



SVEUČILIŠTE U SPLITU

ELABORAT O STUDIJSKOM PROGRAMU

PREDDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Split, travanj 2022

OSNOVNE INFORMACIJE O VISOKOM UČILIŠTU

| | |
|------------------------|---|
| Naziv visokog učilišta | SVEUČILIŠTE U SPLITU |
| Adresa | Ruđera Boškovića 31, 21000, Split, Hrvatska |
| Telefon | 00385 21 558 212 |
| Fax | 00385 21 348 163 |
| E-mail adresa | goran.kardum@unist.hr |
| Web stranica | www.unist.hr |

OPĆE INFORMACIJE O STUDIJSKOM PROGRAMU

| | |
|---|--|
| Naziv studijskog programa | Komunikacija i mediji |
| Nositelj studijskoga programa | SVEUČILIŠTE U SPLITU |
| Sunositelj studijskoga programa | Nema sunositelja |
| Vrsta | Sveučilišni |
| Razina | Preddiplomski |
| Akademski/stručni naziv koji se stječe po završetku studija | Sveučilišni prvostupnik/prvostupnica komunikacija i medija |

1. Uvod

1.1. Procjena opravdanosti izvođenja studija

U suvremenom umreženom društvu gotovo je nemoguće zamisliti područje djelatnosti izolirano od medija, a komunikacijski aspekt je razvojem informacijskih i komunikacijskih platformi postao vidljiviji i presudniji za uspješnost gotovo svih djelatnosti. Kreativne industrije koje uključuju i tradicionalne i digitalne medije, video-igre, dizajn i oglašavanje, postale su sastavna dimenzija razvoja kulture i umjetnosti, ali i gospodarstva. Stoga su znanja o medijima i komunikaciji postala dio suvremene pismenosti koja se nekoć zadržavala na p oznavanju jezika i kulture ponašanja, a danas obuhvaća umijeće komunikacije putem aplikacija i brojnih medijskih platformi. Temeljno znanje o komunikaciji i medijima koje uključuje kritičko vrednovanje medijskih objava presudno je za razumijevanje političkih procesa u zemlji i u međunarodnim političkim odnosima, za upravljanje ljudskim potencijalima, za razumijevanje marketinga i oglašavanja, ali i za razumijevanje društveno odgovornog poslovanja kao i javnopolitičkih kampanja kojima se na razne načine unaprjeđuje kvaliteta života lokalnih zajednica kao i društva na razini države.

Znanja iz područja komunikacije i medija neophodna su na suvremenom tržištu rada i upravo je zadaća sveučilišta ponuditi nove programe za obrazovanje stručnjaka u ovom području. Sveučilište u Splitu, nastavljajući tradiciju progresivnog razvoja kontinuirano osluškujući potrebe za novim akademskim programima, spremno je ovoga puta ponuditi kvalitetan i suvremeni preddiplomski studijski program u području komunikacije i medija. Već dulji niz godina velik broj potencijalnih studenata iskazuje interes za studijem medija, novinarstva i komunikacije u Splitu. Prošle godine, 2021., kreiran je diplomski studijski program iz novinarstva kao odgovor na zahtjev tržišta rada gdje su se mnogi našli u novinarskim redakcijama sa završenim preddiplomskim studijima različitih društveno-humanističkih u smjerenja, a bez adekvatne akademske podloge. Takav novi i suvremeno osmišljen diplomski studij novinarstva nudi potrebna novinarska znanja za rad u sve raznovrsnijim i disperziranim medijskim redakcijama te brojnim aplikacijama kao i velikom broju informacijskih

kih i komunikacijskih platformi. Međutim, uz novinarski studij, svakako je potreban i suvremeno osmišljen studij komunikacije i medija koji može predstavljati podlogu za novinarstvo, iako će dati potrebna znanja i za čitav niz drugih profesija.

Suvremene razvijene demokratske zajednice zahtijevaju razvoj građanskog društva koje je medijski i informacijski pismeno što je pred uvjet svrhovitog sudjelovanja građana u razvojnim procesima društva i zajednice u kojoj žive. U posljednjem desetljeću, a najintenzivni je od američkih predsjedničkih izbora i referenduma za Brexit 2016. godine, svjedočimo koliku moć utjecaja imaju društvene mreže i društveni mediji u procesu usmjeravanja političkih odluka pojedinaca i skupina. Pandemija covid-19 na lokalnim je, ali i na globalnoj razini, pokazala kako mediji mogu konstruirati polarizaciju u društvu, kako se u medijima konstruira strah, označuje krivac te poziva na sukob. Iako živimo u umreženom i mobilnom društvu u kojem nikada ranije nije postojala ovako brojna i raznovrsna ponuda medija i platformi za dijeljenje informacija, građani su izloženi informacijskoj krizi – paradoksalno. Informacije koje dolaze do publike često nisu točne, nisu provjerene, niti su relevantne. Građanima je teško procijeniti koje su informacije lažne, a koje su vjerodostojne, teško im je prepoznati objave koje su namjerno ili nenamjerno netočne ili im je cilj uskraćivanje informacija kako bi se publiku dovelo do lažnog uvjerenja. Potkraj 2017. godine na inicijativu Europskog parlamenta Europska je komisija osnovala ekspertnu radnu skupinu sa zadaćom definiranja i smještanja problema vezanog uz fenomen „lažnih vijesti“ i *online* dezinformiranja u širi društveno-ekonomski kontekst (Europska komisija, 2018, A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. Brisel: Directorate-General for Communication Networks, Content and Technology). Na žalost, netočne i nepravjerene informacije kao i manipulacije na razini teorija zavjere, postale su sveprisutne u medijskom okolišu. Često su plasirane kao senzacije, a istinu su zamijenile tzv. alternativne činjenice ili „post-istina“ (engl. *post-truth*) – pojam koji je Oxfordski rječnik proglasio pojmom 2016. godine, definirajući ga kao pojam koji se odnosi na ili označava okolnosti u kojima objektivne činjenice manje utječu na oblikovanje javnog mišljenja nego li pozivanje na emocije i osobno

