



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
STUDIA CROATICA

Sukladno načelima otvorenosti i javnosti rada Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu, vladavine prava, legitimnih očekivanja nastavnika i studenata, znanstvene i nastavne izvrsnosti, radi prepoznatljivosti i razumijevanja studijskih programa komunikologije i psihologije i organiziranja mobilnosti nastavnika i studenata, temeljem članka 6. stavka 2. točke 2.2.B. Pravilnika o studiranju na preddiplomskim i diplomskim studijima Sveučilišta u Zagrebu od 18. srpnja 2008. (klasa 602-04/08-10/30, ur. broj 380-04-39-08-1), privremeno Znanstveno-nastavno vijeće Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu na 10. sjednici u XXVII. akademskoj godini održanoj 31. svibnja 2019. donijelo je

O D L U K U

- I. Prihvaća se opis predmeta *Psihologija medija i masovne komunikacije* nositelja doc. dr. sc. Darija Vučenovića, kao obveznoga predmeta na diplomskom studiju komunikologije i izbornoga predmeta na diplomskom studiju psihologije, u hrvatskom izvorniku i u engleskom prijevodu (*Psychology of Media and Mass Communication*) u obrascima, koji su sastavni dio ove Odluke.
- II. Ova Odluka stupa na snagu danom donošenja.

U Zagrebu, 31. svibnja 2019.

Klasa: 640-01/19-2/0005

Ur. broj: 380-1/1-19-028



Pročelnik

izv. prof. dr. sc. Mario Grčević

Dostaviti:

1. Predstojnice odsjeka za komunikologiju i psihologiju
2. Doc. dr. sc. Dario Vučenović
3. Ured za osiguravanje kvalitete – za Očevidnik studijskih programa
4. Pismohrana



1. OPĆE INFORMACIJE			
1.1. Nositelj predmeta	Doc. dr. sc. Dario Vučenović	1.6. Godina studija	2.
1.2. Naziv predmeta	Psihologija medija i masovne komunikacije	1.7. Bodovna vrijednost (ECTS)	4
1.3. Suradnici		1.8. Način izvođenja nastave (broj sati P+V+S+e-učenje)	15+0+15+0
1.4. Studijski program (preddiplomski, diplomski, integrirani)	Diplomski	1.9. Očekivani broj studenata na predmetu	20
1.5. Status predmeta	Obvezni (komunikologija); Izborni (psihologija)	1.10. Razina primjene e-učenja (1, 2, 3 razina), postotak izvođenja predmeta <i>on line</i> (maks. 20 %)	1.
2. OPIS PREDMETA			
2.1. Ciljevi predmeta	Upoznati studente s psihološkim učincima i rezultatima istraživanja medija i masovne komunikacije te njihovim značenjem za razvoj same komunikologije i pojavu značajnih društvenih fenomena.		
2.2. Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Za studente komunikologije: upisan 3. semestar studija; smjerovi Mediji, Odnosi s javnošću ili Znanstveno istraživanje masovne komunikacije. Za studente psihologije: upisan diplomski studij psihologije.		
2.3. Ishodi učenja na razini programa kojima predmet pridonosi	Definirati, opisati i objasniti odnos psihologije i medija te središnje probleme toga odnosa. Primijeniti, klasificirati i razlikovati stručno nazivlje. Prepoznati, razlikovati, vrjednovati i kritički ocijeniti medijske efekte i njihove učinke na medijsku publiku te društvo u cijelosti. Samostalno ili u timu provoditi znanstvena istraživanja iz područja komunikologije uz pomoć suvremenih znanstveno-istraživačkih metoda i pisati znanstvene radove na jasan i organiziran način. Primijeniti vještine usmenih i pismenih komunikacijskih i prezentacijskih vještina na hrvatskom jeziku (uz sažetak glavnih zaključaka na engleskom jeziku).		
2.4. Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10)	Nabrojiti, reproducirati i objasniti obrađivane teorije. Poznavati, razumjeti i koristiti stručno nazivlje. Razumjeti i objasniti interdisciplinarnu narav psiholoških istraživanja te ih obrađivati i u kontekstu drugih znanosti pod čijim su utjecajem provođena. Kritički analizirati i objasniti psihologiju medija i masovne komunikacije, njihovo značenje za znanstveno-praktični razvoj komunikologije. Argumentirano i racionalno braniti vlastita stajališta o obrađivanoj tematici. Prema uputama izraditi te u naznačenom roku predati seminarski rad; prezentirati ga pred grupom.		

