

MEVI 102 Mediepublikum

Pensum vår 2017

Ca. 1070 sider

Metode (bøker)

Gentikow, Barbara (2005) <i>Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode</i> . Kristiansand: IJ-forlaget.	Kap 1 og 3-6	170
Østbye, Helge et al. (2013) <i>Metodebok for mediefag 4</i> . Utgave. Bergen: Fagbokforlaget.	Kap 4, 5, 6, 8 og 9.	144

Teori og forskningshistorie (bøker)

Brooker, Will & Jermyn, Deborah (2003) (red.) <i>The Audience Studies Reader</i> . London: Routledge. *	Se note under*	90
Gentikow, Barbara (2009) (red.) <i>Mediebruk. Medievitenskap bind 3</i> . 2. utgave. Bergen: Fagbokforlaget.	Hele boken	170
Hagen, Ingunn (1998) <i>Medias publikum</i> . Oslo: Gyldendal.	Kap 1-6	120
Aalen, Ida (2015) <i>Sosiale medier</i> . Bergen: Fagbokforlaget.	Hele boken	230

Teori og forskningshistorie (ORIA/ Litteraturkiosken)

Hall, Stuart (1980) "Encoding and Decoding in Television Discourse" i Hall et al. <i>Culture, Media, Language</i> . London: Hutchinson.	10
Morley, David (1992): "The gendered framework of family viewing" og "From Family Television to a sociology of media consumption", kap 6-7 (s. 138-169) i <i>Television, Audiences and Cultural Studies</i> . London: Routledge.	31
Radway, Janice (1984): "The Act of Reading the Romance: Escape and Instruction", kap 3(s. 86-118) i <i>Reading the Romance</i> . Chapel Hill: University of North Carolina. **	32
Scheufele, D.A. & Tewksbury, D. (2007) "Framing, Agenda Setting and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models". <i>Journal of Communication</i> . 57: 9-20. TILGJENGELIG I ORIA.	11
Waldahl, Ragnar (2000): "Medier og påvirkning" i Berit von der Lippe og Odd Nordhaug (red.) <i>Medier, påvirkning og samfunn</i> . Oslo: Cappelen.	25
Williams, D. (2005) "Bridging the methodological divide in game research", <i>Simulation and Gaming</i> . 36(4): 447-463. TILGJENGELIG I ORIA.	16
Ytre-Arne, Brita (2011): "Et eget rom? Lesernes erfaringer med kvinneblader", <i>Sosiologisk tidsskrift</i> . 19(3): 237-258. TILGJENGELIG I ORIA.	21

* For *Audience Studies Reader* er følgende pensum: Introduksjon, Del 1 Intro og kap 1-2, Del 2 Intro og kap 5 og 7, Del 3 Intro og kap 9-11, Del 4 Intro og kap 13-15.

**Et svært kort utdrag av denne teksten inngår i *Audience Studies Reader*, men studenter gjøres oppmerksom på at kapittelet som helhet er pensum.