

НАСТАВНО-НАУЧНОМ ВЕЋУ ФИЛОЗОФСКОГ ФАКУЛТЕТА У БЕОГРАДУ

На VII редовној седници Наставно-научног већа Филозофског факултета Универзитета у Београду, одржаној 26.09.2019. године, изабрани смо у комисију за оцену и одбрану докторске дисертације кандидата Милене Токовић, мастера социологије, под насловом *Брендирање Београда као проактивна развојна стратегија у сфери културе: упоредна анализа Феста и Бемуса*. Након читања и анализе предате дисертације, подносимо Већу следећи

ИЗВЕШТАЈ

1. Основни подаци о кандидату и дисертацији

Милена (Станојевић) Токовић је рођена 05.04.1985. године у Београду. Завршила је Прву београдску гимназију. Студије социологије је уписала школске 2004/05. године на Филозофском факултету Универзитета у Београду. Студије је завршила јуна 2009. године, са просечном оценом 9,53, и оценом 10 на дипломском раду, стекавши стручни назив дипломирани социолог (еквивалентно стручном називу мастер социолог). Децембра 2009. уписала је мастер студије на Факултету организационих наука, Универзитета у Београду, смер менаџмент у друштвено-хуманистичким наукама, одсек Маркетинг менаџмент и односи с јавношћу. Мастерирала је (јануар 2012) са општим успехом 9.71, одбравивши завршни рад *Организација специјаног догађаја високог ризика*. Октобра 2011. уписала је мастер студије на Филозофском факултету Универзитета у Београду, Одељење за социологију, које је завршила (мај 2013) са општим успехом 10.00, одбраном завршног мастер рада: *Брендирање града као проактивна развојна стратегија: профилисање културног идентитета града од 1970–их*. Београд: Филозофски факултет.

Током основних студија социологије, у школској 2007-08 години, била је добитник стипендије Града Београда (Град Београд – Градска управа Секретаријата за социјалну и дечију заштиту), а као студент мастер студија, у школској 2011-2012 години, примала је стипендију „Фонда за младе таленте“ (Министарство омладине и спорта Републике Србије). Докторске студије социологије на Филозофском факултету Универзитета у Београду уписала је школске 2012. године и све испите положила, просечном оценом 9.33.

Од новембра 2011. до новембра 2012, Милена Токовић је била запослена као сарадник у настави на Филозофском факултету Универзитета у Београду, Одељење за социологију на предметима: Историја политичких и социјалних теорија, Савремене социолошке теорије, Класичне социолошке теорије. Од новембра 2012. укључена је, као истраживач-приправник, на пројекат „Изазови нове друштвене интеграције у Србији: концепти и актери“, евиденциони број 179035, Института за социолошка истраживања Филозофског факултета, где је и тренутно ангажована. У јуну месецу 2013. године изабрана је у истраживачко звање истраживач-сарадник. Била је ангажована као истраживач и координатор истраживања (пројекат: Изазови нове друштвене интеграције у Србији: концепти и актери (2011-2019) – потпројекти: Промене основних структура српског друштва (макро-структурни аспект); Карактеристике територијалног капитала у Србији – структурни и делатни потенцијал локалног развоја (мезо-структурни аспект);

Структуралне и промене делатног потенцијала на породичном и индивидуалном нивоу – генерацијска и родна перспектива (микро-структурни аспект), у оквиру којег се обрађују две опште теме: Млади као актери друштвене интеграције и Политике родитељства). Истраживачке послове обављала је и у склопу пројеката *Истраживачке и иновативне стратегије у области друштвених и хуманистичких наука - Светска Банка, EU Mayors - српски градоначелници/* Стална конференција градова и општина, *Eurostudent/* Универзитет у Београду, ЕДИ/Институт за социолошка истраживања.

Милена Токовић учествовала је на значајном броју националних и међународних конференција. Усавршавала се и на семинарима и летњим школама (Летње школе: *Democracy and Debate/SNSF; Exploring Belgrade: theory x discipline x method/ LMU Munich/ University of Regensburg*, Академија модерног менаџмента/Факултет организационих наука у Београду). Члан је Српског социолошког друштва и секретар Социолошког удружења Србије и Црне Горе.

Од 2010. године, објавила је две монографије националног значаја, 3 рада у домаћем научном часопису (*Социологија*) и један рад у часопису међународног значаја (*Sociology and Space*), такође докторанткиња је ауторка 2 рада објављена у монографији од међународног значаја и 4 рада објављена у монографијама од националног значаја.

