Програм једногодишњег курса дигиталних медија и новинарства

а) Онлајн новинарство
б) Блоговање
в) Друштвене мреже
г) Веб-медији и дигитална телевизија
д) Истраживачко новинарство и дигитална демократија
ђ) Семинар отвореног ума
е) Истраживачки рад у области дигиталних медија и новинарства

а) Онлајн новинарство

Циљеви курса
После успешно завршеног курса, студенти ће познавати специфичности писања за веб-сајтове. Студенти ће с лакоћом моћи да напишу веб-текст и одаберу одговарајућу илустрацију. Наставници ће упознати студенте са фактографским жанровима у веб- новинарству (веб-вест и веб-прича) и предочити им основе веб-дизајна с аспекта употребе. Студенти ће знати да креирају стратегију и концепт уређивачке политике за сајт медијске куће.

Број поена: 10
Семестар: 1
Сати: 64

Практичне јединице
- Разлика између новинског и веб-текста (дужина, презентација, стил писања и медји)
- Писање наслова (тизер, питање или информација)
- Писање сажетка (допуна информација или понављање)
- Избор веб-сличице
- Стилске одреднице веб-текста (кратке реченице, коришћење актива, груписање у делиће текста у мисаоне целине, писање међунаслова и болдовање)
- Коришћење листа и табела
- Линковање
- Ритам и динамика веб-текста – надовезивање делића текста и однос актуелних и позадинских информација
- Фокус у веб-тексту
- Формат и структура веб-текста
- Критеријуми за објављивање веб-текста
- Категорије веб-јавности и њихова очекивања
- Прерада текста који је писан за штампу у веб-запис на основу истраживања о томе како корисници скенирају садржај
- Веб-вест (стил писања, извори информација, фактор времена)
- Веб-прича (извештавање)
- Илустровање текста динамичним графиконима, гугл мапама и анимацијама
- Објављивање коментара - аутоматско или после провере – брисање увредљивих и неистинитих порука
- Дизајн веб-сајта (навигација, графички елементи, контраст позадине и текста, количина информација на насловној страници и ефекат поравнања)
- Повећање посећености (кључне речи, линковање и избор домена)
- Стандарди кореспоненције е-поштом и мобилним уређајима за онлајн новинаре

Теоријске јединице
- Основе онлајн новинарства – развој и утицај Веб 2.0 концепта
- Стратегија веб-сајта
- Уређивачка политика веб-сајта
- Феномен „лопатања садржаја“ - класични медији не препознају специфичности веба
- Поређење понуде класичних медија и веб-сајта - интеракција, трајност садржаја, ефекат замора, приступачност, једноставност и додатни садржај
- Веб-сајт и његова прилагођена верзија за мобилне уређаје – има ли разлике?

Студије случајева

- Опстанак веб-сајтова класичних медија - Гугл сервис личних вести са наплатом
- Кредибилност информација на Интернету
- Мобилни новинар – 3 у 1

Вежба

Студенти ће оформити сајт. Они ће међусобно поделити дужности. Свако од њих ће покривати одређену област. Мада ће веб-вести и веб-приче бити присутне, циљ новог сајта је да студенти обраде озбиљне друштвене теме како би ове е-новина остала користан извор аналитичких веб-текстова и после завршетка ове вежбе (тајање месец дана).

Семинарски рад

Студенти ће изабрати сегмент веб-текста, како би га анализирали у односу на класичне медије.

Округли сто

Уредници и новинари домаћих веб-сајтова разговараће о стандардима писања веб-текстова.

Литература

- Online Journalism: Modelling The First Generation Of News Media On The World Wide Web, Mark Deuze
- Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers, Tanjev Schultz
- Online Journalism: A Critical Primer, Jim Hall

б) Блоговање

Циљеви курса
Студенти ће упознати општи оквир блогосфере – друштвени утицај, кредибилност садржаја и значај линковања. Низ вежби помоћи ће студентима да разумеју разлику између коментара и блог текста, али и да своја знања примене као уредници блога. Наставници ће посебну пажњу усмерити на архитектуру пословних блогова, како би студенти били упознати са специфичним питањима у овој области и били спремни да их решавају у пракси.

