

**UNIVERSITETI I PRISHTINËS “HASAN PRISHTINA”  
FAKULTETI JURIDIK**

**SYLLABUSI**

**Lënda: Komunikimi masiv dhe e drejta**

Të dhëna bazike të lëndës	
Njësia akademike:	Fakulteti Juridik
Titulli i lëndës:	Komunikimi masiv dhe e drejta
Niveli:	Bachelor
Statusi lëndës:	Zgjedhore
Viti i studimeve:	II
Numri i orëve në javë:	4
Vlera në kredi – ECTS:	5
Koha / lokacioni:	Semestri veror, Prishtinë
Mësimdhënësi i lëndës:	Prof.Dr. Beqir Sadikaj, Ass. Mexhit Shaqiri
Detajet kontaktuese:	<a href="mailto:beqir.sadikaj@uni-pr.edu">beqir.sadikaj@uni-pr.edu</a> <a href="mailto:mexhit.shaqiri@uni-pr.edu">mexhit.shaqiri@uni-pr.edu</a>
Përshkrimi i lëndës	
<b>Përshkrimi i lëndës</b>	<i>Komunikimi masiv dhe e drejta është një lëndë e re në Fakultetin Juridik e cila ka zgjuar interesim të madh në mesin e studentëve. Ky fakt tregon së lënda është mjaftë atraktive dhe më perspektivë. Kjo dëshmohet edhe nga fakti se komunikimi në përgjithësi përbën një nga çështjet e rëndësishme e cila lidhet pashmangshëm me shoqërinë dhe evoluimin e saj në tërësi. Një nga llojet më të rëndësishme të Komunikimit në kohën e fundit është bërë komunikimi masiv, rëndësia e këtij komunikimi shtohet edhe më shumë kur kemi parasysh faktin se në këtë kohë përballemi me atë që njihet si “epoka digjitale e komunikimit. Paraqitje dhe konsolidimi I kësaj epoke ka krijuar një komunikim shume me dinamik dhe intensiv në mes njerëzve, duke bërë kështu që të krijohet një lloj varësie e pjesëmarrëseve në procesin e komunikimit nga funksionimi ose jo i teknologjisë moderne të komunikimit.</i>

<p><b>Qëllimet e lëndës:</b></p>	<p><i>Ky kurs ka për qëllim që t'i njohë studentët e Fakultetit Juridik për aspektin ligjor të rregullimit të mediave, këtu do të përfshihen tema të tilla si: Liria e mediave, pavarësia e tyre, mbrojtja e burimeve, privilegjet e reporterit, aksesit në informacionin qeveritar, shpifja, cenimi i privacisë, e drejta e autorit, etj.</i></p> <p><i>Poashtu qëllimi i lëndës Komunikimi masiv dhe e drejta është që të njohë studentët lidhur me zhvillimin e komunikimit në periudha të ndryshme kohore, duke u ndalur në mënyrë të veçantë në periudhën moderne.</i></p> <p><i>Përmes kësaj lënde studentët do të shohin se cili ka qenë evoluimi kronologjik i komunikimit dhe cilat kanë qenë revolucionet më të rëndësishme në këtë kontekst. Gjithashtu qëllimi i kësaj lënde është që të rrisë njohuritë e studentëve lidhur me llojet e komunikimit, karakteristikat e organizatave tradicionale të komunikimit masiv (Revistat, Gazetat, Radiot, TV), internetin dhe komunikimin masiv, për ato që njihen si konvergjenca dhe platforma komplekse në komunikimin masiv.</i></p> <p><i>Një fushë tjetër e rëndësishme e komunikimit masiv do të jetë ajo lidhur me perspektivat e komunikimit masiv, në këtë kontekst do të flitet për dy modele ose paradigma të komunikimit masiv, si: Analiza funksionale dhe qasja kritike-kulturore.</i></p> <p><i>Në fund, studentët do të njihen edhe më efektet sociale të mediave, ku përfshihen: Efektet e dhunës në media, media dhe socializimi, formimi i sjelljeve, perceptimeve dhe bindjeve, përcaktimi i agjendës, ndikimi i medias në sjelljet e njeriut, inkurajimi i sjelljeve pro sociale, etj.</i></p>
<p><b>Rezultatet e pritura të nxënies:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Përvetësimi i njohurive bazë lidhur me Komunikimin masiv dhe aspektin juridik të kësaj fushe, si dhe çështje të tjerë më të rëndësishme;</i></li> <li>• <i>Aplikimi i qasjes kritike dhe mendimit kritik mbi konceptet e ndryshme, sidomos në ato fusha që kanë të bëjnë me tema të ndryshme, si liria e mediave, shpifja, cenimi i privacisë, etj;</i></li> <li>• <i>Përfundimi me sukses i punimeve seminarike dhe se paku një punim hulumtues lidhur me tema të ndryshme, në mënyrë të veçantë lidhur me ndikimin e mediave në fusha të ndryshme të</i></li> </ul>

