton, H. E. (Eds.). (2001). *The Handbook of Discourse Analysis*. Malden, Oxford: Blackwell Publishers.

66) Sharma, N. (March 13, 2013). *Everything Carrie Ever Wondered About on Sex and the City.* Vulture. Dostupno na: *http://www.vulture.com/2013/03/carrie-sex-city-couldnt-help-but-wonder.html.* Pristupljeno 22. avgusta 2018.

67) Swann, J. (2003). Schooled Language: Language and Gender in Educational Settings. In J. Holmes & M. Meyerhoff (Eds.), *The Handbook of Language and Gender* (pp. 624-644). Maiden, Oxford, Melbourne, Berlin: Blackwell Publishing.

68) Swirsky, J. (July 24, 2003). *The death of feminism II: Sex and the City*. Newsmax.com. Dostupno na : *http://en.m.wikipedia.org* Pristupljeno 15.08.2015.

69) Talbot, M. (2003) Gender stereotypes: Reproduction and Challenge*. The Handbook of Language and Gender*. In J. Holmes and M. Meyerhoff (Eds) pp.468-486.Blackwell.

70) Talbot, M. (2010). *Language and Gender* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.

71) Talbot, M. (2003). Gender Stereotypes: Reproduction and Challenge. In J. Holmes & M. Mayerhoff (Eds.), *The Handbook of Language and Gender,* (pp. 468-486). Maiden, Oxford, Melbourne, Berlin: Blackwell Publishing.

72) Tannen, D. (1990). *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. London: Virago.

73) Taylor, A. (2012). *Single Women in Popular Culture: The Limits of Postfeminism.* Palgrave MacCmillan.

74) Ungerer, F. (2000). Muted Metaphors and the Activation of Metonymies in Advertising. In: A. Barcelona (Ed). *Metaphor and Metonymy at the Crossroads. A Cognitive Perspective.* Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 321-340.

75) Vestegaard, T. and Schoder, K. (1985). *The Language of Advertising*. Oxford, UK, Cambridge, USA: Blackwell Publishers.

76) Ward, J. and Gaidis,W. (1990). Metaphor in Promotional Communication:A Review of Research on Metaphor Comprehension and Quality. *Advances in Consumer Research* 17: 636-642.

77) Wodak, R. and Busch, B. (2004). Approaches to media Texts*. The Sage Handbook of Media Studies*. In J.H. Downing (Eds.) pp.105-123. London: Sage

78) Wodak, R. (2006) *Mediation between discourse and society: assessing cognitive approaches*

in CDA. London: Sage.

79) Wodak, R. (2001). What CDA is about – A Summary of Its History, Important Concepts and Its Developments. In R. Wodak & M. Meyer, (Eds.). (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis* (1-13). London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications Ltd.

80) Wodak, R. (2000, April 27). *Does Sociolinguistics Need Social Theory? New Perspectives in Critical Discourse Analysis* (Keynote Speech). Sociolinguistics Symposium 11: The Interface between Linguistics and Social Theory. University of West End England, Bristol.

81) Wodak, R. & Chilton, P. (Eds.). (2005). *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis: Theory, Methodology and Interdisciplinarity.* Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

82) Wodak, R. & Meyer, M. (Eds.). (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis.* London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications Ltd.

83) Zukin, S. (1992). Postmodern urban landscapes: mapping culture and power. *Modernity and Identity.* In S. Lash and J. Friedman (eds.). Blackwell: Oxford.

84) *Seks I grad: u kinima stampedo potpetica I pokoji stilist*, Jakov Kosanović, *http:/www.slobodnadalmacija.hr/kultura/tabid/81/articleTzpe/articleView/articleId/10167/default..aspx* Pristupljeno 23.08.2015.

85) *Četiri jahačice I uplašeni muškarac,* Zora Latinović, http:/www.nspm.rs/kulturna politika/četiri-jahačice-i-uplašeni-muškarac.htlm?alphabet?=1 Pristupljeno 23.08.2015.

86) Swirsky,Joan(July 24,2003) The death of Feminism II : Sex and the City. Newsmax.com http://en.m.wikipedia.org.

1. *Циљеви истраживања*

Идејну основу истраживања Александре Јовановић представља критички приступ медијском тексту и за циљ има да покаже на који начин употребом различитих семиотичких извора у грађењу идентитета главних јунака једне телевизијске серије можемо успешно активирати одговарајуће когнитивне механизме који ће осигурати интерпретацију датог медијског текста на тачно одређен начин. У том смислу, циљ овог истраживања је и да покаже да је оваква конструкција идентитета, као и „рекламних порука“ које они са собом доносе, у функцији креирања и одржавања специфичних форми глобалне симболичке моћи, али и да укаже на значај и улогу медија, као нових носиоца

социјалне културе и моћи.

План рада и методе истраживања

План рада ове докторске дисертације је такав да ће она обухватати уводно део, теоријско-методолошка разматрања, емпиријски део, дискусију резултата и закључак. У уводном делу дисертације биће јасно дефинисани предмет истраживања, истраживачке методе и циљеви, хипотезе и очекивани резултати. Након уводног дела следиће преглед теоријских кретања у оквиру анализе медијског текста и критичке анализе дискурса, а затим и детаљан осврт на Теорију социјалне семиотике и мултимодални аудио-визуелни дискурс као конкретан облик дискурса који је и предмет истраживања ове докторске дисертације.

