

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar			
133506	Vizualne komunikacije u OJ	Izborni	2			
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	100	6
	30	0	30	20		
Nastavnik	doc.dr.sc. Anita Jeličić prof.dr.sc. Marin Milković					
Suradnik	Višeslav Kirinić, asist.					
Cilj predmeta	Cilj kolegija je obuhvatiti sve aspekte vizualne komunikacije u našoj okolini i kulturi. Studenti će se upoznati s načinima na koje se koriste i razumiju slike, kako slike stvaraju značenje bez obzira kojim su medijem komunicirane. Predmet problematizira i pruža znanja i kompetencije u percipiranju vizualnog u našoj kulturi i značenju vizualnosti u kulturi kao cjelokupnom okviru i identitetu čovjekova života. Vizualna komunikacija je multidisciplinarno područje koje uključuje; povijest umjetnosti, sociologiju, komunikologiju, antropologiju i filozofiju. Termin vizualna komunikacija odnosi se na likovnu umjetnost, reklame, grafički dizajn i vizualne medije; fotografiju, film, TV, vizualne sadržaje na webu, video igre. Kolegij problematizira „vidljivo“ i „spoznajno“ kroz teorije vizualne kulture koje pojašnjavaju način korištenja slika kako bismo se izrazili, komunicirali, učili, radili, zadovoljili estetske potrebe. Pojašnjava ulogu oka i slike s naglaskom na ulogu slike u postmoderni te na proučavanju uloge vidljivoga u 21. Stoljeću s naglaskom na razvoj tehnologija i konvergencija medija.					
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Studenti će se upoznati s načinima na koje se koriste i razumiju slike, kako slike stvaraju značenje bez obzira kojim su medijem komunicirane. 2. Predmet problematizira i pruža znanja i kompetencije u percipiranju vizualnog u našoj kulturi i značenju vizualnosti u kulturi kao cjelokupnom okviru i identitetu čovjekova života. U okviru kolegija studenti će razvijati specifične i opće kompetencije, znanja i vještine. 3. Pružiti će im se osnovna znanja o teorijsko-metodološkim osnovama predmeta. 4. Ovladati će metodologijom za pretraživanje znanstvene literature. 5. Steći će osnovne sposobnosti rada u timu. 6. Specifične kompetencije će se realizirati u okviru seminarskih radova te izradom projektnih zadataka prema preferencijama studenata. 					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Ne					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Vježbe u praktikumu Samostalni zadaci	Komentari Ne				
Obveze studenata	Obaveze studenata: prezentirati case study na zadanu ili izabranu temu iz područja kolegija. Pohađati predavanja i vježbe i sudjelovati u vježbama. Položiti ispit. Nastava će se izvoditi u obliku predavanja, vježbi i samostalnog rada studenata (proučavanja zadane literature i izrade domaćih zadataka). Vježbe će se izvoditi u obliku radionica u okviru kojih će se rješavati zadaci, prezentirati slučajevi iz prakse i kritički prikazi, izlagati i komentirati domaći zadaci.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina		Oblici nastave (sati)				
		Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje	
1. Uvod u kolegij. Pojašnjavanje pojma vizualnosti. Osjetilo vida. Vizualni kod, percepcija.		2		2		

2. Slika kao interpret svijeta. Ono što vidimo i način na koji vidimo nisu samo naše urođene mogućnosti, na to utječe i percepcija dakle naši proživljeni i pospremljeni događaji, svjesne ali i nesvjesne slike. Na način kako promatramo i doživljavamo "novu sliku" utječe i društvo koje je organiziralo oblike moći i znanja.	2	2
3. Tumačenje slike: kako tumačiti sliku, od ikonografije preko ikonologije do vizualne kulture. Slika kao značenje, moć slike, slika kao užitak.	2	2
4. Povijest vizualne komunikacije: preteča pisma bile su slike ili zapisi slikovne naravi, pismo (datira od prije 5 000 g) dakle (slikovna) vizualna kultura starija je od pismene. Primjeri: zidne slike iz Altamire i Lascoa. Likovne umj. i književnost kroz medij knjige (ukrašavanje knjiga, inicijali).	2	2
5. Semiologija; označitelj, označeno, semiologija i vizualna kultura u digitalnom dobu.	2	2
6. Medijska rasprostranjenost i sadržaj; gledanje kao vizualno mišljenje, slika kao vizualni kod vizualnih medija (prenošenje vijesti, oglašavanje, fikcija). Što nam govore prostor i vrijeme?	2	2
7. Tiskani mediji: novine, brošura, letak, plakat..., sve što se tiska i grafički vizualno oblikuje-kodira. Primjeri i analiza primjera kroz vježbe.	2	2
8. Tri tehnološka dostignuća koja su napravila duboke promjene u ljudskoj kulturi: fotografija, film i televizija. Usporedba sa: slikarstvo, fotografija, film. Primjeri. Fotografija kao vizualni medij u komunikaciji; likovnost, umjetnička i dokumentarna vrijednost fotografije. Žanrovi fotografije. Analiza primjera.	2	2
9. Komunikacija i manipulacija slikama u vizualnim medijima: fotografija, film, televizija. Analiza primjera.	2	2
10. Komunikacija i manipulacija slikom u elektroničkim medijima: multimedija, web dizajn, internet.	2	2
11. Konvergencija vizualnih medija.	2	2
12. Vizualno komuniciranje u kontekstu grafičkog dizajna. Plakat kao likovni element u vizualnoj komunikaciji. Na primjeru plakata objasniti da se i tekst uobličeni u logotip može dekodirati kao "slika". Fotografija kao sastavni dio ili "nositelj" grafičkog dizajna. Pojam zamrznutog kadra koji "postaje" plakat. Nerazumijevanje plakata bez „potpore“ TV reklame.	2	2
13. Snaga i slava vizualne kulture. "Seeing is believing". Ogledalo stvarnosti.	2	2
14. Slika kao ideološki pristup vizualnoj kulturi. Projekcija ideja i poruka.	2	2
15. Vizualni obrat: slika kao autonomni medijski diskurs a ne kao nadomjestak teksta. Sociološki, psihološki, umjetnički i tržišni diskurs slike.	2	2

Obvezna literatura	1. Paić, Ž. Vizualne komunikacije, CVS, Zagreb, 2008.
Dopunska literatura	1. Jenks, C. Vizualna kultura, Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo 2. W. Noth, Priručnik semiotike 3. F.G.Gombrich, The Story of Art 4. Lalić, D. Leburčić, A. Bulat, N.: Najsmo ljudi : grafiti
Način provjere ishoda učenja	Prezentacija na temu iz područja kolegija. Pozitivna ocjena iz jednog kolokvija (50 bodova) ili usmenom ispitu (50 bodova).