uvjerenje. U takvom medijskom okolišu gdje je senzacionalizam za mijenio medijsku vjerodostojnost, nepristranost i objektivnost, važna je uloga akademske zajednice u osiguravanju znanja potrebnog za širenje medijske pismenosti na svim razinama društvenih djelatnosti.

Upravo preddiplomski studij komunikacija i medija čija je temeljna usmjerenost na kritičko vrednovanje komunikacije i medijskih poruka, pružit će znanja potrebna na radnim mjestima u nizu odgojnih i obrazovnih institucija, medijskih organizacija, agencija, medijskih regulatornih tijela, zakonodavnih i izvršnih političkih institucija, institucijama usmjerenima na javnopolitičke interese, organizacijama civilnog društva, ali i u cijelom nizu organizacija i tvrtki u području kreativnih industrija.

Stoga je temeljni povod osnivanju ovog preddiplomskog studija obrazovanje za široki spektar budućih zaposlenja. Znanjima i vještinama kritičkog vrednovanja komunikacije i medijskih sadržaja podloga su prije svega suvremene teorije komuniciranja i suvremene teorije medija i medijskih efekata, ali i trendovi koji se odnose na publiku i njezine medijske prakse. Interdisciplinarni pristup ovog studija povezuje potrebna znanja iz sociologije i psihologije, jezika i govorničtva, ekonomije, prava, političke znanosti kao i suvremene informacijske tehnologije koja se sve masovnije koristi u medijima. Studenti će također dobiti i temeljna epistemološka znanja potrebna za znanstveno-istraživački pristup medijskim sadržajima i njihovim publikama. Upravo u trenutku informacijske krize i nepovjerenja u medije, ovakva znanja su potrebna kako bi se na nacionalnoj razini moglo inzistirati na strateškom promišljanju o tome kakve medije u državi želimo imati i koja je njihova društvena zadaća u informiranju javnosti, u osiguranju veće transparentnosti društvenih problema, političkih i ekonomskih procesa i promjena i konflikata, u senzibiliziranju javnosti za sve navedeno što utječe na kvalitetu života građana, te u ukupnoj afirmaciji aktivnosti vezanih uz široki spektar društveno odgovornog ponašanja kako javnih institucija tako i onih u gospodarstvu.

U kreativnom okruženju i uz suvremene pristupe učenju koji se prvenstveno oslanjaju na primijenjeno učenje, studenti će kroz vlastita istraživanja i projekte kritički vrednovati komunikaciju i medijske sa

držaje kojima su okruženi u društvu kojem i sami pripadaju. Kolegij i unutar pojedinoga semestra tematski su povezani, sadržajno se n adograđuju iz semestra u semestar, a studenti u svakom semestru odabirom izbornih predmeta samostalno usmjeravaju dodatna zna nja bilo prema govorništvu i komunikacijskim vještinama, vještinam a vizualnog izražavanja i kreiranja medijskih poruka, razumijevanju načina i sustava proizvodnje medijskih sadržaja u različitim mediji ma, ulozi medija i medijskih sustava u razvoju demokratske politik e, odnosa medija, političkih aktera i građana, medijskih publika i nji hovih načina korištenja medija, ali i impliciranih odnosa moći i poslj edica za demokraciju koje proizlaze iz navedenih odnosa. Sve to g ovori da će studenti u okviru studija steći obrazovanje koje uključuj e uravnotežen odnos znanja, vještina i kompetencija vezanih uz su vremeno poimanje komunikacije i medija te društvenih trendove k oji se na njih odnose.

1.2. Povezanost s lokalnom zajednicom (gospodarstvo, poduze tništvo, civilno društvo...)

Imajući u vidu potrebe lokalne zajednice, osobito mladih na podru čju Splitsko-dalmatinske županije, a na poticaj studenata, kao odg ovorno visoko učilište Sveučilište u Splitu odgovorilo je na te zahtje ve i potrebe pokretanjem sveučilišnog jednopredmetnog preddipl omskog studija Komunikacija i mediji. Ovaj je studij specifičan po t ome što će njegovi studenti tijekom studija usvajati teorijska, prakti čna znanja i vještine iz dvaju područja – komunikacije i medija. Ta d va područja, kao i cjelokupni proces masovnoga komuniciranja te medijske pismenosti znanstveno će proučavati i istraživati unutar i nformacijskih, socioloških i srodnih znanosti. Stoga je preddiploms ki studij komunikacije i medija koncipiran tako da studenti ovladaju ne samo stručnim terminima i osnovnim praktičnim već i nekim sp ecifičnim teorijskim znanjima i vještinama u komunikaciji i medijim a sa znanstvenom podlogom. Budući se na Sveučilištu u isto vrijem e pokreće diplomski studij novinarstva u suvremenom medijskom okolišu, preddiplomski studij dobiva još veću važnost kao uvod i d obra podloga za studente koji će nastaviti svoje obrazovanje na di plomskom studiju novinarstva. Vrijednost preddiplomskog studija očitovat će se u stjecanju znanja i vještina studenata u suvremeno m komunikacijskom i medijskom okolišu. Tako će kroz akademsko