Број поена: 10
Семестар: 1
Сати: 64

Практичне јединице
- Врсте блогова (активистички, корпоративни, хоби или свакодневни блог)
- Концептуални оквир новог блога - избор циљне групе и стратегија
- Писање блог текста. Каква је разлика између блог текста и коментара у новинама?
- Уређивачка полика (тематски оквир, дужина текстова итд.)
- Изглед блога (боје, величина и облик слова, додаци, платформе за блоговање)
- Комуникација са ауторима блога
- Фреквенција објављивања текстова
- Опремање текстова
- Модерирање коментара
- Линковање, кључне речи и позиционирање на веб-претрази (наслови, домен и програмирање)
- Претрага блогосфере

Теоријске јединице
- Утицај грађанског новинарства на друштво
- Блоговање у затвореним системима (осврт на блогосферу у Кини)
- Стратегија корпоративног блоговања – како писати блог медија

Студија случаја
Глобал војсис онлајн – медиј чији су извори искључиво са Интернета

Вежба
Студенти ће направити тимски блог чији ће извори бити искључиво из српске блогосфере.
Циљ је да њихови блог текстови подстакну дискусију и да за кратко време својом оригиналношћу „освоје“ публику (њихову циљну групу).

Округли сто
Састанак са популарним српским блогерима. Тема – како написати добар блог текст? У дискусији учествују студенти који ће написати веб-записе на ову тему. Форма веб-записа може бити веб-прича, веб-интервју или блог текст.

Семинарски рад
Студенти ће анализирати блогосферу једне земље (популарност с аспекта ауторства и публике, теме, повезаност, политички утицај, веза између блогова и класичних медија).

Литература
- The Zen of Blogging, Hunter Nuttall
- We the Media, Dan Gillmore

- Handbook for Bloggers and Cyber-dissidents, Reporters Without Borders
- Mapping Iran's Online Public: Politics and Culture in the Persian Blogosphere, John Kelly, Bruce Etling

в) Друштвене мреже

Циљеви курса
Студенти ће научити како да креирају стратегију комуницирања на друштвеним мрежама као што су Фејсбук, Твитер и Јутуб. Студенти ће усвојити принципе писања и објављивања садржаја, како би креирали кампање на друштвеним мрежама. Посебну пажњу наставници ће усмерити на лоцирање и умрежавање са циљним виртуелним профилима. Практични део курса фокусираће се на вођење Фејсбук профила медија.

Број поена: 10
Семестар: 1
Сати: 64

Практичне јединице
- Умрежавање са циљном групом
- Писање информација за профил познате личности, медијске куће или производа
- Писање статусних порука (обавештење, позив и питање)
- Интеракција и отвореност на друштвеним мрежама
- Објављивање фотографија и видео записа – писање описа и наслова
- Креирање догађаја
- Одговарање на личне поруке (стил писања)
- Промоција блог текста на друштвеним мрежама
- Друштвене мрже као извор информација (Википедија, Јутуб, Твитер, Фејсбук, Ветпејнт...)
- Контекстуално оглашавање као продужетак промоције на друштвеним мрежама
- Писање за е-њузлетере

Теоријске јединице
- Онлајн новинарство и онлајн дистрибуција (промоција)
- Менаџмент онлајн репутацијом (веб 1.0 и веб 2.0)
- Планирање и менаџмент садржаја на вебу
- Изградња друштвене групе и интерација на Фејсбуку
- Утицај емотивног набоја при писању статусних порука
- Приватност на друштвеним мрежама
- Стратегија комуницирања на друштвеним мрежама
- Корпоративно Фејсовање
- Стварни против виртуелног идентитета
- Социолошки поглед на друштвене мреже – шта оне говоре о друштву
- Класични и интерактивни медији – колико корисници троше времена на једну, а колико на другу врсту медија?
- Веб-предузетништво
- Мерење учинка у односима с веб-јавношћу

Студије случајева
- Рад на имиџу познатих личности (делегирање профила)
- Друштвене мреже као извор информација за новинаре (долазак до личности са којом новинар жели да направи интервју)
- Коришћење друштвених мрежа за промоцију новинарског рада (ЛинктИн)
- Твитер за новинаре – америчко искуство
- Примери успешних кампања које су покренуте на друштвеним мрежама

Вежба

- Креирање виртуелног идентитета медија на друштвеној мрежи по избору студената. Ово је тимски рад који има за циљ да унапреди имиџ неког медија и да успостави отворене канале комуницирања са новинарима и уредницима преко „виртуелног заступника.“
- Покривање неког догађаја преко Твитера и Фејсбука.

