



Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap
Medie- och kommunikationsvetenskap

Kursplan

Specialiseringskurs 2: Geomedia, opinionsbildning och offentlighet

Kurskod:	MKA102
Kursens benämning:	Specialiseringskurs 2: Geomedia, opinionsbildning och offentlighet <i>Specialisation 2: Geomedia, public opinion, and the public sphere</i>
Högskolepoäng:	7.5
Utbildningsnivå:	Avancerad nivå
Successiv fördjupning:	Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav (A1N)

Huvudområde:
KGA (Kulturgeografi)
MKA (Medie- och kommunikationsvetenskap)

Beslut om fastställande

Kursplanen är fastställd av Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap 2019-02-22 och gäller från höstterminen 2019 vid Karlstads universitet.

Behörighetskrav

90 hp kulturgeografi eller medie- och kommunikationsvetenskap varav minst 30 hp på G2F-nivå eller motsvarande inkl. Examensarbete/ uppsats på fördjupningsnivå om minst 15 hp eller motsvarande, ska ingå. Engelska B/6.

Lärandemål

Efter avslutad kurs skall studenten kunna

- beskriva opinionsbildningens grundläggande mekanismer,
- redogöra för metoder och metodproblem vid studier av opinion och offentliga rum,
- beskriva relationen mellan opinionsbildning, offentlighet och offentliga rum,
- jämföra teorier om opinionsbildning, offentlighet och offentliga rum, samt tillämpa dessa teorier vid analys av relationen mellan dessa tre fenomen,
- utifrån relevanta teorier analysera opinionsbildning och offentlighet i digitala rum,
- utifrån relevanta teorier analysera mobilitet och mobila medier i relation till opinionsbildning och offentlighet,
- studera, dokumentera och analysera opinionsbildande verksamhet i offentlig miljö och dess resultat.

Innehåll

Kursen presenterar perspektiv på, och teorier om, opinionsbildning och offentlighet samt dessa fenomen relation till rumslighet och offentliga rum. Opinionsbildningens mekanismer beskrivs också, liksom förutsättningarna för olika typer av opinionsbildande verksamhet. Begreppen "opinionsbildning" och "opinionsbildande verksamhet" definieras brett inom ramen för kursen och inkluderar exempelvis PR, lobbying, reklam, propaganda, och journalistik, men också populärkulturella texter (till exempel filmer eller fotografiska medier). Digitala arenor och rum för opinionsbildning beskrivs också, liksom mobilitetens och mobila mediers roll i opinionsbildning och offentlighet. Kursen introducerar även de beröringspunkter som finns mellan opinionsbildning, opinionspåverkan och marknadsföring i relation till exempelvis platsmarknadsföring. Metoder och metodproblem vid studier av offentlig opinion och offentliga rum berörs också. Kursen ger studenten verktyg att förstå och analysera relationen mellan opinionsbildning, offentlighet och offentliga rum och att självständigt dokumentera opinionsbildande verksamheter i relation till offentliga rum samt att analysera utfallet av sådana verksamheter utifrån kursens teoretiska ramverk.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Se separat dokument.

Examination

Kursens mål examineras dels genom en skriftlig gruppuppgift, dels genom en individuell skriftlig hemtentamen.

Betyg

Kursen bedöms enligt betygsskalan Väl godkänd (VG), Godkänd (G) eller Underkänd (U).

Kvalitetsuppföljning

Under och efter kursen sker en uppföljning av måluppfyllelse och förutsättningar för lärande i kursen. Dess främsta syfte är att bidra till förbättringar. Studenternas erfarenheter och synpunkter är ett av underlagen för granskningen, och inhämtas i enlighet med gällande regelverk. Studenterna informeras om resultaten och eventuella beslut om åtgärder.

Kursbevis

Kursbevis utfärdas på begäran.

Övrigt

Gällande regler för utbildning på grundnivå och avancerad nivå vid Karlstads universitet reglerar studenters och anställdas skyldigheter och rättigheter.