

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
185311	Uvod u medije				Obvezni	3
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje		5
	45	0	30	0		
Nastavnik	dr.sc. Višeslav Kirinić Silov predavač					
Suradnik						
Cilj predmeta	Cilj je ovog kolegija uvesti studente u širi kontekst razumijevanja medija, upoznati ih s važnošću sfere medijskog posredovanja za kulturu i ljudsku civilizaciju općenito, upoznati ih s mogućim teorijskim pristupima medijima, te razlikama u pristupu medija od strane umjetnika i dizajnera, novinara, nakladnika, čitatelja, kao i pristupa poslovnih ljudi zainteresiranih za poslovanje u odnosno s medijima.					
Ishodi učenja	1. Razumjeti pojmove s različitih područja medijskog djelovanja 2. Razumjeti i razlikovati različite oblike audiovizualnog govora 3. Analitički koristiti i procjenjivati teorijska promišljanja o medijskoj praksi 4. Razumjeti ustroj društvene, političke i ekonomske okoline u kojoj djeluju mediji 5. Prepoznati i ocijeniti utjecaje vlasničkih oblika na medijske politike 6. Kategorizirati i razaznati medijske industrije u lancu dodane vrijednosti					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne postoje uvjeti za upis predmeta					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Sukladno Pravilniku o studijima i studiranju Sveučilišta Sjever, svibanj 2023.					

Sadržaj predmeta				
Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
1.MEDIJ NIJE SVE – SVE JE MEDIJ! (Uvodno predavanje koje pokazuje širinu odrednice MEDIJ kao i situacije u kojima je kroz povijest ta odrednica sudjelovala u oblikovanju ljudske zajednice. U ulozi posrednika kroz povijest su se pojavljivali kamen, kost, dodir, suza, osmijeh, gesta, pokret, mimika, grom, duga, sunce, ples, boja, slika na špiljskom zidu ili tijelu, ukras, nadgrobni spomenici, kao i mnoga druga sredstva iskazivanja odnosno prenošenja poruka o vlastitom stanju odnosno informacija korisnih za zajednice u kojima su se pojavljivale)	3	2		

2.U POČETKU BIJAŠE KOST (Uz Regis Debray Uvod u mediologiju) (Mediologija kao znanstvena disciplina; Mediji usmenosti, pismo, tisak, električni, elektronični digitalni, mobilni, novi i novi-novi mediji; Razlika između transmisije i komunikacije. Arhitektura kao prethodnica pismu; Utjecaj pisma kao prvog pravog medija u strožem smislu riječi; Rođenje Boga iz klinastog pisma i kamile; grafička priroda jednobojstva; mediji i determinizam; Svaki novi medij uvodi nove medijatore)	3	2		
3.GLOBALNO SELO / MEDIJ JE PORUKA (Uz Marshal McLuhan: Razumijevanje medija) (Mediji i tehnologija, sloboda i determinizam; planetarna povezanost i promjene ljudskog iskustva; Jednolinijski ili 'multimedijski' način razmišljanja; prostor i vrijeme u doba novih medija; globalno selo i globalizacija; Je li poruka sadržaj prenošen medijem ili je poruka sam medij? Mediji, identitet i proizvodnja nasilja; Mediji i rat	3	2		
4.(MAS)MEDIJI I SPEKTAKL (Uz Guy Debord: Društvo spektakla) Odnos bitnog i privida, svetog i opsjene, auratskog i kopije; Guy Debord; iskustvo množine, masa, zvijezde i fetiš; spektakl u temeljima religijskih obreda; spektakl kao oblik zavođenja i manipuliranja; Medijska proizvodnja spektakla i spektakularno prikrivanje neslobode i bijede. Laž i spektakl. Je li moguće oslobođenje spektakla?	3	2		
5.'MEDIJIMA JE SVIJET SIROVINA ZA VLASTITI PROJEKT' (uz Arhiv medija) Elektronička osamljenost. Jezik kao metamedij. Medijska dijeta. 'Vijesti više ne dolaze do nas nego su stalno prisutne'. Mediji, vojne intervencije i humanitarni konvoji. Mediji i novo barbarstvo. Mediji i smrt. Uvod u dizajn mašte. Rad, seks i mediji)	3	2		
6.POVIJEST MEDIJA KAO POVIJEST SREDSTAVA PROPAGIRANJA (Uz Noam Chomsky: Mediji, propaganda i sistem) (Asurbanipal, glinene pločice, egipatske grobnice, kinesko iskustvo pobjede bez borbe; Cezar i novčići, crkveno podrijetlo pojma propaganda; glasine kao sredstvo propagande; pjesme i pripovijedanje; Luterovo iskustvo uvođenja medija narodnoga jezika; Napoleon i pismo; futurizam; tiskari i socijalistička revolucija; radio i nacistička propaganda...	3	2		
7.MEDIJSKO KREIRANJE JAVNOSTI (Uz Thomas Bauer: Mediji za otvoreno društvo) (Svijet razumije onaj tko razumije medije; Mediji su (komunikativno) mjesto razmjene društva o sebi. Mediji glavni pokazatelj svih promjena u zajednici; Javnost je organizacijska koncepcija komunikacije društva; Mediji kao sredstvo konstruiranja stvarnosti; Medijska kultura, medijska demokracija, medijska pismenost Mediji kao sredstvo praktičnog, kritičkog i poetičkog (samo)oblikovanja svijeta.	3	2		