pisanje, medijsku, informacijsku i digitalnu pismenost steći vještine upravljanja komunikacijom i informacijom u i kroz suvremene medije, bilo tradicionalne ili digitalne. Prvostupnici komunikacije i medija mogu upisati diplomski studij novinarstva ili srodan studij s područja informacijskih i komunikacijskih znanosti ili se uključiti u različita područja rada u medijima, medijskim organizacijama i medijskim udruženjima. Pruža im se mogućnost rada i u državnoj upravi, u javnim poduzećima, gospodarskim društvima, kao i u nevladinim organizacijama na poslovima rada s medijima, komunikaciji s javnošću i internoj komunikaciji, kao i drugim srodnim poslovima. Kad je u pitanju lokalna zajednica, tu se svakako ističu medijske kuće (Slobodna Dalmacija, Radio Dalmacija, Hrvatska radio televizija – RTV centar Split, TV Dalmacija,...), zatim skupina lokalnih radio postaja i lokalnih portala te jedinica regionalne i lokalne samouprave koje imaju vlastita print ili digitalna izdanja odnosno mrežne stranice (Grad Split, Splitsko-dalmatinska županija, Grad Šibenik, Šibensko-kninska županija,...). Znanja koja se odnose na upravljanje komunikacijom, na oblikovanje i analitički pristup medijskim sadržajima, svakako su potrebna i u nizu djelatnosti u turizmu (oblikovanje sadržaja i upravljanje komunikacijom na društvenim medijima i na društvenim mrežama), ali i drugim granama gospodarstva čije se djelovanje ili prezentira kroz medije, ili za svoju djelatnost koristi informacijsko-komunikacijske platforme i društvene medije. Veliku potrebu za znanjima o medijima i komunikaciji svakako imaju i javnopolitičke institucije koje u razgovoru i djelovanju s građanima komuniciraju svoje ciljeve i javnopolitičke interese prije svega javnim kampanjama. Iako ovaj studij neće nuditi znanja iz korporativnog PR-a (odnosa s javnošću) izvan korporativnog sektora ostaje veliko područje djelatnosti kojima su potrebna znanja upravljanja komunikacijom te razumijevanja i kritičkog vrednovanja medijskih objava. S obzirom na koncept studija i njegovu izvedbu, na suvremeni pristup i orijentiranost praktičnom, stvarnom i životnom, nije pretjerano kazati kako se očekuje znatan interes za upis na predloženi studij.

1.3. Usklađenost sa zahtjevima strukovnih udruženja

Interes za pokretanje predloženog studijskog programa i partnerstvo u njegovoj realizaciji iskazali su lokalni i regionalni mediji, udruge te lokalna, regionalna i nacionalna zajednica. Kontakt i podrška o

stvaran je s mnogim medijskim kućama, nakladnicima dnevnih, tjednih ili periodičnih tiskovina, nevladinim organizacijama te jedinica ma lokalne i regionalne samouprave i odjelima za medije velikih tvrtki. Preddiplomski studij Komunikacija i mediji zasnovan je na temeljnim znanjima iz komunikacije i medija. Studenti tijekom studija stječu znanja o metodama istraživanja komunikacije, medijskih objava te o društvenom razvoju suvremenih medija te interpersonalne ali i tehnološki uvjetovane komunikacije. Program preddiplomskog studija Komunikacija i mediji koncipiran je tako da je usklađen s temeljnim dokumentima, uzusima i kodeksima strukovnih organizacija kao što je Hrvatsko novinarsko društvo, Hrvatska udruga digitalnih izdavača, Udruga novinskih izdavača pri Hrvatskoj udruzi poslodavaca kao i s temeljnim postulatima novinarstva u najrazvijenijim europskim državama. Predloženi studij, uz temeljna znanja i vještine u komunikaciji i medijima, prihvaćajući i poštujući najbolje prakse kako u Hrvatskoj tako i u EU te mišljenja strukovnih udruženja sadržava i slijedeće kolegije: Teorije medija i komunikacije uključujući Društvenu povijest medija i Retoriku. Posebna pozornost posvećena je Akademskom i kreativnom pisanju/pismenosti uključujući i Istraživačke seminare i Vještine prezentiranja. U isto vrijeme kroz Medijsku, informacijsku i digitalnu pismenost dužna pažnja bit će posvećena Medijskim politikama i medijskom pravu u hrvatskom i Europskom kontekstu, kao i Slobodi medija i Vjerodostojnosti medijskih sadržaja. Uz gore navedeno valja spomenuti raznoliku ponudu izbornih predmeta koji se realiziraju samostalno ili u suradnji sa sastavnicama Sveučilišta. Tako će studenti moći izabrati Akademsko pisanje na engleskom jeziku uz Uvod u jezičnu stilistiku, Kriitičko mišljenje, Interkulturalnu komunikaciju i Religije u suvremenim medijima kao i druge navedene kolegije iz studijskog programa. Uzevši u obzir sve navedene kolegije obvezne/izborne te odrađene praktične i seminarske radove te predviđene vježbe, s pravom se može reći da je predloženi studijski program umnogome usklađen sa zahtjevima i stremljenjima strukovnih udruženja i suvremenih komunikacija i medija novoga doba. Osobita pažnja dana je praktičnoj nastavi, uz mogućnost sudjelovanja u kreiranju javnopolitičkih kampanja gdje bi primijenili stečena teorijska znanja, nadopunili ih znanjima koje bi im pr

enijeli mentori i predavači praktičnih znanja koja su važna za uspješan ulazak na tržište rada.

