



ELE 3755 Mediesosiologi og medieøkonomi

Studium

Valgkurs

Kursansvarlig

Tor Bang

Institutt

Institutt for kommunikasjon og kultur

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.

OBS!

Dette kurset har en del overlappende emner med valgkurset ELE 3718 Media Economics (7,5 studiepoeng). Man vil derfor ikke kunne få uttelling for mer enn ett (1) kurs i en Bachelorgrad.

Læringsmål

Kunnskapsmål

- Etter kurset skal studentene 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 samfunnsarenaer
- Kjenne til medieinstitusjoner og mediemarkeder på lokale, regionale, nasjonale og globale nivåer.
- Forstå mottakere som publikum, kunder, aktører og distributører i medie- og kommunikasjonskjedene.
- 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 mediaenæringskjeden 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:

Bang, Tor og Mona K. Solvoll (red). 2014. Medieøkonomi : konflikt og samspill. Cappelen Damm Akademisk.
Med kapitler av Jens Barland, Johann Roppen og Arne Krumsvik
Schwebs, Ture og Helge Østbye. 2013. Media i samfunnet. 6. utg. Samlaget

Anbefalt litteratur

Bøker:

Enjolras, Bernard ... [et al.]. 2013. Liker - liker ikke : sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet. Cappelen Damm akademisk. 229 sider
Vivian, John. 2013. The media of mass communication. 11th ed. Pearson. 1-24, 77-104, 151-316, 373-457. For studenter som ikke behersker norsk
Waldahl, Ragnar. 2007. Opinion og demokrati. Universitetsforlaget. 256

Emneoversikt

- Samfunnspolitiske og humanistiske forutsetninger for medier
- Ytringsfrihet
- Trykte medier
- Dynamiske medier
- Massemedier og sosiale medier, konvergens av medietyper.
- Medieøkonomi.
- Kvalitative, kvantitative og økonomiske publikumsundersøkelser
- 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 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
Forberedelse til forelesningene	37
Oppgaveløsning og gruppearbeid	70
Kollokvier og medstudentveiledning	26
Selvstudium / lese litteratur / eksamensforberedelser	31
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

36 timer forelesninger i plenum
9 timer veiledning
45 timer totalt

Eksamen

Studentene skal levere en hjemmeksamen over 72-timer og avlegge en kontrolleksamen.

1) En 72-timers hjemmeksamen som kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre (3) studenter. Hjemmeksamen teller 100 % av karakteren i kurset.

2) Kontrolleksamen på en (1) time. Kontrolleksamen bedømmes til bestått / ikke bestått. Bestått kontrolleksamen er en forutsetning for å få karakter i kurset.

Temaene i kontrolleksamen har utgangspunkt i teori- og begrepsforståelse.

Eksamenskoder(r)

ELE 37551 Hjemmeksamen, teller 100 % av karakteren i ELE 3755 Mediesosiologi og medieøkonomi 7,5 studiepoeng.

ELE 37552 Kontrolleksamen, vurderes til bestått / ikke bestått.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler til hjemmeksamen
Ingen hjelpemidler til kontrolleksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen tilbys ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Tilleggsinformasjon

Dette kurset har en del overlappende emner med valgkurset ELE 3718 Media Economics (7,5 studiepoeng). Man vil derfor

ikke kunne få uttelling for mer enn ett (1) kurs i en Bachelorgrad.