Објављени радови:

Петровић, Мина, Токовић, Милена. 2018. *Градови у огледалу: између идентитета и бренд имиџа*. Београд: ИСИ ФФ.

Токовић, Милена. 2018. На леђима махнитог бика: друштвено ангажована уметност – брисање или затварање граница?, у: Лутовац, Зоран и Мрђа, Слободан (прир.). *Савремене миграције и друштвени развој: интердисциплинарна перспектива*. Београд: ССД, ИДН, ИСИ ФФ.

Токовић, Милена, Петровић Мина. 2017. The Brand Potential of „Soft“ Factors of the Territorial Capital: A Study of Eight Medium Sized Cities in Serbia. *Sociology and Space*, Vol 207, No 1: 135 – 159.

Весковић Анђелковић, Милица, Станојевић, Милена. 2016. Схватање националног идентитета политичке елите, у: Лазић, Младен, Цвејић, Слободан (ур.). *Политичка елита у Србији у периоду консолидације капиталистичког поретка*. Београд: ИСИ ФФ, Чигоја.

Станојевић, Милена. 2016. *Социологија, уџбеник за 4. разред гимназије и 3. разред средњих стручних школа*. Београд: Нови Логос.

Петровић, Мина, Токовић, Милена. 2016. Неоендогени развој градова и еколошки парадокс: студија случаја шест градова у Србији. LVIII, Вол. LVIII, посебан број: 181 – 209. *Социологија*, Вол. LVIII, Но 1: 169 – 175.

Станојевић, Милена. 2015. Концепт „креативног“ и „узбудљивог“ града у развоју градова средње величине: Шабац, Сомбор и Зрењанин, у: Миленковић, Павле, Стојшин, Снежана, Пајванчић-Цизељ, Ана (ур.). *Друштво и простор: Урбани и рурални простор - економски, правни и организациони простор*. Београд: Српско социолошко друштво, Институт за упоредно право; Нови Сад: Филозофски факултет Универзитета у Новом Саду.

Станојевић, Милена. 2014. Потенцијали локалног развоја градова: креативна употреба локалне традиције, у: Петровић, Мина (ур.). *Структурни и делатни потенцијал локалног развоја*. Београд: Чигоја штампа и Институт за социолошка истраживања Филозофског факултета.

Бобић Мирјана, Станојевић, Милена. 2014. Процесуалност породичне трансформације и рефлексивност актера – дијадна перспектива. *Социологија, Часопис за социологију, социјалну психологију и социјалну антропологију*, 4/2014, Вол. LVI: 445-457.

Бобић, Мирјана, Станојевић, Милена. 2014. Прелаз из брака у родитељство: дискурси и праксе – дијадна перспектива. *Социологија, Часопис за социологију, социјалну психологију и социјалну антропологију*, 4/2014, Вол. LVI: 427-444.

Станојевић, Милена. 2013. Изазови глобализације културе: културни идентитет и глобализација, у: Вулетић, Владимир, Ћирић, Јован и Шуваковић, Урош (ур.). *Глобализација и десуверенизација*. Београд: Српско социолошко друштво, Институт за упоредно право, Косовска Митровица: Филозофски факултет Универзитета у Приштини.

Станојевић, Милена, Јовановић, Милош. 2013. Потенцијал интернет маркетинга у процесу брендирања града, у: Гандов, Горка, Лакета, Марко, Јакуповић Санел (ур.). *Моћ комуникације*. Бања Лука: Паневропски универзитет Аперсион.

Писмени предлог и образложење докторске дисертације под насловом „Брендирање Београда као проактивна развојна стратегија у сфери културе: упоредна анализа Феста и Бемуса“ одобрени су 15.03. 2016. године, на седници Већа научних области друштвено-хуманистичких наука, а на основу позитивне одлуке Наставно-научног већа Филозофског факултета у Београду, донете на III редовној седници, одржаној 08.03.2016. године.

Завршена дисертација има 268 страна са прилозима и литературом, односно 233 странице основног текста. Дисертација се састоји од пет поглавља, укључујући уводно и закључно. Сва поглавља, осим закључног, подељена су на више потпоглавља, чиме рад добија садржинску разуђеност адекватну издвојеним димензијама истраживане теме као и одабраних приступа у прикупљању података. У раду је коришћена обимна библиографска грађа која броји 171 јединицу литературе, од чега 92 на енглеском језику.

