

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Mediji i publika

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:**3. Ciklus studija:****4. Bodovna vrijednost ECTS:****5. Status nastavnog predmeta:** Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

Nema posebnih preduslova za polaganje nastavnog predmeta.

7. Ograničenja pristupa:

Nema ograničenja.

8. Trajanje / semestar:**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

0

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Filozofski fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Pedagogija-psihologija

12. Odgovorni nastavnik:

dr.sc.Vedada Baraković, van.prof.

13. E-mail nastavnika:

vedada.barakovic@untz.ba

14. Web stranica:

<http://www.ff.untz.ba>

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Ciljevi kursa su slijedeći:

- Upoznati studente sa značajem masovnih medija u savremenom društvu.
- Ukazati na promjene u oblasti masmedijske produkcije i diseminacije koje su uvjetovale savremene komunikacijske tehnologije
- Ukazati na izmjenjeni karakter publike u savremenom društvu.
- Upoznati studente sa različitim tipovima publike i njihovim osobinama.
- Pojasniti na koji način se konstruira medijska realnost
- Ukazati na višeslojnost medijskih poruka.
- Objasniti oblike medijske manipulacije.

16. Ishodi učenja:

Na kraju kursa će biti osposobljeni da:

- Ocijene značaj i način funkcionisanja masovnih medija u savremenim tržišnim uvjetima.
- Pepoznaju načine na koji se strukturiraju masmedijski sadržaji.
- Analiziraju i uočavaju procese putem kojih se konstituišu medijske publike i javno mnijenje
- Identificiraju osobine medijske publike s aspekta pojedinca i masovnih medija u društveno istorijskom kontekstu.
- Kritički analiziraju masmedijske sadržaje.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Uvod u predmet
- Teorijski koncepti i paradigme
- Masovni mediji
- Sadržaji masovnih medija
- Publika masovnih medija
- Tipovi medijske publike
- Segmentiranje medijske publike
- Aktivna medijska publika
- Publika novih medija
- Istraživanje medijske publike
- Djeca kao posebna medijska publika
- Reklamno tržište i publika
- Subliminalna komponenta medijskih poruka
- Propaganda, manipulacija i publika
- Medijska publika budućnosti

18. Metode učenja:

Metode učenja koje će se koristiti u okviru kolegija odvijajuće se putem interaktivnih predavanja i praktičnih (laboratorijskih) vježbi, kao i putem pripreme individualnih i grupnih zadataka. Nastava će se izvoditi na službenim jezicima Bosne i Hercegovine. Studenti su obavezni prisustvovati na minimalno 80% predavanja/vježbi.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Provjera znanja u okviru kursa vršiće se kontinuirano tokom cijelog semestra i na završnom ispitu.

Pvrisustvo i aktivnost na nastavi

Tokom semestra studenti će biti ocjenjivani za prisustvo i aktivno sudjelovanje u nastavi za šta će dobijati maksimalno 10 bodova. Za prisustvo i aktivno sudjelovanje te blagovremeno ispunjavanje obaveza na vježbama studenti će također biti vrednovani sa maksimalno 10 bodova.

Kolokviji

Tokom semestra studenti će imati dva kolokvija. Prvi kolokvij bit će održan na polovini semestra i sastojće se od prezentacije i odbrane eseja. Drugi kolokvij održat će se pred kraj semestra i sastojće se od prezentacije i odbrane grupnih projekata. Maksimalan broj bodova i na I i na II kolokviju je 15, tako da studenti po osnovu oba kolokvija mogu biti vrednovani sa maksimalno 30 bodova. Iznadprosječno aktivni studenti biće vrednovani sa dodatnih 5 bodova.

Završni ispit

Završni ispit je pismeni ispit koji se sastoji od testa sa 25 pitanja od kojih odgovor na svako pitanje nosi 2 boda a maksimalan broj ostvarenih bodova po osnovu završnog ispita je 50. Usmena provjera znanja biće organizovana za studente koji budu trebali dodatnu provjeru znanja. Da bi student položio ispit potrebno je da ostvari kumulativno 54 boda, od čega minimalno 25 na završnom ispitu.

20. Težinski faktor provjere:

Ocjena na ispitu zasnovana je na ukupnom broju bodova koje student ostvari na predispitnim obavezama i na polaganju ispita. Maksimalan broj bodova je 100 i ostvaruje se prema slijedećoj skali:

Prisustvo na predavanjima	max 3 boda
Aktivnost na predavanjima	max 7 boda
Prisustvo na vježbama	max 3 bodova
Aktivnost na vježbama	max 7 bodova
I kolokvij	max 15 bodova
II kolokvij	max 15 bodova
Ukupno predispitne obaveze	max 50 bodova
Završni ispit	max 50 bodova

Dodjeljivanje ocjena na osnovu ostvarenog broja bodova:

94-100=10, 84-93=9, 74-83=8, 64-73 =7, 54-63=6; do 53=5

21. Osnovna literatura:

- Baudrillard, J. (2001) Simulacija i zbilja, Jesenski i Turk, Zagreb.
- Chomsky, N.(2002) Mediji, propaganda i sistem, Što čitaš, Zagreb.
- Debor, G. (1992) Društvo spektakla, Porodična biblioteka, Beograd.
- Kellner, D. (2004) Medijska kultura, Clio, Beograd
- McChesney R. (2008): Bogati mediji, siromašna demokratija, Šahinpašić, Sarajevo
- Potter, J. (2011) Medijska pismenost, Clio, Beograd.

22. Internet web reference:

<http://www.media.ba/bs>
<http://www.mediaresearch.cro.net/>
<http://javnost-thepublic.org/>
<http://www.draganvaragic.com/blog/>

23. U primjeni od akademske godine:

2015/2016

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

16.3.2015.