



Markedshøyskolen

EMNEBESKRIVELSE
MKS1100 Media, kultur og samfunn
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Markedsføring
2. Semester	2.semester/1.studieår
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Høgskolelektor Øystein Pedersen Dahlen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskaper</p> <p>Studenten skal etter endt emne ha grunnleggende kunnskaper om forholdet mellom moderne kapitalistiske samfunn og mediene som sentra for kulturproduksjon og -distribusjon. Kunnskapene strekker seg over et bredt felt, men baserer seg på kultur- og samfunnsvitenskapelige tilnærminger.</p> <p>Ferdigheter</p> <p>Studenten vil etter endt emne være i stand til å benytte de mest sentrale kultur- og samfunnsvitenskapelige teoriene som utgangspunkt for analyser av medie-, kultur-, samfunns- og næringsliv. Studenten vil også kunne være i stand til kritisk å reflektere over kunnskap som ofte tas for gitt i den offentlige debatten om mediene.</p> <p>Generell kompetanse</p> <p>Etter endt studium skal studenten være i stand til å reflektere selvstendig over hvilke økonomiske, sosiale og kulturelle krefter det er som har gjort at det samtidige norske mediesamfunnet ser ut som det gjør, samt hvilke krefter det er som arbeider for at det skal opprettholdes slik det ser ut i dag.</p>
7. 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</p>

	<p>massemediene i en kulturell og sosialhistorisk kontekst. Det vil si at vi skal se på hva mediene (kino, tv, aviser, internett) har betydning for utviklingen av samtidige moderne samfunn.</p> <p>2) ”Symbolske former: mediene og kulturens meningsinnhold”.</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, kultur og samfunn”:</p> <p>I denne delen skal studentene presenteres for de mest sentrale teoretikerne og teoriene som preger det nasjonale og internasjonale fagfeltet i media, kultur og samfunn, men med et fokus på den britiske kulturstudietradisjonen.</p>
8. Gjennomføring	<p>Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen, fortrinnsvis som grupper.</p> <p>Det beregnes en betydelig egeninnsats.</p>
9. Vurdering	<p>Deleksamen teller 40 % av karakteren i emnet, og løses som en hjemmeeksamen i grupper på inntil tre studenter. Studentene har ca 8 uker på dette arbeidet.</p> <p>Slutteksamen er en tre timers individuell eksamen som teller 60 % av karakteren i emnet.</p>
10. Pensumlitteratur	<p>Gripsrud, Jostein. 2011. <i>Mediekultur, mediesamfunn</i>. 3.utg. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 9788215017921. Sider: 357. Pris: 419,-</p> <p>Storey, John. 2009. <i>Cultural theory and popular culture: An introduction</i>. 5. utg. Harlow: Pearson. ISBN: 9781405874090. Sider: 170. Pris: 429,-</p>
11. Anbefalt litteratur	<p>Thompson, John B. 1995. <i>The media and modernity: A social theory of the media</i>. California: Stanford University Press. ISBN: 0804726795.</p>