

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

Digitalni mediji i ponašanje

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:****3. Ciklus studija:**

1

**4. Bodovna vrijednost ECTS:**

2

**5. Status nastavnog predmeta:** Obavezni  Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

Nema posebnih preduslova za polaganje nastavnog predmeta.

**7. Ograničenja pristupa:**

Nema ograničenja.

**8. Trajanje / semestar:**

1

4

**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

2

9.2. Auditorne vježbe:

0

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

**10. Fakultet:**

Filozofski fakultet

**11. Odsjek / Studijski program:**

Pedagogija-psihologija/Psihologija

**12. Odgovorni nastavnik:**

Mirza Mahmutović

**13. E-mail nastavnika:**

mirza.mahmutovic@unitz.ba

**14. Web stranica:**

<http://www.ff.untz.ba/>

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

- upoznati studente s ključnim konceptima i teorijskim pristupima za proučavanje uloge digitalnih medija u oblikovanju individualnih i grupnih stavova, vrijednosti i ponašanja;
- pojasniti studentima načela i implikacije razvoja i upotrebe digitalnih medija kao persuzivnih tehnologija;
- upoznati studente s anatomijom, vrstama i mehanizmima digitalnih platformi;
- ukazati studentima na promjene u ustrojstvu ljudskih interakcija i institucija koje su uvjetovali digitalni mediji;

**16. Ishodi učenja:**

Na kraju kursa uspješni studenti, koji su tokom čitavog nastavnog perioda kontinuirano obavljali svoje obaveze, bit će osposobljeni da:

- demonstriraju znanje o ključnim konceptima, raspravama i teorijsko-istraživačkim tradicijama u oblasti studija digitalnih medija;
- demonstriraju znanje i razumijevanje relevantnosti digitalnih medija za studije formiranja, održavanja i mijenjanja

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

1. Pristupi proučavanju ljudsko-medijskih odnosa: uvod u studije digitalnih medija (ključni koncepti, debate i teorijsko-istraživačke tradicije);
2. Historija istraživanja utjecaja medija na stavove, vrijednosti i ponašanja: pregled glavnih uvida (tipovi medijskih efekta, posredujući i moderatorski faktori, modeli učinaka);
3. Digitalni mediji kao persuzivne tehnologije: modificiranje kognitivnih, emocionalnih i bihevioralnih karakteristika ljudi (kaptološka trijada alatke-medije-akteri);
4. Digitalne platforme: otkriće i upotreba bihevioralnog viška (učinci mehanizama datafikacije, selekcije i komodifikacije);
5. Digitalni mediji, tehno-socijalizacija i sopstvo: razvoj i iskazivanje identiteta u digitalnoj kulturi;
6. Povezivanje u digitalnom medijskom okruženju: prijateljstvo, zabavljanje, međuljudski sukobi i zlostavljanja;
7. Vizuelni digitalni mediji, užitak i sopstvo: dileme brendiranje ličnosti; prezentacija i evaluacija individualnih radova studenata;

**18. Metode učenja:**

Interaktivna predavanja uz korištenje multimedijalnih sredstava i analizu medijskih sadržaja, individualne i timske projekte koji potiču stručno osposobljavanje, aktivno učešće i rasprave studenata. Nastava se izvodi na službenim jezicima Bosne i Hercegovine.

**19. Objasnjenje o provjeri znanja:**

Provjera znanja u okviru kursa vršit će se kontinuirano tokom cijelog semestra i na završnom ispitu.

**1) Prisustvo i aktivnost na nastavi**

Studenti su obavezni prisustvovati na minimalno 80% predavanja. Od svakog studenta se očekuje se aktivno sudjelovanje u razgovorima koji će se voditi o temama obuhvaćenim programom kursa. Aktivni studenti pažljivo prate izlaganje teme, pripremljeni su za nastavnu građu, tematski su relevantni te su konstruktivni prilikom praktičnog rada. Pasivni studenti su nepripremljeni za temu koja se izlaže na času, slabo sudjeluju u raspravama i tematski su nerelevantni. Bodovanje aktivnog učešća na času temeljit će se na nizu mjera, poput (neograničavajući se isključivo na navedene) rasprava na času, kratkih testova (kad bude moguće), pažljivom praćenju predavanja i sl. Za prisustvo i aktivnost studenti će biti vrednovani s max. 20 bodova.

**2) Kolokviji**

Studenti će tokom semestra imati dva kolokvija. Prvi kolokvij bit će održan na polovini semestra i sastojat će se od izrade, prezentacije i odbrane eseja. Drugi kolokvij održat će se pred kraj semestra i sastojat će se od izrade, prezentacije i odbrane grupnih projekata. Maksimalan broj bodova i na I i II kolokviju je 15, tako da studenti po osnovu oba kolokvija mogu biti vrednovani s maksimalno 30 bodova. Izuzetno, uslijed bolesti, porodičnih tragedija, studijskih razmjena ili usavršavanja, studenti koji nisu radili kolokvij, mogu iste uraditi naknadno. Struktura i smjernice za izradu eseja i grupnih projekata bit će detaljno pojašnjene na početku semestra.

**3) Završni ispit****20. Težinski faktor provjere:**

Kriteriji ocjenjivanja s bodovima

1. Prisustvo na predavanjima - max. 8 bodova
  2. Aktivnost na predavanjima - max. 12 bodova
  3. Kolokvij I - max. 15 bodova
  4. Kolokvij II - max. 15 bodova
  5. Završni ispit - max. 50 bodova
- Ukupno - max. 100 bodova

Ocjena na završnom ispitu (odnosno, popravnom i dodatnom popravnom ispitu) formira se prema sljedećem sistemu ocjenjivanja: 54-63 bodova – ocjena 6 (E); 64-73 bodova – ocjena 7 (D); 74-83 bodova – ocjena 8 (C); 84- 93 bodova – ocjena 9 (B) i 94-100 bodova – ocjena 10 (A)

**21. Osnovna literatura:**

- Chayko, M. (2019). Superpovezani: Internet, digitalni mediji i tehno-društveni život, Beograd: Clio.
- Vozab, D. (2019). (Ne)informirani građani: politička participacija u novom medijskom okolišu, Zagreb: Jesenski i Turk.
- Stiegler, B. /ur./ (2016). Studije digitalnog. Organologija znanja kognitivine tehnologije. Beograd: Fakultet za medije i komunikacije.
- Gere, C. (2011). Digitalna kultura, Beograd: Clio.
- Potter, J. (2011). Medijska pismenost, Beograd: Clio.
- Rutović, Ž. (2015). Homo mašina. Cetinje-Novı Sad: Obod-Forin.

**22. Internet web reference:****23. U primjeni od akademske godine:**

2022/2023

**24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**

(max. 10 karak.)