1.4. Partneri izvan visokoškolskoga sustava

Zanimanje za predmetni studijski program i potporu njegovu pokretanju iskazale su brojne partnerske institucije i tvrtke izvan akademskog sektora. Među njima su jedinice lokalne samouprave, u prvom redu gradovi Split i Kaštela, kao i Splitsko-dalmatinska županija. Potencijalni partneri su i brojne javne institucije, strukovne organizacije i udruge posvećene promicanju medijske kulture, slobode javnog priopćavanja i vjerodostojnosti koja je korelat te slobode. Uspostavljena je ili je u planu uspostava suradnje s brojnim medijskim kućama i nakladnicima različitih profila i dometa, od onih lokalnih do nacionalnih, a računa se i na potporu i doprinos medijskih i informativnih servisa velikih tvrtki.

1.5. Način financiranja

Studij će se financirati iz jednog glavnog i nekoliko dopunskih izvora. S obzirom na to će se kandidati na studij upisivati u statusu redovitih studenata, glavni izvor financiranja studija bit će proračunska sredstva doznačena po osnovi programskih ugovora. Računa se i na partnersku potporu jedinica lokalne i područne samouprave, a dio rashoda studija trebao bi se pokrivati iz studentskih školarina i vlastitih sredstava Sveučilišta u Splitu.

1.6. Usporedivost studijskoga programa s programima akreditiranih visokih učilišta u Hrvatskoj i Europskoj uniji

Prema Zakonu o izmjenama i dopuni Zakona o Hrvatskom kvalifikacijskom okviru (NN 20/2021) razina kvalifikacije koju stječu studenti i završetkom ovog preddiplomskog sveučilišnog studija je 6.sv, a koja se povezuje s razinom 6 Europskog kvalifikacijskog okvira. Analizom sličnih programa akreditiranih visokih učilišta u Hrvatskoj i Europskoj uniji utvrđeno je da je prema području i sadržaju studija postignut visok stupanj usklađenosti sa srodnim i sličnim studijskim programima. U Hrvatskoj postoji više studijskih programa koji se bave komunikologijom, medijima, novinarstvom i kulturologijom. Srodni preddiplomski studiji u Hrvatskoj su sljedeći:

Preddiplomski studij novinarstva, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti <https://www.fpzg.unizg.hr/studiji/preddiplomski/novinarstvo>

Preddiplomski studij komunikologije, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija <https://www.hrstud.unizg.hr/preddiplomski/komunikologija>

Preddiplomski studij Mediji i kultura društva, Sveučilište u Dubrovniku, Odjel za komunikologiju <https://www.unidu.hr/kom-preddiplomski-mediji-i-kultura-drustva/>

Preddiplomski studij Kultura, mediji i menadžment, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu, Odsjek za kulturu, medije i menadžment <http://www.uaos.unios.hr/preddiplomski-sveucilisni-studij-kulturalni-menadzment/>

Preddiplomski sveučilišni studij Komunikologija, Hrvatsko katoličko sveučilište, Odjel za komunikologiju <https://www.unicath.hr/komunikologija/preddiplomski-studij>

Preddiplomski sveučilišni studij Kulturologija, Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet <https://www.ffri.uniri.hr/hr/studiji/237>

U Europskoj uniji se u svakoj zemlji članici studentima nudi po nekoliko različitih studija iz područja komunikacije i medija na preddiplomskoj razini, a ovdje navodimo samo nekoliko za koje smatramo da su usporedivi s ovim studijskim programom:

BA in Media and Communication Studies, University of Ljubljana, Faculty of Social Sciences <https://www.uni-lj.si/study/bachelor/fdv/>

BA in Media and Communication Studies, Lund University, Department of Communication and Media <https://www.kom.lu.se/en/education/media-and-communication-studies/>

BA in Media and Communication Studies, Stockholm University, Department of Media Studies <https://www.su.se/english/education/all-subjects/media-and-communication-studies-1.426206?expEduItemPacks=&expEduItems=&open-collapse-boxes=>

BA in Media and Communication Studies, Freie Universität Berlin, Department of Political and Social Sciences, Institute for Media and Communication Studies https://www.fu-berlin.de/en/studium/studienangebot/grundstaendige/publizistik_kommwiss_kombi/index.html

U usporedbi s navedenim preddiplomskim sveučilišnim studijima, ovaj studij Komunikacija i mediji jedinstven je jer se ne odnosi na novinarstvo, niti isključivo na komunikacijsku znanost, već je usmjeren na temeljna znanja o komunikaciji i medijima i kritičkom vrednov

anju medijskih objava i komunikacije kao vještine prenošenja informacija. U tom smislu, ovaj je studij sličniji preddiplomskim studijskim programima u Europskoj uniji koji nude obrazovanje s fokusom na medije i komunikaciju. Upravo taj argument bio je motivacija za pokretanje ovog studija koji bi nadomjestio prazninu kada je riječ o sveučilišnim preddiplomskim studijima u Hrvatskoj. Budući da je riječ o programima iz sličnog područja, ali s vrlo različitim fokusom i ponudom predmeta, smatramo to dodatnim benefitom za studente u Hrvatskoj.

