

Emri i Lëndës : Hyrje në Komunikim Masiv							
Kodi	Tipi	Semestri	Leksione (orë/javë)	Seminare (orë/javë)	Lab (orë/javë)	Kredite	ECTS
COM 101	A	Vjeshtë	3.00	0.00	0.00	3.00	4.00
Lektori		Melsena Danglli, Msc					
Asistenti							
Gjuha e kursit		Shqip					
Niveli i lëndës		Program Profesional 2-Vjeçar					
Përshkrimi		Komunikimi masiv përfshin shpërndarjen e gjerë të informacionit pak a shumë në të njëjtën kohë për audiencë të mëdha. Komunikimi përbën një komponent të rëndësishëm kulturor të shoqërive aktuale teknologjike. Ky kurs trajton natyrën themelore të komunikimit masiv, organizatat dhe mjetet që e krijojnë atë, mediet dhe mjetet me të cilat ka të bëjë si dhe audiencat që e përdorin atë. Është një kurs prezantues për mjetet e komunikimit masiv, karakteristikat dalluese, disa teori mbizotëruese të komunikimit, çështje të organizimit nga aspekti i pronësisë, teknologjia moderne, etj. Në këtë kurs do të analizohen mënyrat se si industri të veçanta mediatike si ajo e gazetës, librit, radios, televizionit dhe bota virtuale ndihmojnë në formimin e realitetit tonë shoqëror. Këtu do të analizohen mënyrat se si persona të veçantë që kanë akses në produksionet mediatike shpërndajnë mesazhet e tyre. Në këtë kurs gjithashtu do të diskutohet se si audiencat marrin pjesë në përdorimin, keqpërdorimin dhe injorimin e mesazheve me të cilat përballen.					
Objektivat		Kjo lëndë është dizajnuar për të njohur më mirë fushën dhe mjetet e komunikimit, si gazetatat, revistat, librat, radiot, televizionin etj. Kjo lëndë do t'ju ndihmojë që: - të kuptoni vlerën që komunikimi dhe veçanërisht gazetarja ka në ndërtimin e një shoqërie të lirë. - të pajiseni me njohuri mbi evoluimin e mediave dhe se si ju mund të jeni konsumatorë dhe prodhues të informacionit, reklamës, marrëdhënieve me publikun dhe argëtimit. - të mësoni mënyrat mbi identifikimin dhe përdorimin e burimeve cilësore të gazetarisë në mënyrë që të jemi të mirë informuar. - të zhvilloni vlerat e etikës, qëndrimet profesionale dhe aftësitë personale të nevojshme për në përgatitjen tuaj si specialistë të komunikimit.					
Konceptet Kryesore		1. Komunikim Masiv 2. Konvergjenca 3. Industria e Medieve 4. Edukimi Mediatik 5. Audiencat					
Programi i Lëndës							
Java		Tema					
1		Komunikimi Masiv dhe Mediat në Konvergjencë Gjatë këtij leksioni do të kemi mundësinë të njihemi me koncepte bazike të komunikimit dhe medieve. Çfarë është komunikimi? Cilat janë disa nga llojet dhe elementët e tij? Çfarë është komunikimi masiv? Çfarë janë audiencat dhe ndarja e tyre? Çfarë janë mediet, po mediumet? Cilat janë funksionet e komunikimit masiv? Joseph Turow ("Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq.33-44) Joseph R. Dominick ("Dinamika e Komunikimit Masiv: Media në periudhën digjitale" fq.34-63)					
2		Kërkimi në Komunikimin Masiv: Efektet dhe Kultura e Medias Kërkimi studimor në massmedia përqendrohet te përdorimi i metodave sistematike për të kuptuar ose zgjidhur problemet në lidhje me mjetet e informimit masiv. Kërkimi që do trajtojmë gjatë leksionit ka të bëjë jo me përgjigjet e pyetjeve mbi vijën fundore të kompanive, por me vijën fundore të shoqërive. Kërkimi në fjalë fokusohet te roli i mediave masive në përmirësimin ose degradimin e marrëdhënieve, vlerave dhe idealeve të shoqërisë dhe te njerëzit që e përbëjnë atë shoqëri. Joseph Turow ("Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq. 61-90)					

3	Komunikimi Masiv dhe Analiza e Mjedisit Mediatik Shqiptar Me edukim mediatik nënkuptojmë aftësinë për të kuptuar dhe përdorur në mënyrë efektive mesazhe që janë të shprehura me simbole të shkruara ose të shtypura, siç janë shkronjat dhe aftësinë për të aksesuar, analizuar, vlerësuar në mënyrë kritike dhe komunikuar mesazhe në shumë forma të ndryshme, ku përfshihet edhe krijimi i mediave. Ky leksion u sjell studentëve analizën e mjedisit mediatik shqiptar në logjikën e parimeve dhe mjeteve të edukimit mediatik. Valmora Gogo ("Editoriali në shtypin shqiptar", fq.47-80) Joseph Turow ("Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq. 51-57, 125-126, 157-163, 197-199)
4	Komunikimi Masiv në kontekstin historik dhe kulturor: Shqipëria Ky leksion jep një pamje të plotë mbi zhvillimin e komunikimit masiv në Shqipëri, ku objekt janë proceset që kanë karakterizuar median shqiptare. Konceptuar si një analizë në disa qasje: historike dhe kulturore, së brendshmi sistemeve mediatike, në syrin e mënyrave të financimit, në qasjen e zhvillimit të teknologjisë dhe në këndin e audiencave. Valmora Gogo ("Editoriali në shtypin shqiptar") Artan Fuga ("Mediamorfozë dhe Metakomunikim", fq.375-422)
5	Industria e Internetit Çfarë është industria e internetit? Si dhe pse u shpik interneti? Si përdoret ai sot? Këto janë tre nga pyetjet, përgjigjet e të cilave do të shtjellojë ky leksion, shoqëruar edhe me statistika të përditësuara të përdorimit të internetit në botë. Leksioni përmban edhe çështje të analizës së sjelljes së audiencave dhe reklamave si dhe etikës dhe ruajtjes së privatësisë. Joseph Turow ("Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq.214-240)
6	Industria e Librit dhe e Gazetës Ky leksion do aftësojë studentët në kuptimin e librave të sotëm sipas zhvillimit të tyre në shekuj në këto çështje: Dallimi midis llojeve të ndryshme të librave, rolet e prodhimit, shpërndarjes dhe ekspozimit, efektet e teknologjive të reja digjitale etj. Në pjesën e dytë ky leksion do t'i njohë studentët me zhvillimin e industrisë së gazetave duke parë me kujdes zhvillimet kryesore në historinë e gazetave amerikane, me paralelizime me zhvillimet shqiptare, kuptimi i prodhimit, shpërndarjes, sfidat, mënyrat e qasjes ndaj audiencave përmes teknologjive digjitale etj. Joseph Turow ("Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq.240-300) Valmora Gogo ("Editoriali në shtypin shqiptar" fq.88-205)
7	Industria e Radios dhe e Televizionit Ky leksion do aftësojë studentët në kuptimin e industrisë së radios, duke shpjeguar historinë e saj, lidhjen midis reklamimit dhe programacionit, rolin e hulumtimit të tregut në industrinë e radios, konsolidimi i pronësisë së stacioneve radiofonike dhe teknologjitë e reja digjitale që po sfidojnë radiot tradicionale. Në industrinë e televizionit leksioni do të përqëndrohet në krahasimin e televizionit me transmetim analog, kabllo, satelitor dhe televizionin OTT. Ndërsa do shpjegohet edhe roli i reklamuesve në financimin e këtyre llojeve të funksionimit por po kështu do të përshkruhen edhe çështjet me të cilat përballlet industria e TV-ve dhe shoqëria në përgjithësi, në një botë televizive që ndryshon me shpejtësi. Joseph Turow ("Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq.358-391, fq.426-464)
8	Provim Gjysmëfinal
9	Industria e Filmit dhe e Kinemasë Çfarë është industria e Filmit dhe Kinemasë? Në leksion do të shpjegohet historia e filmave, duke marrë një shembull, zhvillimin e tyre në SHBA si dhe si ndikon ajo në industrinë e sotme. Do të analizohet prodhimi, shpërndarja dhe ekspozimi i kësaj industrie si dhe lojtarët e tyre. Si financohen filmat? Cila është marrëdhënia midis shpërndarësve të filmave dhe teatrove? Cili është ndikimi i teknologjive të reja dhe globalizimi në industrinë e filmit? Dhe çfarë ndikimi ka kultura e filmit amerikan në kulturën botërore? Joseph Turow ("Media Today: Mass Communication in a Converging world" fq.392-425)
10	Biznesi i Mediave Në këtë leksion do të njihemi sesi personeli i mediave masive e konsideron audiencën një pjesë integrale të shqetësimeve të biznesit. Gjithashtu do të përshkruajmë zhanret parësore të materialeve të krijuara nga industri të ndryshme të mediave masive, do të identifikojmë procesin e prodhimit, shpërndarjes dhe ekspozimit të materialeve në industrinë e mjeteve të komunikimit masiv, do të kuptojmë mënyrën se si kompanitë e mediave financojnë prodhimin, shpërndarjen dhe ekspozimin e materialeve mediatike si dhe do të shfrytëzojmë edukimin mediatik për të vlerësuar se çfarë kuptimi kanë format e mediave për ne si një konsumator mediatik. Joseph Turow ("Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq.91-129) Gillian Doyle ("Ekonomia e Medias", fq. 13-30)

