

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Uvod u komunikologiju II

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

UK II

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

5. Status nastavnog predmeta: Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

Ne

7. Ograničenja pristupa:

Nema

8. Trajanje / semestar: 1 2**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Filozofski fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Žurnalistika

12. Odgovorni nastavnik:

Prof. dr. sc. Enes Osmančević

13. E-mail nastavnika:

enesosmancevic@yahoo.com

14. Web stranica:

www.ff.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Upoznati studente sa teorijama masovnog društva, masovne kulture i masovnih medija
 Upoznati studente sa karakteristikama masovnog komuniciranja i funkcijama masovnih medija
 Pojasniti razlike među različitim vrstama konzumenata mass medijskih sadržaja
 Identificirati razliku između pojmova javnost i javno mnijenje
 Utvrditi obilježja i značaj lidera javnosti u javnoj komunikaciji
 Pojasniti obilježja interneta i internet komuniciranja
 Ustanoviti razlike, ali i međuovisnost tradicionalne i virtualne javnosti
 Prezentirati ključne međunarodno pravne aktie u vezi sa slobodom mišljenja i izražavanja
 Komentirati osnove međunarodne i nacionalne medijske legislative

16. Ishodi učenja:

Analizirati odnos mass medijske komunikacije kao centralnog fenomena kulture
 Identificirati karakteristike masovnog komuniciranja i funkcije masovnih medija
 Analizirati modele mass medijskog komuniciranja
 Usporediti monocentričnu strukturu mass medijske sa policentričnom strukturom internet komunikacije
 Razlikovati pojmove javnosti i javnog mnijenja, oblike i vrste ispoljavanja
 Identificirati lidere javnosti
 Razlikovati obilježja i načine ispoljavanja tradicionalne i virtualne javnosti
 Ustanoviti razliku između tradicionalnih i novih medija
 Analizirati medijsko zakonodavstvo i novinarske kodekse
 Ustanoviti specifičnosti etike komuniciranja u tradicionalnim i novim medijima, mehanizme regulacije i samoregulacije

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

Masovni mediji i masovna kultura
 Karakteristike masovnog komuniciranja
 Funkcije masovnih medija
 Konzumenti mass medijskih sadržaja
 Model dvostepenog toka masovne komunikacije
 Pojam javnosti i javnog mnijenja
 Oblici i vrste ispoljavanja javnosti
 Lideri javnosti
 Tradicionalna i virtualna javnost
 Komunikacija i manipulacija
 Komuniciranje i ljudska prava
 Internet komuniciranje
 Tradicionalni i novi mediji
 Medijsko zakonodavstvo i novinarski kodeksi
 Etika komuniciranja u tradicionalnim i novim medijima

18. Metode učenja:

Predavanja uz upotrebu multimedijalnih sredstava, tehnika aktivnog učenja i uz aktivno učešće i diskusije studenata;
Auditivne vježbe;
Priprema i izlaganje grupnih i individualnih seminarskih radova.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Nakon polovine semestra studenti pismeno polažu test (prvi međuispit) koji obuhvata do tada obrađenu tematiku sa predavanja i vježbi. Test se sastoji od zadataka višestrukog izbora, zadataka jednostavnog dosjećanja ili esejskih zadataka. Svaki tačan odgovor boduje se sa 1 bodom, odnosno, student na prvom međuispitu može ostvariti maksimalno 15 bodova.

Nakon završetka semestra studenti pismeno polažu test (drugi međuispit) koji obuhvata obrađenu tematiku sa predavanja i vježbi iz drugog dijela semestra. Test se sastoji od zadataka višestrukog izbora, zadataka jednostavnog dosjećanja ili esejskih zadataka. Svaki tačan odgovor boduje se sa 1 bodom, odnosno, student na drugom međuispitu može ostvariti maksimalno 15 bodova. Oba testa polažu svi studenti na predmetu istovremeno čime je postignuta ujednačenost nivoa znanja koje se testira, kao i uslovi pod kojima student polaže ispit.

U sklopu predispitnih obaveza studenti su dužni izraditi individualni ili grupni seminarski rad koji će obuhvatiti određenu tematiku iz sadržaja nastavnog predmeta. Seminarski rad se u pisanoj formi predaje predmetnom nastavniku na pregled i ocjenu, a zatim se prezentira usmeno. U izradi i prezentaciji grupnog seminarskog rada učestvuju svi studenti grupe, čije učešće se valorizira pojedinačno. Za urađeni i prezentirani seminarski rad student može ostvariti od 0 do 10 bodova. Također, za kontinuiranu aktivnost na predavanjima i vježbama u toku cijelog semestra student može ostvariti od 0 do 10 bodova.

Završni ispit je usmeni. Pravo izlaska na završni ispit imaju studenti koji su tokom predispitnih obaveza (prvi i drugi međuispit, seminarski rad ili aktivnost na predavanjima i vježbama) ostvarili najmanje 30 bodova.

Na usmenom ispitu student odgovara na tri izvučena pitanja iz programa nastavnog predmeta obrađenog na predavanjima i vježbama. Usmeni ispit se može položiti ukoliko student odgovori na sva tri pitanja. Maksimalan broj bodova koji student može ostvariti na usmenom ispitu je 50.

Provjere na svim oblicima znanja priznaju se kao kumulativni ispit ukoliko je postignuti rezultat pozitivan nakon svake pojedinačne provjere i iznosi najmanje 50% ukupno predviđenog i/ili traženog znanja i vještina.

Da bi student položio predmet mora ostvariti minimalno 55 kumulativna boda od čega minimalno 25 bodova na završnom usmenom ispitu.

20. Težinski faktor provjere:

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

1. Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama 10
2. Seminarski rad 10
3. Kolokvij I 15
4. Kolokvij II 15
5. Završni ispit 50

UKUPNO 100

21. Osnovna literatura:

Vreg France, Demokratsko komuniciranje, NUB i FPN Sarajevo, 1991.
Osmančević Enes, Internet, tradicionalna i virtualna javnost, Magistrat, Sarajevo, 2003.
Lorimer Rolend, Masovne komunikacije, CLIO, Beograd, 1998.
Korni Danijel, Etika informisanja, Clio, Beograd, 1999.
Slapšak Svetlana i dr., Rat je počeo na Maksimiru, Medija centar, Beograd, 1997.

22. Internet web reference:

(max. 687 karaktera)

23. U primjeni od akademske godine:

2015/2016

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

16.03.2015