Округли сто

Састанак са професионалним „виртуелним заступницима“ који воде профиле познатих личности, политичких странака и предузећа. Тема – лична иницијатива и корпоративна правила – докле „виртуелни заступник“ сме да иде?

Семинарски рад

Анализа виртуелног идентитета једне познате личности (пример: Барак Обама).

Литература

- Guide: Introduction to Facebook Activism, Mary Joyce
- The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lampe
- Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook, Alessandro Acquisti, Ralph Gross

г) Веб-медији и дигитална телевизија

Циљеви курса
Студенти ће научити основе фотожурнализма, видео и аудио продукције за веб. Практични део курса фокусираће се на израду веб-медија: видео и аудио прилога, фотографије са анотацијама, слај шоу презентације, галерије фотографија, текстуалног слајда, звучног слајда и веб-документа. Студенти ће упознати техничке основе ДТВ, али и шири друштвени контекст овог питања (додела фреквенција, могућа интеракција са ДТВ системом итд.).

Број поена: 10
Семестар: 2
Сати: 64

Практичне јединице
- Специфичности веб-медија: контрола корисника, приказивање великог броја информација и креативне комбинације садржаја
- Фотожурнализам - вести, фичер, спорт, природа, портрет
- Фотографисање (композиција – правило трећине, осветљење, фокус, боје, угао)
- Обрада фотографија
- Употреба фотографије са анотацијама за илустровање веб-текста (питање величине слика и приказа детаља)
- Креирање слајд-шоу презентације и галерије фотографија (могућност приказа великог броја фотографија)
- Текстуални слајд (текст + фотографија)
- Снимање аудио записа
- Монтирање аудио прилога
- Креирање звучног слајда (аудио + фотографија)
- Креирање веб-документа (предвиђен за штампу, као допуна веб-тексту)
- Основе програмирања (инсталација ЦМС-а)
- Снимање видео записа
- Монтирање видео прилога (до 3 минута)

Теоријске јединице
- Увод у дигиталну телевизију – развој, формат и пријем
- Конверзија са аналогног на дигитални систем
- Интеракција у систему ДТВ
- Како прилагодити дигиталну телевизију потребама корисника?

Студија случаја
Интеракција у оквиру сервиса дигиталне телевизије британског Скај-а

Вежбе
- Једномесечна пракса у веб-редакцији
- Израда прилога за емитовање на дигиталној телевизији

Округли сто
Развој дигиталне телевизије у Србији – ХД слика или повећање капацитета? Учествују представници Јавног сервиса РДУ РТС, предузећа за кабловску телевизију и новинари.

Семинарски рад
Анализа једног веб-медија или тема везана за дигиталну телевизију.

Литература

- Associated Press Guide to Photojournalism, Brian Horton
- Online Journalism: Reporting, Writing, and Editing for New Media, Richard Craig
- Principles and Practices of News for the Web, James C. Foust
- Digital Terrestrial Television In Europe, A Brown, RG Picard
- Multimedia And Interactive Digital TV: Managing The Opportunities Created By Digital Convergence, M Pagani
- Personalized Digital Television: Targeting Programs To Individual Viewers, L Ardissono, A Kobsa, MT Maybury

д) Истраживачко новинарство и дигитална демократија

Циљеви курса
Студенти ће усвојити практичне одреднице за дубинско и дуготрајно истраживање друштвених тема. Посебно ће бити обрађено писање веб-приче са два или више међунаслова.
Наставници ће предочити технике припреме, спровођења и писања веб-интервјуа. По завршетку курса студенти ће познавати етичка питања веб-новинарства, законски оквир за регулацију онлајн комуникација, ауторска права на Интернету и утицај дигиталних медија на друштво.