1.7. Otvorenost studija prema pokretljivosti studenata (horizontalnoj, vertikalnoj u RH i međunarodnoj)

Na Sveučilištu u Splitu implementiran je Europski sustav prijenosa bodova (ECTS) koji osigurava mobilnost nastavnika i studenata, a navedeni studijski programi iz Europske unije su usporedivi prema području nastavnih sadržaja i obveznih i izbornih predmeta, ishoda i učenja te vrijednosti ECTS bodova.

Ovaj preddiplomski studijski program omogućava horizontalno i vertikalno povezivanje i pokretljivost studenata u nacionalnim i međunarodnim okvirima. Horizontalno povezivanje osigurano je sa svim studijima ustrojenim po načelima Bolonjskog procesa, dok se vertikalno povezivanje očituje prije svega kroz mogućnosti daljnjeg obrazovanja u smjeru diplomskih sveučilišnih studija. Struktura predložene studijskog programa na preddiplomskoj razini omogućava studentima izbor kolegija koji se izvode na različitim studijskim programima iz područja društvenih i humanističkih znanosti.

Sveučilište u Splitu u okviru programa ERASMUS ima razvijenu mrežu međunarodne razmjene studenata, nastavnika i suradnika. Mnogi studenti ovog Sveučilišta koriste takvu mogućnost, ali jednako tako brojni studenti iz inozemstva dolaze u okviru međunarodne razmjene na Sveučilište u Splitu. Također, Sveučilište u Splitu član je SE A-EU alijanse koja omogućava studentima virtualnu mobilnost te također otvara i razmjenu nastavnika te stručnih i znanstvenih dobara.

1.8. Usklađenost s misijom i strategijom Sveučilišta i predlagatelj te sa strateškim dokumentom mreže visokih učilišta

Predloženi studijski program potpuno je usklađen s misijom i strateškim dokumentima Sveučilišta u Splitu, u prvom redu sa Strategijom

jom Sveučilišta u Splitu za razdoblje 2021.-2025. godine (usvojena na 45. sjednici Senata 24. ožujka 2021. godine) te provedbenim Akcijskim planom (usvojenim na 47. sjednici Senata 27. svibnja 2021. godine). Pokretanje studija fokusiranog na komunikaciju i medije 21. stoljeća poklapa se s nekoliko proklamiranih strateških ciljeva Sveučilišta u Splitu, posebice s osuvremenjivanjem studijskih programa u skladu s potrebama našeg vremena i suvremenog društvenog okruženja. Jednako tako, predloženi je studijski program usuglašen i s dokumentom mreže visokih učilišta.

1.9. Dosadašnja iskustva u provođenju ekvivalentnih ili sličnih programa

Sveučilište u Splitu do sada nije imalo iskustava u provođenju studija koji bi bili ekvivalentni ili slični predloženom studijskom programu. No na to ne gleda kao na hendikep, već kao na izazov i šansu za pokretanje bitno novog i drugačijeg studija komunikacija i medija, koji bi odgovarao suvremenim potrebama i dosegnutom stupnju društvenog, moralnog i tehnološkog razvoja. Sveučilište u Splitu pokreće predloženi studijski program u uvjerenju da je po svojim ukupnim intelektualnim i materijalnim kapacitetima potpuno doraslo takvom izazovu.

2. Opis studijskog programa

2.1. Opći dio

Znanstveno/umjetničko područje studijskog programa: Društvene znanosti, polje Informacijske i komunikacijske znanosti

Trajanje studijskog programa: Preddiplomski sveučilišni studijski program Komunikacija i mediji traje šest semestara, a izvodi se kao redoviti studij na Sveučilištu u Splitu

Minimalni broj ECTS bodova potreban za završetak studija: 180 ECTS

Uvjeti upisa na studij i razredbeni postupak: Državna matura

2.2. Ishodi učenja studijskoga programa (navesti 15 - 30 ishoda učenja)

Prema Europskom kvalifikacijskom okviru ishodi učenja koji su relevantni za 6. razinu, a odnose se na **znanje** uključuju napredno znanje o području rada ili učenja, uključujući kritičko razumijevanje teori

ja i načela. Ishodi učenja koji se odnose na **vještine** uključuju napredne vještine, iskazivanje umijeća i inovativnosti potrebnih za rješavanje složenih i nepredvidivih problema u specijaliziranom području rada ili učenja. Ishodi učenja koji se odnose na **odgovornost i samostalnost** uključuju upravljanje složenim tehničkim ili profesionalnim aktivnostima ili projektima, preuzimanje odgovornosti za donošenje odluka u nepredvidivim kontekstima rada ili učenja te preuzimanje odgovornosti za upravljanje profesionalnim razvojem pojedinaca i skupina.

Imajući u vidu ove smjernice, studenti koji završe preddiplomski studij *Komunikacija i mediji* steći će opće ishode učenja koji podrazumijevaju stjecanje jezične, medijske i digitalne pismenosti te su usmjereni na stjecanje temeljnih vještina potrebnih za rad u državnim i javnim institucijama, u gospodarstvu ili u medijskim organizacijama, organizacijama u kreativnim industrijama, odnosno tvrtkama koje se bave razvojem informacijsko-komunikacijskih aplikacija.

Ishodi učenja ovog programa su sljedeći:

Razvijanje naprednih jezičnih i komunikacijskih kompetencija u pisanju i govornoj, te vizualnoj i drugim oblicima komunikacije te naprednih vještina upravljanja komunikacijom i komunikacijskim procesima.

