



REPUBLIKA E SHQIPËRISË
UNIVERSITETI I TIRANËS
FAKULTETI I HISTORISË DHE I FILOLOGJISË
DEPARTAMENTI I GAZETARISË DHE KOMUNIKIMIT



Programi: **Bachelor**

Drejtimi: **Gazetari**

Lënda: Analiza e produktit mediatik 1

<i>Pedagogu:</i>	Dr. Jonila GODOLE
<i>Ngarkesa:</i>	5 ETCS (15 javë: 1 leksion/3 seminare në javë)
<i>Lloji i lëndës:</i>	Me zgjedhje (Atelie e Raportimit kritik të medias)
<i>Viti/semestri:</i>	III/I

Përshkrimi: Lënda “Analiza e produktit mediatik I” synon t’i përgatisë studentët për një të ardhme dixhitale ku kërkohen aftësi dhe njohuri për të komunikuar vetë siç duhet, si dhe për të interpretuar historitë e të tjerëve. Studentët mësojnë gjuhën e komunikimit në media, si sendërtohen lajme të caktuara. Procesi i krijimit dhe përhapjes së informacionit do të trajtohet në tre aspekte: *informacioni si komponent tematik, informacioni si produkt konsumi për masën (input) dhe pasojat e tij (output)*. Ky kurs kërkon të tërheq vëmendjen e studentëve se kufiri mes faktit dhe fiksionit shpesh mund të jetë gati i padukshëm. Kursi mbështetet mbi një pjesë teorike e kritikës mediatike dhe zbatimin e saj në praktikë.

Temat e leksioneve:

1. Hyrje në tematikën e kursit - Konceptet bazë dhe karakteristikat, diskutimi i silabusit, literatures dhe vleresimit përfundimtar
2. Media Literacy dhe audiencat (kuptimi kritik i medias; mesazhet janë të konstruktara, konceptet bazë)
3. Mesazhi mediatik, kuptimi dhe interpretimi i tij; si komunikohen idetë në kontekste të caktuara, eksplorimi i teknologjisë; mesazhet latente dhe manifeste në media, analiza e medias përmes autorësisë dhe audiencës
4. Modeli semiotik i komunikimit – Reprerentimi, kuptimi dhe gjuha sipas teorisë së Stuart Hall, shenjat vizuale, sistemet referuese .
5. Analiza e Fotografisë, framing në foto, ndriçimi, mesazhet, efektet
6. Funkcionet e formateve mediatike – qëllimi dhe krijimi i formateve të ndryshme në zhanret e programacionit,. Funkcionet edukuese, persuasive, terapeutike, eskapizmi etj.
7. Konteksti historik, kulturor dhe ideologjik i zhvillimit të programeve në TV dhe Radio (Krahasim i dy apo më shumë formateve televizive ose film etj.)
8. Analiza e diskursit mediatik, analiza e përmbajtjes, kodimi, konteksti i komunikimit, analiza të frekuencës
9. Produksioni i programeve: Elementet dhe tiparet (Analiza e elementëve të produksionit në një format televiziv Reality TV)
10. Analiza e zhanreve të programacionit (Analiza e një emisioni televiziv), analiza nga perspektiva e industrisë së medias
11. Funkcionet e reklamës (Analiza e elementëve të saj në raste konkrete nga media shqiptare)
12. Ndikimi i reklamës në përmbajtjen mediatike
13. Analiza e shtypit 1 - Analizimi i artikujve në shtyp (analizë kritike) bazuar te modeli i John E. Richardson
14. Analiza e shtypit (Pjesa II) – metoda kritike e Fairclough për analizimin e diskursit në median e shkruar, gazeta, revista

15. Prezantimi i projekteve në fushën e analizës së produktit mediatic nga studentë të ndarë në grupe

Forma e kontrollit dhe vlerësimit

- Detyrim frekuentimi në 70% të seminareve	
- Angazhimi në seminare:	10% e notës
- Testi I: në javën e 6-të	20% e notës
- Detyra semestrare:	20% e notës
- Kontrolli përfundimtar: Detyra, projekti final	50% e notës
- Gjithsej:	100%

Literatura e detyrueshme për studentin:

Stuart Hall. *Representation: Cultural representation and signifying practices*, Chapter 1, Sage publications 1997 (pdf.)

Godole, Jonila. *Edukimi mediatic dhe masmedia*, në: Musai/Godole/Abdurrahmani: Edukimi Mediatic, ISHM 2011, fq. 3-29

John E. Richardson. *Analysing Newspapers. An Approach from the Critical Discourse Analysis*. Palgrave. New York 2007 (pdf.)

Literatura plotësuese:

Artan Fuga. *Brirët e dhisë, Lexime në komunikim*, Ora, Tiranë 2008, fq. 417-442

Art Silverblatt. *Genre studies in massmedia. A handbook*. M.E. Sharpe. New York 2007

Maria Pia Pozzato. *Semiotika e tekstit*, Shblu. Tirana 2005

Marshall McLuhan. *Instrumentet e komunikimit. Media si zgjatim i njeriut*, IDK 2004, fq. 13-75