8.VLASNIŠTVO I KONTROLA MEDIJA

a)stockholderski model utjecaja na uređivačku politiku b) model društvenog utjecaja na uređivačku politiku c)koncentracije, megaintegracije,oligopoli d)regulacija deregulacija ,koregulacija ,samoregulacija medija
9.NASTANAK HRVATSKOG MEDIJSKOG PROSTORA a) pretvorba i privatizacija medijskih tvrtki b)ulazak stranog kapitala u medije c)hrvatska medijska politika d)hrvatski javni servisi

3

2

10.MEDIJI I PRIVATNOST a)što je privatnost b)privatnost i javnost c)oblici narušavanja privatnosti c)zakonski osnove prava na privatnost
11.MEDIJSKE MANIPULACIJE a) od Sokrata do Schopenaura preko Chomskog do današnjih dana

3

2

12.FILM a)Uvodno o filmskoj umjetnosti b)produkcija, c)distribucija, d)promocija e)filmske vrste ,filmski rodovi

3

2

13.MEDIJSKA PISMENOST a) Koncept medijske pismenosti b)Struktura medijske pismenosti c)indikator medijske pismenosti **14.RAZVOJ MEDIJSKIH INDUSTRIJA** a)oblikovanje medijskih industrija ;inovacije,potrebe korisnika,sadržaji b)razvojne faze svih industrija ;inovacija ,penetracija, vrhunac,opadanje i adaptacija

3

2

15.MEDIJI I AUTORSKO PRAVO a) što je autorsko pravo ,moralna ,imovinska ,i druga prava b)što je pravo intelektualnog vlasništva c)srodna prava d)međunarodne konvencije ugovori i hrvatski pravni izvori **16.MEDIJSKA POLITIKA EU** a)koncepti,diskursi i metode oblikovanja b) institucije EU u donošenju odluka,sporazuma,preporuka,deklaracija c)ishodišta i subjekti medijske politike

3

2

17.MEDIJI I PUBLIKA a)masovna publika b)obilježja mase c)masovna komunikacija **18.MEDIJI I OGLAŠAVANJE** a)raširenost oglašavanja b)opće kritike oglašavanja c)društvena odgovornost i ekonomska načela oglašavanja

3

2

19.MEDIJI I MEDIJSKE VJEŠTINE a)sedam medijskih vještina **20.MEDIJSKE DOMENE** a)kognitivna ,emocionalna ,estetska , i moralna medijska domena

3

2

21.BUDUĆNOST MEDIJA a) Medijske industrije b) Konvergencija medijskih industrija c) Konvergencija medijskog sadržaja d) društvo znanja

3

2

Obvezna literatura	1. Uvod u medije ur. Zrinjka Peruško, Naklada Jesenski i Turk/Hrvatsko sociološko
	2. Sead Alić: Masmedijski fundamentalizam, Sveučilište Sjever, 2014
	3. Franjo Maletić: Masovno komuniciranje (III dio, Medijska pimenost), GMTK-Sveučilište Sjever
Dopunska literatura	1. McLuhan ,Marshall: Razumijevanje medija,Golden marketing-Tehnička knjiga,2008
Način provjere ishoda učenja	Način provjere ishoda učenja se provodi kroz kontinuiranu provjeru znanja, seminar i analize slučaja, te pismeni i usmeni ispit
Završni / Diplomski rad	Da