Razvijanje naprednih kompetencija kritičkog vrednovanja medijskih objava i poruka kroz interakciju jezika, medija i društvene stvarnosti.

Stjecanje naprednih vještina pisanja i prezentacije raznih vrsta akademskih radova.

Razvijanje naprednih vještina pretraživanja digitalnih baza podataka i korištenja suvremenih komunikacijskih tehnologija i platformi te digitalnih alata za obradu podataka.

Stjecanje naprednih znanja o metodama istraživanja u društvenim znanostima i njihovoj primjeni u istraživanjima medijskog teksta i medijskih publika. Studenti će znati opisati i definirati metode istraživanja medijskog teksta i medijskih publika; razraditi i primijeniti metodološki instrumentarij te koristiti istraživačke metode za analizu medijskog teksta i medijskih publika. Studenti će biti sposobni kritički vrednovati i interpretirati medijski tekst kao i karakteristike i prakse medijskih publika.

Studenti će biti u stanju razumjeti i primijeniti temeljna etička načela a prilikom provođenja istraživanja te objave nalaza i rezultata toga istraživanja.

Stjecanje naprednih znanja iz teorija komunikacije i masovnih medija, medijalizacije, te složenih procesa načina na koje mediji.

Studenti će biti sposobni definirati, razumjeti i objasniti te kritički vrednovati komponente medijskog okoliša i medijskih sustava te uloge medija u razvoju demokratskog društva. Studenti će biti u stanju u opisati, definirati, objasniti i usporediti napredne teorijske koncepte iz područja komunikacije i medija, javnosti i javnog mnijenja, medijskih publika i medijskih efekata; opisati, definirati i objasniti ulogu medija u demokratskim društvima tj. normativni aspekt medijske politike i regulacije; analizirati i kritički vrednovati društvenu i javnu odgovornost medija te ulogu medija u reprezentaciji društvenih skupina, u komunikaciji s političkim akterima i građanima te u stvaranju slike o društvu i društveno-političkim te gospodarskim procesima.

Studenti će biti u stanju kritički vrednovati odnose moći u društvu na relaciji mediji-politika-ekonomija-publike. Studenti će biti u stanju razumjeti načine na koje različiti institucionalni režimi i medijski sustavi utječu na sposobnost medija u ostvarivanju osnovnih funkcija vjerodostojnog informiranja građana i osiguravanja mehanizama preko kojih građani mogu političke aktere držati odgovornima za njihovo djelovanje.

Studenti će biti u stanju razumjeti kako razvoj tehnologije te suvremene informacijsko-komunikacijske platforme utječu na promjenu medijskih publika odnosno građana, kako se mijenjaju medijske prakse te kako fragmentirane publike povratno utječu na kreiranje medijskih sadržaja, njihovu raznovrsnost i kvalitetu.

Studenti će steći napredne vještine komunikacijske i medijske pismenosti koje podrazumijevaju kritičko vrednovanje, ali i kreiranje medijskih sadržaja te upravljanje komunikacijom.

2.3. Mogućnost zapošljavanja

Završetkom preddiplomskog studija Komunikacija i mediji studenti stječu kompetencije za rad u javnoj komunikaciji te svim službama koje zahtijevaju stručnjake na području komunikacije. Mogućnost zapošljavanja očekuje se u javnim i državnim institucijama koje imaju

u odjele u kojima se kreira i provodi medijska politika, medijska strategija, ali i regulacija medijskog sektora – u Hrvatskoj su to prije svega Ministarstvo kulture i Agencija za elektroničke medije. Nakon završetka studija moguće je zapošljavanje u javnim i državnim institucijama, međunarodnim organizacijama i institucijama, u privatnim i javnim zakladama, agencijama za istraživanje javnog mnijenja, ali i u nevladinom sektoru na poslovima analize medijskih objava i analize javne komunikacije. Također, završetkom ovog studija moguće je zapošljavanje u različitim medijskim kućama i organizacijama na poslovima kreativnog oblikovanja medijskih objava te upravljanja komunikacijom na društvenim mrežama te drugim informacijsko-komunikacijskim platformama. Također, očekivano je zapošljavanje u sektoru kreativnih industrija – televizija, film, e-izdavaštvo, video-igre, ali i u sektoru kreativnog razvoja različitih aplikacija za komunikaciju i razmjenu informacija, aplikacija pridruženih medijima, aplikacija javnih institucija za komunikaciju s građanima, itd. Također, ostaje i područje kulturnog i kongresnog turizma, ali i turizma uopće gdje su znanja upravljanja komunikacijom te kreiranja medijskih objava komplementarna razvoju struke.

2.4. Mogućnost nastavka studija na višoj razini

Nakon završenog preddiplomskog studija *Komunikacija i mediji*, moguće je nastaviti studij na velikom broju diplomskih studija koji se nude i u Hrvatskoj i u inozemstvu, u području društvenih ali i humanističkih znanosti, kojima je predznanje o komunikaciji i medijima komplementarno. Ukoliko studenti odluče studij nastaviti u Hrvatskoj, na Sveučilištu u Splitu nudi im se diplomski studij Novinarstvo u suvremenom okolišu, a na ostalim sveučilištima u Hrvatskoj veći broj diplomskih studija iz komunikologije, medija, novinarstva i odnosa s javnošću.

2.5. Studij/i niže razine predlagača ili drugih ustanova u RH s kojih je moguć upis na predloženi studij

Predloženi studijski program pripada preddiplomskoj razini, stoga ne postoji studij niže razine predlagača niti srodnih ustanova u RH koji bi bio temeljem za upis na predloženi studij. Kandidati se upisuju na predloženi studijski program isključivo na temelju položene državne mature.

