



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2011/2012

PRK 3520 Medier i moderne samfunn

Studium

Bachelorstudiet i PR og kommunikasjonsledelse (2. år)

Kursansvarlig

Mona K Solvoll

Institutt

Institutt for kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Mediene er premissleverandører på de fleste arenaer. Det moderne mediespekteret er svært bredt sammensatt. Ingen samfunnsaktør kan forholde seg likegyldig til medial logikk, utbredelse og innflytelse. En analytisk tilnærming til mediefeltet er utenkelig uten dyp forståelse av kommunikasjon.

Læringsmål**Kunnskapsmål**

- Etter kurset skal studentene erkjenne kommunikasjonens kompleksitet og forstå avsender, kanal- og mottakerperspektiver.
- Forstå vesentligheten av ytringsfrihet, som et gode i seg selv, og som grunnlagsrettighet for deliberativ politisk, økonomisk og kulturelt samkvem mellom mennesker.
- Forstå medier som premissleverandører for politiske, økonomiske, kulturelle og andre diskurser.
- Kjenne til medieinstitusjoner og mediemarkeder på lokale, regionale, nasjonale og globale nivåer.
- Forstå mottakere som som publikum, kunder, aktører og distributører i medie- og kommunikasjonskjedene.
- Kjenne til og kunne reflektere over mulige kommunikasjonsstrategier i mediesamfunnet: styrker, svakheter, muligheter og trusler i det digitale nettverkssamfunn og i massemedier.
- Kjenne til sosialpsykologiske, sosiologiske og antropologiske føringer over kvalitative og kvantitative medievalg.
- tilegne seg innsikt i sosiale medier og kunne bidra på en blogg eller en konto på et sosialt nettsted.

Ferdighetsmål

- Etter kurset skal studentene kunne bidra med råd i mediespørsmål for organisasjoner i de sivile og offentlige samfunn.
- Kunne analysere logikken i medienæringskjeden og medieentreprenørskap og kunne vurdere økonomiske og distribusjonsmessige utfordringer for medieorganisasjoner (for eksempel pressestøtte og allmennkringkasting).
- Kunne navigere i og kunne bruke bakgrunnsmateriale fra tilgjengelige databaser, som TNS Gallup, ssb.no, offentlighet.no og tilsvarende internasjonale baser i forhold til publikums medievalg.
- Kunne foreta en analytisk og etisk vurdering av medietekster og publiseringer.

Holdningsmål

Studentene skal etter kurset kunne reflektere kritisk over medieinstitusjonenes og massekommunikasjonens totale betydning i de sivile og offentlige sektorene på lokalt, regionalt, nasjonalt og globalt nivå.

Forkunnskaper

Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur**Bøker:**

Albertazzi, Daniele & Paul Cobley. 2010. The media : an introduction. 3rd ed. Pearson

Education. kapittel 22

Bang, Tor. 2006. Makt og spinn i mediene. Abstrakt forlagt

Levinson, Paul. 2009. New new media. Allyn & Bacon. kapittel 3 og 7

Rooke, Richard. 2009. European media in the digital age : analysis and approaches.

Longman. Kapittel 4 og 5

Seib, Philip & Kathy Fitzpatrick. 1995. Public relations ethics. Harcourt Brace College Publishers. kapittel 2

Artikler:

Brønn, Peggy Simcic & Carl Brønn. 2003. A reflective stakeholder approach : co- orientation as a basis for communication and learning. Journal of Communication Management. 7 (4). 291-303

Krumsvik, Arne og Ragnhild K. Olsen. Entreprenørskap i mediene. Ubublisert bokkapittel. Handelshøyskolen BI

Solvoll, Mona. Medieøkonomi. Upublisert bokkapittel. Handelshøyskolen BI

Solvoll, Mona. Sosiale medier. Upublisert bokkapittel. Handelshøyskolen BI

Anbefalt litteratur

Bøker:

Kjeldsen, Jens E. 2006. Retorikk i vår tid : en innføring i moderne retorisk teori. 2. utg.

