
	УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ Филозофски факултет Пале					
	Студијски програм: Новинарство					
	II циклус студија	I година студија				
Пун назив предмета	МЕДИЈИ, НОВИНАРСТВО И ЈАВНОСТ					
Катедра	Катедра за новинарство - Филозофски факултет					
Шифра предмета	Статус предмета	Семестар	ECTS			
M-NO2-2/2	изборни	II	5			
Наставник	др Љубомир Зубер, ванредни професор					
Сарадник						
Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)		Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)		Коефицијент студентског оптерећења S_o		
П	АВ	ЛВ	П	АВ	ЛВ	S _o
3	2	0	63	42	0	1,4
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) 75 h			укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) 105 h			
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): 180 h семестрално						
Исходи учења	<ol style="list-style-type: none"> 1. Упознавање са формама различитих врста порука ради њихове успјешне примјене у различитим медијским технологијама. 2. Савладавање теоријских концепција о функцијама информација у модерном друштву како би се реално схватила моћ медија и њене границе утицаја на људске ставове. 3. Оспособљавање студената да препознају различите теоријске приступе у изучавању јавног мњења. 4. Разумијевање процеса формирања и испољавања јавног мњења у савременом друштву, као и анализирање улоге медија и опасности од манипулације у јавног комуникацији 5. Критичка интерпретација начина на који се саопштавају и тумаче резултати истраживања јавног мњења у медијима. 					
Условљеност	Нема условљености					
Наставне методе	Предавања, аудиторне вјежбе, студије случаја					
Садржај предмета по седмицама	<ol style="list-style-type: none"> 1. Јавна сфера – основне карактеристике и концепт 2. Јавност као политички субјект између пасивних маса и опасних гомила 3. Јавност и медији: Како привући пажњу медија и улога медија у дефинисању тема од друштвеног значаја 4. Јавност и друштвени конфликти 5. Формирање јавног мњења и утицај медија на те процесе 6. Јавно мњење и политичка комуникација- притисак на процес одлучивања 7. Владавина уз помоћ јавног мњења 8. Основни фактори комуникацијских процеса – личности и групе 9. Порука у процесу комуникације 10. Догађај – перцепција догађаја, природа и овир за селекцију и комуникацију збивања 11. Медији 12. Писани масовни медији 13. Радио 14. Телевизија 15. Савремено друштво и масовни медији 					
Обавезна литература						
Аутор/ и	Назив публикације, издавач	Година	Странице (од-до)			
Хабермас, Ј.	Јавно мњење, Београд: Култура	1969.				
Радојковић, М., Милетић, М.	Комуницирање, медији и друштво, Београд, Stylos art	2005.				
Влајки, Е.	Увод у комуницирање посмодернизма, Бања Лука: Факултет за политичке и друштвене науке	2007.				
Допунска литература						
Аутор/ и	Назив публикације, издавач	Година	Странице (од-до)			

	Врста евалуације рада студента	Бодови	Процент
Обавезе, облици провјере знања и оцјењивање	Предиспитне обавезе		
	присуство предавањима/ вјежбама	10	10 %
	студија случаја	30	30 %
	Завршни испит		
	завршни испит (усмени/ писмени)	60	60 %
	УКУПНО	100	100 %
Датум овјере			