2. Предмет и циљеви дисертације

Предмет докторске дисертације је на испитивање могућности позиционирања Београда као града културе, а на основу испитивања две манифестације различитих врста уметности: Бемуса и Феста. Стављање у фокус две манифестације објашњено је чињеницом да мобилизација културних садржаја у функцији подизања конкурентности градова условљава промене модела културних политика и поставља бројне захтеве пред културне манифестације, управо у погледу генерисања специфичних идентитетских стратегија. Основни *циљ рада* је да установи начин на који се истраживане манифестације профилишу, те да истакне њихове предности и/или ограничења у односу на брендирање Београда у сфери културе. Тако постављеном предмету и циљу истраживања приступа се на основу анализе доступних секундарних података, као и на основу теренског истраживања са фокусом на перспективу интерне јавности која профилише идентитет и имиџ сваке манифестације, а коју чини публика (на основу свог укуса, културних потреба, очекивања од, и значаја који приписује манифестацији) као и креатори манифестација (на основу своје визије о профилу манифестације – кроз програмску концепцију, представу о постојећој или жељеној публици, као и на основу ставова о улози коју манифестација треба да има за град, о пожељном моделу културне политике и тако даље).

3. Основне хипотезе од којих се полазило у истраживању

Истраживачки циљеви докторске дисертације су прецизно развијени и повезани са полазним хипотезама. Основни *циљ рада*, да установи начин на који се истраживане манифестације профилишу и истакне њихове предности и/или ограничења за брендирање Београда у сфери културе, полази од претпоставке да су одабране манифестације идеално-типски различите у погледу типова идентитета града у сфери културе (традиционални културни идентитет наспрам идентитета узбудљивог града), а самим тим и у погледу потенцијала брендирања града, те се основно истраживачко питање исказује на следећи начин: да ли се и у којој мери одабране манифестације профилишу на начин који доприноси традиционалном културном идентитету града, односно идентитету узбудљивог града? У складу са тиме, нултом хипотезом је претпостављено да је идентитет Бемуса ближи моделу традиционалног културног идентитета града, а да је идентитет Феста ближи идентитету узбудљивог града.

У односу на општу полазну хипотезу, у домену истраживања интерне јавности (публика и креатори манифестација) дефинисано је низ истраживачки релевантних питања и њима одговарајућих хипотеза. Тако се у истраживању публике Бемуса пошло од хипотезе да се она може сврстати у припаднике „високе културе“ (доминација мотива задовољавања естетских и едукативних потреба), да доминантно заступа став да Бемус производи интринзичне вредности за град, те да манифестација треба да се одржава у традиционалним просторима културе. Насупрот томе, за публику Феста претпостављен је разнолик културни укус и доминација „доживљајних“ мотива, као и став да Фест производи инструменталне и институционалне вредности за град, те да манифестација треба да осваја нове просторе у граду. У складу са претпостављеном дистинкцијом манифестација у односу на два културна идентитета града (традиционални наспрам узбудљивог) аналогно су постављене хипотезе и када је реч о њиховим креаторима. За креаторе Бемуса је претпостављено да настоје да ову манифестацију позиционирају у пољу „високе културе“ као манифестацију намењену публици која је у потрази за „лепим“, да допринос Бемуса граду виде у томе што афирмише локалне потенцијале и производи интринзичне вредности, да Бемус везују за традиционалне просторе културе, те да су поборници хуманистичког модела културне политике. Насупрот томе, за креаторе Феста је претпостављено да теже позиционирању ове манифестације као манифестације популарних садржаја намењене публици разноврсног укуса, да сматрају да Фест Београду даје интернационални потенцијал и да за град производи институционалне и инструменталне вредности, као и да манифестација треба да осваја нове просторе, те да су оријентисани ка тржишном моделу културне политике. За креаторе обе манифестације претпостављено је и да постојећи степен аутономије делатника из сфере уметности у организационој структури манифестација виде као један од важних ограничавајућих чинилаца профилисања културних манифестација у Београду.

