

Univerzitet u Tuzli
Filozofski fakultet
Studijski odsjek: Žurnalistika

IZMIJENJEN I DOPUNJEN STUDIJSKI PROGRAM
DOKTORSKOG STUDIJA KOMUNIKOLOGIJA
(u primjeni od akademske 2013/14. godine)

Tuzla, novembar 2012. godine

Opće informacije

<i>1.1. Naziv studijskog programa</i>
Doktorski studij Komunikologija za stjecanje akademskog stepena: <i>Doktor društvenih nauka u području komunikologije</i>
<i>1.2. Nositelj studijskog programa</i>
Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli
<i>1.3. Vrsta studijskoga programa</i>
Poslijediplomski doktorski studij
<i>1.4. Način izvođenja studijskog programa</i>
Klasični
<i>1.5. Akademski/stručni naziv nakon završetka studija</i>
Doktor društvenih nauka iz područja komunikologije
<i>Naučna polja:</i>
komunikologija, masovni mediji, javno mnijenje, korporativno komuniciranje, poslovno komuniciranje, odnosi s javnostima, marketinško komuniciranje, mrežni mediji, interpersonalno komuniciranje

1. Naziv studijskog programa

Doktorski studij Komunikologija za stjecanje akademskog stepena: *Doktor društvenih nauka iz područja komunikologije*

2. Način realizacije studijskog programa

Nositelj studija je Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli – Studijski odsjek Žurnalistika
U I semestru slušaju se tri obavezna predmeta, čijim polaganjem se ostvaruje po 7 ECTS bodova, ukupno 21 ECTS.

U ovom semestru obaveza je polaznika da realizira samostalni istraživački projekat iz područja komunikoloških istraživanja, dosljedno primjenjujući metode i tehnike komunikoloških istraživanja. Na osnovu tog projekta ostvaruje 9 ECTS bodova.

U II semestru slušaju se tri izborna predmeta čijim polaganjem se ostvaruje po 7 ECTS bodova, odnosno ukupno 21 ECTS.

Izborni predmeti se biraju s Liste izbornih predmeta koju utvrđuje Vijeće dokorskog studija.

U ovom semestru polaznici biraju mentora i uz njegovu podršku izrađuju nacrt istraživanja doktorske disertacije. Tako ostvaruju 9 ECTS, na temelju pismenog iskaza mentora.

U III semestru polaznici završavaju izradu projekta doktorske disertacije i brane ga javno pred komisijom koju čini tri nastavnika iz problemskog područja na koje se odnosi projekat. Na osnovu javne odbrane projekta doktorske disertacije, studenti ostvaruju 20 ECTS bodova.

U ovom semestru polaznici imaju obavezu ostvariti: 10 ECTS bodova na osnovu: 1) izlaganja postupka i rezultata samostalnog istraživačkog rada studentima master studija na Univerzitetu u Tuzli, odnosno na nekom drugom javnom univerzitetu u Bosni i Hercegovini ili

inostranstvu, a u trajanju od najmanje 3 sata ili 2) javnog prezentiranja prihvaćenog projekta doktorske disertacije.

U IV semestru na osnovu rada na disertaciji polaznici pod nadzorom mentora ostvaruju ukupno 10 ECTS bodova, dok na osnovu aktivnosti istraživačkog rada (učešćem, odnosno prihvatanjem rada na međunarodnoj naučnoj konferenciji) ostvaruju 20 ECTS bodova.

U V semestru na osnovu rada na disertaciji polaznici pod nadzorom mentora ostvaruju ukupno 15 ECTS bodova, dok na osnovu aktivnosti istraživačkog rada (objavlivanjem rezultata samostalnog naučnog istraživanja u odgovarajućoj recenziranoj naučnoj publikaciji) ostvaruju 15 ECTS bodova.

U VI semestru se vrši odbrana doktorske disertacije na osnovu čega se ostvaruje 30 ECTS bodova.

Uporedo sa: 1) razvojem i institucionalnim jačanjem studija trećeg stupnja na Univerzitetu u Tuzli, 2) pojavljivanjem novih potreba i novih trendova u naučno-istraživačkom području komunikologije te 3) sa iskustvima stečenim u toku realizacije dokorskog studija odvijat će se razvoj i institucionalno jačanje Dokorskog studija „komunikologija“. U tom cilju realizacija dokorskog studija će biti podložna periodičnim evaluacijama.

Prva evaluacija načinit će se nakon završetka prvog semestra i ona će biti fokusirana na potrebu promjena vezanih za komunikaciju sa polaznicima i nastavnicima, komunikaciju između polaznika i nastavnika, faktora koji utiču na kvalitet nastavnog procesa, zadovoljstvo polaznika, nivo i kvalitet prezentiranih naučnih informacija i nivo uključenosti polaznika u proces i procijeniti okupljenost uvjeta za izbor izbornih predmeta.

Druga evaluacija načinit će se nakon drugog semestra i na njoj će se ponoviti pitanja iz prve evaluacije i procijeniti okvirno opredjeljivanje za istraživačka područja dokorskog rada.

Treća evaluacija načinit će se nakon trećeg semestra a fokusirat će se na kritičku ocjenu stečenih iskustava u održavanju nastave te na vannastavne aspekte studija (uključenost studenata u istraživačke projekte, naučne skupove i druge oblike aktivnosti na temelju kojih prikupljaju ECTS). U okviru ove evaluacije ocijenit će se okupljenost uvjeta za prelazak na mentorski rad (pripremu prijave i rad na izradi disertacije).

Na temelju nalaza iz prvih triju evaluacija kreirat će se prijedlog unaprjeđenja dokorskog studija koji će uključiti i stvaranje mogućnosti partnerskog povezivanja s drugim srodnim dokorskim studijima u Bosni i Hercegovini, regiji i šire.

Četvrta evaluacija načinit će se nakon petog semestra i ona će biti fokusirana na efikasnost i kvalitet mentorskog rada sa studentima.

Završna evaluacija načinit će se nakon prve odbrane dokorskog rada. Rezultat će redizajnom koncepta dokorskog studija.

3. Uslovi upisa na studij

Pravo upisa na Dokorski studij Komunikologija imaju kandidati koji su: 1) nakon postdiplomskog naučnog magistarskog studija stekli diplomu magistra nauka iz oblasti: žurnalistike, komunikologije, masovnih medija, odnosa s javnostima, poslovnih komunikacija, marketing komunikacija i sl., te koji su 2) nakon master studija stekli diplomu: magistra žurnalistike, komunikologije, odnosa s javnostima, masovnih medija, poslovnih komunikacija i marketing komunikacija.

Pravo na upis imaju i kandidati koji su magistri nauka, odnosno magistri iz drugih naučnih područja i oblasti, koji su se duži period svoje profesionalne karijere bavili teorijskim i praktičnim aspektima komuniciranja, koji su imali javne prezentacije svog rada na naučnim i stručnim skupovima ili u relevantnim naučnim i stručnim publikacijama te koje pismeno preporuče najmanje dva profesora iz oblasti komunikologije sa univerziteta u Bosni i Hercegovini ili iz inostranstva. Preporuke se moraju zasnivati na navedenim profesionalnim referencama. Ovi kandidati imaju obavezu položiti tri ispita iz kolegija sa dodiplomskog i master studija Studijskog odsjeka Žurnalistika Filozofskog fakulteta Univerziteta u Tuzli, a koje će na prijedlog Vijeća za doktorski studij utvrditi NNV Fakulteta. Ove ispite potrebno je položiti prije početka polaganja ispita na doktorskom studiju.

Studij mogu upisati kandidati pod uslovom da su na prethodno završenom stupnju studija imali prosjek ocjena najmanje 8,0.

Na prijedlog najmanje dvaju profesora iz oblasti komunikologije s univerziteta u Bosni i Hercegovini ili iz inostranstva, a uzimajući u obzir iskazane sklonosti ka naučno-istraživačkom radu, Vijeće za doktorski studij može predložiti upis kandidata s prosjekom nižim od 8,0, ali ne i nižim od 7,0.

Odluku o upisu donosi NNV Filozofskog fakulteta na osnovu prijedloga rang liste Komisije za upis studenata, nakon javno objavljenog konkursa.

4. Način priznavanja rezultata, odnosno broja ECTS bodova kandidatima, ostvarenih tokom sticanja odgovarajućih zvanja na prethodnim završenim ciklusima studija

Polaznici sa zvanjem magistra nauka oslobođeni su: 1) obaveze realiziranja samostalnog istraživačkog projekta na prvom semestru a 9 ECTS bodova dobijaju na temelju valjanog dokumeta iz kojeg se vidi da su odbranili magistarski naučni rad i 2) polaganja jednog izbornog predmeta, na osnovu čega dobijaju 7 ECTS.

Polaznici sa završenim master studijem i dobijenim zvanjem magistra struke oslobođeni su polaganja jednog izbornog predmeta na osnovu čega dobijaju 7 ECTS.

5. Uslovi upisa narednog semestra, odnosno naredne godine studija

Polaznik upisuje drugi semestar nakon odslušanih predmeta na prvom semestru, što ovjerava predmetni nastavnik svojim potpisom u indeksu.

Polaznik upisuje treći semestar nakon što odsluša nastavu na predmetima na drugom semestru, što ovjerava predmetni nastavnik, i ostvari minimalno 15 ECTS na osnovu ispunjavanja ispitnih i drugih obaveza na prvom i drugom semestru.

Polaznik stječe pravo da prijavi temu za izradu doktorske disertacije rada tokom III semestra, pod uslovom da je prethodno ostvario 30 ECTS bodova.

Prijava teme doktorske disertacije podnosi se NNV-u Fakulteta. Na osnovu prijedloga Vijeća dokorskog studija, NNV Fakulteta Senatu Univerziteta predlaže sastav Komisije za ocjenu podobnosti teme doktorske disertacije i kandidata. Senat Univerziteta, uz prethodno mišljenje Vijeća grupacije imenuje Komisiju. Postupak javne odbrane provodi se pred imenovanom Komisijom za ocjenu podobnosti teme doktorske disertacije i kandidata. Zapisnik s javne odbrane je sastavni dio Izvještaja.

Na osnovu mišljenja Vijeća dokorskog studija, prijedloga NNV-a i prethodnog mišljenja Vijeća grupacije, Senat usvaja Izvještaj o podobnosti teme i kandidata doktorske disertacije.

Nakon usvajanja Izvještaja, uz prethodnu saglasnost Senata, NNV imenuje mentora za izradu doktorske disertacije.

NNV utvrđuje prijedlog Komisije za ocjenu doktorske disertacije od 3 ili 5 članova od kojih je većina iz oblasti doktorske disertacije. Senat Univerziteta, uz prethodno mišljenje Vijeća grupacije, imenuje Komisiju za ocjenu doktorske disertacije.

Nakon prihvatanja Izvještaja Komisije o ocjeni doktorske disertacije, Senat Univerziteta, uz prethodno mišljenje Vijeća grupacije donosi odluku o imenovanju Komisije za odbranu.

Kandidat može pristupiti odbrani dokorskog rada nakon što ispuni sve svoje ispitne i ostale obaveze na studiju; odnosno nakon sticanja 150 ECTS u prethodnom toku dokorskog studija.

6. Nastavni plan studijskog programa

6.1. Obavezni predmeti

R.br.	Naziv predmeta	Semestar	Broj sati	ECTS
1.	Metodologija komunikoloških istraživanja	I	30/120	7
2.	Konvergenција masovnih medija	I	30/120	7
3.	Komunikologija mrežnih medija	I	30/120	7

Na svim obaveznim predmetima izvodi se 30 sati predavanja i 120 sati samostalnog rada studenta.

6.2. Izborni predmeti

R.br.	Naziv predmeta	Semestar	Broj sati	ECTS
1.	Savremeni koncepti poslovnog komuniciranja	II	30/120	7
2.	Evropska medijska politika	II	30/120	7
3.	Mediji i ljudska prava	II	30/120	7
4.	Teorije i istraživanja interpersonalne komunikacije	II	30/120	7
5.	Suvremene teorije komuniciranja	II	30/120	7
6.	Bosanskohercegovačka komunikacijska paradigma	II	30/120	7
7.	Mediji i suvremeno društvo	II	30/120	7
8.	Savremena filozofija komunikativnog uma	II	30/120	7
9.	Mediji i kolektivno pamćenje	II	30/120	7

Polaznik bira između ponuđenih izbornih predmeta. Svaki izborni predmet donosi 7 ECTS bodova.

7. Način provjere znanja studenata i način izvršavanja obaveza utvrđenih studijskim programom

Provjeru znanja i izvršenja obaveza studenata predviđenih studijskim programom vrši predmetni nastavnik a na način predviđen silabusom za određeni predmet.

8. Akademska titula, odnosno naučno zvanje koje se stiče završetkom doktorskog studija

Završetkom doktorskog studija stiče se naučno zvanje: *doktor društvenih nauka iz područja komunikologije*.

9. Kompetencije i vještine koje se stiču završetkom doktorskog studija

Završetkom doktorskog studija, odnosno nakon stjecanja zvanja doktora nauka u oblasti komunikologije, stječu se sljedeće kompetencije:

- sposobnost metodološki utemeljenog objektivnog razumijevanja biti znanstvenog područja komunikologije,
- sposobnost generiranja i originalne interpretacije novih znanja, uključujući i kritičko preispitivanje validnosti *mainstream* teorija, kroz naučna istraživanja i publiciranje rezultata,
- sposobnost primijenjenih istraživanja komunikacijskih problema i fenomena u savremenom bosanskohercegovačkom društvu,
- sposobnost primjene znanja za izradu koncepata te izradu i implementaciju projekata koji će otklanjati zastoje u društvenim komunikacijama i zastoje u demokratskim procesima, te uvećavati ukupni komunikacijski kapital društva,
- sposobnost kritičke analize i evaluacije novih naučnih informacija u naučnom području komunikologije,
- sposobnost stvaranja i prezentiranja validnih i vjerodostojnih sudova o kompleksnim temama u okvirima relevantne društvene, znanstvene i etičke odgovornosti,
- sposobnost uključivanja u sistem obrazovnog i naučno-istraživačkog rada u sistemu visokog obrazovanja.

