

Студијски програми: Логопедија			
Назив предмета: МЕДИЈИ И ДРУШТВЕНЕ ДЕВИЈАЦИЈЕ			
Наставник: Југовић Л. Александар			
Статус предмета: изборни заједнички предмет више студијских програма			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: Без услова			
Циљ предмета: Студенти треба да овладају основним категоријама односа медији – друштвене девијације и да разумеју појам и карактер медија и медијских садржаја; како медији представљају друштвене девијације и социјалне различитости; везу између медијских садржаја и њиховог утицаја на испољавање девијантних понашања; слику медија о институцијама социјалне контроле; феномен зависности од медија (интернет, видео-игре, итд.); могућности употребе медија у превенцији друштвених девијација; основне методе истраживања везе медији – девијације.			
Исход предмета: Студенти треба да науче како да: критички «читају» деловање медија и да буду оспособљени за декодирање медијских садржаја; да усвоје вештине медијске педагогије; да науче потенцијалне негативне ефекте утицаја медијских садржаја и порука на понашања људи; употребљавају медије у превенцији друштвених девијацији и кампањама за смањивање предрасуда према рањивим друштвеним групама.			
Садржај предмета: <i>Теоријска настава</i> Појам и врсте медија. Облици медијских садржаја. Методологија истраживања односа медији и друштвене девијације. Медији и стварање друштвених идентитета. Медији и стереотипи. Морална паника. Медији и рањиве групе. Медији и социјалне различитости. Медији и тело. Медији о деци и младима. Опште теорије о деловању медија на публику. Медији као фактор узрочности девијација (медијски ефекти). Употреба медија и родитељство. Медији и насиље. Медији и криминал. Медијска слика институција социјалне контроле. Зависност од медија (интернета, видео-игара). Сајбер прогањање. Медијско описмењавање и медији у превенцији друштвених девијација. <i>Практична настава</i> У оквиру практичне наставе студенти кроз рад на <i>вежбама</i> савладавају материју кроз примену теоријских знања на примеримаслучајева из медијских садржаја. Примена методе анализе садржаја медија. Израда стратегија употребе медија у кампањама социјалног маркетинга и превенцији девијантних понашања. Поједине теме обрађују се кроз дискусионе групе и анализу видео и интернет материјала. Провера стечених знања обавља се кроз колоквијуме.			
Литература: 1. Томпсон, К. (2003). <i>Морална паника</i> . Београд: КЛИО. ИСБН 86-7102-060-6. (стр. 9-15, 41-53) 2. Бригс, А., Кобли, П. (2005). <i>Увод у студије медија</i> . Београд: КЛИО. ИСБН 86-7102-223-4 (стр. 415-429, 576-601) 3. Лемиш, Д. (2008). <i>Деца и телевизија</i> . Београд: КЛИО. ИСБН 978-86-7102-207-2 (стр. 23-106, 107-205, 276-297) 4. Југовић, А. (2012). Медијске безвредности у транзиционом времену – есеј о духу садашњости. <i>Социјална мисао</i> , стр. 173-183, број1/2012. ИССН-0354-401Х.			
Број часова активне наставе: 3		Теоријска настава: 2	Практична настава: 1
Методе извођења наставе Видео презентације, интерактивна настава, дискусионе групе, рад у малим групама, квиз, коришћење едукативног видео материјала, консултације кроз индивидуални менторски рад и е-мејл комуникацију са наставником, излагања студената.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	Поена	Завршни испит	Поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава		усмени испит	70
колоквијум-и	20		
семинар-и			