



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detaljni izvedbeni plan

**Akademska godina:**

2024/2025

**Semestar:**

Zimski

**Studij:**

Komunikologija (R)

**Godina studija:**

2

## I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

**Naziv kolegija:** Teorije medija

**Kratica kolegija:** KOMP3-1

**ECTS bodovi:** 5

**Šifra kolegija:** 132548

**Preduvjeti za upis kolegija:** Nema

*Ukupno opterećenje kolegija*

**Vrsta nastave**

**Ukupno sati**

Predavanje

30

Seminar

15

**Mjesto i vrijeme održavanja nastave:** HKS - prema objavljenom rasporedu

## II. NASTAVNO OSOBLJE

*Nositelj kolegija*

**Ime i prezime:** Sever Globan Irena

**Akademski stupanj/naziv:**

**Izbor:** izvanredni profesor

**Kontakt e-mail:**

[irena.sever@unicath.hr](mailto:irena.sever@unicath.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

*Suradnici na kolegiju*

**Ime i prezime:** Osmančević Leali

**Akademski stupanj/naziv:**

**Izbor:**

**Kontakt e-mail:**

[leali.osmancevic@unicath.hr](mailto:leali.osmancevic@unicath.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

## III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

**Jezik na kojem se nastava održava:** Hrvatski

<b>Opis kolegija</b>	<p>Studenti će kroz ovaj predmet naučiti u kakvom suodnosu stoje masovni mediji i društvo te će im biti objašnjen temelji discipline masovne komunikacije kao znanstvenog područja i osnovne teorije medija koje se razvijaju u 20. i 21. stoljeću. Također, govorit će se o glavnim atributima masovnih medija i njihovog doprinosa komuniciranju informacija i ideja; analizirat će se politički, društveni i ekonomski kontekst medija i proučiti komunikacijski odnos pojedinca, društva i medijske industrije, te će se studente potaknuti da postanu kritički korisnici informacija posredovanih putem masovnih medija, kao i da razumiju efekte koje masovni mediji imaju na pojedince, grupe i društva. Proučavat će se i neki budući pravci razvoja masovnih medija. Na kraju predmeta studenti će biti osposobljeni predstaviti relevantne teorije o društvenoj ulozi medija, znati usporediti teorijske stavove vezane za poziciju medija u suvremenom društvu i stanje u medijskoj praksi današnjice; moći kritički analizirati medijski posredovane informacije i utjecaj medija. Predmet želi upoznati studente s različitim pristupima analizi masovnih medija i komunikacije, kao i s najvažnijim teoretičarima koji su pridonijeli razvoju discipline komunikologije i medijskih studija.</p>	
<b>Očekivani ishodi učenja na razini kolegija</b>	<p>Identificirati osnovne značajke povijesno najznačajnijih medijskih teorija. Interpretirati teorijske perspektive važnih autora iz područja teorije medija. Kritički prosuditi učinke medijski poredovanog nasilja. Kritički vrednovati tekstove utemeljitelja komunikacijskih znanosti i istaknutih medijskih teorija.</p>	
<i>Literatura</i>		
<b>Obavezna</b>	<p>Baran, S. J., Davis, D. K. (2009.). Mass Communication Theory. Foundations, Ferment, and Future, Cengage Learning (odabrana poglavlja); Bilić, P. (2020.). Sociologija medija. Zagreb: Jesenski i Turk.</p> <p>Inglis, F. (1997). Teorija medija. Zagreb: AGM.</p> <p>Kunczik, M., Zipfel, A. (2006). Uvod u znanost o medijima i komunikologiju. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.</p> <p>Laughey, D. (2007). Key Themes in Media Theory. New York: Open University Press.</p>	
<b>Dopunska</b>	<p>Vuković, V. (2019.). Društveni mediji i upravljanje komunikacijama, Cetinje: Fakultet dramskih umjetnosti.; McLuhan, M., Razumijevanje medija, Zagreb, Golden marketing – Tehnička knjiga, 2008.; Čalović, D., Uvod u teoriju medija, Beograd, Megatrend Univerzitet, 2009.; Littlejohn, S. W., Theories of Human Communication, Belmont, Wadsworth P.C., 1999.; Bryant, J., Human Communication Theory and Research, London, Routledge, 2000.; Stacks, D. W., Salwen. M. B., An integrated approach to communication theory and research, London, Routledge, 2009.; McQuail, D., Introduction and Overview, u: „Communication Theory &amp; Researc“, 2005.; Kunczik, M., Zipfel, A., Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, Zagreb, Zaklada Friedrich Ebert, 2006.; Ruggiero, T. E., Uses and gratifications theory in the 21st century, u: „Mass communication &amp; Society“, 3 (2000) 1, 3-37.; Shanahan, J., Morgan, M., Television and its viewers: cultivation theory and research, Cambridge, Cambridge University Press, 1999.; Taylor, P. A., Harris, J., Marshal McLuhans’ understanding of the media, u: Critical theories of mass media. Then and now, Open University press, 2008. McQuail, D. (2010). McQuails Mass Communication Theory, 6th ed. London: SAGE Publications.</p>	
<i>Način ispitivanja i ocjenjivanja</i>		
<b>Polaze se DA</b>	<b>Isključivo kontinuirano praćenje nastave NE</b>	<b>Ulazi u prosjek DA</b>
<b>Preduvjeti za dobivanje potpisa i polaganje završnog ispita</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu;</li> <li>2. Uredno izvršene seminarske obveze – pripremljeno i izloženo seminarsko izlaganje;</li> <li>3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno na seminarskom izlaganju i na dva kolokvija.</li> </ol>	

Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:

dovoljan (2) – 50-64,9 %

dobar (3) – 65-79,9 %

vrlo dobar (4) – 80-89,9 %

izvrstan (5) – 90 do 100 %

**Način ocjenjivanja**

Način stjecanja ocjene:

a) Nastavne aktivnosti – 70% ocjene

1) Kolokvij – max. 40 %;

2) Seminarski rad – max. 30 %

b) Završni ispit

3) Usmeni ispit – max. 30 % (za prolaz je nužno točno odgovoriti na 50 % postavljenih pitanja).

**Način polaganja ispita**

1) Nastavne aktivnosti – seminarsko izlaganje; 1. kolokvij (pismeni) i 2. seminarski rad (pismeni i izlaganje).

2) Završni ispit (usmeni).

**Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova**

VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)
Pohađanje nastave	1.2	0
Kolokvij-međuispit	1.52	40
Seminarski rad	1.14	30
<b>Ukupno tijekom nastave</b>	<b>3.86</b>	<b>70</b>
Završni ispit	1.14	30
<b>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

## IV. TJEDNI PLAN NASTAVE

*Predavanja*

#	Tema
1	Uvod u teorije medija.
2	Društvo i masovna komunikacija. Hipodermička teorija medija. Lasswellov komunikacijski model.
3	Razvoj empirijskog istraživanja medija: od manipulacije do "persuazivne komunikacije".
4	Ograničeni učinci medija: dvostupanjski tijek komunikacije (Two-Step Flow of Communication).
5	Funkcionalistička teorija medija. Teorija koristi i zadovoljstva.
6	Kritička paradigma. Kulturalna industrija, Frankfurtska škola.
7	Kulturalni studiji.
8	Kolokvij.
9	Teorija dnevnog reda.

10	Teorija spirale šutnje.
11	Teorije medija o utjecaju medijskog nasilja.
12	Modernizacija i mediji. Globalizacija i mediji. Torontska škola.
13	Teorija ovisnosti.
14	Postmodernističke teorije medija.
15	Kolokvij.

*Seminari*

#	Tema
1	Parasocijalne interakcije i mediji, fenomen medijskih prijatelja (Horton i Wohl)
2	Fenomen TV serija – društvena i kulturalna uloga
3	Odnos medijskog nasilja i stvarnog nasilja nad ženama
4	Framing teorija – društvena očekivanja i medijski stereotipi
5	Teorija društvenog marketinga
6	Prikriveno oglašavanje i novi mediji
7	Utjecaj digitalnih medija na interpersonalnu komunikaciju i odnose
8	Utjecaj instagrama i ostalih društvenih mreža na samopercepciju kod mladih
9	Mediji i mitovi o ljubavi
10	Religija i virtualni svijet
11	Suvremena teorija teatra
12	Mediji i estetika: kako mediji utječu na oblikovanje ideala o ljepoti
13	Fenomen influencera
14	Rat i mediji
15	Prikaz žene u reklamama