10. Lista nastavnika koji izvode nastavu na doktorskome studiju

Nastavnik	Predmet
Dr. sci. Enver Halilović, red. prof.	- Savremena filozofija komunikativnog uma
Dr. sci. Najil Kurtić, red. prof.	- Metodologija komunikoloških istraživanja - Mediji i ljudska prava
Dr. sci. Besim Spahić, red. prof.	- Savremeni koncepti poslovnog komuniciranja
Dr. sci. Jelenkla Voćkić Avdagić, red. prof.	- Savremene teorije komuniciranja
Dr. sci. Šemso Tucaković, red. prof.	- Bosanskohercegovačka komunikacijska paradigma
Dr. sci. Stjepan Malović, red. prof.	- Mediji i suvremeno društvo (20)
Dr. sci. Gordana Vilović, vanr. prof.	- Mediji i suvremeno društvo (10)
Dr. sci. Damir Kukić, vanr. prof.	- Evropska medijska politika
Dr. sci. Vedada Baraković, vanr.- prof.	- Mediji i kolektivno pamćenje - Konvergencija masovnih medija
Dr. sci. Enes Osmančević, doc.	- Komunikologija mrežnih medija - Teorija i istraživanja interpersonalne komunikacije

11. Nastavni programi (silabusi) predmeta

NASTAVNI PROGRAM PREDMETA/KURSA: Savremena filozofija komunikativnog uma	
FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	Savremena filozofija
SMJER	
ODSJEK	Žurnalistika
ETSC	
BROJ SATI	30
Predavanja	30
Auditorne vježbe	
Eksperimentalne vježbe	
NASTAVNIK	Prof. Dr. Enver Halilović
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti doktorskog studija Komunikologija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati se mogu obratiti na mailove:
Adresa fakulteta	
Telefon	
Fax	
Telefon (kancelarija)	
Web strana fakulteta	
Web strana nastavnog kursa	
<p>PREPORUČENA LITERATURA: Husserl, Edmund, Kriza evropskih nauka i transcendentna fenomenologija, g. Milanovac, Dečje novine, 1991. Hajdeger, Martin, Moj put u fenomenologiju. U: O stvari mišljenja, Beograd, Plato, 1998. Abdulah, Šarčević, Filozofija i vrijeme: svijet života, fenomenologija komunikativnog uma, inter-individuacija i koegzistencija, znanost-jezik-rezonancija, Sarajevo, Connectum, 2009. Habermas, Jirgen, The Theory of communicativ Action, Volum 1, Cambridge: Polity Press, 1987. Hotimir, Burger, Subjektivocentrirana filozofija i komunikativna intersubjektivnost; u Habermas J. 1988. Habermas Jirgen, The Entwinement of Mytt and Elighnment: Re-reading Dialectic of Enlightenment, New German Critique 26 (1982):28 Enver Halilović, Tokovi savremene filozofije, Sarajevo, BKC, 2004.</p> <p>DODATNA LITERATURA: Valdenfels, Bernhard, U mrežama životnog svijeta, Sarajevo, V. Masleša, 1991. Valdenfels, Bernhard, Topologija stranog, N. Sad, 2005. Strol, Ejvrum, Analitička filozofija u dvadesetom veku, Beograd, Dereta, 2005. Hajdeger Martin, Prolegomena za povijest pojma vremena,, Zagreb, Demetra, 2000. Rajnah, Adolf, O fenomenologiji, u: Arhe 4/2005. , N. Sad, Fil. Fak., 2005. Habermas, Jirgen, Tehnika i znanost kao ideologija, Zakreb, ŠK, 1986.</p>	

<p>Hajdeger, Martin, Pisma o humanizmu, Beograd, Plato, 2002 Markuze, Herbert, Hegelova ontologija i teorija povijesnosti, Sarajevo, V. Masleša, 1981. Pierce, David, Questions in the Philosophy of Mind, New York, CUP, 1975. Habermas, Jirgen, Saznanje i interes, Beograd, Nolit, 1976. Markuze, Herbert, Um i revolucija, Sarajevo, V. Masleša, 1987 Habermas, Jirgen, Teorija i praksa, Beograd, BIGZ, 1980.</p>
<p>PREDUSLOVI: Nema posebnih nastavnih preduslova za pohađanje ovog kursa.</p>
<p>SADRŽAJ KURSA Racionalnost i komunikativno djelovanja, M. Weber; Svijet života i komunikativno djelovanje, E. Husserl, E. Fink, Jean Francois Lyotard; Filozofski osnovi problema komunikacije: Ludwig Wittgenstein, Karl Jaspers, Jean Paul Sartre, Merleau Ponty, Martin Buber; Jezik kao osnov djelovanja, analitička filozofija, M. Heideger, J. Habermas Društvena racionalnost; Komunikacija i teorija socijalne evolucije, Novi društveni pokreti, Krićka teorija društva; Pojam svijeta života u teoriji komunikativnog djelovanja: E. Husserl, W. Schut, J. Habermas</p>
<p>CILJEVI KURSA Ciljevi kursa su: Produbljeno poznavanje filozofsko-društvenog i filozofsko-historijskog konteksta komunikološke znanosti. Osposobljavanje kandidata za istraživački rad iz komunikologije s aspekta filozofije.</p>
<p>OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA Spremnost kandidata za prepoznavanje i mogućnost bavljenja filozofskim aspektom savremene komunikologije.</p>
<p>NASTAVNE METODE U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa i kompetencija studenata na kraju semestra na kursu se koriste različite nastavne metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predavanja zasnovana na case study • individualni projekti.
<p>METODE PROVJERE ZNANJA Završni ispit Završni ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela. Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada (studije slučaja) u kojem student treba povezati teorijske koncepte sa empirijskim stanjem. Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.</p>

SISTEM BODOVANJA

Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.

RED . BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	20
2.	Pristupni rad	40
4.	Usmeni dio završnog ispita	40
UKUPNO		100

SISTEM OCJENJIVANJA

51- 60 bodova – ocjena 6 (E)

61 – 70 bodova – ocjena 7 (D)

71- 80 bodova – ocjena 8 (C)

81- 90 bodova – ocjena 9 (B)

91- 100 bodova – ocjena 10 (A)

NASTAVNI PROGRAM PREDMETA/KURSA: Metodologija komunikoloških istraživanja	
FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Žurnalistika
ETSC	7
BROJ SATI U SEMESTRU 30	
Predavanja	30
Auditorne vježbe	
Eksperimentalne vježbe	
NASTAVNIK	Dr. sc. Najil Kurtić, red. prof.
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti doktorskog studija komunikologija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati se mogu obratiti na mailove: najil.kurtic@untz.ba
Adresa fakulteta	Tihomila Marković br. 1. Tuzla
Telefon	00387 (0)35 306 330
Fax	00387 (0)35 251 583
Telefon (kancelarija)	00387 (0)35 306 330 lokal 040 ili 041 (2)
Web strana fakulteta	http://www.ff.untz.ba/
Web strana nastavnog kursa	
PREPORUČENA LITERATURA	
Ward, J., Hansen, K.A., (1993), Search Strategies In Mass Communication, Longman, New York	
Berger, A.A., (1998), Media Research Techniues, SAGE Publication, Thousand Oaks, California	

Gunter, B., (2000), Media Research Methods, SAGE Publication, Thousand Oaks, California

Collins, T.W., (1999), Fokusne grupe, Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo

Fowler, F.J.; Mangione, T.W., (1991), Standardized Survey Interviewing – Minimizing Interviewer – Related Error, SAGE Publication, Thousand Oaks, California

Kurtić, N., (2011), Komunikološki ogledi, Bosanska riječ, Tuzla

DODATNA LITERATURA

Kundačina, M., Bandur, V., (2007), Akademsko pisanje, Učiteljski fakultet, Užice

Termiz, Dž., (2009), Metodologija društvenih nauka, Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo

Yin, R.K., (2009), Case Study Research: Design and Methods, SAGE Publication, Newbury Park, California

Lavrakas, P.J., (b.d.i.), Telephone Survey Methods: Sampling, Selection and Supervision, SAGE Publication, Newbury Park, California

Stewart, D.W., Shamdasani, P.N. (b.d.i.), Focus Groups: Theory and practice, SAGE Publication, Newbury Park, California

Iorio, S.H., (2004), Qualitative Research in Journalism: Taking It to the Streets, LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHERS, London

Daymond, C., Holloway, I., (2002), Qualitative Research Methods In Public Relations and Marketing Communications, Routledge, London

Gebremedhin, T.G., Tweeten, L.G., (1994), Research Methods and Communication in the Social Sciences, Praeger, London

Frey, L.R., Cissna, K.N., (2009), Routledge Handbook of Applied Communication Research, Routledge, London

PREDUSLOVI:

Nema posebnih nastavnih preduslova za pohađanje ovog kursa.

SADRŽAJ KURSA

- Uvod u teorijsku pozadinu medijskih istraživanja
- Tradicija medijskih istraživanja (publike, mediji i poruke, efekti i socijalne uloge)
- Istraživanje i pregled literature,
- Teorijsko utemeljenje,
- Model strategije istraživanja,
- Pisanje istraživačkog projekta,
- Odabir istraživačkog postupka,
- Priroda kvalitativnih istraživanja i njihov značaj za komunikologiju,
- Metoda studije slučaja,
- Metoda dubinskog intervjua,
- Metoda fokus grupe,
- Naučno promatranje,
- Metoda komparativne analize,
- Analiza diskursa (sadržaja),
- Naučno anketiranje,
- Prikupljanje podataka,
- Uzorkovanje,
- Klasificiranje, prezentiranje i analiza podataka,
- Osnovne statističke metode i glavni statistički alati,
- SPSS u komunikološkim istraživanjima,
- Tumačenje podataka, naučno zaključivanje i sinteze,
- Pisanje izvještaja – akademski standardi

CILJEVI KURSA

- Ovladati ključnim teorijskim konceptima razumijevanja i istraživanja savremenih komunikoloških fenomena,
- Usvojiti neophodna znanja i vještine izrade istraživačkih projekata u području komunikologije,
- Ovladati istraživačkim metodama i tehnikama specifičnim za komunikologiju,
- Pripremiti studenta za kreiranje prijave završnog rada (master teze),
- Ovladati standardima akademskog pisanja

OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA

Na kraju kursa *uspješni studenti*, koji su tokom čitavog nastavnog perioda kontinuirano obavljali svoje obaveze, trebali bi biti osposobljeni da samostalno konceptualiziraju istraživački projekat u oblasti komunikologije, pravilno izaberu i realiziraju odgovarajuće istraživačke probleme i metode, artikuliraju generalnu i pomoćne hipoteze, razviju mrežu indikatora, primijene odgovarajuće tehnike obrade podataka te samostalno interpretiraju dobijene rezultate i napišu izvještaj za naučni časopis.

NASTAVNE METODE

U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa i kompetencija studenata na kraju semestra na kursu se koriste različite nastavne metode:

- predavanja
- praktične vježbe
- individualni projekti.

METODE PROVJERE ZNANJA

Završni ispit

Završni ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.

Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog rada (istraživačkog projekta) u kojem student treba, oslanjajući se na usvojena teorijska znanja, razraditi metodologiju istraživanja konkretnog istraživačkog problema.

Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.

SISTEM BODOVANJA

Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.

RED . BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	30
2.	Pristupni rad	30
3.	Usmeni dio završnog ispita	40
UKUPNO		100

SISTEM OCJENJIVANJA

51- 60 bodova – ocjena 6 (E)

61 – 70 bodova – ocjena 7 (D)

71- 80 bodova – ocjena 8 (C)

81- 90 bodova – ocjena 9 (B)

91- 100 bodova – ocjena 10 (A)

FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Komunikologija
PREDMET	Konvergencija masovnih medija
ETSC	7
BROJ SATI U SEMESTRU	30
NASTAVNIK	dr.sci.Vedada Baraković, docent
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti III ciklusa studija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati mogu se obratiti na: vedada.barakovic@untz.ba b.vedada@gmail.com Skype: vedada.barakovic
<p>PREPORUČENA LITERATURA</p> <p>Briggs, Mark (2007). <i>Journalism 2.0: How to survive and thrive</i>. Dostupno na: http://www.jlab.org/Journalism_20.pdf</p> <p>Bourdieu, Pierre (1996). <i>On television</i>. New York: The New Press</p> <p>Bodrijar, Žan (1991). <i>Simulakrumi i simulacije</i>. Novi Sad: IP svetovi</p> <p>Castells, Manuel (2003). <i>Internet galaksija</i>. Zagreb: Jesenski i Turk.</p> <p>Castells, Manuel (2000). <i>Uspom umreženog društva</i>. Zagreb: Golden marketing</p> <p>Curran, James (2002). <i>Media and Power</i>. New York: Routledge.</p> <p>Fidler, Roger (2004). <i>Mediamorphosis</i>. Beograd: Clio.</p> <p>Friend, Cecilia, Jane B. Singer (2007). <i>Online Journalism Ethics: Traditions and Transitions</i>. New York: Sharpe.</p> <p>Gir, Čarli (2011). <i>Digitalna kultura</i>. Beograd: Clio</p> <p>Henderson, Harry (2002). <i>Suvremene komunikacije</i>. Zagreb: SysPrint</p> <p>Janet Staiger and Sabine Hake (2009). <i>Convergence medija history</i>. New York: Routledge.</p> <p>Krejš, Ričard. (2011). <i>Online novinarstvo</i>. Beograd: Clio</p> <p>Kurtić, Najil (2011). <i>Komunikološki ogleđi</i>. Tuzla: Bosanska riječ</p> <p>McLuhan, Marshall (2008). <i>Razumijevanje medija</i>. Zagreb: Golden marketing</p> <p>McLuhan, Marshall i Powers, Bruce (1989). <i>The Global Village</i>. New York: Oxford University Press</p> <p>Manovich, Lev (2001). <i>The Language of New Media</i>, Cambridge: MIT Press.</p> <p>Meickle Graham and Sherman Young (2011). <i>Media convergence: networked digital media in everyday life</i>. Hampshire: Palgrave Macmillan</p> <p>Osmančević, Enes (2009). <i>Demokratičnost www komuniciranja</i>. Sarajevo: FES</p> <p>Pavlik, John and McIntosh Shown (2004). <i>Converging media: An Introduction to mass communication</i>. Boston: Allyn & Bacon</p> <p>Pavlik, John (2001). <i>Journalism and new media</i>. Columbina University Press.</p> <p>Ruk, Ričard (2011). <i>Evropski mediji u digitalnom dobu</i>. Beograd: Clio.</p> <p>Shields, Rob (ur) (2001). <i>Kulture interneta - virtualni prostori, stvarne povijesti</i>. Zagreb: Jesenski i Turk.</p> <p>Winston, Brian (1998). <i>Media Technology and Society a History: From the Telegraph to the Internet</i>. New York: Routledge.</p>	

DODATNA LITERATURA

Deuze, Mark (2004). *What is Multimedia Journalism?*, Journalism Studies, (5) 2:139-152

Grant.A. E, Wilkinson.J.S. (2009). *Understanding Media Convergence the State of Field*, Oxford University Press.

Jenkins.H, (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press.

Keane, John (2000). *Media and the Public Spheres – European Idea and Ideal*, Medijska istraživanja, (6) 2: 55-60

McManus, John (1994). *Market-Driven Journalism? Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, New Delhi, London: Sage Publications.

Pavlik, John (2000). *The Impact of Technology on Journalism*, Journalism Studies, 1(2):229–237.

Rifkin, John (1984). *Posustajanje budućnosti*, Zagreb: Naprijed

Ritzer, George (1999). *Mekdonaldizacija društva*, Zagreb: Jesenski i Turk.

Splichal, Slavko(1992).*Izgubljene utopije? Paradoksi množičnih medijev in civilne družbe v*

postsocializmu. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

PREDUSLOVI

Nema posebnih predudlova za pohađanje ovog kursa.

SADRŽAJ KURSA

- Teorijski pristup procesima konvergencije.
- Pojam i tipovi konvergencije masovnih medija.
- Historija konvergencije medija.
- Tehnološki determinizam.
- Komunikološki, sociološki i kulturološki aspekti konvergencije medija.
- Kriza novinarstva i konvergencija medija.
- Vijesti u konvergentnom okruženju: web 2.0 novinarstvo.
- Linearni i nelinearni narativi.
- Novinarska uredništva: tradicija i tranzicija.
- Ekonomsko okruženje konvergentnih medija.
- Redefiniranje publike: digitalni demos.
- Konvergentne tehnologije: kraj intelektualnog vlasništva.
- Društvene mreže: mrežni identiteti.
- Recikliranje medijskih sadržaja u konvergentnom okruženju.
- Multimedijaska pismenost.

CILJEVI KURSA

- Upoznati studente sa teorijskim tumačenjima konvergencije masovnih medija.
- Upoznati studente sa osnovnim principima konvergencije.
- Definirati tipove konvergencije masovnih medija.
- Pojasniti tehnološke, komunikološke, sociološke i kulturološke odlike medijske konvergencije.
- Objasniti konvergentne procese na razini pojedinačnih vrsta medija.
- Pojasniti promjene koje je konvergentno okruženje donijelo u novinarstvo.
- Objasniti utjecaj konvergentnog medijskog okruženja na medijsku publiku.
- Upoznati studente sa regulatornim promjenama vezanim za konvergenciju medija.

- Objasniti značaj konvergirano javnog medijskog sektora.
- Upoznati studente sa etičkim aspektima konvergencije masovnih medija.
- Pripremiti studente za konvergirano medijsko okruženje.
- Unaprijediti kritički pristup proučavanju teorijskih i praktičnih problema konvergentnog medijskog okruženja.

OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA

Na kraju kursa će biti osposobljeni:

- Da shvate osnovne principe konvergencije masovnih medija.
- Da u okviru savremenih teorija analiziraju procese konvergencije i funkcionisanja konvergiranih medija .
- Da razumiju ukupni društveni kontekst konvergencije medija i utjecaj konvergencije na društvene tokove.
- Da primjene ključne koncepte novinarstva u novomedijskom okruženju.
- Da razumiju regulatorni okvir konvergentnih medija.
- Da shvate univerzalnu važnost poštovanja etičkih normi i profesionalnih standarda.
- Da rješavaju probleme, različite složenosti, individualno i u timu i iste prezentiraju u pisanom ili verbalnom obliku.

NASTAVNE METODE

U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa koristeće se različite nastavne metode:

- predavanja
- praktične vježbe
- individualni i timski istraživački zadaci.

METODE PROVJERE ZNANJA

Ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.

Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada u kojem student treba povezati teorijske koncepte sa stanjem u odabranom mediju.

Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.

SISTEM BODOVANJA

Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.

RED . BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	30
2.	Istraživački rad	30
3.	Završni ispit	40
UKUPNO		100

SISTEM OCJENJIVANJA

51- 60 bodova – ocjena 6

61 – 70 bodova – ocjena 7

71- 80 bodova – ocjena 8

81- 90 bodova – ocjena 9

91- 100 bodova – ocjena 10

NASTAVNI PROGRAM PREDMETA/KURSA:

Komunikologija mrežnih medija

FAKULTET

Filozofski fakultet

KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Žurnalistika
ETSC	7
BROJ SATI	30
Predavanja	30
Auditorne vježbe	
Eksperimentalne vježbe	
NASTAVNIK	Dr. Sc. Enes Osmančević, docent
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti doktorskog studija Komunikologija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati se mogu obratiti na mailove: enesosmancevic@yahoo.com
Adresa fakulteta	Dr. Tihomila Markovića, 1, 75 000 Tuzla
Telefon	
Fax	
Telefon (kancelarija)	
Web strana fakulteta	
Web strana nastavnog kursa	
PREPORUČENA LITERATURA:	
Boardman Mark (2005), <i>The Language of Websites</i> , Routledge, London, New York, 2005.	
Craig Richard (2005), <i>Online Journalism, Reporting, Writing, Editing for New Media</i> , Thomson, Wadsworth, Belmont, CA, USA	
Gauntlett David & Horsley Ross (2004) <i>Web Studies</i> , Edward Arnold Publishers Limited, London	
Fidler Roger (2004) <i>Mediamorphosis</i> , Clio, Beograd	
Bard Alexander & Söderqvist Jan (2003.) <i>Netokracija, nova elita moći i život poslije kapitalizma</i> , Differo, Zagreb	
Gunter Barrie (2003) <i>News and the Net</i> , Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, New Jersey	
Eriksen Hylland Thomas (2003) <i>Tiranija trenutka</i> , Biblioteka XX vek, Beograd	
Hammerich Irene, Harrison Claire (2002) <i>Developing Online Content</i> , Wiley Computer Publishing, New York	
Osmančević Enes (2009) <i>Demokratičnost WWW komuniciranja</i> , Friedrich Ebert Stiftung, Sarajevo	
Bausch Paul, Haughey Matthew, Hourihan Meg (2002) <i>We Blog: Publishing Online with Weblogs</i> , Wiley Publishing, Inc. Indianapolis	
Rodzvilla John (2002) <i>We've got blog: How Weblogs are Changing our Culture / from te editors of Presues Publishing</i> , Presues Pub., Cambridge	
Alexander J. Cynthia, Pal A. Leslie (2001.) <i>Digitalna demokracija, Politike i politika u umreženom svijetu</i> , Pan Liber Osijek-Zagreb-Split	
Horrocks Christopher (2001) <i>Marshall Mc Luhan i virtualnost</i> , Naklada Jesenski i Turk, Zagreb	
Herbert John (2000) <i>Journalism in the Digital Age: Theory and Practice for Broadcast, Print and Online Media</i> , Focal Press, Oxford	

McNair Brian (2000) *Journalism and Democracy*, Routledge, London and New York

DODATNA LITERATURA

Hosio, Simo, Kukka, Hannu, and Riekk, Jukka. (2010). *Social Surroundings: Bridging the Virtual and Physical Divide*, IEEE MultiMedia, 17

McNely, B., Teston, C., Cox, G., Olorunda, B., and Dunker, N. (2010). *Digital publics and participatory education*, Digital Culture and Education

Thelwall, M., and Wilkinson, D.. (2010). *Public dialogs in social network sites: What is their purpose?*. Journal of the American Society for Information Science and Technology

Volcic, Z. and M. Andrejevic (2009). "That's Me: Nationalism and Identity on Balkan Reality TV." Canadian Journal of Communication 34(1), p7-24.

Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N., and Lampe, C.. (2011). *It's Complicated: Facebook Users' Political Participation in the 2008 Election*. Mary Ann Liebert Inc. Publishers

Cassell, J., and Cramer, M.. (2007). *High Tech or High Risk: Moral Panics about Girls Online*. In McPherson, T. (Eds.), The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. MIT Press.

Buffardi, L. E., and Campbell, W. K.. (2008). *Narcissism and Social Networking Web Sites*. Pers Soc Psychol Bull.

Driscoll, Catherine, and Melissa Gregg. (2008). *Broadcast Yourself: Youth, Community and Intimacy Online*. In Rodrigues, Usha Manchanda and Smaill, Belinda (Eds.), Youth, Media and Culture in the Asia-Pacific Region. Cambridge Scholars Press

Debatin, Bernhard, Lovejoy, Jennette P., Horn, Ann-Kathrin, and Hughes, Brittany N.. (2009). *Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences*. Journal of Computer-Mediated Communication

Andrejevic, Mark. (2005). *The work of watching one another: Lateral surveillance, risk and governance*, Surveillance and Society

Backstrom, Lars, Huttenlocher, Dan, Kleinberg, Jon, and Xiangyang Lan.

(2006). *Group Formation in Large Social Networks: Membership, Growth, and Evolution*

Barnes, Susan. (2006) *A privacy paradox: Social networking in the United States*, First Monday

PREDUSLOVI:

Nema posebnih nastavnih preduslova za pohanjanje ovog kursa.

SADRŽAJ KURSA

- Društvene mreže i komunikacija
- Preteče istraživanja društvenih mreža
- Nastanak mrežnih medija
- Sličnosti i razlike mrežnih medija
- Prednosti i nedostaci mrežnih medija
- Istraživanja mrežnog komuniciranja
- Sudionici mrežne komunikacije
- Mrežni mediji i identitet
- Mrežni mediji i privatnost
- Političke kampanje u mrežnim medijima
- Mrežna komunikacija i društvena akcija
- Mrežna komunikacija i demokracija

- Zloupotreba mrežne komunikacije
- Specifičnosti mrežnog komuniciranja u Bosni i Hercegovini
- Budućnost mrežnih medija

CILJEVI KURSA

- Upoznati studente sa teorijskim tumačenjima mrežnih medija.
- Upoznati studente sa osnovnim principima djelovanja mrežnih medija.
- Definirati tipove mrežnih medija i tipove mrežne komunikacije.
- Pojasniti tehnološke, komunikološke, sociološke i kulturološke odlike komunikacije mrežnih medija.
- Objasniti specifičnosti vrsta mrežnih medija.
- Pojasniti utjecaj mrežne komunikacije na javnu komunikaciju.
- Objasniti utjecaj mrežnih medija na medijsku publiku (korisnike) i društvo.
- Upoznati studente sa problemima privatnosti i identiteta u društvenim mrežama.
- Objasniti značaj mrežne komunikacije za demokratizaciju javne komunikacije.
- Upoznati studente sa specifičnostima mrežnog komuniciranja u Bosni i Hercegovini.
- Pripremiti studente za razumijevanje, uspješno korištenje i svrhovitu mrežnu komunikaciju.
- Unaprijediti kritički pristup proučavanju teorijskih i praktičnih problema mrežne komunikacije.
- Razmotriti moguće pravce razvoja mrežnih medija.

OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA

- Da shvate osnovne principe mrežne komunikacije.
- Da u okviru savremenih teorija analiziraju procese umrežavanja i participativnog komuniciranja na društvenim mrežama .
- Da razumiju ukupni društveni kontekst mrežnih medija i utjecaj mrežne komunikacije na društvene tokove.
- Da primjene ključne koncepte novinarstva u novomedijskom okruženju.
- Da razumiju specifičnosti i mogućnosti mrežne komunikacije.
- Da shvate univerzalnu važnost poštovanja etičkih pravila u mrežnoj komunikaciji.
- Da rješavaju probleme, različite složenosti, individualno i u timu i iste prezentiraju u pisanom ili verbalnom obliku.

NASTAVNE METODE

U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa i kompetencija studenata na kraju semestra na kursu se koriste različite nastavne metode:

- predavanja
- praktične vježbe
- individualni i timski istraživački projekti

METODE PROVJERE ZNANJA

Završni ispit

Završni ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.

Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada (studije slučaja) u kojem student treba povezati teorijske koncepte sa empirijskim stanjem.

Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.

SISTEM BODOVANJA

Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.

RED . BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	20
2.	Pristupni rad	40
4.	Usmeni dio završnog ispita	40
UKUPNO		100

SISTEM OCJENJIVANJA

51- 60 bodova – ocjena 6 (E)

61 – 70 bodova – ocjena 7 (D)

71- 80 bodova – ocjena 8 (C)

81- 90 bodova – ocjena 9 (B)

91- 100 bodova – ocjena 10 (A)

FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Komunikologija
PREDMET	Mediji i kultura pamćenja
ETSC	7
BROJ SATI U SEMESTRU	30
NASTAVNIK	dr.sci.Vedada Baraković ,docent
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti III ciklusa studija
KONSULTACIJE	.
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati mogu se obratiti na: vedada.barakovic@untz.ba b.vedada@gmail.com Skype: vedada.barakovic

PREPORUČENA LITERATURA

Asman, Alaida (2011). *Duga senka prošlosti. Kultura sećanja i politika povesti*. Beograd: Biblioteka XX vek

Assmann, Jan (2012). *Kultura pamćenja*. Beograd: Plato

Assmann, Jan (1998). *Collective memory and cultural identity* u New German Critique.No. 65, Cultural History/Cultural Studies (Spring - Summer, 1995), pp. 125-133, dostupno na

<http://www.history.ucsb.edu/faculty/marcuse/classes/201/articles/95AssmannCollMemNGC.pdf>

Cipek, Tihomir (ur.) (2011). *Kultura sjećanja: 1991. Povijesni lomovi i svladavanje prošlosti*. Zagreb: Srednji put

Bosto, Sulejman, Cipek, Tihomir (ur) (2009). *Kultura sjećanja: 1945. Povijesni lomovi i svladavanje prošlosti*. Zagreb: Srednji put

Chomsky, Noam (2000). *Propaganda i javno mišljenje - razgovori s Noamom Chomskym*, Jesenski i Turk, Zagreb;

Diegolo, Tommaso (2008). *Kritičko pamćenje i nastava historije u Bosni i Hercegovini*, Puls demokratije;

Diegolo, Tommaso (2007). *Kolektivno pamćenje i obnova društva u poslijeratnoj Bosni i Hercegovini*. Sarajevo:Fond otvoreno društvo

Erl, Astrid (2008). *Cultural Memory Studies: An International and Interdisciplinary Handbook (Media and Cultural Memory/Medien Und Kulturelle Erinnerung)*. Berlin:Walter de Gruyter

Garde-Hansen, Joanne (2011). *Media and Memory*. Edinburgh: Edinburgh University Press

Halbwachs, Maurice (1992). *On Collective Memory*. Chicago; London: The University of Chicago Press.

Landsberg, Alison (2004). *Prosthetic Memory: The Transformation of American Remembrance in the Age of Mass Culture*. New York:Columbia University Press

Močnik, Rastko. *Koliko fašizma?*. 1998. Zagreb: Arkzin.

Van Dijk, Jose (2007) *Mediated Memories in the Digital Age* Stanford: Stanfrod University Press

Van Dijk, Teun (1988). *News as Discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum

Zelizer, Barbie (1998). *Remembering to Forget: Holocaust Memory Through the Camera's Eye*. Chicago: University of Chicago Press.

Zelizer, Barbie (2002) *Photography, Journalism, and Trauma*, in Journalism after September 11. New York: Routledge, pp. 48–68.

DODATNA LITERATURA

Baudrillard, Jean (2001). *Simulacija i zbilja.*, Jesenski i Turk, Zagreb;

Baraković, Vedada (2008). *Medijska produkcija i posredovanje traumom u BiH*, Puls demokratije, dostupno na <http://arhiva.pulsdemokratije.net/index.php?id=1260&l=bs>.

Baraković,Vedada; Mahmutović, Mirza; Husanović, Jasmina; Spahić ,Vedad; Kunić,Mirsad i Verlašević, Azra (2011) *Construing cultural identity and key developments within modern national projects in Bosnia and Herzegovina: multidisciplinary perspectives from media and cultural production*, Regional Research Promotion Programme in theWestern Balkans (RRPP),

Chomsky, Noam (1992). *Deterring Democracy*. London: Vintage;

Chomsky, Noam (1994). *World Orders, Old and New*. London: Pluto Press;

Herman, Edward S. and Chomsky, Noam (1988). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*; Vintage, UK

Stanislawski, Wojciech (2003). *Vesterplate ili Jedvabne: debate o istoriji i „kolektivnoj krivici“ u Poljskoj*. Filozofija i društvo, br. 21, str. 261-270

Tuchman, Gaye (1978).*Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press;

Van Dijk, Teun A (1995). *The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity?*, Javnost, br. 2, str. 27-45.

Zelizer, Barbie (1995). *Reading the Past Against the Grain: The Shape of Memory Studies*, Critical Studies in Mass Communication, 12 (2): 215–39.

Zelizer, Barbie (1997) *Every Once in a While: Schindler's List and the Shaping of History*, in Yosefa Loshitzky (ed.), Spielberg's Holocaust: Critical Perspectives on Schindler's List. Bloomington: Indiana University Press, pp. 18–40.

Zelizer, Barbie (2010). *About to Die: How News Images Move the Public*. Chicago: University of Chicago Press.

PREDUSLOVI

Nema posebnih predudlova za pohađanje ovog kursa.

SADRŽAJ KURSA

- Teorijski i konceptualni okviri.
- Historijski i medijski pristup proučavanju kulture pamćenja.
- Dimenzije pamćenja: neuronsko, socijalno i kulturalno.
- Individualno pamćenje i mediji.
- Kolektivno pamćenje i mediji.
- Političko pamćenje i mediji.
- Kulturalno pamćenje i mediji.
- Figure sjećanja i narativi konstituisanja pamćenja.
- Konstrukcije pamćenja: medijske hipermezije i hipomezije.
- Prostetička memorija.
- Mitologije i režimi pamćenja.
- Suočavanja s prošlošću i trauma.
- Kolektivna memorija i kulturalni identitet.
- Bosanskohercegovačka iskustva.
- Etički aspekti: između ideologija i moralnog univerzalizma.

CILJEVI KURSA

- Upoznati studente sa teorijskim i konceptualnim okvirima proučavanja kulture pamćenja
- Upoznati studente sa značajem proučavanja individualnog i kolektivnog pamćenja
- Pojasniti ulogu medija u konstrukciji pamćenja
- Objasniti utjecaj kolektivnog i individualnog pamćenja na kulturalni identitet.
- Pojasniti ključne figure sjećanja i dominantne narative medijske konstrukcije pamćenja.
- Objasniti mitološke platforme konstituiranja pamćenja..
- Pojasniti konkretne društvene situacije i kulturu pamćenja na primjeru Bosne i Hercegovine.
- Upoznati studente sa etičkim aspektima kulture pamćenja.
- Unaprijediti kritički pristup proučavanju teorijskih i praktičnih problema ove oblasti.

OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA

Na kraju kursa će biti osposobljeni:

- Da shvate značaj kulturnog pamćenja u ukupnim društvenim tokovima.
- Da razumiju načine konstituiranja pamćenja, od individualnog ka kolektivnom.
- Da shvate kolika i kakva je uloga medija u konstituiranju kulturnog pamćenja.
- Da prepoznaju ključne figure sjećanja i dominantne narative konstrukcije prošlosti u masovnim medijima.
- Da razumiju društvene promjene uvjetovane promjenama u kolektivnom pamćenju.
- Da shvate značaj suočavanja s prošlošću u prevazilaženju traumatičnih iskustava pojedinaca i kolektiviteta.
- Da shvate važnost poštovanja etičkih normi pri izvještavanju o osjetljivim temama vezanim za kulturno pamćenje.

<ul style="list-style-type: none"> • Da rješavaju probleme, različite složenosti, individualno i u timu i iste prezentiraju u pisanom ili verbalnom obliku. 															
<p>NASTAVNE METODE U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa koristeće se različite nastavne metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> • predavanja • praktične vježbe • individualni i timski istraživački zadaci. 															
<p>METODE PROVJERE ZNANJA Ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela. Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada vezanog za sadržaj kursa. Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.</p>															
<p>SISTEM BODOVANJA Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>RE D. BR.</th> <th>KRITERIJI OCJENJIVANJA</th> <th>MAX. BODOVI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>Istraživački rad</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>Završni ispit</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">UKUPNO</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	RE D. BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI	1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	30	2.	Istraživački rad	30	3.	Završni ispit	40	UKUPNO		100
RE D. BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI													
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	30													
2.	Istraživački rad	30													
3.	Završni ispit	40													
UKUPNO		100													
<p>SISTEM OCJENJIVANJA 51- 60 bodova – ocjena 6 61 – 70 bodova – ocjena 7 71- 80 bodova – ocjena 8 81- 90 bodova – ocjena 9 91- 100 bodova – ocjena 10</p>															

FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Komunikologija
PREDMET	Savremeni koncepti poslovnog komuniciranja
ETSC	7
BROJ SATI U SEMESTRU	30
NASTAVNIK	dr.sci. Besim Spahić, red. prof.
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti III ciklusa studija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati mogu se obratiti na:
<p>OBAVEZNA LITERATURA Wilcox, Denis L./Cameron, Glen T./Ault, Philip H./Agee, Warren K. (2003): <i>Public Relations; Strategies and Tactics</i>: Boston-NewYork-San Francisco. Pearson</p>	

Education, inc.

Haywood, Roger (1987): *All About PR*. Maidenhead-Berkshire-England: McGraw-Hill Book Company (UK) Limited

Spahic, Besim S. (2002/2003): *Public Outreach Initiative/Inicijativa za komuniciranje sa javnošću*. Sarajevo: OSCE/Pristop.

Hunt, Todd/Grunig, James E. (1994): *Public Relations Techques*. Winston: Holt, Rinehart&Winston, Inc.

Carrell, Bob J. & Newsom, Doug A. (2002): *Public Relation Writing: Form & Style*. London: International Thompson Publishing Europe. (Fifth Edition

DODATNA LITERATURA

Michael, Alex & Salter, Ben (2006): *Mobile Marketing: Achieving Competitive Advantage Through Wireless Technology*. Oxford: Kogan Page – UK

Austin Corthell (2008): *Public Relations and Politics: Background and Contemporary Practise*, Public Relations Special Report,.

Spahić, Besim (2008): *Dizajn-ekonomski, društveni i politički aspekti oblikovanja*. Banja Luka: Univerzitet za poslovni inženjering i menadžment.

Spahić, Besim (2001): *Imidž grada*. Sarajevo: Međunarodni centar za mir.

Brkić, Nenad, (2001): *Marketing komuniciranje*. Sarajevo: Ekonomski fakultet.

Brkić, N. (2003): *Upravljanje marketing komuniciranjem*. Sarajevo: Ekonomski fakultet.

Brooks, B.&Kennedy, S.&Moen, G.&Daryl, R. (2002): *News Reporting and Writing*. Bedford/St. Martin's: St. Martin's-USA. (The Missouri Group).

Burnet, Thom&Games, Alex (2005): *Tko zaista vlada svijetom?* Zagreb: Biblioteka Zavjera. (naslov originala: "Who Really Runs The World?", Conspiracy Books)

Cutlip&Center&Broom (2003): *Effectiv Public Relations*. New York: Prentice-Hall Inc.

Spahić, B. (1985): *Strategija savremene propagande*. Sarajevo. ID Oslobođenje.

Spahić, B. (1990): *Biti propagandista*. Sarajevo: UEP BIH.

Spahić, B., (1987) *Kontroverze propagandnog djelovanja*, Izdavačka djelatnost, Sarajevo;

Spahić, B., (1987), *Kontroverze propagandnog djelovanja*, Izdavačka djelatnost, Sarajevo;

Spahić, B., (2005/2006), *Lobiranje kao sastavni dio poslovnog komuniciranja u EU*, Sarajevo;

Spahić, Besim. (2001), *Imidž grada*, Međunarodni centar za mir, Sarajevo;

SPAHIĆ, Besim; *Strategija savremene propagande*, Sarajevo: ID Oslobođenje, 1985.

PREDUSLOVI

Nema posebnih predudlova za pohađanje ovog kursa.

SADRŽAJ KURSA

- 1: Teorijski/znanstveni problemi savremene komunikologije i poslovne komunikologije.
- 2: Validnost naučne utemeljenosti savremenih oblika poslovnog komuniciranja.
- 3: Poslovni pregovori - vještina pregovaranja ili svjesna prevara/obmana?
- 4: Reklama kao prvi ministar u carstvu masovne kulture i temeljni spiritus movens potrošačke groznice, odnosno najubojitije oružje marketinga?
- 5: PR kao dekoracija privida o brizi za interese/probleme potrošača/klijenata i javnosti ili estetizacija poriva za rastom i daljima bogaćenjem „razarajućeg kapitalizma“ na štetu uništenja prirodnih i ljudskih resursa?
- 6: Kreacija identiteta i imidža: sve teža znanstveno bazirana komunikacijska djelatnost.
- 7: Psihosociologija slogana, kao centralne forme simplifikacije nametanog sadržaja u reklami, PR-u i gotovo svim oblicima poslovnog komuniciranja. Da li je kratkoća

<p>sestra talenta ili je svaka genilanost malorječiva?</p> <p>8. Pokretna i nepokretna slika kao većinski dio strukturnih/izražajnih elemenata poslovne/djelatne komunikacije.</p> <p>9. Dizajn: od umjetničkog oblikovanja vizualnog identiteta subjekta, do proizvodnje (<i>materijalnog-nematerijalnog, realnog-virtualnog</i>) do sada neostojećeg.</p> <p>10. Emocionalno brendiranje, kao konačan (<i>najteže dosegljiv</i>) produkt i cilj svih segmenata poslovne komunikacije ili sumbimativni nadomjestak za izgubljenu ljubav i sreću?</p>																	
<p>CILJEVI KURSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ovladati ključnim teorijskim konceptima razumijevanja i istraživanja savremenih poslovnih komunikacija, • Usvojiti neophodna znanja i vještine izrade istraživačkih projekata u području poslovnih komunikacija, • Ovladati istraživačkim metodama i tehnikama specifičnim za poslovnu komunikologiju, 																	
<p>OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA</p> <p>Na kraju kursa će biti osposobljeni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Da analiziraju i rješavaju veoma složene probleme komuniciranja svaremenih profitnih i neprofitnih organizacija, 																	
<p>NASTAVNE METODE</p> <p>U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa koristeće se različite nastavne metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> • predavanja • praktične vježbe • individualni i timski istraživački zadaci. 																	
<p>METODE PROVJERE ZNANJA</p> <p>Ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.</p> <p>Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada vezanog za sadržaj kursa.</p> <p>Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.</p>																	
<p>SISTEM BODOVANJA</p> <p>Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>RE D. BR.</th> <th>KRITERIJI OCJENJIVANJA</th> <th>MAX. BODOVI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>Istraživački rad</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>Završni ispit</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">UKUPNO</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>			RE D. BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI	1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	20	2.	Istraživački rad	30	3.	Završni ispit	50	UKUPNO		100
RE D. BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI															
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	20															
2.	Istraživački rad	30															
3.	Završni ispit	50															
UKUPNO		100															
<p>SISTEM OCJENJIVANJA</p> <p>51- 60 bodova – ocjena 6 61 – 70 bodova – ocjena 7 71- 80 bodova – ocjena 8 81- 90 bodova – ocjena 9 91- 100 bodova – ocjena 10</p>																	
<p>NASTAVNI PROGRAM PREDMETA/KURSA: MEDIJI I SUVREMENO DRUŠTVO</p>																	

FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Žurnalistika
ETSC	
BROJ SATI	30
Predavanja	30
Auditorne vježbe	
Eksperimentalne vježbe	
NASTAVNIK	Dr. sc. Stjepan Malović, red. prof. (20) Dr. sc. Gordana Vilović, izvanredna profesorica (10)
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti doktorskog studija Komunikologija
KONSULTACIJE	Nakon predavanja
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati se mogu obratiti na mailove:
Adresa fakulteta	
Telefon	
Fax	
Telefon (kancelarija)	
Web strana fakulteta	
Web strana nastavnog kursa	
<p>PREPORUČENA LITERATURA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Malović, Stjepan: <i>Mediji i društvo</i>, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007. 2. Bauer, Thomas: <i>Mediji za otvoreno društvo</i>, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007. 3. Malović, Stjepan, Ricchiardi, Sherry, Vilović, Gordana: <i>Etika novinarstva</i>, Zagreb, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007. <p>DODATNA LITERATURA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. McQuail, Denis: <i>Mass Communication Theory</i>, Sage, London, 1994. 2. Bertrand, Claude - Jean: <i>Deontologija medija</i>, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007. 3. Debre, Režis: <i>Uvod u mediologiju</i>, Clio, Beograd, 2000. 4. Kunczik, Michael i Zipfel, Astrid: <i>Uvod u znanost o medijima i komunikologiju</i>, Friedrich Ebert Stiftung, Zagreb, 2006. 5. Bal, Fransis (Balle, Francis) <i>Moć medija</i>, Clio, Beograd, 1997 	
<p>SADRŽAJ KURSA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prava i odgovornost novinara 2. Društveno odgovorno poslovanje 3. Političari i mediji 4. Utjecaj umjesto kontrole 5. Vlasnici i mediji 6. Mediji i kultura 7. Sociološki aspekti medija 8. Mediji i PR 9. Društvene mreže i njihov utjecaj na odnose u društvu 	

10. Etika masovnog komuniciranja
11. Deontologija medija
12. Etika novinarske profesije
13. Samoregulacija novinarstva

CILJEVI KURSA

Mediji ne djeluju izvan, ali ni iznad društva. Ali, mediji nisu ni sluge vlastodržaca. Odnos medija i društva značajno određuje i odnose u društvu. Javno komuniciranje kao dio industrije kulture, dio je gospodarstva i djeluje prema zakonitostima tržišta, ali njihovi proizvodi (novine, TV, radio, web portali i sl) ključni su za stvaranje dojmova, doživljaja i osjećaja, koji nam omogućuju razumijevanje svijeta. Mediji se potvrđuju na tržištu, ali to nije jedino mjerilo po kojem ocjenjujemo njihovu djelatnost. U današnje vrijeme mediji su sve više i instrumenti za širenje oglasnih poruka jer se financiraju uglavnom prodajom prostora oglasnim agencijama. Dodamo li tome i manipulacije medijima, utjecaj politike i raznih centara moći, vidjet će se koliko je to složen odnos. Novi mediji, pogotovo društvene mreže, stvaraju sasvim nove odnose u masovnom komuniciranju i značajno utječu na sudjelovanje pojedinaca u informativnom sustavu. Etički aspekti medija, deontologija medija i etika novinarstva nezaobilazna su mjesta u vrednovanju medijskih sustava te uloge novinara u društvu. Samo etični i društveno odgovorni novinari mogu obaviti svoje zadaće i pridonijeti boljem razumijevanju društva.

OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA

Razumijevanje odnosa medija i društva te samostalno ovladavanje analizom medija i društvenih pojava koje se prelamaju u medijima

NASTAVNE METODE

U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa i kompetencija studenata na kraju semestra na kursu se koriste različite nastavne metode:

- Predavanja zasnovana na case study
- individualni projekti.

METODE PROVJERE ZNANJA

Završni ispit

Završni ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.

Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada (studije slučaja) u kojem student treba povezati teorijske koncepte sa empirijskim stanjem.

Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.

SISTEM BODOVANJA

Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.

RE D. BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	30
2.	Pristupni rad	30
4.	Usmeni dio završnog ispita	40
UKUPNO		100

SISTEM OCJENJIVANJA

51- 60 bodova – ocjena 6 (E)

61 – 70 bodova – ocjena 7 (D)

71- 80 bodova – ocjena 8 (C)

81- 90 bodova – ocjena 9 (B)

91- 100 bodova – ocjena 10 (A)

**NASTAVNI PROGRAM PREDMETA/KURSA:
MEDIJI I LJUDSKA PRAVA**

FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Komunikologija
ETSC	7
BROJ SATI U SEMESTRU	30
Predavanja	30
Auditorne vježbe	
Eksperimentalne vježbe	
NASTAVNIK	Dr. sc. Najil Kurtić, red. prof.
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti doktorskog studija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati se mogu obratiti na mailove: najil.kurtic@untz.ba
Adresa fakulteta	
Telefon	
Fax	
Telefon (kancelarija)	
Web strana fakulteta	
Web strana nastavnog kursa	

PREPORUČENA LITERATURA

- Hammarberg, Thomas (2011). Human rights and changing media landscape, Council of Europe Publishing
- Cook, Margaret, Gutman, Roy, Karikari, Kwame ... (2002) Journalism, media and the challenge of human rights reporting, International Council on Human Rights Policy, Versoix, Switzerland
- Denis I. Vilokos, Glen T. Kameron, Filip H. Olt, Voren K. Ejdži; Odnosi s javnošću –

strategije i taktike, Centar za izdavačku djelatnost ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2006.

- Kurtić, Najil (2011): *Komunikološki ogledi*, Bosanska riječ, Tuzla.

DODATNA LITERATURA

- Lester R. Poter; *Komunikacijski plan – srž strateških komunikacija*, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Zagreb

PREDUSLOVI:

Nema posebnih nastavnih preduslova za pohađanje ovog kursa.

SADRŽAJ KURSA

- analitički okvir za kritičku analizu medijskog diskursa ljudskih prava,
- uloga medija u promicanju i zaštiti ljudskih prava,
- komuniciranje i djelovanje,
- glavne odlike masmedijskog diskursa ljudskih prava,
- izazovi novomedijskog ambijenta,
- ljudska prava u kontekstu socijalnih mreža,
- ograničavanje komunikacije putem Interneta,
- odnos između evropskog i nacionalnog zakonodavstva i praksi,
- doktrina „slobodne procjene“,
- profesionalni etički standardi,
- zaštita novinara od nasilja i zastrašivanja,
- pravne norme koje se odnose na zaštitu novinarstva,
- pozicija privatnog sektora,
- glavni principi medijskog djelovanja udruga za ljudska prava.

CILJEVI KURSA

Ciljevi kursa su:

- Uvestu studente u problemsko područje međuutjecaja masovnih medija i ljudskih prava.
- ovladati temeljnim znanjima o principima funkcioniranja masovnih medija u društvu i o faktorima koji utječu na ostvarivanje izvornih funkcija masovnih medija u demokratskim političkim sustavima
- Ovladati glavnim konceptima savremene komunikologije koji mogu doprinijeti unaprjeđivanju ljudskih prava
- zasnovati interpretativni okvir za istraživanje i unaprjeđenje aktualne prakse regionalnih medija u ovom tematskom području (uključujući i dektektiranje slučajeva kršenja ljudskih prava od strane samih medija) kao i za usmjeravanje strateškog djelovanja nevladinih organizacija kako prema medijskoj javnosti tako i prema drugim relevantnim stakeholderima
- ovladati metopdološkim znanjima i vještinama za samostalno kritičko analiziranje prakse masovnih medija u području ljudskih prava
- ovladati osnovnim tehnikama za uključivanje nevladinih organizacija iz područja ljudskih prava u mas-medijski diskurs
- Ostaviti produbljeni uvid u evropsku medijsku politiku koja se odnosi na temeljno pravo ljudi da se neometano informišu kao i da sami informišu.

OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA

- Ovladavanje temeljnim znanjima o principima funkcioniranja masovnih medija u društvu, o faktorima koji utječu na ostvarivanje izvornih funkcija masovnih medija u demokratskim političkim sustavima te osposobljavanej za samostalno kritičko sagledavanje aktualnog stanja masovnih medija i novinarstva u društvima u

<p>tranziciji.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sposobnost zasnivanja analitičko-interpretativnih okvira za istraživanje i unaprjeđenje aktualne prakse medija u tematskom području ljudskih prava. • Osposobljenost za samostalno kreiranje strateških komunikacija (planova, programa i projekata) nevladinih i vladinih organizacija i institucija usmjerenih na promicanje i unaprjeđenje ljudskih prava, a naročito za postizanje izvrsnosti u odnosima s medijima. 															
<p>NASTAVNE METODE</p> <p>U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa i kompetencija studenata na kraju semestra na kursu se koriste različite nastavne metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predavanja zasnovana na case study • individualni projekti. 															
<p>METODE PROVJERE ZNANJA</p> <p>Završni ispit</p> <p>Završni ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.</p> <p>Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada (studije slučaja) u kojem student treba povezati teorijske koncepte sa empirijskim stanjem.</p> <p>Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.</p>															
<p>SISTEM BODOVANJA</p> <p>Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>RED . BR.</th> <th>KRITERIJI OCJENJIVANJA</th> <th>MAX. BODOVI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>Prisustvo i aktivnost na predavanjima</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>Pristupni rad</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td>Usmeni dio završnog ispita</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">UKUPNO</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	RED . BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI	1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima	10	2.	Pristupni rad	30	4.	Usmeni dio završnog ispita	30	UKUPNO		100
RED . BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI													
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima	10													
2.	Pristupni rad	30													
4.	Usmeni dio završnog ispita	30													
UKUPNO		100													
<p>SISTEM OCJENJIVANJA</p> <p>51- 60 bodova – ocjena 6 (E)</p> <p>61 – 70 bodova – ocjena 7 (D)</p> <p>71- 80 bodova – ocjena 8 (C)</p> <p>81- 90 bodova – ocjena 9 (B)</p> <p>91- 100 bodova – ocjena 10 (A)</p>															

NASTAVNI PROGRAM PREDMETA/KURSA: Evropska medijska politika	
FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Komunikologija
ETSC	7
BROJ SATI U SEMESTRU	30
Predavanja	30
Auditorne vježbe	
Eksperimentalne vježbe	
NASTAVNIK	Dr. sc. Damir Kukić, vanr. prof.

ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti doktorskog studija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati se mogu obratiti na mailove:
Adresa fakulteta	
Telefon	
Fax	
Telefon (kancelarija)	
Web strana fakulteta	
Web strana nastavnog kursa	
<p>PREPORUČENA LITERATURA</p> <p>McChesney, Robert, (2008.), <i>Bogati mediji, siromašna demokratija</i>, Sarajevo, Šahinpašić</p> <p>Herman, Edvard, Mekčesni, Robert, (2004), <i>Globalni mediji – novi misionari korporativnog kapitalizma</i>, Beograd, Clio</p> <p>Mattelart A. i M. (1995) <i>Theories of Communication A Short Introduction</i>, SAGE London</p> <p>Voćkić-Avdagić, J. (2002), <i>Suvremene komunikacije ne/sigurna igra svijeta</i>, Sarajevo, FPN</p> <p>Castells, M.: <i>Uspion umreženog društva. Informacijsko doba: ekonomija, društvo, kultura</i>, Golden marketing, Zagreb, 2000.</p> <p>Kin, Džon (1995) <i>Mediji i demokratija</i>, Filip Višnjić Beograd</p> <p>Street, John, (2003.), <i>Masovni mediji, politika i demokracija</i>, Biblioteka Politička misao, FPZ Zagreb</p> <p>DODATNA LITERATURA</p> <p>Bertrand, I., Hughes, P.: (2004) <i>Media Research Methods</i>, Palgrave, Macmillan,</p> <p>Splihal, S. & Ferligoj A. (2000): <i>Metodologija komunikoloških istraživanja</i>. Zagreb</p> <p>Jensen, Klaus Bruhn (2002): <i>Handbook of Media and Communication Research</i>, Routledge</p> <p>Smith, J. (1995) <i>Understanding the Media</i>, Hampton Press, INC. Gresskill, New Jersey</p> <p>Kurtić, Najil, (2007), <i>Kod novinarstva</i>, Sarajevo, Mediaplan institut</p>	
<p>PREDUSLOVI:</p> <p>Nema posebnih nastavnih preduslova za pohađanje ovog kursa.</p>	
<p>SADRŽAJ KURSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Političko djelovanje institucija EU u području demokratizacije medijskih sistema • Glavni koncepti, odnosno ciljevi zvanične politike EU: <ul style="list-style-type: none"> ○ Jedinstveni europski informacijski prostor ○ ICT istraživanja ○ Televizija bez granica (TVWF) ○ Audiovizualne medijske usluge ○ Zaštita gledatelja ○ Iskustva Euronews -TV- kanala ○ Postupak odlučivanja u audiovizualnom sektoru, kao i u području kulture ○ Strategija razvoja audiovizualne politike u EU ○ Institucije • Razrješenje ključne kontadikcije između profilerskih, visoko koncentriranih, reklamama zagušenih korporativnih medijskih sistema i potreba konkretnih društava, ali i evropskog političkog prostora u cejlini za komunikacijama 	

<ul style="list-style-type: none"> • Sadržina, praktične konsekvence i krajnji dometi političkih odluka EU u oblasti javnog komuniciranja • Ključni prioriteti za EU u području medija i audiovizualne politike • Utjecaj na zaustavljanje nekih globalnih negativnih trendova u području masovnih medija; 1) propadanje novinarstva (dosljedna nespремnost za kritičko istraživanje najvažnijih i najmoćnijih lokalnih komercijalnih i političkih interesa) i 2) gubljenje izvorne funkcije javnih informaciono-komunikacijskih sustava, koji se, i u državama sa njihovom izuzetno značajnom ulogom, utapaju u ideološke okvire neoliberalnih profilerskih sustava. • Stvaranje informacijskog društva i uspostavljanja regulatornog okruženja koje treba omogućiti brzi razvoj usluga koje se temelje na informacijama, komunikaciji i audio-vizualnim tehnologijama • Infrastrukturni aspekt Europske medijske politike • Regulatorni okvir za telekomunikacije u EU
<p>CILJEVI KURSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ovladati temeljnim znanjima o principima na kojima je zasnovana politika javnog emitiranja u Europskoj uniji. • Osposobiti studente za samostalno kritičko sagledavanje aktualnog stanja masovnih medija i novinarstva u društvima u tranziciji sa stajališta utvrđene europske medijske politike. . • Artikulirati analitički okvir za istraživanje i unaprjeđenje aktualne prakse medija u Bosni i Hercegovini.
<p>OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA</p> <p>Doktoranti će u okviru ovoga kolegija:</p> <ul style="list-style-type: none"> - istraživanja i razumijevanje aktuelnih fenomena medijskog komuniciranja i njihovih implikacija na demokratiju, odnosno demokratsku tranziciju postsocijalističkih društava - zauzimanje dosljedne holističke perspektive u razumijevanju ideje udružene Evrope koja se materijalizira u jedinstvenom informacijskom prostoru, - produbljene informacije o ciljevima i mjerama politike EU u području medija, i telekomunikacija, - neposredno angažiranje u tranziciji domaćeg (nacionalnog) sustava informiranja i javnog komuniciranja u skladu sa već utvrđenim strateškim ciljevima EU u ovoj oblasti kao i u skladu sa važećim direktivama, - doprinos procesu dizajniranja jedinstvenog europskog informacijskog prostora.
<p>NASTAVNE METODE</p> <p>U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa i kompetencija studenata na kraju semestra na kursu se koriste različite nastavne metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predavanja zasnovana na case study • individualni projekti.
<p>METODE PROVJERE ZNANJA</p> <p>Završni ispit</p> <p>Završni ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.</p> <p>Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada (studije slučaja) u kojem student treba povezati teorijske koncepte sa empirijskim stanjem.</p> <p>Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.</p>

SISTEM BODOVANJA

Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.

RED . BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima	30
2.	Pristupni rad	30
4.	Usmeni dio završnog ispita	40
UKUPNO		100

SISTEM OCJENJIVANJA

51- 60 bodova – ocjena 6 (E)

61 – 70 bodova – ocjena 7 (D)

71- 80 bodova – ocjena 8 (C)

81- 90 bodova – ocjena 9 (B)

91- 100 bodova – ocjena 10 (A)

NASTAVNI PROGRAM PREDMETA/KURSA:

Teorije i istraživanja interpersonalne komunikacije

FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Žurnalistika
ETSC	7
BROJ SATI U SEMESTRU	30
Predavanja	30
Auditorne vježbe	
Eksperimentalne vježbe	
NASTAVNIK	Dr. Sc. Enes Osmančević, docent
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti doktorskog studija Komunikologija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati se mogu obratiti na mail: enesosmancevic@yahoo.com
Adresa fakulteta	Dr. Tihomila Markovića, 1, 75 000 Tuzla
Telefon	
Fax	
Telefon (kancelarija)	
Web strana fakulteta	
Web strana nastavnog kursa	

PREPORUČENA LITERATURA

Goleman Danijel (2008.) *Socijalna inteligencija*, Geopoetika, Beograd

Rosenberg, M.B. (2006.) *Nenasilna komunikacija*, Centar za mir, nenasilje i ljudska prava, Osijek

Petar, S. (2004.) *Osnove uspješne komunikacije*, Zagreb: Euro hoper.

Gofman Erving (2002) *Kako se predstavljamo u svakodnevnom životu*, Geopoetika,

Beograd

Hartley, P. (1999.) *Interpersonal Communication*. London: Routledge

Myers David (1999.) *Social Psychology*, McGraw Hill College, Boston

Goleman Danijel (1999.) *Emocionalna inteligencija, Geopoetika, Beograd*

Reardon, Kathleen (1998.) *Interpersonalna komunikacija – Gdje se misli susreću*, Alinea, Zagreb

DODATNA LITERATURA

Ilardo A. Joseph (1981.), *Speaking Persuasively*, Macmillan Publishing Co., Inc, New York

Cooper Martha, Notshine William (1992) *Power Persuasion*, Educational Video Group, Indiana

Shavitt Sharon, Brock Timothy (1994) *Persuasion, Psychological Insights and Perspectives*, Allyn and Bacon, Massachusetts

Fischler Martin, Firschein Oscar (1987), *Intelligence: The Eye, Brain and the Computer*, Addison Wesley Publishing Company, Massachusetts

Adler Ronald, Elmhorst Jeanne Marquardt (1996) *Communicating at Work*, The McGraw Hill Companies, Inc. New York

Conrad Sheree, Millburn Michael (2001.) *Seksualna inteligencija*, Tajm press, Beograd

PREDUSLOVI:

Nema posebnih nastavnih preduslova za pohađanje ovog kursa.

SADRŽAJ KURSA

- Pojam i značaj interpersonalne komunikacije
- Teorije interpersonalne komunikacije
- Istraživanja interpersonalne komunikacije
- Multimedijalnost interpersonalne komunikacije
- Interpersonalna komunikacijska kompetencija
- Verbalna i neverbalna komunikacija
- Racionalne i emocionalna dimenzija interpersonalne komunikacije
- Persuazivnost, teorije i istraživanja
- Asertivnost
- Kinezika i proksemika
- Feed back u interpersonalnoj komunikaciji
- Aktivno slušanje i umjeće pregovaranja
- Image making
- Zapreke u komunikaciji
- Interpersonalna komunikacija kao razvojni proces

CILJEVI KURSA

- Upoznati studente sa teorijskim tumačenjima interpersonalne komunikacije.
- Upoznati studente sa osnovnim principima interpersonalnog komunikacijskog procesa
- Upoznati studente sa relevantnim istraživanjima interpersonalne komunikacije.
- Definirati najvažnije elemente interpersonalnog komunikacijskog procesa.
- Pojasniti složenost i multimedijalnost interpersonalne komunikacije.
- Objasniti specifičnosti racionalne i emocionalne dimenzije interpersonalne komunikacije.
- Pojasniti persuazivne aspekte interpersonalne komunikacije.
- Objasniti odnos verbalne i neverbalne komunikacije.
- Upoznati studente sa načanjem i značajem interpersonalne komunikacijske

<p>kompetencije.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objasniti značaj asertivnosti u interpersonalnoj komunikaciji. • Upoznati studente sa važnošću aktivnog slušanja za uspješnost interpersonalne komunikacije. • Pripremiti studente za razumijevanje sugovornika i uspješnu interpersonalnu komunikaciju. • Unaprijediti kritički pristup proučavanju teorijskih i praktičnih problema interpersonalne komunikacije. • Osposobiti studente za prevazilaženje zapreka u interpersonalnoj komunikaciji. 															
<p>OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Da shvate osnovne principe interpersonalne komunikacije. • Da u okviru savremenih teorija analiziraju interepersonalnu komunikaciju. • Da razumiju složenost i multimedijalnost interpersonalne komunikacije. • Da adekvatno primjene ključne elemente interpersonalne komunikacije u svakodnevnoj komunikacijskoj praksi. • Da razumiju specifičnosti i mogućnosti persuazije u komunikaciji. • Da shvate važnost asertivnosti u komunikaciji. • Da rješavaju probleme, različite složenosti, individualno i u timu i iste prezentiraju u pisanom ili verbalnom obliku. 															
<p>NASTAVNE METODE</p> <p>U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa i kompetencija studenata na kraju semestra na kursu se koriste različite nastavne metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> • predavanja • praktične vježbe <p>individualni i timski istraživački projekti</p>															
<p>METODE PROVJERE ZNANJA</p> <p>Završni ispit</p> <p>Završni ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.</p> <p>Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada (studije slučaja) u kojem student treba povezati teorijske koncepte sa empirijskim stanjem.</p> <p>Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.</p>															
<p>SISTEM BODOVANJA</p> <p>Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>RED . BR.</th> <th>KRITERIJI OCJENJIVANJA</th> <th>MAX. BODOVI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>Pristupni rad</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td>Usmeni dio završnog ispita</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">UKUPNO</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	RED . BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI	1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	30	2.	Pristupni rad	30	4.	Usmeni dio završnog ispita	40	UKUPNO		100
RED . BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI													
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	30													
2.	Pristupni rad	30													
4.	Usmeni dio završnog ispita	40													
UKUPNO		100													
<p>SISTEM OCJENJIVANJA</p> <p>51- 60 bodova – ocjena 6 (E)</p> <p>61 – 70 bodova – ocjena 7 (D)</p> <p>71- 80 bodova – ocjena 8 (C)</p> <p>81- 90 bodova – ocjena 9 (B)</p> <p>91- 100 bodova – ocjena 10 (A)</p>															

NASTAVNI PROGRAM PREDMETA/KURSA: Bosanskohercegovačka komunikacijska paradigma	
FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Žurnalistika
ETSC	7
BROJ SATI U SEMESTRU	30
Predavanja	30
Auditorne vježbe	
Laboratorijske vježbe	
NASTAVNIK	dr.sci.Šemso Tucaković, redovni profesor
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti III ciklusa studija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	Za sve dodatne informacije zainteresirani kandidati mogu se obratiti na: tucakovics@fjn.unsa.ba
Web strana fakulteta	http://www.ff.untz.ba/
Web strana nastavnog kursa	
PREPORUČENA LITERATURA	
<ul style="list-style-type: none"> - Brigs,B. , Berk,P. (2008.) Društveni razvoj medija, Beograd -Brigs, A., Kolbi, S. (2005.) Uvod u studije medija, Beograd -Pisana Riječ u Bosni i Hercegovini (Grupa autora) (1982.). Sarajevo. -Tucaković, Šemso, (2008.)Historija novinarstva i medija u BiH, Sarajevo -Tucaković, Šemso, (2003.)Partizanski mediji i propaganda u BiH, Sarajevo -Tucaković, Šemso (1999.)Historija komuniciranja,Sarajevo. 	
DODATNA LITERATURA	
<ul style="list-style-type: none"> -Ademović, Fadil, Četništvo i četnička propaganda u BiH (2009) Sarajevo -Ademović, Fadil, Prve novine i prvi novinari u BiH (1999.), Sarajevo -Bjelica, Bihailo (2003.) Srpski ratovi rečima, Beograd -Dizdar, Mak (1974.) Stari bosanski tekstovi, Sarajevo -Milutinović, M. (2003) Medijske manipulacije, Beograd -Mujezinović, M.,(1977.) Islamska epigrafika Bosne i Hercegovine, Sarajevo -Kasumović,A., (2007.) Govor bosanskog jezika, Tuzla 	

- Kečo-Isaković Emina (2006.) Izazovi mas-medija, Sarajevo
- Koštić, M.-Tuzlak. Dž (2009.) Bibliografija Bosniace objavljene 1941-1945. godine, Sarajevo
- Kruševac, Todor (1975.) Bosanskohercegovački listovi u 19. V ijeku, Sarajevo
- Ramić, Š.(1994.) Temelji islamske dawe, Beč
- Rus-Mol,Š. (2005) Novinarstvo, Beograd
- Smailović, F. (2008.) Islamsko komuniciranje u savremenom dobu, Novi Pazar

PREDUSLOVI

Nema posebnih preduslova za pohađanje ovog kursa.