11	Financimi i mediave: Reklama, Marrëdhëniet Publike dhe Komunikim Marketingu Në këtë leksion do të shpjegohen rolet që reklamën, marrëdhëniet me publikun dhe komunikimet e marketingut luajnë në sistemin mediatik. Po kështu do të përshkruhen llojet e kompanive të përfshira në këto aktivitete si dhe do të analizohet procesi i krijimit të reklamave dhe materialeve për marrëdhëniet me publikun. Studentët do të jenë në gjendje të shpjegojnë më mirë pas këtij leksioni sesi reklamimi, marrëdhëniet me publikun dhe komunikimet e marketingut lidhen me konvergencën dhe çfarë do të thotë kjo për sistemin mediatik. Çfarë kuptojmë me komercializëm, bindjen dhe komunikimin e shënjestruar? Joseph Turow ("Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq.130-166)
12	Audienca dhe përdorues: Sjellja e audiencave përballë mediave Gjatë këtij leksioni do të analizohen audiencat në këndin individual dhe në atë të industrisë duke shpjeguar koncepte të tilla si: Detyrat e përpunimit të informacionit, filtrimi, ekspozimi ndaj mesazheve mediatike, vëmendja, ekspozimi fizik, audienca masive, segmentimi, tërheqja e audiencës, kushtëzimi i audiencës etj. Leksion i shkruar i lektorit
13	Kontrolli i Mediave: Rregullimi qeveritar, Vetërregullimi dhe Etika Gjatë leksionit do të shpjegohen arsyet dhe teoritë që kanë të bëjnë me rregullimin e mediave. Më hollësisht do të identifikohen dhe përshkruhen llojet e ndryshme të rregullimit të mediave, do të analizohen betejat midis qytetarëve dhe agjencive rregullatore në kërkimin e informacionit si dhe do të diskutohen mënyrat, me të cilat vetërregullohen organizatat e mediave. Një çështje e rëndësishme do të jetë edhe identifikimi dhe vlerësimi i dilemave etike, me të cilat përballen profesionistët sot. Joseph Turow, "Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq.167-202)
14	Prezantimi i Projektit Studentët do të prezantojnë projektet e tyre individuale ose në grup, të zhvilluar mbi konceptet e trajtuara gjatë këtij cikli leksionesh.
15	Media Globale në Konvergencë Në leksionin e fundit do të risjellim edhe njëherë konceptet bazike të Komunikimit Masiv në Konvergencë dhe çështjet e mprehta të industrisë së medias, me fokusin te media globale. Rezulton se konvergjenca po nxitet kryesisht nga 5 zhvillime në industrinë e sotme mediatike: Përhapja e Mediave Digjitale, Rëndësia e dritareve të shpërndarjes, Fragmentimi dhe Segmentimi i audiencës, Globalizimi dhe Konglomerizimi. Cili është skaneri i këtyre proceseve në mediat botërore? Joseph Turow, "Media Today: Mass Communication in a Converging World" fq.203-213)
16	Provim Final
Parakushtet Studenti duhet të frekuentojë lëndën në masën minimale prej 75%.	
Literatura • Joseph Turow, "Media Today-Mass Communication in a converging world", 2020 • Valmora Gogo, "Editoriali në shtypin shqiptar", 2020	
Referenca të tjera • Denis McQuail, Mark Deuze, "McQuail's Media and Mass Communication Theory", 2020	
Rezultatet e Lëndës dhe Kompetencat	
1	Studentët identifikojnë, krahasojnë dhe interpretojnë konceptet bazë të komunikimit, gazetarisë dhe marrëdhënieve me publikun.
2	Studentët kuptojnë, zhvillojnë dhe aplikojnë njohuritë e marra në informimin e publikut.
3	Studentët kuptojnë dhe analizojnë ndikimin e shoqërisë tek media dhe ndikimin e medias tek individët dhe shoqëria.

Mënyra e Vlerësimit të Lëndës			
Notat e Ndërmjetme	Sasia	Përqindja	
Gjysmë finale	1	30	
Kuize	0	0	
Projekte	1	20	
Projekte semestrale	0	0	
Punë laborator	1	10	
Pjesëmarrja në mësim	0	0	
Kontributi i notave të ndërmjetme mbi vlerësimin final			60
Kontributi i provimit final mbi vlerësimin final			40
Total			100
Ngarkesa ECTS (Në Bazë të Ngarkesës së Studentit)			
Aktivitetet	Sasia	Kohëzgjatja (orë)	Ngarkesa Totale (orë)
Kohëzgjatja e kursit (Duke përfshirë edhe javën e provimeve : 16x Orët totale të kursit)	16	3	48
Orët e studimit jashtë klase (Parapërgatitje, Praktika etj)	14	3	42
Detyra	2	3	6
Gjysmë finale	1	2	2
Provimi final	1	3	3
Të tjera	0	0	0
Ngarkesa totale e orëve			101
Ngarkesa totale e orëve / 25 (orë)			4.04
ECTS			4.00