

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
	Kognitivni aspekti komunikacije				Izborni	1
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje		5
	15	10				
Nastavnik	prof.dr.sc. Marina Biti					
Suradnik						
Cilj predmeta	Kognitivna je znanost tijekom posljednjih dekada ostvarila goleme iskorake, i to u nizu međusobno povezanih polja relevantnih za poimanje komunikacije, napose neuroznanosti, lingvistici, psihologiji i sociologiji, pa će cilj kolegija biti osvjetljavanje tjelesnih (neuroloških), jezičnih (odnosno jezično-stilističkih), psiholoških i društvenih momenata formativnih za ljudsku interakciju i komunikaciju koje se začinju u domeni obiteljskih odnosa i privatne komunikacije da bi se, tijekom spoznajnoga razvoja jedinke, proširile i na javnu sferu. Danas je ta javna sfera ujedno sve zasićenija tehnološkim sredstvima prenošenja poruka koja, kao svojevrsne ekstenzije samog kognitivnog aparata, doprinose širenju spoznajnih horizonata, ali mogu postati i sredstvima manipulacije pa time i inhibitorima samostalne misli učesnika komunikacije u medijskome prostoru. Cilj je ovoga kolegija sagledavanje komunikacije iz perspektive s površine nedovoljno razvidnih spoznajnih funkcija komunikacijskog procesa, temeljenih na ljudskome kognitivnome aparatu koji determinira ne samo načine na koje se komunikacija ostvaruje, nego i stvarne učinke i ostvarive dosege komunikacijskih praksi u okvirima zadanih odnosno mogućih emitivnih i receptivnih konstelacija. Ponuđena će transdisciplinarna vizura osigurati složene alate za istraživački rad koji će omogućiti analitičko dekonstruiranje komunikacijskih praksi, s očekivanim pratećim efektom unapređivanja komunikacijskih kompetencija i spoznajnih dosega samih doktoranada.					
Ishodi učenja	1. definirati pojmove ključne za poimanje kognitivne dimenzije komunikacijskog procesa 2. opisati i usporediti različite disciplinarne pristupe unutar kognitivnoznanstvenog polja interesa te prepoznavati njihovu međusobnu komplementarnost 3. objasniti ulogu kognitivne znanosti u teoriji medija i medijskoj praksi 4. opisati i objasniti različite koncepte i procese relevantne za razumijevanje i njezinih ishoda 5. analizirati i usporediti različite medijske tekstove kao ogledne primjere komunikacijskih fenomena 6. samostalno pristupiti istraživanju i znanstvenom obrazlaganju medijskih fenomena iz perspektive kognitivne znanosti					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	-					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice E-učenje Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Studenti su dužni prisustvovati predavanjima, aktivno sudjelovati na nastavi i online aktivnostima. Dužni su pristupiti istraživanju u kontekstu zadane teme iz područja kolegija; redovito se konzultirati s nositeljicom kolegija; postaviti prezentaciju na sustav za e-učenje; aktivno sudjelovati u organizaciji i realizaciji znanstvenih kolokvija; proučavati znanstvenu i stručnu literaturu, analizirati i vrednovati stručne tekstove; položiti pismeni ispit.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina		Oblici nastave (sati)				
		Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje	
Biološki temelji komuniciranja: mozak, govorni i slušni aparat, motorika. Učenje, oponašanje, komuniciranje, socijalizacija – uloga zrcalnih neurona. Vidjeti i činiti, odnosno viđenje kao činjenje i činjenje kao viđenje.						
5						

Modeli koje oponašamo: od obiteljske do šire društvene zbilje. Uloga hijerarhije. Pozitivni i negativni modeli; spontano oponašanje i prakse navođenja na oponašanje.	5			
Tijelo i jezik u komunikacijskome procesu. Uloga osjetila, izravna i posredovana. Denaturalizirana percepcija i imerzivnost medija.	5			
Metafora i proizvodnja virtualnih senzacija. Spoznajni karakter simulacije i empatije – prepoznavanje drugosti. Identitet i spoznaja iz perspektive komunikacijskog procesa. Moć medija u stvaranju kolektivnog identiteta. Uloga jezika.	5	5		
Uloga medija u konstrukciji komunikacijskih modela. Upravljanje medijima i upravljanje publikama. Medijske politike kao komunikacijske politike: oblikovanje svijesti i definiranje spoznajnih dometa. Pitanje etičkih granica. Studije slučajeva.	5	5		

Obvezna literatura	1. Iacobini, M. (2008, 2009) <i>Mirroring People: The Science of Empathy and How We Connect with Others</i> . Picador, Neew York 2. Webster, D. B. (1999) <i>Neuroscience of Communication</i> . Singular Publishing Group.
Dopunska literatura	1. Hansen, E. R. (2017) <i>Mass Communication: Living in a Media World</i> . SAGE, London 2. Botan, C. H. (2018) <i>Strategic Communication Theory and Practice: The Cocreational Model</i> . John Wiley and Sons. 3. Häussler, T. (2018) <i>The Media and the Public Sphere: A Deliberative Model of Democracy</i> . Routledge 4. Gibbs, R. W. (2008) <i>The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought</i> . Cambridge University Press. 5. Gola, E – Ervas. F. (ur) (2016) <i>Metaphor and Communication</i> . John Benjamins Publishing Company 6. Weaver, G. (2013) <i>Intercultural Relations: Communication, Identity, and Conflict</i> . Pearson Learning Solutions. 7. Iacobini, M. (2008, 2009) <i>Mirroring People: The Science of Empathy and How We Connect with Others</i> . Picador, Neew York
Način provjere ishoda učenja	Za svaku aktivnost doktorandima se dodjeljuje određeni broj bodova. Vrednuju se sljedeće aktivnosti: 1) Aktivnosti na predavanjima: 15% bodova 2) Istraživanje na zadanu temu iz područja kolegija, postavljanje prezentacije na sustav za e-učenje; konzultacije s nositeljicom kolegija: 60% bodova 3) Pismeni ispit 25 % bodova Osim temeljnih znanja, ocjenjivat će se aktivan doprinos studenata u radu znanstvenih radionica, te uspješnost u izvršavanju zadataka i obveza zadanih u okviru pojedinih znanstvenih radionica. Ukupan broj bodova koje student može ostvariti je 100%.
Završni / Diplomski rad	Da