SADRŽAJ KURSA

- Nastanak bosanskohercegovačkog komunikacijskog modela (područje susretanja religija, naroda i kultura, najzapadnija zemlja istoka i najistočnija zemlja Zapada. Komunikacijska obilježja Istoka i Zapada. Susret sa latinskim i grčkim alfabetom.Počeci BH komunikacijskih specifičnosti).
- Povijesno iskustvo pisane komunikacije(bosančica, glagoljica, ćirilica, latinica, gotica, arabica,raši...)
- Etnička i multietnička komunikacija u Bosni i Hercegovini (Povijesno iskustvo. Uvažavanje drugog i drugačijeg. Konstitutivnost naroda i sistem komuniciranja u BiH. Prepreke i rješenja).
- Konfesionalna i multikonfesionalna komunikacija u BiH
- Orijentalni i tzv. evropski modeli komuniciranja u BiH (Komuniciranje u BiH za vrijeme Osmanskog casrtva, Austro-Ugarske monarhije, Kraljevine Jugoslavije, , SFRJ)
- Pokušaji „instaliranja“ fašističkog komunikacijskog modela u BiH (Ustaški, i četnički model komuniciranja u Bih).
- Razbijanje bosanskohercegovačke komunikacijske paradigme u vremenu agresije 1991.-1995.
- (Organizovanje medijskog informativno-propagandnog sistema tzv. Republike srpske. Medijski sistem tzv Herceg Bosne.).
- Teorija i praksa komunističkog modela komuniciranja u BiH (Iskustvo Agit-propa, dirigovanu mediji ,cenzura i samocenzura.)
- Mogućnosti revitalizacije BH komunikacijske paradigme
- Bosanskohercegovačka komunikacijska paradigma u kontekstu savremene globalizacije.

CILJEVI KURSA

- U okviru modula Bosanskohercegovačka komunikacijska paradigma doktoranti će biti upoznati sa specifičnostima povijesnih i savremenih komunikacijskih tokova u jednom multietničkom i multikonfesionalnom društvu, kakvo je bosanskohercegovačko.
- Studentima će također biti predočeno da je to društvo je tokom tokom hiljadugodišnjeg trajanja opstojalo zahvaljujući jedinstvenoj komunikacijskoj paradigmi. koja se temeljila na uvažavanju drugog i drugačijeg.
- U praktičnoj dimenziji studentima će biti objašnjeno kako je ta komunikacija uvijek k podrazujevala poznavanje dva ili više pisama, dva ili više jezika u bližeg i daljeg susjedstva (grčkog, latinskog, a kasnije turskog, njemačkog...), poznavanje i uvažavanje različitih vjerovanja i specifičnosti kultura koje su činile „bogatstvo različitosti“.
- Studentima će također biti pojašnjeno da je BH komunikacijska paradigma stoljećima bila prva na udaru neprijatelja Bosne i Hercegovine, koji su prvenstvenoi nastojali, i sada nastoje, dokazati da komuniciranje u uslovima različitosti nije moguće, te da stoga Bosna i Hercegovina treba da nestane kao povijesni, kulturni, geografski i civilizacijski entitet.
- Studentima će se u okviru doktorskog studija, popuniti praznina koja je evidentna u

savremenoj komunikološkoj nauci, a koja se tiče sadržaja, specifičnosti, povijesnog iskustva, savremenim disolirajućim trendovima i rješenjima koje nude obnavljanje komunikacijske paradigme, bino narušene u posljednjoj agresiji na Bosnu i Hercegovinu.

OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA

- Modul Bosanskohercegovačka komunikacijska paradigma, u okviru doktorskog studija nesumnjivo bi podstakao istraživanja o jednom od najznačajnijih fenomena BH društva
- Studenti će na kraju kursa moći shvatiti da je komuniciranje bazični društveni proces i odnos, u uslovima jedne multiuetničke i multikonfesionalne zajednice.
- Studenti će razumjeti da je bosanskohercegovačka zajednica se stoljećima nalazi na udaru njenih protivnika sa Istoka i sa Zapada koji su, krajem 20. vijeka razbiti krajem njen komunikacijski sistem temeljen stoljećima na uvažavanju drugog i drugačijeg.
- Studentima će biti jasno da svaka rekonstrukcija tog sistema ima žestoko protivnike.
- Studenti će shvatiti da je revitalizacije BH komunikacijske paradigme jedna od temeljnih pretpostavki opstanka BIH države i pokazatelj neuspjeha njenih oponenata.

NASTAVNE METODE

U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa koristeće se različite nastavne metode:

- predavanja
- praktične vježbe
- individualni i timski istraživački zadaci.

METODE PROVJERE ZNANJA

Ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.

Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada vezanog za sadržaj kursa.

Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.

SISTEM BODOVANJA

Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.

RED. BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	20
2.	Istraživački rad	30
3.	Usmeni dio završnog ispita	60
UKUPNO		100

SISTEM OCJENJIVANJA

51- 60 bodova – ocjena 6

61 – 70 bodova – ocjena 7

71- 80 bodova – ocjena 8

81- 90 bodova – ocjena 9

91- 100 bodova – ocjena 10

NASTAVNI PROGRAM PREDMETA/KURSA:

Savremene teorije komuniciranja

FAKULTET	Filozofski fakultet
KATEDRA	
SMJER	
ODSJEK	Žurnalistika

ETSC	7
BROJ SATI U SEMESTRU	30
Predavanja	30
Auditorne vježbe	
Laboratorijske vježbe	
NASTAVNIK	dr.sci.Jelenka Vočkić Avdagić, redovni profesor
ASISTENT	
INTERESNA GRUPA	Studenti III ciklusa studija
KONSULTACIJE	
DODATNE INFORMACIJE U VEZI KURSA	javdagic@bih.net.ba
Web strana fakulteta	http://www.ff.untz.ba/
Web strana nastavnog kursa	

PREPORUČENA LITERATURA

McQuail, D. (2010), *Mass Communication Theory*, (6th edition) London: Sage. PART 2 THEORIES: 49-189.: Early perspectives on media and society (52), Theory of media and society (80), New media – new theory? (136), Normative theory of media and society (162) (po dogovoru)

McQuail, D. (1994), *Stari kontinent – novi mediji*, (Priredio i preveo Miroljub Radojković), Beograd: NOVA: I Da li teorija medija može da odgovori izazovu novih komunikacionih tehnologija? (7-31), II Prošlost, sadašnjost i budućnost komunikacionih istraživanja: američki korjani i evropski izdanci (33-55), III Kako informisati informaciono društvo: zadatak nauke o komunikacijama (59-82), IV Masovno komuniciranje i javni interes: ka društvenoj teoriji strukture i funkcije medija (85-111), V Komunikacione teorije javnog interesa u informacionom društvu (115-138).

Prajs, Stjuart (2011) *Izučavanje medija*, Beograd, CLIO

Rudi Stojak (1982), *Sjaj i bijeda masovne kulture*, Sarajevo: CDA. I dio (17 – 58) (po dogovoru)

Vočkić-Avdagić, J. (1997) *Razvoj komunikacijskih procesa i sistema i bosanskohercegovačko društvo i država*, Sarajevo: FPN. I dio ((13 – 38)

Divya C. McMillin (2007) *INTERNATIONAL MEDIA STUDIES*, Blackwell Publishing

Mattelart, Armand & Mattelart, Michele (1999): *Theories of communication (a short introduction)*, Sage Publication, London-Thousand Oaks-New Delhi.

Ray Eldon Hiebert. SheilaJean Gibbons (2000) *Exploring Mass Media For A Changing World*, LEA, London

Stanley J. Baran, Dennis K. Davis (2009), *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*, Wadsworth Cengage Learning, Boston, USA, Fifth Edition

DODATNA LITERATURA

Bagdikian, B. (2000), *The New Media Monopoly*, Beacon, Boston

Baudrillard, Jean (1995): *Simulacra and Simulation*, Michigan University Press.

Bolter, Jay David & Grusin, Richard (1999): *Remediation: Understanding New Media*, MIT Press.

Brigs, Adam & Kobli, Paul (ed.) (2005): *Uvod u studije medija*, Clio, Beograd.

Curran, James (ed.) & Morley, David (2006): *Media And Cultural Theory*, Routledge, Oxon & New York.

Curran J. Park M.J: (2000), *De-Westernizing Media Studies*, Routledge London i NY

Čačinović N. (2001) *Doba slika u teoriji mediologije*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb

Debord, Guy (1995): *The Society of the Spectacle*, Zone Books.

Debray R. (1997) *Uvod u mediologiju*, Clio, Beograd

Dijk, Jan (2006): *The Network Society (Social Aspects of New Media)*, Second edition SAGE

Publications, London-Thousand-Oaks-New Delh.

Fuchs Christian: A contribution to theoretical foundations of critical media and communication studies, the public, Vol. XVI (2009), 2

Giddens, Anthony & Hutton, Will (ed.) (2000): Global capitalism, The New Press, New York.

Graham, Phil (2005): Hypercapitalism: New media, Language and Social Perception of Value (Digital formations), Peter Lang Publishing, New York.

Hesmondhalgh, David & Toynbee, Jason (2008): The media and social theory, Routledge.

Hiebert, Ray Eldon & Gibbons Sheila Jean (2000) EXPLORING MASS MEDIA FOR A CHANGING WORLD, LEA, London

Holmes, David (2005): Communication Theory: Media, Technology, Society, SAGE Publications, London-Thousand Oaks-New Delhi

Inglis, Fred (1997): Teorija medija, AGM, Barbat, Zagreb.

Kellner, Douglas (2003): Media spectacle, Routledge.

Kellner, D. (1995), Medijska kultura, Clio, Beograd

Kin, Džon (1995) Mediji i demokratija, Filip Višnjić Beograd

Laughey, Dan (2007): Key Themes in Media Theory, Open University Press.

Lippman, Walter (1997): Public opinion, Free press paperbacks, New York.

Manovich, Lev (2002): The Language of the New Media, MIT Press

Mattelart, Armand & Mattelart, Michele (1999): Theories of communication (a short introduction), Sage Publication, London-Thousand Oaks-New Delhi.

Mayer, Thomas (2003): Mediokracija (medijska kolonizacija politike), FPZ, Zagreb.

McChesney, Robert W (2008): Bogati mediji, siromašna demokratija: Komunikacijske politike u mutnim vremenima, Šahinpašić, Sarajevo.

McChesney, Robert & Herman, Edvard (2004): Globalni mediji (novi misionari korporativnog kapitalizma), Clio, Beograd.

McLuhan, Marshall (1971): Poznavanje opština (čovjekovih produžetaka), Prosveta, Beograd.

Sennett, Richard (2006): The Culture of the New Capitalism, Yale University Press.

Smith, J.(1995) Understanding the Media, Hampton Press, INC. Gresskill, New Jersey

Soroa, Georg (1999) Kriza globalnog kapitalizma, Sarajevo, RABIC

Stevenson, Nick (2002): Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication, Second Edition, SAGE Publications, London-Thousand Oaks-New Delhi.

Taylor, Paul A. & Harris, Jan LI. (2008): Critical Theories of Mass Media: Then and Now, Open University Press.

Virilio, Paul (2007): The Original Accident, Polity.

PREDUSLOVI

Nema posebnih predudlova za pohađanje ovog kursa.

SADRŽAJ KURSA

- Uvod u modul:
- (Uvod u komunikacijske teorije i praksu: šta je komunikacijska teorija? Kako se koristi komunikacijska teorija? Komunikacijska teorija ili komunikacijske teorije – interdisciplinarni pristup savremenim komunikacijskim i medijskim teorijama i praksama)
- Razvoj kritičkih koncepata:
- (Anglo-američko teoretsko i praktično nasljeđe: pitanja medijskih efekata; Kanadsko nasljeđe: pitanja tehnologije; Evropsko nasljeđe: politička ekonomija, hegemonija ideologija, popularna kultura)
- Komunikacijski efekti
- (Behaviorizam - Lasswellov lanac komuniciranja; teorija kultivacije; teorija agenda-settinga; teorija “magičnog metka”, teorija dvostepenog protoka; korisničke teorije i teorije gratifikacije /zabave/udovoljenja /)

- Modernost i teorija i praksa komuniciranja
- (Innis: komunikacijska pristrasnost; McLuhan: medij je poruka; Benjamin: umjetnost i mehanička reprodukcija; Hall: ideologija i hegemonija /ideologija vijesti/; Williamson: ideologija reklama; Foucault: diskurs i discipliniranje društva)
- Mediji i javna sfera
- (Strukturalna transformacija javne sfere: refeudalizacija javnosti (Habermans); redefinicija i transformacija javne sfere: rast (de)personalizacije u javnom životu- Kellner, Sennett; društvo spektakla - Debord)
- Interakcionizam i strukturalizam
- (Samoprezentacija; nebitnost lokaliteta; lična i parasocijalna interakcija; teorija etiketiranja i moralna panika; teorija strukturiranja / Goffman, Thompson, Giddens/)
- Politčka ekonomija medija
- (Industrija kulture ili kulturološke industrije - Adorno; proizvodnja pristajanja; – Herman, Chomsky; teorije medijskog spektakla i celebrity kulture – Kellner, Harris; Personalizacija i hollywoodizacija politike, soap media reporting – Curran)
- Postmoderost i informacijsko društvo
- (Hiperrealnost i simulacija – Baudrillard; image i spektakl; hibridizacija medijskih formi; informacijsko društvo - Ritzer; Mc Donaldizacija; konzumerizam i svakodnevni život; tekstualni iskorak u tuđa područja; raspršeni auditorij i autoritet potrošača)
- Novi mediji i informacijsko društvo
- (Umreženo društvo, mediji kao glavna tehnologija politike - strukturalna transformacija politike i diplomacije; personalizacija politike; teorija remedijalizacije: novomedijski pejzaž, novi mediji i nove društvene vrijednosti - Van Dijk, Graham, Manovich, Sennett)
- Mediji i globalizacija
- (Mainstream pristup: kritička politička ekonomija i postkolonijalna teorija: neoliberalizam korporativnog kapitalizma i globalni medijski sistem- McChesney, Bagdikian; mediji i kulturni imperijalizam (Schiller); proizvodnja pristanka - Herman i Chomsky; korporativizam i medijski efekti; PR-izacija medija, utjecaj globalizacije na komunikacijske procese: postkolonijalni okvir, sučeljavanje konvergencije i kros-medijskih izazova, hiperlokalizam i medijska kultura 21. stoljeća)

CILJEVI KURSA

- Da upozna studente sa ključnim komunikacijskim teorijama bazirajući se na nasljeđe vodećih škola i autora.
- Da pojasni razvoj kritičkih koncepata i komunikacijskih efekata
- Da predoči studentima modernost koja je u teoriju medija uvela pitanja redefinicije i transformacija javne sfere, interakcionizam i strukturalizam kao posebna pitanja samoprezentacije.
- Da upozna studente sa utjecajima koji na komunikaciju imaju novomedijske inovacije kao i efekte novomedijske prakse.
- Da upozna studente sa fenomenima hiperrealnosti i simulacije kao karakteristikama informacijskog društva koje sve više postaje društvo konzumerizma u kome je “vrhovni” autoritet - autoritet potrošača.
- Da osposobi studente za sjedinjavanje rezultate istraživanja sa navedenim fenomenima i predoče spektar mehanizama između komunikacije i medija kao glavne tehnologije politike i njihov različit utjecaj na njenu strukturalnu transformaciju i nove društvene vrijednosti i prakse.

