

ISVU šifra	Naziv predmeta				Status predmeta	Semestar
130310	Medijska publika				Obvezni	5
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)				Samostalni rad (sati)	ECTS
Stručni	P	S	V	E-učenje	75	4
	30	0	15	0		
Nastavnik	dr.sc. Dinka Kovačević profesor visoke škole doc.dr.sc. Franjo Maletić					
Suradnik						
Cilj predmeta	Digitalni mediji dramatično mijenjaju prirodu i raznolikost načina raspolaganja medijskim sadržajima. Za bolje razumijevanje složenosti" publike" i "publika "više nisu dostatna tradicionalna znanja. Istraživanje i razumijevanje medijske publike najvažniji je dio rada svake medijske tvrtke. Interdisciplinarni pristup se nameće kao jedino moguće rješenje. Korisnici medija - medijska publika mogu se proučavati s dva stajališta: sa stajališta pojedinca i sa stajališta masovnih medija. Cilj kolegija je upoznati studente s oba pristupa. Iako su različita stajališta jednako važna u razumjevanju stvaranja medijske publike, posebice je važno to kako mi kao pojedinci i kao dio te publike doživljavamo medijske poruke.					
Ishodi učenja	1. Objasniti i imenovati principe nastajanja publike kroz teorijski i praktičan pristup proučavanja medijske publike. 2. Prepoznati i protumačiti osobine medijske publike s aspekta pojedinca i masovnih medija u društveno povijesnom kontekstu. 3. Povezati i koristiti ključne parametre generiranja kulturnih indikatora. 4. Kategorizirati i komentirati povezanost medijske potrošnje u različitim društvenim okruženjima: rasa, narodnosti, spol, itd... s obzirom na vrstu, tip, strukturu i specifične osobine određenog medija. 5. Kritički prosuđivati uobičajene računalne alate za interaktivan, personaliziran i povezan pristup medijskoj publici. 6. Predložiti i prezentirati oblike internetske publike, njezinu lokalnu i globalnu pojavnost.					
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema.					
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci				Komentari	
Obveze studenata	Redovito pohađanje predavanja i seminara. Aktivno sudjelovanje u radu. Izrada seminarskih zadataka, javne prezentacije. Na usmenom ispitu provjerava se usvojenost teorijskih sadržaja na razini zadanih ishoda učenja.					
Sadržaj predmeta						
Nastavna cjelina		Oblici nastave (sati)				
		Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje	
UVOD U TEMU MEDIJSKE PUBLIKE		2		1		
PUBLIKA MASOVNIH MEDIJA		2		1		
RANE PERSPEKTIVE: TRADICIJA UČINAKA		2		1		
ZASTRAŠUJUĆI SVIJET TELEVIZIJE		2		1		
KULTURNI INDIKATORI & KULTIVACIJSKA TEORIJA		2		1		
MAINSTREAMING		2		1		
OD NASILJA S EKRANA DO STVARNOG NASILJA		2		1		
KULTURNI STUDIJI I PUBLIKA		2		1		

AKTIVNA PUBLIKA	2	1
PUBLIKA U KUĆI - PUBLIKA, DOM I ROD	2	1
MJERENJE PUBLIKA: ULOGA MEDIJSKE INDUSTRIJE	2	1
RASA, IDENTITET I MEDIJSKA POTROŠNJA	2	1
PUBLIKE, OBOŽAVATELJI I OBOŽAVATELJSTVO	2	1
PUBLIKE NOVIH MEDIJA	2	1
NOVI KONCEPTI: INTERAKTIVNOST I FRAGMENTACIJA PUBLIKE	2	1

Obvezna literatura	1. Potter J.W.: Medijska pismenost. Beograd: CLIO, 2008. (str. 63-122) 2. Kovačević, D.: Predavanja/Bilješke
Dopunska literatura	1. Nightingale, V.; Carpentier, N.: The Handbook of Media Audiences, London: BLACKWELL, 2011. 2. Stručno-znanstveni članci u časopisima 3. Trowler P: Komunikacija i mediji. Haralambos, M.; Holborn M: Sociologija, teme i perspektive. Zagreb: GMTK, 2000.
Način provjere ishoda učenja	Znanje se provjerava kroz praćenje aktivnosti na nastavi (permanentno ispitivanje), te kroz dva kolokvija. Svaki je kolokvij koncipiran u skladu sa zadanim ishodom 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