Број поена: 10
Семестар: 2
Сати: 64

Практичне јединице
- Прикупљање информација из база података, интервјуисањем, анкетирањем и посматрањем
- Он-лајн претрага текста, фотографија, видео записа и линкова
- Веб-интервју – припрема, спровођење и писање
- Увод у истраживачко новинарство
- Писање веб-приче са два или више међунаслова

Теоријске јединице
- Етика у веб-новинарству – спамовање, лажни профили и иницијатива да се одреднице везане за нове медије унесу у струковни кодекс
- Законски оквир за дигиталне комуникације и е-владу – увид у е-кореспоненцију грађана као органичавање слободе изражавања или као заштита грађана од криминала?
- Ауторска права на Интернету (Криејтив комонс)
- Утицај дигиталних медија на друштво – социологија (односи међу људима - зависност, распоређивање слободног времена), политика и економија
- Мане е-управе – присмотра, трошак, недоступност и лажна слика о транспарентности
- Предности е-владе – демократизација, животна околина, брзина, ефикасност и практичност
- Технички предуслови за е-управу (апликације за мобилне уређаје и друшвене мреже) и индекс припремљености земаља према УН-у
- Јавна онлајн расправа о законима (део е-управе)
- Е-гласање
- Дигитална дипломатија

Студије случајева
- Веб-предузетништво: Бил Гејтс, Сергеј Брин и Стив Џобс
- Упоредна студија - е-влада у Америци, Новом Зеланду и европским земљама

Вежба
Студенти ће се поделити у истраживачке групе како би написали веб-приче са два или више међунаслова (форма слична чланку у штампаном новинарству). Своје групне радове студенти ће објавити на личном и редакцијском сајту који су оформили претходног семестра.

Округли сто
Законска регулатива у области дигиталних медија. Учествују надлежни министар, председници удружења новинара и уредници веб-редакција.

Семинарски рад
Студенти ће изабрати и анализирати једну е-управу.

Литература

- The Investigative Reporter's Handbook – A Guide to Documents, Databases and Techniques, Brant Houston, Len Bruzzese, Steve Weinberg
- The AP Stylebook and Briefing on Media Law, Norm Goldstein
- Interviewing Principles and Practices, Charles J. Stewart, William B. Cash Jr.
- The Survey Research Handbook, Pamela L. Alreck, Robert B. Settle
- Feature Writing for Newspapers and Magazines, Edward Jay Friedlander, John Lee

ђ) Семинар отвореног ума

Циљеви курса
Студенти ће добити увид у алхемију медија из уметничке перспективе. Поглед из другог угла на основна питања новинарства послужиће им да испливају из шаблона које им намеће професионализам. Саставни део вежби биће физичка активност, што је један од предуслова за добру кондицију духа и тела.

Број поена: 1
Семестар: 2
Сати: 64

Практичне јединице
- Естетика боја и њихов утицај на ум
- Вештина слушања
- Начин презентовања реалности

Теоријске јединице
- Спиновање свести – коришћење полуистина у медијском дискурсу
- Позивање на опште добро у медијима као основни принцип демагогије
- Будућност новинарства: немогућност неопредељености
- Законитости подручја - избегавање шаблона и конструкција у новинарству
- Енергетски утицај медија - инверзија улога у друштву, убрзавање времена и бомбардовање информацијама
- Стил као исконска енергија, спој неспојовог и оквир - лични домети
- Свођење технолошке агресије на прихватљиву меру (пример: магнетофонска трака)

Студија случаја
Поређење америчког и српског приступа продукцији – однос планираног и спонтаног

Вежбе
- Сувишности у тексту, слици и тону – предност фокуса у информисању. Студенти ће снимити видео записе који носе јасну поруку, без непотребних детаља који би одвраћали пажњу публике.
- Физичка активност

Округли сто
Медијски позитивизам као промена енергетског тока у новинарству

Литература
- Маркетинг у стрипу, Малком МекДоналд, Питер Морис
- Живе ране, Ентони Кидис
- Паранезе и максиме, Артур Шопенхауер
- Линч о Линчу, Дејвид Линч
- Док будеш певао, Бранко Миљковић
- О крајним животним сврхама, Ото Вајнингер

е) Истраживачки рад из области дигиталних медија и новинарства

Број поена: 9
Семестар: 2

После успешно комплетираних курсева у оквиру програма дигиталних медија и новинарства, студенти бирају тему из ове области како би написали истраживачки рад. Ментор усмерава студента да уради преглед литературе - база за сопствени допринос научно-истраживачком раду. Студент спроводи истраживање, врши анализу резултата и разматра импликације.
Студент брани рад пред трочланом комисијом, како би добио диплому курса.