	<p><i>jetës shoqërore si dhe për funksionimin e mediave në aspektin ligjor në vendin tonë.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Demonstrimi i pavarësisë individuale në mënyrën e të menduarit, i artikuluar në paraqitjet me shkrim dhe me gojë.</i></li> </ul>		
<b>Kontributi në ngarkesën e studentit ( gjë që duhet të korrespondoj me rezultatet e të nxënit të studentit)</b>			
<b>Aktiviteti</b>	<b>Orë</b>	<b>Ditë/javë</b>	<b>Gjithsej</b>
Ligjërata	30	45 / 15	
Ushtrime teorike/laboratorike	15	45 / 15	
Punë praktike			
Kontaktet me mësimdhënësin/konsultimet	30	30 / 15	
Ushtrime në teren			
Kollokfieme,seminare	15	45 / 15	
Detyra të shtëpisë			
Koha e studimit vetanak të studentit (në bibliotekë ose në shtëpi)	15	45 / 15	
Përgatitja përfundimtare për provim	15	15 / 2	
Koha e kaluar në vlerësim (teste,kuiz,provim final)	60	30 / 4	
Projektet,prezantimet ,etj	15	45 / 15	
<b>Totali</b>			
<b>Metodologjia e mësimdhënies:</b>	<p><i>Metodologjia e aplikuar gjatë ligjërimit të lëndës do të përfshijë, por nuk do të kufizohet në: Metodën interaktive, punimet më shkrim, projektet hulumtuese duke përfshi punën individuale dhe atë në grupe,prezantimet e ndryshme, debatet, etj.</i></p>		
<b>Metodat e vlerësimit:</b>	<p><i>Vlerësimi i studentëve do të bëhet përmes dy kolekfiumeve të rregullta, punimeve të ndryshme dhe prezantimeve si dhe provimit final.</i></p>		
<b>Literatura</b>			
<b>Literatura bazë:</b>	<p><i>Joseph R. Dominick, Dinamika e komunikimit masiv, UET Press, 2010.</i></p>		