OČEKIVANE RAZVOJNE SPOSOBNOSTI/KOMPETENCIJE STUDENATA

- Da razumiju evaluaciju komunikacijskih teorija (pozitivističke, hermeneutičke, kritičke, normativne, teorije procjene...)

- Da kritički analiziraju nastanak medijske industrije i teorije masovnog društva (nastanak Yellow Journalism, ciklusi medijskog razvoja i opadanja, kritike masovnog društva i rasprave o medijima...)
- Da shvate nastanak teorije medija u eri propagande (behaviorizam, freudianism, teorija propagande H. Lasswell-a, teorija o nastanku javnog mnijenja W. Lippmann-a, teorija moderne propagande...)
- Da uoče značaj normativne teorije (pitanja profesionalizma, teorija društvene odgovornosti medija, javni interes u doba interneta...)
- Da razumiju nastanak kritičko kulturnih komunikacijskih teorija (analiza teksta i literarna kritika)
- Da shvate uloga medija u društvu (teorija difuzije informacija, teorija zavisnosti medijskih sistema, Agenda-Setting, istraživanje proizvodnje vijesti...)

NASTAVNE METODE

U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa koristeće se različite nastavne metode:

- predavanja
- praktične vježbe
- individualni i timski istraživački zadaci.

METODE PROVJERE ZNANJA

Završni ispit

Ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.

Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog istraživačkog rada u kojem student treba povezati teorijske koncepte sa stanjem u odabranom mediju.

Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.

SISTEM BODOVANJA

Maksimalan broj bodova se dobija sumiranjem maksimalno mogućeg broja bodova definiranih za svaki kriterij pojedinačno u toku semestra.

RED. BR.	KRITERIJI OCJENJIVANJA	MAX. BODOVI
1.	Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama	30
2.	Istraživački rad	30
3.	Usmeni dio završnog ispita	40
UKUPNO		100

SISTEM OCJENJIVANJA

51- 60 bodova – ocjena 6

61 – 70 bodova – ocjena 7

71- 80 bodova – ocjena 8

81- 90 bodova – ocjena 9

91- 100 bodova – ocjena 10

Univerzitet u Tuzli
Filozofski fakultet
Studijski odsjek: Žurnalistika

ELABORAT ZA POKRETANJE DOKTORSKOG STUDIJA

Tuzla, novembar 2012. godine

1. Naziv studijskog programa:

Doktorski studij Komunikologija za stjecanje akademskog stepena: *Doktor društvenih nauka u području komunikologije*

2. Ciljevi i društvena opravdanost organizovanja studija

Ovaj doktorski studij je konceptom, strukturom i sadržinom usklađen s Evropskim kvalifikacijskim okvirom (EKO) prema kojem doktorski studij predstavlja najviši obrazovni nivo i osigurava stjecanje kompetencija koje odgovaraju 8. stupnju kvalifikacijskog okvira te obimom, količinom kompetencija i profilom struke garantira utemeljenost iskaza na javnoj ispravi o završenom doktorskom studiju i stjecanju zvanja doktora nauka u oblasti komunikologije.

Osnivanjem dokorskog studija iz komunikologije ostvarit će se slijedeći ciljevi:

- proširit će se lepeza naučnih oblasti i istraživačkih područja Univerziteta u Tuzli i na taj način povećati njegova interdisciplinarnost,
- osnažit će se proces jačanja društvenih nauka na Univerzitetu u Tuzli,
- valorizirat će se iskustva i rezultati postignuti u nastavnim, naučnim i istraživačkim procesima realiziranim na Studijskom odsjeku Žurnalistika,
- osigurat će se univerzitetski status izobrazbi za medije i druge forme komunikacije, kako na Studijskom odsjeku Žurnalistika tako i na Univerzitetu,
- doprinijet će se razvoju komunikologije u Bosni i Hercegovini te primjeni komunikacijskih (nenasilnih) metoda u rješavanju domaćih društvenih proturječnosti i na taj način podržati proces demokratske tranzicije društva.
- odgovorit će se na zahtjeve iskazane od pojedinaca iz cijele Bosne i Hercegovine i regije za stjecanje doktorata iz područja žurnalistike-oblast komunikologija na Univerzitetu u Tuzli.

Sistematično izučavanje naučnog područja komunikologija na Univerzitetu u Tuzli započelo je 1997. godine kada je upisana prva generacija studenata žurnalistike na Filozofskom fakultetu. Od te godine do danas, na ovom studijskom odsjeku evidentno je veliko interesiranje studenata za upis.

Uz jasan fokus na stjecanje novinarskih i medijskih vještina u svim dosadašnjim nastavnim planovima, značajno su bili zastupljeni različiti aspekti komunikologije, kao najširi okvir za izučavanje, istraživanje i unaprjeđivanje savremenih fenomena društvenog komuniciranja. Ovakvo opredjeljenje rezultiralo je kristaliziranjem četiriju naučno-istraživačkih područja

unutar kojih je došlo do svojevrzne specijalizacije interesiranja nastavnika i asistenata angažiranih na Odsjeku. To su: 1) područje novinarstva koje pokriva kako novinarske vještine tako i različite teorijske i produkcijske aspekte masovnih medija, 2) područje korporativnih komunikacija koje uključuje odnose s javnostima, marketinške komunikacije i poslovno (menadžersko) komuniciranje, 3) područje interpersonalnog komuniciranja i komunikacijskih vještina i 4) područje komunikologije mrežnih (novih) medija. Sva četiri navedena naučno-istraživačka područja imaju zajedničko teorijsko ishodište u ukupnim rezultatima stogodišnjeg razvoja savremene opće komunikologije, odnosno posebnih komunikologija koje su u modernom svijetu davno akademizirane sa izdiferenciranim istraživačkim područjima, istraživačkim problemima, teorijama i metodama, ali i sa razjašnjenom ulogom u upravljanju savremenim društvenim proturječnostima.

S postupnom afirmacijom studija žurnalistike unutar Univerziteta u Tuzli, ali i u okruženju, raslo je interesiranje drugih studija i fakulteta za pojedine komunikološke discipline, što je rezultiralo uključivanjem takvih predmeta u njihove nastavne planove, kako na prvom tako i na drugom stupnju, a s diplomiranjem kritične mase studenata stekli su se uslovi i za uspješno organiziranje dvaju ciklusa postdiplomskog studija i upisivanja prve generacije master studija. Rezultat toga značajan je broj magistara žurnalističkih nauka koji pokazuju interesiranje za nastavak obrazovanja na trećem stupnju, kao i za proširenje tematskog područja istraživanja s novinarstva na sve druge savremene komunikacijske fenomene i probleme.

Studijski odsjek Žurnalistika nema izvornih iskustva u organizaciji doktorskih studija, što je razumljivo s obzirom na dosadašnju praksu stjecanja doktorata na univerzitetima u Bosni i Hercegovini i regiji. Međutim, stečena su značajna iskustva u postdiplomskim magistrarskim studijima, organiziranju i realiziranju master studija te mentorisanju doktoranata.

Jedan broj nastavnika s Odsjeka angažiran je na doktorskim studijima u Bosni i Hercegovini i regiji, gdje su nositelji predmeta i na listi su mentora.

Kadrovi s ovog odsjeka su prošli i kroz programe edukacije za organiziranje i realiziranje doktorskih studija a otvoreni su za preuzimanje i usvajanje saznanja i iskustava stečenih na doktorskim studijima iz komunikologije pokrenutim u regiji i šire.

Dobra reputacija koja je stečena zahvaljujući osmišljenom planu studija, optimalnoj kombinaciji vještina i teorijskih predmeta, solidnoj tehničko-tehnološkoj podršci stjecanju praktičnih vještina, optimalnoj veličini studentskih grupa na vježbama i reputaciji nastavnika i asistenata koji realiziraju nastavne programe, doprinosi velikoj zainteresiranosti najznačajnijih međunarodnih i domaćih vladinih i nevladinih organizacija u području masovnih medija za saradnju, a sve to doprinosi značajnom interesiranju za studiranje na svim ciklusima na ovom studiju kao i spremnosti nastavnika s univerziteta u Zagrebu, Beogradu i Sarajevu da, bez postavljanja nekih specijalnih uslova, učestvuju u nastavnom procesu na drugom i trećem ciklusu. U pripremnj fazi za izradu ovog elaborata, u tom smislu je već dobijena saglasnost vrhunskih regionalnih naučnih autoriteta iz područja komunikologije za njihovo uključivanje u realizaciju programa dokorskog studija.

Sve navedeno ukazuje na činjenicu da je Studijski odsjek Žurnalistika na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Tuzli etabliran u regionalnim okvirima kao mjesto na kojem se izučava cijeli spektar problemskih područja komunikologije te da prekoračuje ograničenja uskog fokusiranja na novinarstvo, odnosno mas-medijско komuniciranje. To se može vidjeti kako iz tema odbranih magistrarskih radova i doktorata na ovom odsjeku, tako i iz pregleda

naučnih i istraživačkih radova nastavnika i asistenata angažiranih na Odsjeku. Kada se tome dodaju: pozitivna iskustva stečena u dosadašnjem toku transformacije studija na bolonjskim načelima, kadrovska popunjenost i ispunjavanje glavnih uslova za certifikaciju ovog studija i već pokazano interesiranje za stjecanje doktorata iz područja komunikologije upravo na ovom studiju, nameće se zaključak o višestrukoj opravdanosti osnivanja ovog doktorskog studija.

3. Način organiziranja studija

Doktorski studij iz komunikologije na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Tuzli koncipiran je u skladu sa Smjernicama za izradu studijskih programa III ciklusa studija koje je utvrdio Senat Univerziteta u Tuzli na sjednici 19.10.2011. godine, kojima je osigurano da studijski programi trećeg ciklusa slijede načela bolonjskog procesa ta da na tom osnovu osiguraju, kako interdisciplinarnu tako i međuuniverzitetsku pokretljivost studenata. Dosljednom primjenom ECTS sistema zagarantirana je precizna kvantifikacija svih formi studentskog angažiranja u realizaciji Plana i programa. To omogućava polaznicima studija da: 1) jedan dio obaveza mogu realizirati na drugim fakultetima, odnosno univerzitetima, 2) da se polaznicima doktorskih studija s drugih fakulteta i univerziteta dokumentira i kvantificira svaki oblik njihovog angažiranja na ovom doktorskog studiju i 3) da se objektivno valoriziraju i priznaju prethodni oblici diplomskog i poslijediplomskog obrazovanja u zemlji i inostranstvu.

Usklađenost koncepta doktorskog studija s temeljnim načelima bolonjskog procesa te već ostvarena dobra saradnja sa sličnim studijskim odsjecima u Hrvatskoj, ali i drugim državama iz regije, pogodna su platforma za uspostavljanje partnerskih odnosa sa univerzitetima/sveučilištima u regiji i šire.

U početnoj fazi pokrenut će se inicijativa da se institucionalizira saradnja s univerzitetima/sveučilištima na kojima gostuju naši nastavnici. Nastavnici s ovih univerziteta/sveučilišta učestvovat će u izvođenju nastave, odnosno biti mentori na ovom studiju. U toj fazi je moguće dogovoriti i uzajamno priznavanje ECTS koje studenti steknu u istraživačkim projektima, na naučnim skupovima, gostujućim predavanjima, seminarima i sl.) kao i suradnju u izdavanju časopisa i drugih naučnih publikacija te pri prijavljivanju zajedničkih istraživačkih projekata.

U drugoj fazi, na temelju stečenog uzajamnog povjerenja i razumijevanja inicirat će se pokretanje zajedničkih doktorskih studija s naizmjeničnim izvođenjem nastave i realiziranjem drugih sadržaja i oblika rada u sjedištima univerziteta/sveučilišta.

Studij je usporediv s većinom već pokrenutih doktorskih studija, odnosno studija koji su u fazi pripreme u regiji i u zemljama Europske unije, kako sa stajališta koncepta (strukture, pravila, pristupa i sl.) tako i sa stajališta preferiranih teorija i aktueliziranih problemskih područja. Kao usporedivi elementi ističu se:

1. ujednačen broj semestara,
2. ujednačen broj ECTS,
3. ujednačeni uvjeti za pristup studiju,
4. ujednačen broj ispitnih obaveza po semestru,
5. ujednačena struktura vanispitnih sadržaja studentskih obaveza,
6. ujednačen individualizirani mentorski pristup studentima,

7. ujednačena sadržajna fokusiranost na savremene koncepte demokratskog komuniciranja i savremene komunikacijske tehnologije.

Sva pitanja koja se odnose na organizaciju i tok studiranja rješava Vijeće doktorskog studija Filozofskog fakulteta u Tuzli.

Vijeće doktorskog studija Filozofskog fakulteta u Tuzli imenuje Naučno-nastavno vijeće Filozofskog fakulteta.

Vijeće ima 7 (sedam) članova koji se imenuju iz reda nastavnika na doktorskim studijima na Filozofskom fakultetu u Tuzli na period od 4 (četiri) godine. Vijeće doktorskog studija predlaže odluke vezane za organizaciju i tok studiranja na doktorskom studiju koje donosi NNV.

Predsjedavajući Vijeća voditelj je doktorskog studija.