С обзиром на то да је ово истраживање интердисциплинарно и емпиријски део истраживања састојаће се из два дела. Општи теоријски оквир за први део истраживања представљаће Теорија социјалне семиотике и односиће се на начине концептуализације идентитета главних ликова серије „Секс и град“ употребом различитих семиотичких извора како би се формирала одређена значења. Оправданост фокусирања овог истраживања на анализу семиотичких извора који учествују у креирању медијског садржаја Александра Јовановић налази у чињеници да бројни аутори истичу да се семиотички извори могу користити за конструисање одређених репрезентација о животу и свету, као и за формирање одређених вредносних ставова и идентитета у друштву. У теорији социјалне семиотике мултимодални комуникативни чинови представљају значајан семиотички извор, а телевизија као медиј комуницира са својим гледаоцима управо посредством мултимодалних комуникативних чинова, при чему је сваки кадар место где се одвија више различитих комуникативних чинова чији је циљ иницирање одговарајуће комуникативне интеракције. У истраживању семиотичких извора који учествују у креирању нових „женских“ и „мушких“ идентитета у серији „ Секс и град “ биће коришћене четири димензије семиотичке анализе (Van Leeuwen, 2005): дискурс, жанр, стил и модалност. Свака од ове четири димензије биће анализирана посебно, али ће предмет анализе бити и начини њиховог међусобног повезивања и комбиновања при

формирању мултимодалних комуникативних чинова.

Општи теоријски оквир за други део емпиријског истраживања представљаће теорија појмовне метафоре (Lakoff and Johnson 1980) која значење дефинише као појмовну структуру, а сама анализа вербалних и визуелних манифестација појмовних метафора у оквиру медијског текста серије „Секс и град“ базираће се на Форсвиловој теорији о разумевању сликовних метафора у рекламирању (Forceville, 1996). Конкретно, одређени делови медијског текста биће анализирани као кратке рекламе. Анализом ће бити обухваћене сцене из серије у којима је Александра Јовановић уочила да творци серије комуницирају са својим гледаоцима језиком реклама, а да у основи концептуализације значења дате рекламне поруке лежи појмовна метафора. У анализи језичких и визуелних елемената уочених метафора биће примењен Форсвилов методолошки поступак за анализу сликовних метафора у рекламама (1996), а који ће у оквиру ове дисертације такође бити детаљно образложен.

У оквиру дискусије биће разматрани резултати и првог и другог нивоа анализе медијског текста. Резултати мултимодалне семиотичке анализе биће тумачени са становишта критичке анализе дискурса и у светлу савремених родних теорија у којима је питање односа језика и моћи кључ за разумевање и разоткривање идеологија као друштвених конструката кроз које појединци, али и читаве заједнице, обезбеђују интерпретацију света у коме живе. С обзиром да су родни идентитети главних јунакиња ове серије формирани кроз деконструкцију традиционалних родних стереотипа, а своје утемељење налазе у феминистичкој конструкцији женствености, предмет анализе представљаће и питање истинитости презентованих идентитета.

Имајући у виду да чињеницу да телевизијска серија „ Секс и град“ представља пре свега успешан конзумни производ популарне културе чија популарност и данас траје, а која своју популарност дугује управо креативној употреби метафоре у серији, резултати анализе језичких и визуелних елемената метафора биће тумачени у светлу идеологије масовне културе у чијем тумачењу ће се Александра Јованивић ослањати на теорије аналитичарке културе Иен Анг (Ien Ang), теорију културне индустрије теоретичара Теодора Адорна (Theodor W. Adorno) и Макса Хоркхајмера (Max Horkheimer) и теорију

популарне културе Џона Фиска (John Fiske).

Очекивани резултати:

Очекивани резултати једног оваквог интердисциплинарног истраживања односе се на потврђивање постављених вишеструких циљева и почетних хипотеза. Пре свега, Александра Јовановић очекује да ће истраживање родних идентитета главних ликова серије „ Секс и град“ применом различитих нивоа анализе и различитим приступима медијском тексту пружити увид у пун когнитивни потенцијал бројних семиотичких извора, јер је то оно чиме се у медијском тексту често веома вешто манипулише и што омогућава успешно разоткривање медија као нових носилаца социјалне контроле и моћи. Когнитивно-лингвистички приступ у анализи вербалних и визуелних манифестација појмовних метафора у оквиру медијског текста ове телевизијске серије требало би да пружи бољи увид не само у манипулативне могућности медијског текста, већ и у начин функционисања сазнајних процеса који и омогућавају формирање нових жељених метафора , а самим тим и идеолошку употребу метафоре. Стварањем нових појмовних метафора стварају се нове концепције значења, нови вредносни ставови и идентитети. Имајући контролу над презентацијом реалности и над одабиром реалности која ће у датом тренутку бити презентована, медији служе владајућим елитама као средство преношења и одржавања оних идеологија и културних модела који за циљ имају очување постојећих односа базираних на моћи. С обзиром да је „ доминантни визуелни језик сада под контролом глобалне културне империје мас-медија“ (Kress and Van Leeuwen, 1996: 4) Александра Јовановић сматра да би ово истраживање требало да пружи дубље и свеобухватније схватање узрочно-последичних веза између друштва и медија, као и на доминантну улогу визуелне компоненте медијског текста у креирању тих веза.

VII ЗАКЉУЧАК СА ОБРАЗЛОЖЕНОМ ОЦЕНОМ О ПОДОБНОСТИ ТЕМЕ КАНДИДАТА

НАПОМЕНА:

На основу наведених података о кандидату, Комисија констатује да је кандидаткиња

Александра Јовановић 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 социолингвистике.

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 кандидаткиње Александре Јовановић и предложене теме докторске дисертације: „Медији у функцији креирања савремених родних идентитета – Мултимодална семиотичка анализа медијског текста“, а да се за ментора именује др Ивана Трбојевић Милошевић, ванредни професор Филолошког факултета у Београду.

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

1. Др Ивана Трбојевић Милошевић, ванредни професор

2. Др Јелена Филиповић, редовни професор

3. Др Александра Радовановић, доцент