

Pensumliste

Emnekode: MEV122

Emnenamn: Medievitskap 2 –Kva medieutviklinga tyder

Semester: Vår

Årstal: 2019

Samla sidetal:

Sist oppdatert: 22.10.2018

Pensum:

Bardoel, J. (1999). "Beyond Journalism". *News: A Reader*. H. Tumber. Oxford, Oxford University Press. s.379-391. (12 sider)

Barland, J. (2013) "Innovation of New Revenue Streams in Digital Media - Journalism as Customer Relationship" i *Nordicom Review 34 Special Issue*. s. 99-112 (14 sider)

Bourdieu, P. (1998). *Om fjernsynet*. Oslo. Gyldendal. (120 sider) (Bok)

Durham Peters, J. (2003). "The Subtlety of Horkheimer and Adorno: Reading «The Culture Industry»". *Canonic Texts in Media Research: Are there any? Should there be? How about these?* E. Katz, J. Durham Peters, T. Liebes and A. Orloff. Cambridge, Polity. s.58-73. (15 sider)

Eide, E. og B. von der Lippe (2006): "Å lese medier med kjønnsbriller". *Medier, politikk og samfunn*. B. von der Lippe (red) Oslo. Cappelen. s. 263-295. (32 sider)

Eide, M. (2011). *Hva er journalistikk*. Oslo, Universitetsforlaget. (145 sider) (Bok)

Entman, R. M., J. Mathes, et al. (2009). Nature, Sources, and Effects of News Framing. *The Handbook of Journalism Studies*. International Communication Association (ICA) handbook series. T. Hanitzsch, K. Wahl-Jorgensen and International Communication Association. New York, Routledge. 175- 190. (15 sider)

Gripsrud, J. (2011). "Identitet: Mediene og vår selvforståelse". *Mediekultur, mediesamfunn*. J. Gripsrud. Oslo, Universitetsforlaget. s. 15-45. (30 sider) (Bok)

Gripsrud, J. (2011). "Forskjeller: Sosiale skiller, livstil og smak". *Mediekultur, mediesamfunn*. J. Gripsrud. Oslo, Universitetsforlaget. s. 74-112. (38 sider)(Bok)

Gurevitch, M. and P. Scannell (2003). "Canonization Achieved? Stuart Hall's "Encoding/Decoding". *Canonic Texts in Media Research: Are there any? Should there be? How about these?* E. Katz. Cambridge, Polity. s. 231-247. (16 sider)

Habermas, Jürgen (2005) *Borgerlig offentlighet – dens fremvekst og forfall*. Oslo, Gyldendal. (Kap. 1 og 2) s 3 -76. (74 sider)

Hagen, I. (1998). *Medias publikum: Frå mottakar til brukar?* Oslo, Ad notam Gyldendal. (200 sider) (Bok)

Hallahan, K. (1999). "Seven Models of Framing: Implications for Public Relations." *Journal of Public Relations Research* (11). 205-242. (37 sider)

Halvorsen, Lars Julius og Bjerke, Paul (2019) *All Seats Taken?* Oslo, Nordicom.(15 sider)

Ihlen, Ø. & Robstad, P. (2004). *Informasjon & samfunnskontakt: Perspektiver og praksis*. Bergen: Fagbokforlaget. s. 167 -192. (24 sider)

Mathiesen, T. (2010): *Makt og medier: En innføring i mediesosiologi*. Oslo, Pax. 5 utg. s.15-278. (263 sider) (Bok)

McCombs, M. E. and D. L. Shaw (1972). "The Agenda-setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36. s. 176-87. (11 sider)

Pariser, Eli (2012) *The Filter Bubble – What the Internet is Hiding from You*. Penguin Books. S. 1 – 20 (20 sider)

Shah, D. V., D. M. McLeod, et al. (2009). Framing and Agenda Setting. *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*. R. L. Nabi and M. B. Oliver. Los Angeles; London, New Dehli; Singapore; Washington D.C., SAGE. 83-98. (15 sider)

Van Gorp, B (2014) «Culture and Protest in Media Frames» i *Media and Revolt – Strategies and Performances from the 1960s to the Present*. New York – Oxford. Berghahn. s 75 – 90. (16 sider)

Øvrebø, T. (2005): Kap 2, s.13-37, kap 5, s.109-132. *Nyhetsproduksjon, kjønn og makt*. Kristiansand: IJforlaget. (47 sider)

Desse er i kompendium på Canvas:

Bardoel, J. (1999). "Beyond Journalism". *News: A Reader*. H. Tumber. Oxford, Oxford University Press. s.379-391. (12 sider)

Barland, Jens (2013) "Innovation of New Revenue Streams in Digital Media - Journalism as Customer Relationship" i *Nordicom Review 34 Special Issue*. s. 99-112 (14 sider)

Durham Peters, J. (2003). "The Subtlety of Horkheimer and Adorno: Reading «The Culture Industry»". *Canonic Texts in Media Research: Are there any? Should there be? How about these?* E. Katz, J. Durham Peters, T. Liebes and A. Orloff. Cambridge, Polity. s.58-73. (15 sider)

Entman, R. M., J. Mathes, et al. (2009). Nature, Sources, and Effects of News Framing. *The Handbook of Journalism Studies*. International Communication Association (ICA) handbook series. T. Hanitzsch, K. Wahl-Jorgensen and International Communication Association. New York, Routledge. 175- 190. (15 sider)

Gurevitch, M. and P. Scannell (2003). "Canonization Achieved? Stuart Hall's "Encoding/Decoding". *Canonic Texts in Media Research: Are there any? Should there be? How about these?* E. Katz. Cambridge, Polity. s. 231-247. (16 sider)

Habermas, Jürgen (2005) *Borgerlig offentlighet – dens fremvekst og forfall*. Oslo, Gyldendal. . (Kap. 1 og 2) s 3 -76. (74 sider)

Hallahan, K. (1999). "Seven Models of Framing: Implications for Public Relations." *Journal of Public Relations Research*(11). 205-242. (37 sider)

Halvorsen, Lars Julius og Bjerke, Paul (upublisert manus) *All Seats Taken?* (15 sider)

Ihlen, Ø. & Robstad, P. (2004). *Informasjon & samfunnskontakt: Perspektiver og praksis*. Bergen: Fagbokforlaget. s. 167 -192. (24 sider)

McCombs, M. E. and D. L. Shaw (1972). "The Agenda-setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36. s. 176-87. (11 sider)

Pariser, Eli (2012) *The Filter Bubble – What the Internet is Hiding from You*. Penguin Books. S. 1 – 20 (20 sider)

Shah, D. V., D. M. McLeod, et al. (2009). Framing and Agenda Setting. The SAGE Handbook of Media Processes and Effects. R. L. Nabi and M. B. Oliver. Los Angeles; London, New Dehli; Singapore; Washington D.C., SAGE. S. 83 - 98. (15 sider)

Van Gorp, B (2014) «Culture and Protest in Media Frames» i *Media and Revolt – Strategies and Performances from the 1960s to the Present*. New York – Oxford. Berghahn. s. 75 – 90. (16 sider)

Øvrebø, T. (2005): Kap 2, s.13-37, kap 5, s.109-132 . *Nyhetsproduksjon, kjønn og makt*. Kristiansand: IJ-forlaget. (47 sider)

Tilrådd litteratur om oppgaveskriving:

Dyste, Olga, Frøydis Hertzberg og Torlaug Løkkensgård Hoel (2003): *Skrive for å lære. Skrivning i høyere utdanning*. Oslo: Abstrakt forlag.