



EMNEBESKRIVELSE

MEM2100 Medier og mediepåvirkning¹

Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i PR og samfunns­påvirkning
2. Semester	2. studieår/3. semester
3. Studiepoeng	7.5
4. Emneansvarlig	Førstelektor Øystein Pedersen Dahlen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Studentene vil få forståelse for det norske medielandskapet, hvordan mediene fungerer, hvilke rolle de har i samfunnet hvordan journalister jobber og hvorfor journalister og redaktører prioriterer som de gjør. De vil få kunnskap om forholdet mellom organisasjoner og medier, hvor begrepet dagsorden er sentralt.</p> <p>Ferdigheter Studentene vil lære seg å skrive pressemeldinger og hvordan de skal gå frem for å kontakte journalister på vegne av en organisasjon. De vil få kunnskap om hvordan man kan være med på å sette dagsorden for saker som er viktig for en organisasjon og se sammenhengen mellom offentlig debatt og mediens påvirkning.</p> <p>Generell kompetanse Studentene vil lære om hvordan man best kan bruke massemedier innenfor strategisk kommunikasjon. De vil få en forståelse for hvordan mediene og medielandskapet fungerer.</p>
7. Innhold	<p>Dette emnet handler om forholdet mellom virksomheten og media, og om hvordan å nå fram til journalister og ut til deres publikum ved hjelp av proaktiv og reaktiv håndtering. Medie­påvirkning som et virkemiddel sammen med tradisjonell markedsføring dekkes som en del av dette. Fenomenet medielobbyisme, der media brukes systematisk som en del av politisk påvirkning, behandles også.</p> <p>Videre tar faget opp hvilke etiske regler journalister og kommunikasjonsrådgivere opererer under, herunder Vær varsom-plakaten, Redaktørplakaten og Pressens faglige utvalg (PFU). Skrivning av pressemeldinger, kronikker og debattinnlegg, budskapsutvikling og intervju­trening inngår i den praktiske delen av faget.</p>

¹ 22.10.14: Korrigert navn (feil: MEM2100 Medier og mediehåndtering)

8. Gjennomføring	Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen, fortrinnsvis som grupper. Det beregnes en betydelig egeninnsats.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Det vil bli trukket inn reelle case fra organisasjons- og næringsliv i forelesningene.
10. Vurdering	Hjemmeeksamen/prosjekt over ca. 8 uker som løses i gruppe på 2-3 studenter. Den teller 40 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt. Skriftlig individuell tre timers avsluttende eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur ²	<p>Cappelen, Anders. 2012. <i>Bruk Pressen 3.0. Komplett guide i presserelatert PR</i>. Side 77 – 285, 385 – 450. 3. utg. Oslo: PR-forlaget. ISBN: 9788293234005. 275 sider. Pris: 695,-</p> <p>Gripsrud, Jostein. 2011. <i>Mediekultur, mediesamfunn</i>. Side 13 – 106. 4. utg. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 9788215017921 153 sider. Pris: 429,-</p> <p>Kompendium for emnet MEM Medier og mediepåvirkning selges på Norli Kirkegata og inneholder:</p> <p>Bastiansen, Henrik. 2012. «Massekommunikasjon på norsk». I Kristin Skare Orgeret (red.): <i>Norske medier – journalistikk, politikk og kultur</i>. Oslo: Cappelen Damm Høyskoleforlaget. 17 – 54. 38 sider</p> <p>Bjerke, Paul, Turid Øvrebø og Svein Brurås. 2012. «Nyheter og nyhetsproduksjon». I <i>Nyhetsvurderinger. På innsiden i fem redaksjoner</i>. Kristiansand: IJ-forlaget. 16 – 33. 18 s.</p> <p>Bonvik, Øystein. 2010. <i>Virkomhetens stemme. Digital, trykket eller fremført – tekst som informerer og inspirerer</i>. Oslo: Gyldendal Akademisk. 75-127, 412-414. 56 sider</p> <p>Brurås, Svein. 2010. «Formuleringer av samfunnsoppdraget». I Johann Roppen og Sigurd Allern (red.): <i>Journalistikkens samfunnsoppdrag</i>. Kristiansand: IJ-forlaget. 49 – 67. 19 sider</p> <p>Ihlen, Øyvind. 2009. «On Bourdieu: Public Relations in Field Struggles». I Øyvind Ihlen, Betteke van Ruler og Magnus Fredriksson (red.): <i>Public Relations and Social Theory. Key Figures and Concepts</i>. 62 – 82. London: Routledge. 21 sider</p>

² Med forbehold om prisendringer.

	<p>Aakvaag, Gunnar C. 2010. <i>Moderne sosiologisk teori</i>. Oslo. Abstrakt forlag. Oslo: Abstrakt forlag. Side 148 – 166. 19 sider</p> <p><i>577 sider</i></p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Bjerke, Paul. 2010. «Samfunnoppdraget – fra forpliktelse til rettighet». I Johann Roppen og Sigurd Allern (red.): <i>Journalistikkens samfunnsoppdrag</i>. Kristiansand: IJ-forlaget. 68 – 91. 24 sider</p> <p>Harr, Erik. 2006. <i>Medielobbyisme</i>. København: Børsens Forlag.</p> <p>Rasmussen, Terje. 2003. <i>Luhmann. Kommunikasjon, medier, samfunn</i>. Bergen: Fagbokforlaget.</p>