

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Agencijsko novinarstvo

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

(max. 20 karaktera)

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

5

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

Prisustvo na 70 % predavanja i vježbi

7. Ograničenja pristupa:

Nema

8. Trajanje / semestar:

1

6

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

0

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

1

10. Fakultet:

Filozofski fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Odsjek za žurnalistiku

12. Odgovorni nastavnik:**13. E-mail nastavnika:**

14. Web stranica:

www.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Nastava na predmetu "Agencijsko novinarstvo" će osposobiti studente - praktično i teoretski- za profesionalno obavljanje novinarskog posla temeljeno na modusu operandi agencijskog novinarstva. Akcenat će biti na agencijskoj vijesti ali i na načinu funkcionisanja agencijskih i medijskih kuća.

Nastava je predviđena kao kombinacija teorijskog i praktičnog rada, uz iznimno bitnu komponentu praktičnog rada. Kratko, jasno i profesionalno izvještavanje bit će primarni cilj ovog predmeta budući da je tu suština ne samo agencijskog nego novinarstva uopšte.

Tehnike, finese i stilovi izvještavanja imanentni agencijskom novinarstvu su također jedan od glavnih ciljeva ovog predmeta s napomenom da će se u predmetu razraditi i tipovi izvještavanja kako za tradicionalne medije (štampu, radio i televiziju) tako i za nove medije - portale, news boardove, podcasting i sl.

Poželjno je da, prema dostupnim mogućnostima, studenti pohađaju nakratko novinarske agencije i barem površno se upoznaju "na mjestu događaja" s načinom funkcioniranja medijskih agencija.

16. Ishodi učenja:

Studenti će, pored upoznavanja s nastankom, ulogom, razvojem, značajem i budućnošću novinskih agencija, te kombinacijom teoretskog i praktičnog rada, biti osposobljeni za profesionalan rad u novinskim agencijama i drugim medijskim kućama. To podrazumijeva: Pisanje kratkih, tačnih i provjerenih informacija u formi vijesti (prije svega), potom proširenih vijesti, izvještaja te drugih formi novinarskog izvještavanja. Vijesti u nizu, praćenje događaja "iz sata u sat", dopunjavanje informacija i provjerljivost istih će biti od esencijalne važnosti i na ovome će se inzistirati. Studenti će također biti upoznati sa fotoservisima, videoservisima i drugim oblicima i produktima agencijskog novinarstva te ih znati iskoristiti u vlastite profesionalne svrhe. Studenti će uz to biti obučeni kako da obavljaju posao izvještavača etično, nepristrasno, objektivno te poštujući činjenice i pravila struke.

Osim navedenog, znati će iskoristiti prednosti koje nudi agencijsko novinarstvo, načine funkcioniranja, potencijale i negativne strane koje nudi.

Studenti će biti osposobljeni da koriste agencijsko novinarstvo s terena što znači da će iskoristiti sinergijski efekat koji daje terenski rad, agencijski izvori te vlastiti novinarski rad, zalaganje i trud kako bi na najbolji mogući način i što kvalitetnije producirali novinarske forme i sadržaje što vodi do kvalitetnijeg i potpunijeg izvještavanja o događajima.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- Agencijsko novinarstvo i novinarske agencije (pojam, definicije, očekivana i ostvarena uloga u medijskoj stvarnosti), Počeci agencijskog novinarstva (nastanak većih agencija, prva dopisništva, način rada u dopisništvima, DESK, agencije na prostorima SI Evrope i agencijski servisi u BiH)

-Agencijska vijest (prepoznavanje vijesti per se i per nos, odvajanje sadržajno bitnog od redundantno nebitnog, vijest kao kraljica novinarskih formi, lid i tipovi lida, kako napisati agencijsku vijest, replikacija agencijske vijesti i njen utjecaj na druge medije, zamke agencijske vijesti, kako prilagoditi agencijsku vijest različitim medijima: tradicionalnim i novim, mainstream i alternativnim).

-Praktični pisanje agencijske vijesti (praktični rad studenata, lid i pisanje lida, različiti tipovi lida, nastanak agencijske vijesti).

- Organizacija rada u novinskoj agenciji (Agencijski stil, replikacija i praćenje vijesti, vijest u nizu, dopuna trenutnih i cikličnih aktuelnosti, cjelodnevno izvještavanje, medijsko praćenje događaja).

- Vjerodostojnost i etika agencijskog novinarstva (etičnost izvještavanja u agencijama, novinar između pristrasnosti i objektivnosti, poštovanje činjenica i sloboda komentara, postizanje vjerodostojnosti pri izvještavanju, zaštita izvora).

18. Metode učenja:

- Predavanja "on site"
- Audio-vizuelne i ppt prezentacije
- Praktični zadaci
- Timski i individualni rad
- Eseji i seminarski radovi
- Diskusije.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Provjera znanja će se vršiti na sljedeći način:

Aktivnosti tokom semestra i to:

- Kreiranje pisanih sastava (eseji, seminari i kritički osvrti vezani za agencijsko novinarstvo i njemu imanentne aktivnosti);
- Aktivnosti u diskusijama tokom predavanja i vježbi;
- Aktivnosti i angažman studenta individualno;
- Aktivnosti i angažman studenta (timski ili u parovima);
- Prisustvo.

Kolokviji će se sastojati od po 10-20 pitanja i bit će raspoređeni tokom semestra i to:

- Prvi kolokvij oko 5-7 sedmice semestra i
- Drugi kolokvij oko 12-13 sedmice semestra.

Kolokviji će sadržavati pitanja iz oblasti pređenih do tog dijela semestra.

Završni ispit će sadržavati do 30 pitanja i sadržavat će sve oblasti pređene tokom semestra iz predmeta,. Polagat će se dvodijelno: pisanim putem (test) i usmenim putem (provjera znanja na testu).

20. Težinski faktor provjere:

Aktivnosti koje ulaze u sistem bodovanja i konačan uspjeh su:

Aktivnost studenta tokom semestra;
Uspjeh na dva kolovija u toku semestra i
Završni ispit.

Bodovati će se dsitribuirati na sljedeći način:

- Aktivnost studenta (i prisustvo): 20 bodova
- Kolokvij 1: 15 bodova
- Kolokvij 2: 15 bodova
- Završni ispit (pisani i usmeni): 50 bodova

Ukupna literatura: 100 bodova.

- Polojac, Fjodor (2010): "Novinske agencije i agencijsko novinarstvo", Zagreb, Plejada DOO.
- Dragovan Lazarević, Nebojša Jovanović (2005): "Agencijsko novinarstvo", Beograd, FPN.
- Kurtić, Najil (2009): "Osnovi pisanja za medije", Sarajevo, MEdia Plan Institut
- Gozzini, Giovanni (2001): "Istorija novinarstva", Beograd, Clio.
- Iris, Antoine (1999): "Informacione magistrale", Beograd, Clio.
- I druga literatura koju predavač preporuč.

22. Internet web reference:

<http://odsek.medijskestudije.org/wp-content/uploads/2011/03/Diskurs-agencijskog-novinarstva.pdf>

23. U primjeni od akademske godine:

2015/16

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

16.03.2015