

## **KURSBESKRIVELSE FOR Kommunikasjon, massekultur og media**

1. Studium:	BA Markedskommunikasjon & Merkebygging
2. Kurs:	Kommunikasjon, massekultur og media
3. Semester:	2. semester
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Førstelektor Karl Fredrik Tangen
6. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene
7. Nødvendige forkunnskaper:	Ingen krav til forkunnskaper
8. Fagbeskrivelse:	<p>Massemedier har et viktig plass i utviklingen av samfunnet. Fellesskapsfølelse, konflikter, kunnskaper er fenomener koblet til massemedienes funksjon. Behovet for å vite mer om hvordan mediene og massekulturen påvirker oss, og definerer virkeligheten for både individ, bedrift og samfunn er derfor sterkt. Kursets mål er å gi studentene en systematisk innføring i hvordan medier fungerer som en samfunnsaktør og som en kanal for samfunnsaktører. Kurset vil se på de ulike medienes historiske utvikling, og hvordan de er organisert i Norge og internasjonalt. I tillegg skal kurset gi studentene operative kunnskaper om hvordan mediene bevisst og ubevisst bruker av ulike samfunnsaktører som vil oppnå sine mål og hvordan mediene brukes ulikt av ulike grupper i samfunnet. Som en del av kurset vil studentene lære å skrive fagoppgaver.</p>
9. Mål:	Hensikten er at studentene skal få en grunnleggende innføring i teorier om kommunikasjon, massekultur og media og en forståelse for media som kan brukes i mange typer arbeid.
10. Emneoversikt:	<p>Innføring i kommunikasjonsteorier</p> <p>Identitet, påvirkning og sosiale skiller</p> <p>Semiotikk, hermenautikk, retorikk og narratologi</p> <p>Mediehistorikk og medieutvikling</p>

	<p>Mediestruktur i Norge og internasjonalt</p> <p>Mediekanaler: TV, radio, aviser/skriftlige medier, film</p> <p>Nye medier/ internett/data</p> <p>Mediepåvirkning, reklame og informasjon/PR</p> <p>Effektforskning, innholdsanalyse</p> <p>Medier, politikk og samfunn</p>
11. Gjennomføring:	Kurset blir gjennomført med forelesninger og selvstudier.
12. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):	Obligatorisk oppgave (max 3 pr gruppe) – 40% Individuell skriftlig eksamen uten hjelpemidler – 60%
13. Obligatorisk litteratur:	<p>Bang, Tor. 2006. <i>Makt og spinn i mediene</i>. Oslo: Abstrakt forlag. 379,-/320 s. ISBN 978-82-7935-222-8</p> <p>Gripsrud, Jostein. 2002. <i>Mediekultur, mediesamfunn. Siste utgave</i> Oslo: Universitetsforlaget. 379,-/345 s.</p> <p>Mathiesen, Thomas. 2006. <i>Makt og medier. En innføring i mediesosiologi</i>. 4. utg. Oslo: Pax. 338,-/402 s. ISBN: 978-82-530-2922-1</p>
14. Pensum ellers	Det forventes stort og variert mediebruk
15. Anbefalt litteratur:	<p>Mattelart, Armand og Michele Mattelart. 1998. <i>Theories of communication: a short introduction</i>. London : Sage. 186 s. ISBN: 0-7619-5646-8</p> <p>Frønes, Ivar. 2001. <i>Handling, kultur og mening</i>. (Oslo) Bergen : Fagbokforlaget. 194 s. ISBN: 82-7674-581-4</p> <p>Johansen, Anders. 2002. <i>Talerens troverdighet : tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk..</i> Oslo. Universitetsforlaget. 282 s. ISBN: 82-15-00141-6</p> <p>Curran, James. 2002. <i>Media and Power</i>. London: Routledge. X, 308 s. ISBN: 0-415-07740-0</p> <p>For dem som vil gå i dybden: Curran, James and Michael Gurevitch (ed.) siste utgave, (<i>Mass Media and</i></p>

	<i>Communication?) Mass media and society?</i>
--	--