2.6. Uvjeti i način studiranja

Preddiplomski studijski program Komunikacija i mediji ustrojava se i izvodi kao redoviti seučilišni jednopredmetni studij. Studij traje 3 godine (6 semestara), a njegovim završetkom stječe se 180 ECTS bodova i stručni naziv sveučilišnog prvostupnika komunikacije i medija.

U svakom semestru studenti upisuju do 6 obaveznih predmeta (ukupnog opterećenja 24 ECTS boda) i 2 izborna predmeta (ukupno 6 ECTS bodova). Studij završava izradom i obranom završnog rada (8 ECTS bodova).

Nastava se organizira kroz predavanja i vježbe, pri čemu su organizirane dvije grupe za vježbe, svaka sastavljena od 15 studenata. Uz kontaktnu nastavu predviđa se i mogućnost izvođenja dijela nastave putem poveznica na odgovarajućim digitalnim platformama. Režim studiranja pobliže je uređen Pravilnikom o studijima i sustavu studiranja na Sveučilištu u Splitu.

2.7. Sustav savjetovanja i vođenja kroz studij

Tijekom studija studentima su na raspolaganju sve službe Sveučilišta pa tako i Centar za savjetovanje u kojem sastavu je psihološko i karijerno savjetovalište. U cilju pravovremenog i učinkovitog informiranja studentima se šalju obavijesti i informacije putem e-learning portala.

2.8. Popis predmeta koje studenti mogu upisati s drugih studija

Studentima je omogućen odabir i upis izbornih predmeta sa većeg broja sastavnica Sveučilišta u Splitu. Studenti na taj način zajedno sa drugim studentima pojedine sastavnice sudjeluju u nastavnom procesu. Na ovaj način obogaćen je studijski program jer studentima omogućava stručno i znanstveno profiliranje. Jedan dio studenata će tražiti kolegije sa Filozofskog fakulteta gdje će obogatiti svoja znanja odabirom npr. filoloških kolegija ili drugih iz područja humanističkih i znanstvenih područja. Netko od studenata će tražiti veća znanja iz područja pravnih znanosti ili religijsko teoloških područja te će na taj način odabrati kolegije sa tih sastavnica.

2.9. Popis predmeta koji se mogu izvoditi na stranom jeziku

Svi predmeti mogu biti ponuđeni i na engleskom jeziku, a popis takvih predmeta određuje se u tekućoj akademskoj izvedbenim planom za sljedeću akademsku godinu.

2.10. Kriteriji i uvjeti prijenosa ECTS bodova

Pripisivanje ECTS bodovne vrijednosti predmetima koje studenti mogu izabrati s drugih studija na sveučilištu ili drugim visokim učilištima. U ovom studiju lijepo se može vidjeti interdisciplinarnost i suradnja sastavnica Sveučilišta u odabiru izbornih predmeta.

2.11. Završetak studija

| | |
|---|---|
| Način završetka studija | Završni rad |
| Uvjeti za prijavu završnog rada | U postupku prijave teme završnog rada u tekućoj akademskoj godini mogu sudjelovati samo oni studenti koji su ostvarili najmanje 60 ECTS bodova. |
| Postupak vrednovanja završnog ispita te vrednovanja završnog rada | Studentu kojem je odobrena tema završnog rada |

U postupku prijave teme završnog rada u tekućoj akademskoj godini sudjeluju samo oni studenti koji su u toj akademskoj godini upisali završni rad.

2.12. Popis obveznih i izbornih predmeta

| POPIS PREDMETA | | | | | | | |
|---|---|-------------------------------|-----------------|----|----|---|----------|
| Godina studija: 1. | | | | | | | |
| Semestar: 1. | | | | | | | |
| STATUS | KOD | PREDMET | SATI U SEMESTRU | | | | EC TS |
| | | | P | S | V | T | |
| Obvezni | Obvezni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PNO03 | Akademsko pisanje I | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PNO02 | Društvena povijest medija | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | PNO44 | Engleski jezik I | 0 | 30 | 0 | 0 | 3 |
| | PNO24 | Retorika | 30 | 0 | 30 | 0 | 5 |
| | PNO47 | Talijanski jezik 1 | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PNO01 | Teorije medija i komunikacije | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | Ukupno obvezni | | 120 | 90 | 60 | 0 | 24 |
| Izborni | Izborni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PNI29 | Kritičko mišljenje | 30 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | PNI27 | Uvod u jezičnu stilistiku | 15 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| *P=Predavanja, S=Seminari, V=Vježbe, T=Terenska nastava | | | | | | | |

| POPIS PREDMETA | | | | | | | |
|--------------------|---|----------------------|-----------------|----|----|---|----------|
| Godina studija: 1. | | | | | | | |
| Semestar: 2. | | | | | | | |
| STATUS | KOD | PREDMET | SATI U SEMESTRU | | | | EC TS |
| | | | P | S | V | T | |
| Obvezni | Obvezni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PNO07 | Akademsko pisanje II | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PNO45 | Engleski jezik II | 0 | 30 | 0 | 0 | 3 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|-----|-----|----|---|----|
| | PNO 06 | Medijska konstrukcija stvarnosti | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | PNO 05 | Medijska, informacijska i digitalna pismenost | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | PNO 48 | Talijanski jezik 2 | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PN004 | Upravljanje komunikacijom | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | Ukupno obvezni | | 120 | 120 | 30 | 0 | 24 |
| Izborni | Izborni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PNI28 | Interkulturalna komunikacija | 30 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| | PNI37 | Mediji u funkciji održivog turizma | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| *P=Predavanja, S=Seminari, V=Vježbe, T=Terenska nastava | | | | | | | |

