

**Naziv studija: Sociologija**

**Naziv kolegija: Mediji i društvo**

**Ime nastavnika: doc. dr. sc. Helena Popović**

**ECTS bodovi: 6**

**Jezik kolegija: hrvatski**

**Trajanje kolegija: jedan semestar (zimski)**

**Status kolegija: izborni**

**Tip izbornosti: 25 (studenti sociologije) + 5 (studenti sa drugih odsjeka)**

**Oblik nastave: predavanja i seminari (2P + 2S)**

**Ciljevi kolegija:** Upoznati studentice i studente s osnovnim teorijskim i istraživačkim pristupima u okviru medijskih studija. Osposobiti ih za razumijevanje medijsko-komunikacijskih fenomena u društvu iz primarno sociološke ali i šire interdisciplinarnе perspektive društvenih i humanističkih znanosti. Potaknuti na kritičko promišljanje značaja i uloge medija u širem društvenom kontekstu.

**Ishodi učenja:**

Studentice i studenti sposobni su:

- definirati ključne autore i koncepte u okviru medijskih studija
- razumjeti i usporediti teorijsko-istraživačke pristupe u području medijskih studija
- prepoznati različite aspekte društvene uloge medija
- razumjeti suvremene medijske prakse

**Korištene metode:** predavanja, usmena izlaganja seminarskih tekstova, diskusije u seminaru.

**Sadržaj kolegija:**

Sadržaj kolegija zamišljen je u tri cjeline: u prvom dijelu bavit ćemo se situiranjem medijskih studija u području društvenih i humanističkih znanosti te kronološkim pregledom različitih teorijskih pristupa u promišljanju odnosa medija i društva. Ova cjelina uključuje i kratak pregled metoda istraživanja koje se najčešće koriste u okviru medijskih studija. U drugom dijelu obrađivat ćemo osnovne komponente medijski posredovane komunikacije koje ujedno čine i okosnicu u analizi medija: medijska produkcija, sadržaj, tehnologija i publike. U trećem dijelu kratko ćemo se osvrnuti na normativnu ulogu informativnih medija u kontekstu demokracije i konkretnim medijskim praksama u okviru hrvatskog medijskog sustava.

1.	Uvodno predavanje: Medijski studiji kao interdisciplinarni poduhvat i uloga sociologije u razvoju polja
2.	Odnos medija i društva: refleksija ili konstrukcija društvene realnosti?
3.	Razvoj medijske teorije I: teorija masovnog društva

4.	Razvoj medijske teorije II: znanstvena perspektiva
5.	Razvoj medijske teorije III: kritički i kulturalni studiji
6.	Razvoj medijske teorije IV: perspektiva konstrukcije značenja
7.	Metode istraživanja u okviru medijskih studija
8.	Produkcija: medijske industrije
9.	Produkcija: medijske prakse i novinarska profesija
10.	Medijski sadržaj: reprezentacije u medijima
11.	Medijski sadržaji: žanrovi i formati
12.	Medijske tehnologije: medijski posredovana komunikacija
13.	Publike: medijski učinci i konstrukcija značenja
14.	Medijski sustavi: informativni mediji i njihova uloga u demokratskim sustavima
15.	Medijski sustav u Hrvatskoj

### **Način polaganja ispita i studentske obaveze:**

Studenti/studentice su obavezni prisustvovati nastavi (predavanja i seminari) u omjeru od 75 %. Seminarska nastava uključuje redovito čitanje seminarskih tekstova i usmenu prezentaciju. Dolasci na nastavu, čitanje seminarske literature i prezentacija uvjeti su za dobivanje potpisa. Tekstovi će biti dostupni preko sustava "Omega".

Ispit se polaže kroz dva kolokvija i usmeni ispit:

1. kolokvij – pismeni ispit koji se održava sredinom semestra, temeljen na do tada obrađenoj seminarskoj literaturi i predavanjima (25 % ocjene);
2. kolokvij – pismeni ispit koji se odvija prilikom zadnjeg susreta u semestru temeljen na seminarskoj literaturi i predavanjima koji su obrađeni u razdoblju od prvog kolokvija do kraja semestra (25 % ocjene).
3. usmeni ispit temeljen na ispitnoj literaturi i predavanjima (50 % ocjene)

Uvjeti za potpis i izlazak na ispit: pohađanje nastave (75 %), usmena prezentacija u seminaru i barem jedan položen kolokvij. Studenti/ce će imati priliku izaći na jedan dodatni termin za popravak i(li) nadoknadu kolokvija.

**Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta:** U zadnjem terminu nastave provest će se studentska evaluacija

### **Popis obavezne literature:**

Croteau, David i Hoynes, William (2003) Media Society: Industries, Images and Audiences. Thousand Oaks: Pine Forge Press. (372 str.)

Waisbord, Silvio (2014) Media Sociology: A Reappraisal. Cambridge: Polity Press. (247 str.)

### Popis preporučene dopunske literature:

1. Adorno, W. Theodor, Horkheimer, Max (1989 [1947]) *Dijalektika prosvjetiteljstva: filozofijski fragmenti*. Sarajevo: Veselin Masleša – Svjetlost. Poglavlje: Kulturna industrija (str. 126-172).
2. Baran, J. Stanley; Davis, K. Dennis (2012) *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
3. Baudrillard, Jean (2001) *Simulacija i zbilja*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, HSD.
4. Bertrand, Ina; Hughes, Peter (2005) *Media Research Methods: Audience, Institutions, Texts*. London: Palgrave Macmillan.
5. Bourdieu, Pierre (2005) „O televiziji“. U: *Europski glasnik*, Godište X., br. 10, Zagreb, str. 271-308.
6. Briggs, Asa; Burke, Peter (2011) *Socijalna povijest medija. Od Gutenberga do interneta*. Zagreb: Naklada Pelago.
7. Castells, Manuel (2003) *Internet galaksija: razmišljanja o internetu, poslovanju i društvu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
8. Fuchs, Christian (2009) *Some Theoretical Foundations of Critical Media Studies: Reflections on Karl Marx and the Media*. *International Journal of Communication*, 3(2009), str. 369-402.
9. Habermas, Jurgen (1991[1962]) *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
10. Hansen, Anders (ur.) (2009) *Mass Communication Research Methods* (vol. 1-4). London: SAGE.
11. Hesmondhalgh, David (2013) *The Cultural Industries*. London: SAGE.
12. Hromadžić, Hajrudin (2014) *Medijska konstrukcija društvene zbilje: Socijalno-ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla*. Zagreb: AGM.
13. McChesney, Robert W. (2013) *Digitalna isključenost: Kako kapitalizam okreće Internet protiv demokracije*. Zagreb: Multimedijalni institut.
14. Mosco, Vincent (2009) *The Political Economy of Communication*. London: Sage.
15. Popović, Helena (2015) *Commercialization and Privatization of Media in Southeast Europe: A Wolf in Sheep's Clothing?* *The Political Economy of Communication*, 3(1): 25–38, IAMCR.
16. Popović, Helena (2012) *Popularni televizijski žanrovi kao refleksija suvremenog društva* *Holon*, 2(3):, HDI, Zagreb. Str. 18-43.
17. Scannell, Paddy (2007) *Media and communication*. London: SAGE.