Spartacus. 396

Vivian, John. 2011. The media of mass communication. 10th ed. Pearson/Allyn & Bacon. 1-24, 77-104, 151-316, 373-457. For studenter som ikke behersker norsk

Waldahl, Ragnar. 2007. Opinion og demokrati. Universitetsforlaget. 256

Emneoversikt

- Lineær og sirkulær kommunikasjon.
- Kooriteringskommunikasjon.
- Samfunnspolitiske og humanistiske forutsetninger for medier
- Ytringsfrihet
- Trykte medier
- Dynamiske medier
- Massemedier og sosiale medier, konvergens av medietyper.
- Medieøkonomi.
- Kvalitative, kvantitative og økonomiske publikumsundersøkelser
- Entreprenørskap i mediesektoren
- Sosialpsykologiske, antropologiske og sosiologiske perspektiver på mediene og medienes publikum.
- Globale medieorganisasjoner.
- Kunnskapsspredning og kunnskapskløfter
- Mediebransjens etiske utfordringer og praksis.

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres som over 36 timer, fordelt på klasseromsundervisning og veiledning.

Under gjennomføringen av kurset vil det bli gitt felles metodologisk veiledning i oppgaveskriving, kildesøk og referanseteknikk. Studentene skal levere et paper med obligatorisk tema i form av en prosjektoppgave.

Anbefalt tidsbruk for studentene:

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i forelesning	36
Foreberedelse til forelesningene	37
Oppgaveløsning og gruppearbeid	70
Kollokvier og medstudentveiledning	26
Selvstudium / lese litteratur / eksamensforberedelser	31
Anbefalt tidsbruk totalt	200

BI Nettstudier

Nettlærer vil benytte It's learning for å publisere fagstoff, oppgaver og digitale læringsressurser, og studentene gis mulighet til å kommunisere med nettlærer og medstudenter. Det gjennomføres intensivundervisning på 2 samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Nettstudentene tilbys også en studieguide. Studieguiden skal være supplement til pensumlitteraturen ved å bidra med leseplaner, relevante arbeidsoppgaver, referanser og kommentarer til kursets pensum.

Anbefalt tidsforbruk BI Nettstudier:

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i forelesning	8

Foreberedelse til forelesningene	10
Arbeid med studieguide, innsendingsoppgaver, aktiviteter på It'slearning	45
Oppgaveløsning og gruppearbeid	70
Kollokvier og medstudentveiledning	27
Selvstudium / lese litteratur / eksamensforberedelser	40
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

36 timer forelesninger i plenum

9 timer veiledning av prosjektoppgaven

45 timer totalt

Eksamen

Studentene skal levere et skriftlig hjemmearbeide og avlegge en kontrolleksamen.

1) En prosjektoppgave som offentliggjøres cirka fire uker etter kursstart. Studentene skal dokumentere progresjon i oppgaven i klassesamlingene utover i semesteret. Prosjektoppgaven kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre (3) studenter. Prosjektoppgaven teller 100% av karakteren i kurset.

2) Alle må avlegge en individuell kontrolleksamen på en (1) time. Temaene i kontrolleksamen har utgangspunkt i teori- og begrepsforståelse. Kontrolleksamen bedømmes til bestått/ikke bestått. Bestått kontrolleksamen er en forutsetning for å få karakter i kurset.

Eksamenskode(r)

PRK 35201 Prosjektoppgave, teller 100 % av karakteren i PRK 3520, 7,5 studiepoeng.

PRK 35202 Kontrolleksamen, vurderes til bestått / ikke bestått.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler til prosjektoppgaven.

Ingen hjelpemidler til kontrolleksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjon i prosjektoppgaven (PRK 35201) gjennomføres ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Kontinuasjon i kontrolleksamen (PRK 35202) gjennomføres hvert semester.

Kontinuasjon i en av eksamenene kan gjøres separat.

Tilleggsinformasjon