<p>2.5. Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uvod u kolegij; određenje, područja i ciljevi psihologije medija i masovne komunikacije 2. Razumijevanje masovnih medija i važnost medijske pismenosti 3. Istraživanja utjecaja medija na društvene fenomene 4. Psihologija medija: stajališta, konformizam i persuazija 5. Psihologija medija: prosocijalno i agresivno ponašanje 6. Oglašavanje, odnosi s javnošću i marketinške strategije 7. Nadzor nad medijskim sadržajima: regulative i etička načela 8. Mediji u odgojno-obrazovnom kontekstu 9. Društvene mreže: ovisnost i poteškoće mentalnoga zdravlja 10. Digitalna demencija 11. Masovna komunikacija: Internet 12. Masovna komunikacija: TV i radio 13. Masovna komunikacija: tiskani mediji 14. Masovna komunikacija: filmska industrija i video igrice 15. Završni susret, rasprava u suvremenim trendovima istraživanja psihologije medija 					
<p>2.6. Vrste izvođenja nastave:</p>	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadatci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo upisati)	<p>2.7. Komentari:</p>			
<p>2.8. Obveze studenata</p>	<p>Redovito prisustvovati nastavi i aktivno sudjelovati u raspravama na kolegiju, izraditi i predati seminar u zadanom roku, položiti pisani ispit.</p>					
<p>2.9. Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS-bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>):</p>	<p>Pohađanje nastave</p>		<p>Istraživanje</p>		<p>Praktični rad</p>	
	<p>Eksperimentalni rad</p>		<p>Referat</p>		<p>(Ostalo upisati)</p>	
	<p>Esej</p>		<p>Seminarski rad</p>	<p>2</p>	<p>(Ostalo upisati)</p>	
	<p>Kolokviji</p>		<p>Usmeni ispit</p>		<p>(Ostalo upisati)</p>	
	<p>Pisani ispit</p>	<p>2</p>	<p>Projekt</p>		<p>(Ostalo upisati)</p>	
<p>2.10. Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</p>	<p>50 % seminarski rad; 50 % pisani ispit</p>					
<p>2.11. Obvezna literatura (dostupna u</p>	<p>Naslov</p>			<p>Dostupnost u</p>	<p>Dostupnost</p>	

knjižnici i putom ostalih medija)		knjižnici	putom ostalih medija
	Turow, J. (2013). <i>Media Today: Mass Communication in a Converging World</i> . New York: Routledge.	DA	DA
2.12. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskoga programa)	Brusić, R., Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Mališa, J., Marković, N., Osmančević, L., Rovis Brandić, A. i Vučenočić, D. (2015). <i>Komunikacija odgaja – odgoj komunicira: emocionalna i medijska pismenost</i> . Zagreb: Pragma. Ciboci, L., Kanižaj, I. i Labaš, D. (2011). <i>Djeca medija: od marginalizacije do senzacije</i> . Zagreb: Matica hrvatska. Manfred, S. (2018). <i>Digitalna demencija: kako mi i naša djeca silazimo s uma</i> . Zagreb: Naklada Ljevak. Zlatko, M. (2009). <i>Mediji i mladi : prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji</i> . Zagreb: Sveučilišna knjižara. Ostalo: znanstveni i stručni radovi iz područja medija i masovne komunikacije (za seminarski rad).		
2.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih kompetencija	Unutarnje i vanjsko vrjednovanje.		
2.14. Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)			