4. Кратак опис садржаја дисертације

Садржај дисертације изложен је у пет поглавља. У Уводном, одређени су предмет и циљ рада, са нагласком на историјски контекст који их чини релевантним. Ауторка указује на доминантно предузетнички приступ развоју градова који, почев од последњих деценија 20. века, ставља свеукупне унутрашње ресурсе града у функцију економског

развоја, услед чега култура и уметност постају важни инструменти урбаног планирања, а брендирање идентитета града значајан стратешки циљ. Како ауторка примећује, иако Стратегија развоја града Београда (2011) издваја културу као важан развојни потенцијал, Београд се последњих година највише препознаје као престоница забаве и ноћног провода. Отуда је и предмет њене докторске дисертације усмерен на испитивање могућности позиционирања Београда као града културе, посредством испитивања две манифестације: Феста и Бемуса. У Уводном поглављу детаљно су спецификовани циљеви и хипотезе истраживања и дата основна обавештења о коришћеним изворима података и методама њиховог прикупљања и обраде. Друго поглавље, насловљено *Брендирање града у сфери културе: концептуални оквир*, најпре разматра концепт брендирања као проактивне развојне стратегије културне политике града, а потом фокус пребацује на значај културних манифестација за процес брендирања града, уз препознавање три аналитички релевантне компоненте манифестација: простор, програмску визију и вредности које производе за град. Следи одељак у којем ауторка дефинише појам идентитета града, а потом уводи концепте традиционалног културног идентитета града и узбудљивог града. У овом одељку издвојене су релевантне димензије идеално-типских модела културног идентитета града, чиме је конструсана појмовна матрица даље анализе. Њен битан елемент јесте публика, а разматрању културних потреба и укуса публике посвећени су посебни одељци другог поглавља.

Тип културне политике (хуманистички или тржишни), такође битна димензија појмовне матрице, оцртан је у другом поглављу а детаљније разматран на почетку трећег поглавља, насловљеног *Идентитет Београда у сфери културе: културне политике и имиџ манифестација*, чиме контекстуална анализа базирана на секундарним изворима података добија развијенији концептуални оквир. У овом поглављу ауторка даје историјски приказ културне политике Београда, одређујући кључне карактеристике њених развојних фаза у односу на више приказаних модела, а потом се бави одабраним манифестацијама, разматрајући три важне димензије: организациону структуру, систем финансирања и (континуитет/дисконтинуитет) имиџ(а) манифестација. У завршном одељку овог поглавља Бемус и Фест се позиционирају у односу на разматране моделе културне политике и закључује да је Бемус ближи хуманистичком а Фест тржишном моделу културне политике, да је у имиџу Бемуса доминатна естетска компонента, а у имиџу Феста „узбудљива“ компонента, док су у домену организационе структуре и начина финансирања обе манифестације најближе „парадржавном“ моделу. Спроведена концептуална и контекстуална анализа културне политике Београда, те Феста и Бемуса као њених продуката у различитим фазама њиховог трајања, оцртала је и битна аналитичка питања за истраживање идентитетске профилације одабраних манифестација из угла њихових кретања и за њих специфичних релација и перспектива (перспектива града/уметничка перспектива/перспектива продукције) – транспарентност доношења одлука, компетентност, сукоби интереса итд.

Четврто поглавље: *Упоредна анализа Феста и Бемуса*, чине два потпоглавља. Прво се односи на анализу публике посматраних манифестација, које започиње прецизирањем примењене методе прикупљања података (анкета) и узорковања испитаника (Бемус: 250 испитаника – сви концерти и све дворане; Фест: 512 испитаника, узорком обухваћени сви дани трајања манифестације, заступљене пројекције у различитим терминима и просторима). Следи анализа музичког и филмског укуса публике обе манифестације, а на основу дескриптивне статистике и факторске анализе, а потом и културних потреба

публике, анализа значаја који публика Фесту односно Бемусу приписује за идентитет Београда, те оцена простора у којима (треба да) се одвија Бемус односно Фест. Друго потпоглавље садржи анализу ставова експерата који учествују у креирају истраживаних манифестација, заузимајући значајне позиције у њиховој организационој структури. И оно отпочиње описом примењене методе (интервју) и узорка, који се заснивао на критеријуму да за сваку манифестацију буде заступљен бар по један представник из сва три сектора (финансијски, идејно-стручни, организациони), на основу чега је реализовано по 4 интервјуа за сваку манифестацију. Анализа интервјуа пружа сазнања о ставовима испитаника према профилу манифестације (програмска концепција, визија, карактеристике публике: некадашње, садашње и будуће, итд.), о улози коју манифестација има за град (да ли је манифестација бренд града, да ли и колико доприноси идентитету Београда као града културе и сл.), те о пожељном моделу културне политике града и организационе структуре манифестације. Анализа резултата у оба потпоглавља је врло стриктно вођена концептуалним оквиром и истраживачким питањима/хипотезама, у складу са којим су за сваки сегмент анализе систематски изведени и закључци.