| POPIS PREDMETA | | | | | | | |
|--------------------|---|----------------------------------|-----------------|----|----|---|------|
| Godina studija: 2. | | | | | | | |
| Semestar: 3. | | | | | | | |
| STATUS | KOD | PREDMET | SATI U SEMESTRU | | | | ECTS |
| | | | P | S | V | T | |
| Obvezni | Obvezni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PNO46 | Engleski jezik III | 0 | 30 | 0 | 0 | 3 |
| | PNO25 | Kreativno pisanje | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PNO26a | Kreativno pisanje na engleskom I | 0 | 30 | 0 | 0 | 3 |
| | PNO08 | Medijske generacije i publike | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | PNO49 | Talijanski jezik 3 | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|-----|-----|----|---|----|
| | PN010 | Vjerodostojnost medijskih sadržaja | 30 | 0 | 30 | 0 | 5 |
| | PN009 | Zarobljeni mediji - politika, tržište i tehnologija | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | Ukupno obvezni | | 120 | 120 | 60 | 0 | 27 |
| Izborni | Izborni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PN131 | Potrošačko društvo | 30 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| *P=Predavanja, S=Seminari, V=Vježbe, T=Terenska nastava | | | | | | | |

| POPIS PREDMETA | | | | | | | |
|--------------------|---|---|-----------------|----|----|---|------|
| Godina studija: 2. | | | | | | | |
| Semestar: 4. | | | | | | | |
| STATUS | KOD | PREDMET | SATI U SEMESTRU | | | | ECTS |
| | | | P | S | V | T | |
| Obvezni | Obvezni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PN026b | Kreativno pisanje na engleskom II | 0 | 30 | 0 | 0 | 3 |
| | PN013 | Mediji, društvene različitosti i kroskulturalna komunikacija | 30 | 0 | 30 | 0 | 5 |
| | PN014 | Medijske politike i medijsko pravo u hrvatskom i EU kontekstu | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | PN141 | Njemački jezik 1 | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PN012 | Psihološki učinci medija | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | PN015 | Vještine prezentiranja | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | Ukupno obvezni | | 120 | 90 | 60 | 0 | 24 |
| Izborni | Izborni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|-------------------------------------|----|----|----|---|---|
| PNI 33 | Kulturna baština i digitalni mediji | 15 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| PNI 38 | Mediji u funkciji poduzetništva | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| PNI 32 | Religije i suvremeni mediji | 15 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| *P=Predavanja, S=Seminari, V=Vježbe, T=Terenska nastava | | | | | | |

| POPIS PREDMETA | | | | | | | |
|--------------------|---|--|---------------------|----|----|---|----------|
| Godina studija: 3. | | | | | | | |
| Semestar: 5. | | | | | | | |
| STAT US | KO D | PREDMET | SATI U SEMESTR U | | | | EC TS |
| | | | P | S | V | T | |
| Obv ezni | Obvezni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PN O41 | Akademsko pisanje na engleskom jeziku 1. | 15 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| | PN O18 | Industrija zabave, popularna kultura i društvo spektakla | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | PN O17 | Medijatzacija u umreženom društvu | 30 | 0 | 30 | 0 | 5 |
| | PN O16 | Medijsko tržište i ekonomija medija - kritičke perspektive | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | PNI 42 | Njemački jezik 2 | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PN O19 | Vizualno izražavanje | 15 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| | Ukupno obvezni | | 135 | 90 | 45 | 0 | 24 |
| Izbor ni | Izborni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PNI 39 | Mediji i promet u turizmu | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PNI 35 | Mediji u SAD-u | 15 | 15 | 0 | 0 | 3 |

| | | | | | | |
|---|--------------------|----|----|---|---|---|
| PNI 34 | Sociologija medija | 15 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| *P=Predavanja, S=Seminari, V=Vježbe, T=Terenska nastava | | | | | | |

| POPIS PREDMETA | | | | | | | |
|---|---|--|---------------------|----|----|---|----------|
| Godina studija: 3. | | | | | | | |
| Semestar: 6. | | | | | | | |
| STAT US | KO D | PREDMET | SATI U SEMESTR U | | | | EC TS |
| | | | P | S | V | T | |
| Obv ezni | Obvezni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PN O42 | Akademsko pisanje na engleskom jeziku 2. | 15 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| | PN O22 | Algoritmi u službi medija | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PN O21 | Antropologija društvenih medija | 30 | 0 | 30 | 0 | 5 |
| | PN O20 | Korisnički sadržaji: sloboda izražavanja i njezine granice | 30 | 30 | 0 | 0 | 5 |
| | PNI 43 | Njemački jezik 3 | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| | PN O23 | Završni rad | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| | Ukupno obvezni | | 105 | 45 | 60 | 0 | 27 |
| Izbor ni | Izborni kolegiji preddiplomskog studija Komunikacija i mediji | | | | | | |
| | PNI 36 | Ekonomski i društveni razvoj | 15 | 15 | 0 | 0 | 3 |
| | PNI 40 | Mediji u pomorskom gospodarstvu | 15 | 0 | 15 | 0 | 3 |
| *P=Predavanja, S=Seminari, V=Vježbe, T=Terenska nastava | | | | | | | |