Course description

1. GENERAL INFORMATION			
1.1. Course teacher	Assistant Professor Dario Vučenović, PhD.		1.6. Year of the study
1.2. Name of the course	Psychology of Media and Mass Communication		1.7. ECTS credits
1.3. Associate teachers			1.8. Type of instruction (number of hours L + E + S + e-learning)
1.4. Study programme (undergraduate, graduate, integrated)	Graduate		1.9. Expected enrolment in the course
1.5. Status of the course	<input checked="" type="checkbox"/> mandatory	<input checked="" type="checkbox"/> elective	1.10. Level of application of e-learning (level 1, 2, 3), percentage of online instruction (max. 20%)
2. COUSE DESCRIPTION			
2.1. Course objectives	To introduce students with psychological effects and findings of research on media and mass communication, with their significance for the development of communication science and emerging social phenomena.		
2.2. Enrolment requirements and/or entry competences required for the course	For students of communication studies: 3rd semester of study; elective stream Media, Public Relations or Mass Communication research. For students of psychology: undergraduate degree in psychology.		
2.3. Learning outcomes at the level of the programme to which the course contributes	Define, describe and explain the relationship between psychology and the media and the central problems of this relationship. Apply, classify and distinguish professional terminology. Identify, differentiate, evaluate and critically evaluate media effects on the media audience and society in general. To carry out scientific research in the field of communication studies (alone or in the team) by using contemporary scientific methods and write scientific papers in a clear and organized manner. Apply the skills of oral and written communication and presentation skills in Croatian (with a summary of the main conclusions in English).		
2.4. Expected learning outcomes at the level of the course (3 to 10 learning outcomes)	List, reproduce and explain the elaborated theories. Know, understand and use professional terminology. Understand and explain the interdisciplinary nature of psychological research and develop them in the context of other sciences under the influence of which they have been carried out. Critically analyze and explain the psychology of media and mass communication, their significance for the scientific and practical development of communication studies. Arguing and rationally defending personal views on the topics of this course. Draw instructions accordingly and submit seminar work within the given time frame; present it in front of the group.		
2.5. Course content (syllabus)	1. Introduction to the course; determining areas and goals of media psychology and mass communication 2. Understanding the mass media and the importance of media literacy 3. Research on the impact of the media on social phenomena 4. Psychology of the media: attitudes, conformism and persuasion		

	5. Psychology of the media: pro-social and aggressive behaviour 6. Advertising, public relations and marketing strategies 7. Media supervision: law regulations and ethical principles 8. Media in the educational context 9. Social networks: addiction and mental health problems 10. Digital dementia 11. Mass communication: Internet 12. Mass communication: TV and radio 13. Mass communication: printed media 14. Mass communication: film industry and video games 15. Final course: discussion on the contemporary trends in media psychology research							
2.6. Format of instruction:	<input checked="" type="checkbox"/> lectures <input checked="" type="checkbox"/> seminars and workshops <input type="checkbox"/> exercises <input type="checkbox"/> online in entirety <input type="checkbox"/> partial e-learning <input type="checkbox"/> field work		<input checked="" type="checkbox"/> independent assignments <input type="checkbox"/> multimedia and the internet <input type="checkbox"/> laboratory <input type="checkbox"/> work with mentor <input type="checkbox"/> (other)			2.7. Comments:		
2.8. Student responsibilities	Regular attend the classes and actively participate in the course discussions, create and submit a seminar within the given time frame, pass a written exam.							
2.9. Monitoring student work				Research			Oral exam	
	Experimental work			Report			(other)	
	Essay			Seminar paper	YES	2	(other)	
	Preliminary exam			Practical work			(other)	
	Project			Written exam	YES	2	ECTS credits (total) 4	
2.10. Required literature (available in the library and/or via other media)	Title					Number of copies in the library		Availability via other media
	Turow, J. (2013). <i>Media Today: Mass Communication in a Converging World</i> . New York: Routledge.					5		YES
2.11. Optional literature	Brusić, R., Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D., Mališa, J., Marković, N., Osmančević, L., Rovis Brandić, A. i Vučenović, D. (2015). <i>Communication Educates - Education Communicates: Emotional and Media Literacy</i> . Zagreb: Pragma. Ciboci, L., Kanižaj, I. and Labaš, D. (2011). <i>Children of the media: from marginalization to sensation</i> . Zagreb: Matica hrvatska. Manfred, S. (2018). <i>Digital Dementia</i> . Zagreb: Naklada Ljevak. Zlatko, M. (2009). <i>Media and Young People: Prevention of Addiction to Media Manipulation</i> . Zagreb: University Bookstore. Other: scientific papers in the field of media and mass communication (for seminar).							
2.12. Other (as the proposer wishes to add)	Grades are formed by this formula: 50% seminar + 50% written exam.							