

EMNEBESKRIVELSE

KMM1100 Kommunikasjon, massekultur og media

1. Studium/studier	Bachelor i Reklame og merkebygging
2. Studieår/semester	1.studieår – 2.semester
3. Studiepoeng	10
4. Emneansvarlig	Høyskolelektor Kjetil Olaussen
5. Antall timer	50
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Mål	Målet med emnet er tredelt: For det første skal studenten settes i stand til å se utviklingen av moderne massemediesamfunn i en sosialhistorisk kontekst, for det andre skal studenten tilegne seg verktøy for analyse av medienes innhold, og for det tredje skal studenten presenteres for de mest grunnleggende teoriene og konseptene i samtidig medie-, kultur- og kommunikasjonsforskning.
8. Innhold	<p>Emnet består av tre deler</p> <p>1) Inn i det moderne massemediesamfunnet.</p> <p>I denne delen legges det vekt på at studenten skal forstå massemediene i en sosialhistorisk kontekst. Det vil si at vi skal se på hva mediene (kino, tv, aviser, internett) har betydd for utviklingen av samtidige moderne samfunn.</p> <p>2) Symbolske former: medienes innhold.</p> <p>I denne delen legges det vekt på at studenten skal lære seg semiotikk, fortellingslære, fortolkningslære og retorikk som de elementære redskaper for analyse av medienes innhold.</p> <p>3) Teorier og konsepter i media og kommunikasjon.</p> <p>I denne delen skal studentene presenteres for de mest sentrale teoriene som preger det nasjonale og internasjonale</p>

	forskningsfeltet, særlig de som knytter seg til spørsmål om demokrati, identitet, forbruk og makt.
9. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen. Det beregnes en betydelig egeninnsats i løpet av kurset.
10. Evaluering	Deleksamen teller 40 % av karakteren i emnet, og løses i grupper på inntil tre studenter. Studentene har ca 8 uker på dette arbeidet. Slutteksamen er en tretimers individuell prøve som teller 60 % av karakteren i emnet.
11. Pensumlitteratur	<p>Bang, Tor. 2006. <i>Makt og spinn i mediene</i>. Oslo: Abstrakt forlag.. ISBN 978-82-7935-222-8. (320 s) Pris 379,-</p> <p>Gripsrud, Jostein. 2007. <i>Mediekultur, mediesamfunn</i>. 3.utg. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN 9788-21-5012-10-0 (350 s) Pris: 379,-</p> <p>Olaussen, Kjetil (red). 2010. <i>Kompendium : kommunikasjon, massekultur og media</i>. Oslo: Markedshøyskolen Campus Kristiania. (ca 250 s) Pris: ca 250,-</p> <p><i>Kompendium : kommunikasjon, massekultur og medier inneholder:</i></p> <p>Barker, Martin, og Kate Brooks. 1998. The problem of knowing audiences" og "The six orientations to Judge Dredd. I <i>Knowing audiences : Judge Dredd, its friends, fans and foes</i>. Luton: University of Luton Press. (71 s)</p> <p>Gans, Herbert J. 1999. The critique of mass culture. I <i>Popular culture and high culture : an analysis and evaluation of taste</i>. New York: Basic Books. (50 s)</p> <p>Hannerz, Ulf. 1992. The nature of culture today. I <i>Cultural complexity : studies in the social organization of meaning</i>. New York: Columbia University Press. (37 s)</p> <p>Hesmondhalgh, David. 2002. Approaches to Culture. I <i>The cultural industries</i>. London: Sage. (18 s)</p> <p>Livingstone, Sonia M. 2002. "Childhood, youth and the changing media environment" og "The diffusion and</p>

	<p>appropriation of new media". I <i>Young people and new media : childhood and the changing media environment</i>. London: Sage.</p> <p>Marshall, P. David. 1997. Part 1. I <i>Celebrity and power : fame in contemporary culture</i>. Minneapolis: University of Minnesota Press. (47 s)</p> <p>Morley, David. 1992. Class, ideology and interpretation. I <i>Television, audiences, and cultural studies</i>. London: Routledge. (55 s)</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Curran, James. 2002. <i>Media and Power: Communication and Society</i>. London: Routledge. X, ISBN: 0-415-07740-0. (320 s) Pris: 209,-</p> <p>Frønes, Ivar. 2001. <i>Handling, kultur og mening</i>. (Oslo) Bergen : Fagbokforlaget. ISBN: 82-7674-581-4 (194 s) Pris: 315,-</p> <p>Johansen, Anders. 2002. <i>Talerens troverdighet : tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk..</i> Oslo. Universitetsforlaget. ISBN: 82-15-00141-6.(282 s) Pris: 319,-</p> <p>Mattelart, Armand og Michele Mattelart. 1998. <i>Theories of communication: a short introduction</i>. London : Sage.. ISBN: 97-8076-1956-47-1 (192 s) Pris: 231,-</p> <p>For dem som vil gå i dybden: Curran, James and Michael Gurevitch (red) 4th ed, <i>Mass media and society</i>. London : Hodder Arnold. ISBN: 978-0-340-88499-7</p>