

## SYLLABUS

**1. Puni naziv nastavnog predmeta:**

Mediji i publika

**2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:****3. Ciklus studija:****4. Bodovna vrijednost ECTS:****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:****9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

9.2. Auditorne vježbe:

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

**10. Fakultet:**

Filozofski fakultet

**11. Odsjek / Studijski program:**

Psihologija

**12. Odgovorni nastavnik:****13. E-mail nastavnika:**

**14. Web stranica:**

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

**15. Ciljevi nastavnog predmeta:**

Ciljevi kursa su slijedeći:

- Upoznati studente sa značajem masovnih medija u suvremenom društvu.
- Ukazati na promjene u oblasti masmedijske produkcije i diseminiranja sadržaja u digitalnom okruženju tehnologije
- Ukazati na promjene u sferi medija, medijske produkcije i konstituiranja publike.
- Upoznati studente sa različitim tipovima publike i njihovim osobinama.
- Pojasniti kognitivne i afektivne aspekte medijskih sadržaja
- Pojasniti odnos kapitala, medija i publike.
- Objasniti oblike medijske manipulacije.

**16. Ishodi učenja:**

Na kraju kursa studenti bi trebali da:

- Razumiju značaj, strukturu i produkcijske odlike masovnih medija u suvremenom društvu.
- Razumiju načine na koji mediji utječu na publiku.
- Razumiju procese konstituiranja publike u digitalnom okruženju.
- Uoče povezanost medija, tržišta i ponašanja publike.
- Budu sposobni da kritički analiziraju medijskih sadržaje.
- Budu u stanju da praktično primjene stečena znanja.

**17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:**

1. Stvaranje publike: historijski razvoj medija i publike.
2. Sadržaji masovnih medija.
3. Tipovi medijske publike.
4. Kognitivni i afektivni aspekti medijskih sadržaja.
5. Diverzificirane medijske publike.
6. Digitalni domoroci i medijski efekti.
7. Participativne kulture i mediji.
8. Postmediji i posthumano komuniciranje.
9. Djeca kao posebna medijska publika.
10. Reklamno tržište i publika.
11. Persuazija, manipulacija i propaganda.
12. Budućnost medija i medijske publike.

**18. Metode učenja:**

Metode učenja koje će se koristiti u okviru kolegija odvijajuće se putem interaktivnih predavanja, prezentacija, ostalih materijala, diskusija, praktičnih vježbi, individualnih i timskih zadataka. Sva predavanja se održavaju na bosanskom/hrvatskom/srpskom jeziku.

**19. Objašnjenje o provjeri znanja:**

Metode provjere znanja temelje se na kontinuiranoj evaluaciji znanja tijekom semestra i na završnom ispit.

**1) Pohađanje i sudjelovanje u nastavi**

Svi učenici su dužni pohađati 80% nastave. Od svakog studenta se očekuje da aktivno sudjeluje u raspravi vezanoj uz dnevni temu. Aktivno sudjelovanje uključuje pripremu za nastavu čitanjem zadatka, sudjelovanje u raspravama i aktivnostima te aktivno slušanje. Učenici mogu osvojiti najviše 20 bodova za pohađanje i aktivno sudjelovanje u nastavi.

**2) Kolokviji**

Tokom semestra održaće se dva kolokvija Prvi kolokvij održat će se sredinom semestra i sastojat će se od pripreme i prezentacije eseja. Drugi kolokvij održat će se prije kraja semestra i sastojat će se od pripreme, prezentacije i obrane grupnog projekta. Struktura i smjernice za pisanje eseja i grupnih projekata bit će detaljno objašnjene na početku semestra. Studenti mogu osvojiti najviše 15 bodova po kolokviju, kumulativno maksimalno 30 bodova.

**3) Završni ispit**

Završni ispit je pismeni, a ispit uključuje teme koje se obrađuju tijekom cijelog semestra. Studenti mogu osvojiti najviše 50 bodova na završnom ispitu

**20. Težinski faktor provjere:**

1. Prisustvo - max. 8 bodova

2. Aktivnost na nastavi - max. 12 bodova

3. I kolokvij - max. 15 bodova

4. II kolokvij - max. 15 bodova

5. Završni ispit - max. 50 bodova

Ukupno bodova: 100

I kolokvij - max. 15 bodova

Ljestvica ocjenjivanja koja prikazuje bodove, brojčanu ocjenu, opisnu ocjenu i slovnu ocjenu

0-53 5 (pet) nije položio/la F

54-63 6 (šest) zadovoljava E

64-73 7 (sedam) dobar D

74-83 8 (osam) vrlo dobar C

84-93 9 (devet) odličan B

94-100 10 (deset) izvanredan A

**21. Osnovna literatura:**

- Baudrillard, J. (2001) Simulacija i zbilja, Jesenski i Turk, Zagreb.
- Chomsky, N.(2002) Mediji, propaganda i sistem, Što čitaš, Zagreb.
- Debor, G. (1992) Društvo spektakla, Porodična biblioteka, Beograd.
- Hadžiselimović, Dž . et all ( ) Psihologija mediji etika, Naklada Slap, Zagreb
- Kellner, D. (2004) Medijska kultura, Clio, Beograd
- McChesney R. (2008): Bogati mediji, siromašna demokratija, Šahinpašić, Sarajevo
- Potter, J. (2011) Medijska pismenost, Clio, Beograd.
- Rutović, Ž. (2011) Digitalni demos. Grafo, Podgorica

**22. Internet web reference:**

<http://www.media.ba/bs>  
<http://www.mediaresearch.cro.net/>  
<http://javnost-thepublic.org/>  
<http://www.draganvaragic.com/blog/>

**23. U primjeni od akademske godine:****24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:**