4. Akademske reference nastavnika angažiranih u realizaciji studijskog programa

Nastavnik	Reference nastavnika
Dr. sci. Enver Halilović, red. prof.	<p>Halilović, Enver: Sartreova kritika Staljinizma, «Univerzal» Tuzla, 1991.</p> <p>Halilović, Enver: Bošnjaci i vrijeme, Filozofski fakultet u Tuzli, 1995.</p> <p>Halilović, Enver: Um i egzistencija, «Grafičar», Tuzla 1998.</p> <p>Halilović, Enver: Kontingencija i metafizika u filozofiji nauke do Kanta, «Univerzitet u Tuzli», Harfograf, 2001.</p> <p>Halilović, Enver: Horizonti historije filozofije od Talesa do Hegela, Sarajevo 2004.</p> <p>Halilović, Enver: Horizonti historije filozofije, Tokovi savremene filozofije, Sarajevo 2004.</p>
Dr. sci. Najil Kurtić, red. prof.	<ul style="list-style-type: none"> • Kurtić, Najil: Komunikološki ogledi: Bosanska riječ, Tuzla, 2011. • Kurtić, Najil: Osnovi pisanja za medije, Media Plan institut, Sarajevo, 2009. • Kurtić, Najil: Kod novinarstva; Media Plan Institut, sarajevo, 2006. • Kurtić, Najil: Uvod u teoriju mas-medijske informacije; Filozofski fakultet, Tuzla, 2000 medije • Kurtić, Najil: Komunikacijski paradoks, Medianali, međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima, Sveučilište u Dubrovniku, ISSN 1846-436X, UDK 316.77 / 070/659.4, godište 1, broj 1, ožujak 2007. (str.135-148) • Kurtić, Najil: Konceptualizacija istraživanja vjerodostojnosti medija; VJERODOSTOJNOST NOVINA, ICEJ, Zagreb, 2007., ISBN 978-953-

	<p>7015-38-1 (str. 39-66)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurtić, Najil: Bosna i Hercegovina : Između profesionalnih standarda i očekivanja čitatelja, ICEJ, Zagreb, 2007., ISBN 978-953-7015-38-1 (str. 117- 154) • Kurtić, Najil: Komunikacijski paradoks, Medianali, međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima, Sveučilište u Dubrovniku, ISSN 1846-436X, UDK 316.77 / 070/659.4, godište 1, broj 1, ožujak 2007. (str.135-148) • Kurtić, Najil: Čitanje medijske kulture (teorijsko-analitički okvir za razumijevanje medija i medijskih sadržaja); UDK 316.774:316.77, ISTRAŽIVANJA, Časopis Fakulteta humanističkih nauka, Univerzitet „Džemal Bijedić“ u Mostaru, Mostar, 2008. ISSN 1840-1325, (str. 413- 426) • Kurtić, Najil: Vjerodostojnost medijskih objava; Medianali, međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima, Sveučilište u Dubrovniku, ISSN 1846-436X, UDK 316.77 / 070/659.4, godište 2, broj 3, veljača 2008. (str.127- 136) • Kurtić, Najil: Mogućnosti dekonstrukcije internog imidža Bosne i Hercegovine; TRANZICIJA; Međunarodni naučno-stručni časopis za ekonomiju i politiku tranzicije – Tuzla – Beograd – Bukurešt – Zagreb, Ekonomski institut Tuzla, br.21-22, 2008. ISSN 1512-5785, COBIS.BH – ID 7255054, UDK: 330.142 (str. 9-26) • Kurtić, Najil: Etički odnosi s javnostima u funkciji socijalne konekcije i društvene odgovornosti modernih organizacija; Medianali, međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima, Sveučilište u Dubrovniku, ISSN 1846-436X, UDK 316.77 /070/659.4, godište 3, broj 5, veljača 2009. (str.131- 142)
Dr. sci. Besim Spahić, red. prof.	<ul style="list-style-type: none"> • SPAHIĆ Besim, (2001): <i>Imidž Grada</i>, Sarajevo, Međunarodni centar za mir • SPAHIĆ Besim, (2002): <i>Dizajn – ekonomski, društveni, politički aspekti oblikovanja</i>, Sarajevo, MIB • Spahić, B. (1985): <i>Strategija savremene propagande</i>. Sarajevo. ID Oslobođenje.

	<ul style="list-style-type: none"> • Spahić, B.(1990): <i>Biti propagandista</i>. Sarajevo: UEP BIH. • Spahić, B., (1987) <i>Kontroverze propagandnog djelovanja</i>, Izdavačka djelatnost, Sarajevo; • Spahić, B., (1987), <i>Kontroverze propagandnog djelovanja</i>, Izdavačka djelatnost, Sarajevo; • Spahić, B., (2005/2006), <i>Lobiranje kao sastavni dio poslovnog komuniciranja u EU</i>, Sarajevo; • Spahić, Besim. (2001), <i>Imidž grada</i>, Međunarodni centar za mir, Sarajevo; • SPAHIĆ, Besim; <i>Strategija savremene propagande</i>, Sarajevo: ID Oslobođenje, 1985.
<p>Dr. sci. Jelenka Voćkić Avdagić, red. prof.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Voćkić- Avdagić, Jelenka: (2002). <i>Suvremene komunikacije – ne/sigurna igra svijeta</i>, i FPN, Sarajevo • Voćkić- Avdagić, Jelenka: (2002). <i>Političko komuniciranje i demokratska konsolidacija</i>, Centar za promociju civilnog društva, Sarajevo • Voćkić- Avdagić, Jelenka: (1997). <i>Razvoj savremenih komunikacijskih procesa i sistema i bosanskohercegovačko društvo i država</i>, FPN, Sarajevo • Voćki-Avdagić, Turčilo, Nuhanović, Repovac- Pašić, (2010). <i>Manjinske skupine i mediji u BiH</i>, Institut za društvena istraživanja FPN Sarajevo • Voćkić- Avdagić, Jelenka: (2005). „Media Commercialism and New Trends of Profesionalism“, <i>Informatologija</i> 38, 2005/4, HKD Zagreb • Voćkić- Avdagić, Jelenka: (2002). <i>Globalno komuniciranje – (Ne)sigurna igra svijeta</i>, <i>Informatologija</i> 35, HKD Zagreb • Voćkić- Avdagić, Jelenka: (2001). <i>Globalno komuniciranje i diplomacija</i>, <i>Socijaldemokrat</i> 2001/8, oktobar 2001. Sarajevo
<p>Dr. sci. Šemso Tucaković, red. prof.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tucaković, Šemso: (1999.) <i>Propagandno komuniciranje</i>, Univerzitetska knjiga, Sarajevo • Tucaković, Šemso: (2000.) <i>Historija komuniciranja</i>, Univerzitetska knjiga, Sarajevo • Tucaković, Šemso: (2003.) <i>Partizanski mediji i propaganda</i>, Prosperitet, Sarajevo • Tucaković, Šemso: (2004.) <i>Leksikon mas medija</i>, Prosperitet, Sarajevo • Tucaković, Šemso: (2006.) <i>Historija novinarstva i</i>

	<p>medija u Bosni i Hercegovini, S&A kompani, Sarajevo</p>
Dr. sci. Stjepan Malović. red. prof.	<ul style="list-style-type: none"> - Malović, Stjepan, ur.: Utjecaj globalizacije na novinarstvo, ICAJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2006. - Malović, Stjepan, ur.: Vjerodostojnost medija, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007. - Jon, Grover Chaudhary, Anju: Comparative Mass Media Systems, Longman, White Plains, 1983. - Malović, Stjepan i Selnow, Gary: <i>The People, Press, and Politics of Croatia</i>, Praeger, Westport, 2001. - Malović, Stjepan: Mediji i društvo, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007 - Malović, Stjepan: Medijski prijevori, Izvori, Zagreb, 2004. - Malović, Stjepan: Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga. Zagreb, 2005. - Malović, Stjepan: Novine, Sveučilišna knjižara, drugo izdanje, Zagreb, 2003. - Malović, Stjepan, Ricchiardi, Sherry i Vilović, Gordana: Etika novinarstva, drugo, prerađeno izdanje, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007.
Dr. sci. Damir Kukić, vanr. prof.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Kukić, Damir: Politička propaganda</i>, (2004) : Weling SD, Zenica - <i>Kukić, Damir: Polucija simulakruma</i>, Zeničke sveske – časopis za društvenu fenomenologiju i kulturnu dijalogiku, Zenica, 2005, ISSN 1840-0868 (str.39 – 49) - <i>Kukić, Damir: Virtualne utopije</i>, Zbornik radova, Pedagoški fakultet Univerzitet u Zenici, III/2005, ISSN 1512-9195, (str. 119 – 129) - <i>Kukić, Damir: The Role of the Media in Promoting Ethnic and Religious Reconciliation and the Promotion of Religious Tolerance</i>, NATIONAL AND INTER-ETHNIC RECONCILIATION AND RELIGIOUS TOLERANCE IN THE WESTERN BALKANS, Proceedings of the ECPD International Symposium, European Center for Peace and Development (ECPD) of the United Nations University for Peace, Belgrade, 2006, ISBN 86-7236-017-6 (str. 191 – 205) - <i>Kukić, Damir: Javni mediji – tržišni interesi</i>, Zbornik radova, Filozofski fakultet Univerzitet u Tuzli, Tuzla, 2006. Vol.31, br.7, ISSN 1521-6021 (str. 464-471) - <i>Kukić, Damir: Umreženo društvo</i>, Zbornik radova, Pedagoški fakultet Univerzitet u Zenici, broj IV/6, Zenica, 2006, ISSN 1512 – 9195, (str. 57 - 69)

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Kukić, Damir: Vjerodostojnost novina u BiH, Kultura komuniciranja – znanstveno stručni godišnjak, Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar, 2011.,ISSN 2232-8599, (str. 136-150)</i> - <i>Kukić, Damir: Stvarne i virtualne zvijezde, Medijski dijalozi, Međunarodni naučni skup – V Crnogorski medijski dijalozi, Cetinje, maj 2012,</i> - <i>Kukić, Damir: Novi mediji i odnosi s javnošću, BH Ekonomski Forum, 4, Zenica, 2012., ISSN 1986-681X, (str. 107-119).</i>
Dr.sci. Gordana Vilović, vanr. prof.	<ul style="list-style-type: none"> - Vilović, G.(u suautorstvu S. Malović i S. Richiardi): <i>Etika novinarstva</i>, (II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje) ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007. - Vilović, G.: <i>Povijest vijesti</i>, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007. - Vilović G.: „Novine“, u <i>Uvod u medije</i> (ur. Zrinjka Peruško), Naklada Jesenski i Turk i Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, 2011. - Vilović G.: „Novinarska profesija“ u <i>Hrvatski medijski sustav: Prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja</i>, Biblioteka Politička misao, Zagreb, 2011. - Vilović, G.:“ Iskustva internetske ere u medijima Jugoistočne Europe“ u <i>Profesionalno novinarstvo i samoregulacija: Novi mediji i stare dvojbe u Jugoistočnoj Europi i Turskoj</i> (ur. T.Turtia i A. Hulin), <i>UNESCO - Izvori, Paris - Zagreb, 2011.</i>
Dr. sci. Vedada Baraković, vanr. prof.	<ul style="list-style-type: none"> - Baraković, Vedada: (2011), <i>Constructing cultural identity and key developments within modern national projects in Bosnia and Herzegovina</i>, sa grupom autora, Regional Research Promotion Programme, Izdavač OFF-SET Tuzla - Baraković, Vedada: (2012): <i>Berluskonizacija medijske scene u BiH</i>, Zbornik radova sa konferencije vjerodostojnost medija: Izazovi globalizacije i specifičnosti regiona, FPN, Sarajevo - Baraković, Vedada: (2012): <i>Medijska konstrukcija ekstremnog vremena: ključne riječi i metafore kao alati framinga</i>, Medijski dijalozi, Podgorica, Crna Gora - Baraković, Vedada: (2012): <i>Facebook revolutions: The case of Bosnia and Herzegovina</i>, Acta Sapientia University, Budapest, Hungary - Baraković, Vedada: (2012): <i>Senzacionalizam i medijska re-vektimizacija: slučaj Bettine Siegnier</i>,

	<p>Medijska kultura, Nikšić, Crna Gora</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baraković, Vedada: (2012): Politika kao reality show, Medijski dijalozi, Podgorica, Crna Gora - Baraković, Vedada: (2011): Javni emiteri: Politike (dez)integracija u Bosni i Hercegovini, Medijski dijalozi, Podgorica, Crna Gora - Baraković, Vedada: (2011): Online glasači i offline politika; Mediacentar, Sarajevo - Baraković, Vedada: (2011): Novi mediji, stare predrasude: YouTube i romska djeca; Medijski dijalozi, Podgorica, Crna Gora - Baraković, Vedada: (2011): Nova globalna odgovornost, Mediacentar, Sarajevo - Baraković, Vedada: (2010): Personaliziranje političke scene u BiH i uloga medija; Mediacentar, Sarajevo - Baraković, Vedada: (2008): Medijska produkcija i posredovanja traumom; Puls demokratije; Fond Otvoreno Društvo Bosne i Hercegovine, Sarajevo - Baraković, Vedada: (2008): Stanovnici ravne ploče; (dez)orijentacijska funkcija masovnih medija, Obrazovanje odraslih, Broj 2, Vol. VIII - Baraković, Vedada: (2008): Odnosi s javnostima i pošteno izvještavanje u Bosni i Hercegovini, Zbornik radova Filozofskog fakulteta Univerziteta u Tuzli, VII, 2008.
Dr. sci. Enes Osmančević, doc.	<ul style="list-style-type: none"> - Osmančević, Enes: Demokratičnost WWW komuniciranja, Friedrich Ebert Stiftung, Sarajevo, 2009. - Osmančević, Enes: Internet, tradicionalna i virtualna javnost, Magistrat, Sarajevo, 2003. - Osmančević, Enes: Prilog povijesti ideje demokratičnosti u komunikaciji, Medianali, Sveučilište u Dubrovniku, broj. 10, 2011. godine. - Osmančević, Enes; Mehmedović, Mirza: <i>Američki predsjednički izbori u bosanskohercegovačkim dnevnim listovima</i>, Obrazovanje odraslih, br. 2, Sarajevo, 2008. - Osmančević, Enes: <i>Značaj informiranja u provođenju Bolonjskog procesa na univerzitetima u Bosni i Hercegovini</i>, Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Tuzli, br. 8, Tuzla, 2008. - Osmančević, Enes: <i>Internet i novi oblici društvenosti</i>, Zbornik radova Filozofskog fakulteta br.4, Tuzla, 2003. - Osmančević, Enes: <i>Bosanskohercegovačko društvo u informatičkom izazovu</i>, Stav, Tuzla 2002. - Osmančević, Enes: <i>Interaktivnost kao differentia</i>

	<i>specifica interneta</i> , Zbornik Radova filozofskog fakulteta br. 3, Tuzla 2001.god. - Osmančević, Enes: <i>Historijat i osobenosti javnosti u Bosni i Hercegovini</i> , Pogledi, Tuzla, 2001
--	--

5. Raspoloživi materijalno-tehnički kapaciteti za organiziranje doktorskog studija

Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli raspolaže adekvatnim prostorom i potrebnom tehničkom podrškom za izvođenje svih predviđenih aktivnosti na Doktorskome studiju iz područja komunikologije.

Nastava će se izvoditi u učionici 107 koja je opremljena potrebnom informatičkom opremom. Fakultetska biblioteka/čitaonica raspolaže početnim fondom recentne literature iz područja žurnalistike i predmeta koji su predviđeni kao obavezni, odnosno izborni.

6. Nastavni plan doktorskog studija

Studij traje 6 semestara pri čemu student mora ostvariti 180 ECTS bodova, odnosno 30 bodova po jednom semestru.

6.1. Struktura doktorskog studija

Semestar	Aktivnost					Ukupno ECTS
	Obavezni predmeti	Izborni predmeti	Disertacija	Naučno-istraživački rad	ECTS	
I	3			*	7 9	21 9
II		3		*	7 9	21 9
III			*	*	20 10	20 10
IV			*	*	10 20	10 20
V			*	*	15 15	15 15
VI			*		30	30

6.2. Obavezni predmeti

R.br.	Naziv predmeta	Semestar	Broj sati	ECTS
1.	Metodologija komunikoloških istraživanja	I	30/120	7
2.	Konvergencija masovnih medija	I	30/120	7
3.	Komunikologija mrežnih medija	I	30/120	7

Na svim obaveznim predmetima izvodi se 30 sati predavanja i 120 sati samostalnog rada studenta.

6.3. Izborni predmeti

R.br.	Naziv predmeta	Semestar	Broj sati	ECTS
1.	Savremeni koncepti poslovnog komuniciranja	II	30/120	7
2.	Evropska medijska politika	II	30/120	7
3.	Mediji i ljudska prava	II	30/120	7
4.	Teorije i istraživanja interpersonalne komunikacije	II	30/120	7
5.	Savremene teorije komuniciranja	II	30/120	7
6.	Bosanskohercegovačka komunikacijska paradigma	II	30/120	7
7.	Mediji i suvremeno društvo	II	30/120	7
8.	Savremena filozofija komunikativnog uma	II	30/120	7
9.	Mediji i kolektivno pamćenje	II	30/120	7

Polaznik bira između ponuđenih izbornih predmeta.
Svaki izborni predmet donosi 7 ECTS bodova.

7. Minimalni i maksimalni broj studenata

Minimalan broj studenata je 3

Maksimalan broj studenata je 10

Minimalan i maksimalan broj studenata su utvrđeni na temelju materijalno tehničkih i kadrovskih uvjeta za realizaciju Programa doktorskog studija te na osnovu okvirne procjene troškova.

Na predmetima gdje je broj studenata 3 i manji održat će se konsultativna nastava sa najmanje jednom trećinom a najviše jednom polovinom predviđenog fonda sati.