<b>Literatura shtesë:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eric Maigret, Sociologjia e komunikimit dhe e mediave, Shtëpia botuese, Papirus, 2010.</li> <li>2. Francis Balle, Mediat&amp;Shoqëritë, botimi 15. Shtëpia botuese, Papirus, 2011.</li> <li>3. Ibrahim Berisha, media Agjenset e komunikimeve, botimi 3. Botues, AAB. Prishtinë, 2009.</li> </ol>
<b>Plani i dizajnuar i mësimi:</b>	
<b>Java</b>	<b>Ligjërata që do të zhvillohet</b>
<b>Java e parë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Procesi i komunikimit</i></li> <li>– <i>Kodimi, transmetimi i mesazhit</i></li> <li>– <i>Çkodimi (deshifrimi). Marrja e mesazhit</i></li> <li>– <i>Feedback-u</i></li> <li>– <i>Zhurma</i></li> </ul>
<b>Java e dytë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Llojet e komunikimit</i></li> <li>– <i>Komunikimi ndër-personal</i></li> <li>– <i>Komunikimi ndër-personal me ndihmën e pajisjeve</i></li> <li>– <i>Komunikimi masiv</i></li> <li>– <i>Përkufizimi i medias masive</i></li> <li>– <i>Karakteristikat e organizatave tradicionale të medias masive</i></li> <li>– <i>Struktura organizative formale</i></li> </ul>
<b>Java e tretë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Interneti dhe komunikimi masiv</i></li> <li>– <i>Modele për sundimin e komunikimit masiv</i></li> <li>– <i>Media masive moderne. Prirjet aktuale</i></li> <li>– <i>Segmentimi i audiencës</i></li> <li>– <i>Konvergjenca</i></li> <li>– <i>Platformat e komplekse</i></li> <li>– <i>Media e lëvizshme</i></li> </ul>
<b>Java e katërt:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Perspektivat e komunikimi masiv</i></li> <li>– <i>Analiza funksionale</i></li> <li>– <i>Roli i komunikimit masiv në shoqëri</i></li> <li>– <i>Si e përdorin njerëzit median masive</i></li> </ul>
<b>Java e pestë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Studimet kritike/kulturore</i></li> <li>– <i>Një histori e shkurtër</i></li> <li>– <i>Konceptet kyçe</i></li> </ul>
<b>Java e gjashtë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Marrëdhëniet me publikun</i></li> <li>– <i>Përcaktimi i marrëdhënieve me publikun</i></li> <li>– <i>Marrëdhëniet publike në epokën digjitale</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Komunikimi me audiencën</i></li> <li>– <i>Komunikimi me median</i></li> <li>– <i>Kanale të reja të reagimit</i></li> </ul>
<b>Java e shtatë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Organizimi i industrisë së marrëdhënieve publike</i></li> <li>– <i>Departamentet dhe stafi i MP</i></li> <li>– <i>Programi i marrëdhënieve publike</i></li> <li>– <i>Mbledhja e informacionit</i></li> <li>– <i>Planifikimi</i></li> <li>– <i>Komunikimi</i></li> <li>– <i>Vlerësimi</i></li> <li>– <i>Ekonomia e marrëdhënieve publike</i></li> </ul>
<b>Java e tetë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Kontrolli formal. Ligjet, normat dhe rregullat</i></li> <li>– <i>Shtypi, ligji dhe gjykatat</i></li> <li>– <i>Një shtyp i lirë</i></li> <li>– <i>Kufizimi paraprak</i></li> <li>– <i>Mbrojtja e burimeve të reja</i></li> <li>– <i>Privilegjet e reporterit</i></li> <li>– <i>Kërkimi dhe konfiskimi</i></li> </ul>
<b>Java e nëntë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Raportimet nga gjykatat</i></li> <li>– <i>Publiciteti para dhe gjatë një gjykimi</i></li> <li>– <i>Rregullat e heshtjes</i></li> <li>– <i>Kamerat dhe mikrofonat në sallën e gjyqit</i></li> <li>– <i>Aksesi i reporterëve në informacion</i></li> <li>– <i>Informacioni qeveritar</i></li> <li>– <i>Aksesi në skenat e lajmit</i></li> </ul>
<b>Java e dhjetë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Shpifja</i></li> <li>– <i>Mbrojtja nga akuzat për shpifje</i></li> <li>– <i>Shpifja dhe interneti</i></li> <li>– <i>Cënimi i privacisë</i></li> <li>– <i>E drejta e privacisë</i></li> <li>– <i>Hyrja në mëvetësinë e tjetrit</i></li> <li>– <i>E drejta e autorit</i></li> </ul>
<b>Java e njëmbëdhjetë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Ngasja seksuale dhe pornografia</i></li> <li>– <i>Rregullat e transmetimit</i></li> <li>– <i>Materialet me përmbajtje të papërshtatshme</i></li> <li>– <i>Rregullat në fushën e reklamave</i></li> <li>– <i>Reklama të papërshtatshme</i></li> </ul>
<b>Java e dymbëdhjetë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Efektet sociale të komunikimit masiv</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Efektet e komunikimit masiv tek njohuritë dhe qëndrimet</li> <li>– Media dhe socializmi</li> </ul>
<b>Java e trembëdhjetë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Media si burim kryesor i informacionit</li> <li>– Formimi i sjelljeve, perceptimeve dhe bindjeve</li> <li>– Përcaktimi i agjendës</li> </ul>
<b>Java e katërbëdhjetë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ndikimi i medias në sjelljen e njeriut. Një histori e shkurtër</li> <li>– Efektet e dhunës në media</li> <li>– Rezultatet e eksperimenteve dhe sondazheve</li> <li>– Eksperimentet në terren</li> <li>– Inkurajimi i sjelljeve pro sociale</li> <li>– Rezultatet e eksperimenteve dhe sondazheve</li> </ul>
<b>Java e pesëmbëdhjetë:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Media masive dhe zgjedhja e votuesit</li> <li>– Debatet në televizion</li> <li>– Televizionet dhe sjellja politike e politikanëve</li> <li>– Kërkimet rreth efekteve sociale të internetit</li> <li>– Komunikimi në të ardhmen. Ndikimi shoqëror</li> <li>– Kërcënimet e privacisë</li> <li>– Fragmentarizmi dhe izolimi</li> <li>– Arratisja nga realiteti</li> </ul>

#### **Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes:**

*Politikat akademike dhe rregullat e mirësjelljes prezantohen në çdo fillim viti shkollor nga ana e mësimitdhënësit, poashtu këtu përfshihen edhe kriteret për vijimin e rregullt të ligjëratave dhe ushtrimeve.*

*Rregullat e mirësjelljes kërkojnë mbajtjen e qetësisë në mësim, shkyçja e telefonave celular, respektimi i orarit, etj.*

*Ndërsa kriteret për vijimin e rregullt të ligjëratave dhe ushtrimeve kërkojnë që studenti t'i përmbahet orarit të ligjëratave dhe ushtrimeve, etj.*