У закључном одељку, сумирају се укупни налази истраживања. На основу секундарних извора, ауторка закључује да имиџ Феста доприноси креирању идентитета Београда као узбудљивог града, уз оптимистичку напомену да, на основу генерисаних вредности за град, узбудљива компонента ове манифестација ипак не доводи до њене комерцијализације на штету културе. С друге стране, имиџ Бемуса је ближи традиционалном културном идентитету града, што граду пружа изузетан уметнички али не и велики бренд потенцијал. Ставови публике, међутим, пружају нешто другачије увиде. Публика Бемуса показала се разноврснијег укуса што, по мишљењу ауторке, отвара ову манифестацију и ка узбудљивом идентитету. С друге стране, и публика Феста неким својим одговорима (о мотивацији посете, значају манифестације за град) обликује елементе традиционално културног идентитета ове манифестације, а не само узбудљивог (коме у прилог иду обележја укуса публике и њена перцепција простора манифестације). До сличних закључака ауторка долази и на основу интервјуисаних креатора манифестација. Тако, у програмским иновацијама или трагању за новим каналима комуникације са публиком, ауторка препознаје искорак Бемуса ка узбудљивом идентитету, од кога га, пак, највише удаљава анализа пожељног модела културне политике (инсистирање на хуманистичком, уз зазор ка тржишном). Интервјуисани актери Феста потврђују доминантно узбудљив идентитет који профилише ова манифестација, иако и они у појединим димензијама (нпр. простора манифестације) нагињу и ка супротном моделу. Премда су почетне хипотезе углавном потврђене, те се Бемус на основу свих разматраних извора показао као традиционална манифестација са мањим потенцијалом у брендирању Београда као града културе у односу на Фест, уочена одступања и назнаке других потенцијала односно ограничења у профилисању имица самих манифестација, а посредно и Београда као града културе, ауторка је документовала и специфичним „додатком закључку“, у коме износи увиде на основу посматрања манифестација (публике – атмосфере – организације) током теренског истраживања.

5. Остварени резултати и научни допринос дисертације

Докторска дисертација Милене Токовић представља оригиналан научни рад, који се бави веома комплексном темом односа између идентитета културних манифестација и

идентитета града, повезујући више социолошких дисциплина (пре свега, социологију културе и уметности са социологијом града) и област менаџмента у култури. То је захтевало иновативни приступ у ишчитавању релевантних истраживања и концептуалном повезивању постојећих сазнања, те комбиновање различитих метода у прикупљању података. Понуђеним решењима, и на теоријској и на методолошкој равни, кандидаткиња је успешно савладала комплексност теме којом се бавила. Веома прецизно дефинисана и стриктно примењена концептуална матрица истраживања, допринела је не само да се уоче одређене правилности у профилисању идентитета посматраних манифестација већ и истакну одступања и противречности која оцену њиховог потенцијала у креирању идентитета града чине важном темом будућих научних истраживања. Добијена сазања садрже информације релевантне и за област практичне политике, указујући на значај истраживања која се баве различитим перспективама и релацијама актера у организационим структурама манифестација од значаја за идентитет града.

6. Закључак

Дисертација је урађена у складу са одобреном пријавом и испуњава све формалне, садржинске и квалитативне услове постављене нормативним актима и академским обичајима Филозофског факултета и Универзитета у Београду. Кандидаткиња Милена Токовић потврдила је високу квалификованост за научни рад, а својом дисертацијом понудила је оригинално дело које ће дати вредан допринос научној мисли из области социологије града и социологије културе.

У складу са анализом понуђеном у овом извештају, дајемо позитивну оцену и сматрамо да су се стекли сви услови да кандидаткиња Милена Токовић приступи усменој одбрани своје докторске дисертације.

Стога, Комисија предлаже Наставно-научном већу да одобри јавну одбрану докторске дисертације под насловом *Брендирање Београда као проактивна развојна стратегија у сфери културе: упоредна анализа Феста и Бемуса*, кандидаткиње Милене Токовић.

У Београду, 25. 11. 2019.

Чланови Комисије:

др Ивана Спасић, редовна професорка
Универзитет у Београду - Филозофски факултет

др Милена Драгићевић-Шешић, редовна професорка
Универзитет уметности у Београду - Факултет драмских уметности

др Мина Петровић, редовна професорка (менторка)
Универзитет у Београду - Филозофски факултет