



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2008/2009

MRK 9620 Kultur og medieanalyse

Studium

Bachelorstudiet i markedskommunikasjon (3. år), Bachelorstudiet i PR og kommunikasjonsledelse (3. år)

Kursansvarlig

Berit von der Lippe, Gerhard E Schjelderup

Institutt

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

Mål

Målet med kurset er å gi studenten forståelse av de ulike retoriske virkemidler mediene gjør bruk av for å nå oss - som lesere, seere og kunde. Fokus vil med andre ord være på både ord og bilder, altså den visuelle kulturen vi i økende grad omgis a via mediene. Retorikken vil inngå som en vesentlig del av det teoretiske grunnlaget i faget, men også andre kulturteoretiske perspektiver, hentet først og fremst fra det man kaller "cultural studies" vil inngå. Søkelys blir rettet hen mot samspillet mellom det vi ser og hører i dagens kommersielle medie verden og kulturen/samfunnet denne er en del av og bør ses i lys av (sosiokulturelle konteksten). Særlig vekt vil legges på mediens konstruksjoner av identiteter: individuelle, subkulturelle, kollektive, kjønnede, religiøse og etniske.

Å forstå eller lese kulturen vi alle er en del av bidrar til å utvide både egen kulturforståelse, samt å gi studentene en bredere forståelse av den kulturelle konteksten de vil arbeide innenfor.

Forkunnskaper

Kurset bygger på kursene Medier og kommunikasjon, Markedskommunikasjon og Påvirkning og overtalelsesteori.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Kjeldsen, Jens. 2006. Retorikk i vår tid. 2utg. Oslo: Spartacus

Annet:

Berit von der Lippe. 2007. Kompendium i MRK 9620 Kultur og mediaanalyse. Oslo: Handelshøyskolen BI.

Kompendiet har følgende innhold:

- Berit von der Lippe. 2006. Images of Victory: Images of Masculinity. Nordicom Review. 27 (1). pp. 63-79.
 - Gallagher, V; Zagacki, K.S.. 2005. Visibility and rhetoric: The power of visual Images in Norman Rockwell's Depictions of Civil Rights. Quarterly journal of speech. 91, nr 2. Routledge. 175-200.
 - Jørgensen, Marianne Winther og Louise Phillips. 1999. Diskursanalyse som teori og metode. Frederiksberg : Roskilde Universitetsforlag : Samfundslitteratur. Kapittel 3, Kritisk diskursanalyse (ss.72-104).
 - Neumann, Iver B. 2001. Mening, materialitet, makt : en innføring i diskursanalyse. Bergen: Fagbokforlaget. Kapittel 5: Utgangspunkter-tekst, hendelse, gjenstand, subjektposisjon, institusjon (ss.100-133).
- (Det kan komme ytterligere artikler i tillegg).

Anbefalt litteratur

Bøker:

Jensen, J. F., T.A. Rasmussen og J. Stigel, red. 1993. Reklame - kultur. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag

Emneoversikt

- Retorikk
- Diskursanalyse
- Kulturproduksjon, nyheter, reklame og propaganda
- Reklame og politisk markedsføring
- Kjønn og identitetsproblematikk i massemedier

Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Undervisningen gjennomføres med 36 kurstimer og består av en kombinasjon av forelesninger og gruppearbeid. Tidlig i forelesningsrekken vil det deles ut en prosjektoppgave som det skal arbeides med gjennom semesteret. Prosjektoppgaven vil inneholde oppgaver om konkrete kultur og mediefenomener som det både vil bli forelest over, og som skal danne grunnlag for diskusjon i plenum. Det forutsettes at studentene er godt forberedt til kurstimene og det legges stor vekt på aktiv deltakelse. Prosjektoppgaven skal ikke leveres inn for sensur, men ved aktiv jobbing med denne, vil man ha et godt grunnlag for den avsluttende fagoppgaven.

Eksamen

Eksamensoppgaven går over en uke. Fagoppgaven skrives individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Eksamenskode(r)

MRK 96201 - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå godkjent karakter i kurset MRK 9620 Kultur og medieanalyse, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset.