

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
218293	Infotainment i novi trendovi u medijima				Izborni	4
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje		4
	30	30				
Nastavnik	doc.dr.sc. Krešimir Lacković					
Suradnik						
Cilj predmeta	Oblikovati poticajno okruženje koje će omogućiti studentima stjecanje različitih znanja, vještina i sposobnosti vezanih uz specifično ozračje suvremenih medijskih trendova vezanih uz popularno propuštanje zabavnih sadržaja u tzv. „ozbiljno novinarstvo“. Specifične kompetencije razvijat će se u okviru seminarskih radova i vježbi prema preferencijama studenata.					
Ishodi učenja	1. 1. Definirati i objasniti pojam infotaimenta 2. 2. Objasniti osnovne pojmove vezane uz područje suvremenih trendova u medijima 3. 3. Procijeniti u kojoj mjeri i na koji način promjene u medijima i ideologije utječu na formiranje novinarskog diskursa i javnog mišljenja 4. 4. Raspravljati o značaju i utjecaju novih trendova u medijima 5. 5. Ukazati na značaj tržišta u organizaciji i funkcioniranju suvremenih medija 6. 6. Odabrati i analizirati novinske članke, televizijske i radijske emisije ili nove kreatore sadržaja sa stajališta jednog od problemskih područja koje je prezentirano sadržajem kolegija.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine						
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Terenske vježbe Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Studenti su dužni redovito pohađati nastavu i aktivno sudjelovati u nastavnim aktivnostima. Tijekom semestra očekuje se redovito pohađanje nastave, izrada seminarskih radova i samostalna izrada vježbi i kreiranje sadržaja. Prema rasporedu i pravilima kolegija studenti su dužni sudjelovati i položiti dva kolokvija ili pismeni ispit.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)					
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje		
1. Pojam Infotaimenta	3	3				
2. Povijesni razvoj (evolucija) infotaimenta	3	3				
3. Funkcije infotaimenta	3	3				
4. Tabloidno novinarstvo	3	3				
4. Sfera globalnog infotaimenta, primjeri infotaimenta u pojedinim zemljama i medijskim sustavima	3	3				
5. Politički i komercijalni utjecaji na informativni program i na stvaranje infotaimenta.	3	3				
6. Utjecaj propagande na kreiranje medijskog sadržaja, taktički mediji	2	2				
7. Stvaranje pseudodogađja u informativnim emisijama/tekstovima.	2	2				

8. Novi medijski žanrovi i infotainment žanrovi, novi medijski trendovi	5	5		
9. Zabavni sadržaj u informativnim emisijama.	3	3		
10. Infotainment u ostalim medijskim rubrikama	3	3		

Obvezna literatura	1. Bilješka s predavanja 2. Nastavni materijali prilagođeni kolegiju
Dopunska literatura	1. Anderson, B. M., News Flash. Journalism, Infotainment, and the Bottom- 2. Line Business of Broadcast News, San Francisco, 2004. 3. Bennet, L., The Politics of Illusion, Longman, New York, 2011. 4. Malović, S., Mediji i društvo, Zagreb, 2007. 5. Perišin, T., Televizijske vijesti, Medijska istraživanja, Zagreb 2003. 6. Prior, M. Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News, Preference on Political Knowledge, u: Political Communication, 20, 2003 7. Thussu, D. K., News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment, London, 2007. 8. Todorović, N., Tabloidni žurnalizam, u: CM. Časopis za upravljanje komuniciranjem, br. 1., god 2006., str. 19. do 33.
Način provjere ishoda učenja	Obvezna izrada seminarskog rada i vježbi iz područja Infotaimenta. Dva pismena kolokvija.
Završni / Diplomski rad	Da