

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
121038	Uvod u medije				Obvezni	1
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	75	5
	45	30	0	0		
Nastavnik	izv.prof.dr.sc. Sead Alić doc.dr.sc. Franjo Maletić Livia Pavletić 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	Nema					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice				Komentari	
Obveze studenata	Seminarski rad, aktivno sudjelovanje na nastavi.					
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, osmjeh, 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 'multimedijjski' 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

3

2

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

10.MEDIJI I PRIVATNOST a)što je privatnost

b)privatnost i javnost c)oblici narušavanja

privatnosti c)zakonski osnove prava na privatnost

3

2

11.MEDIJSKE MANIPULACIJE a) od Sokrata do Schopenaura preko Chomskog do današnjih dana

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 Znanje se provjerava kroz praćenje aktivnosti na nastavi (permanently ispitivanje),te kroz dva kolokvija. Svaki je kolokvij koncipiran u skladu sa zadanim ishodima učenja. Prvi se kolokvij održava u 7. tjednu nastave, drugi u 14. Tjednu. Svaki kolokvij pokriva ishode učenja, sadržajno obrađenim po ciklusima predavanja. Uvjet za pristupanje kolokviju je aktivna nazočnost na vježbama i predavanjima . Aktivnost studenata/ica na vježbama prati se i boduje. Ispit -usmeni .

Završni / Diplomski rad Da