

KATALOG

Profesjon

Journalistikk og media



FAGBOKFORLAGET

Sosiale medier, e-bok

Ida Aalen, Magnus Hoem Iversen



ISBN : 9788245038422
Pris : 439,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2021
Utgave : 2
Sider : 256

Blir vi avhengige og deprimerede av sosiale medier? Er de en trussel mot demokratiet? Hvilken makt har selskapene bak, og bør vi frykte dem? I denne boka får du svarene.

Forrige utgave kom i 2015. Før Trump og Brexit. Før trollfabrikker, QAnon og TikTok. Før Covid-19 ga teknologiselskapene enda mer makt. Sosiale medier er for viktig til å overlates til synsing.

Gjennom ti år har Ida Aalen og Magnus Hoem Iversen fulgt forskningen på feltet. Nå har de igjen saumfart det som finnes av studier, for å gi deg oppdaterte og solide svar på de viktigste spørsmålene om sosiale medier.

Forordet er skrevet av Grete Brochmann.

Ida Aalen (f. 1985) er utdannet medieviter fra NTNU. Hun har utmerket seg som samfunnsdebattant og skribent i blant annet Dagens Næringsliv og Morgenbladet. Til daglig jobber hun i teknologiselskapet Confrere hvor hun er medgründer og produksjef.

Magnus Hoem Iversen (f. 1985) er utdannet medieviter med doktorgrad fra Universitetet i Bergen, og han har forsket på politisk retorikk i sosiale medier. Han er en aktiv skribent og samfunnsdebattant, og er nå politisk rådgiver for byrådslederen i Bergen.

Sosiale medier

Ida Aalen, Magnus Hoem Iversen



ISBN	: 9788245035254
Pris	: 499,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 2
Sider	: 256
Vekt	: 475

Blir vi avhengige og deprimerte av sosiale medier? Er de en trussel mot demokratiet? Hvilken makt har selskapene bak, og bør vi frykte dem? I denne boka får du svarene.

Forrige utgave kom i 2015. Før Trump og Brexit. Før trollfabrikker, QAnon og TikTok. Før Covid-19 ga teknologiselskapene enda mer makt. Sosiale medier er for viktig til å overlates til synsing.

Gjennom ti år har Ida Aalen og Magnus Hoem Iversen fulgt forskningen på feltet. Nå har de igjen saumfart det som finnes av studier, for å gi deg oppdaterte og solide svar på de viktigste spørsmålene om sosiale medier.

Forordet er skrevet av Grete Brochmann.

Ida Aalen (f. 1985) er utdannet medieviter fra NTNU. Hun har utmerket seg som samfunnsdebattant og skribent i blant annet Dagens Næringsliv og Morgenbladet. Til daglig jobber hun i teknologiselskapet Confrere hvor hun er medgründer og produksjef.

Magnus Hoem Iversen (f. 1985) er utdannet medieviter med doktorgrad fra Universitetet i Bergen, og han har forsket på politisk retorikk i sosiale medier. Han er en aktiv skribent og samfunnsdebattant, og er nå politisk rådgiver for byrådslederen i Bergen.

Digitalisering

Samfunnsendring, brukerperspektiv og kritisk tenkning



Kristine Ask, Roger Andre Søraa

(Illustratør) Nienke Bruijning, (Illustratør) Nienke Bruijning

ISBN	: 9788245023077
Pris	: 659,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2021
Utgave	: 1
Sider	: 268
Vekt	: 533

Digitaliseringsprosesser foregår på de fleste arenaer og påvirker oss alle. Det gjør at hverdagen kan føles som en digital jungel der både mulighetene og konsekvensene av digitalisering er uklare og vanskelig å få grep om. Hvordan skal du navigere i denne jungelen av teknologier, visjoner, ulike brukerpraksiser og nye fenomener?

Denne boken utforsker hvordan digitalisering påvirker våre liv i temaer som helse, arbeid, kontroll, identitet og kultur. Formålet er å utvikle og styrke leserens evne til å tenke kritisk rundt utviklingen. Hva er det som endrer seg gjennom digitalisering? Hva forblir likt? Hvilke utfordringer løser vi, og hvilke nye problemer oppstår?

Boken er skrevet som en innføringsbok for studenter på bachelornivå, men er like aktuell for deg som er opptatt av hvordan digitaliseringen av samfunnet påvirker egen hverdag. Den presenterer potente teoretiske perspektiver for å forstå digitaliseringsprosesser som samfunnsendring. Boken inneholder interessante referanser til popkultur og science fiction, og den er lettlest og praktisk rettet. Den inneholder også øvelser med utprøving av teknologier og eksperimenter i hverdagen.

Kristine Ask er førsteamanuensis og jobber med brukerperspektiv i både internett- og spillstudier, og hun har en brennende interesse for studenter læringsprosesser.

Roger A. Søraa er forsker med fokus på samspillet mellom teknologi, utviklere og brukere, og han er spesielt opptatt av helse- og arbeidsteknologi.

Begge jobber ved Institutt for tverrfaglige kulturstudier ved NTNU, der de tok sine doktorgrader i studier av teknologi og samfunn.

Etikk for journalister, 6. utgave

Svein Brurås



ISBN	: 9788245034325
Pris	: 539,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2020
Utgave	: 6
Vekt	: 1038

Hva er god presseskikk? Dette er et hovedspørsmål i *Etikk for journalister*. Boka er en innføring i det yrkesetiske regelverket som profesjonelle journalister er forpliktet på, og som de redaktørstyrte mediene legger til grunn for sitt arbeid. Forfatteren drøfter etiske utfordringer og dilemmaer som journalister møter i sitt daglige arbeid, og peker på hva Pressens Faglige Utvalg har uttalt om de ulike temaene. Blant temaene som behandles er journalisters integritet, sannhetskravet, samfunnsrollen, forholdet til kildene, personvernet i journalistikken, og mye mer.

Etikk for journalister har i mange år vært pensum ved journalistutdanningene i Norge. I denne 6. reviderte utgaven går vi dypere inn i etiske spørsmål knyttet til moderne nettjournalistikk, som for eksempel kravet om rask og umiddelbar publisering, brukermedvirkning og delingskultur, bruk av sosiale medier i journalistikken, journalistikkens grenser mot innholdsmarkedsføring, og andre utfordringer i en skiftende mediesituasjon. Denne utgaven har også en rekke nye caser, og den er oppdatert på de siste endringer i det presseetiske regelverket.

Svein Brurås er professor ved journalistutdanningen, Høgskulen i Volda, og har tidligere arbeidet som journalist. **Brurås** er dr.philos. med en avhandling om kriminaljournalistikkens etikk. Han har utgitt en rekke bøker, forskningsrapporter og artikler. **Brurås** har sittet i SKUP-juryen og vært medlem av diverse utvalg som har arbeidet med medieetiske og mediepolitiske spørsmål.

Konstruktiv journalistikk

- kritisk og løysingsorientert

Vigdis Holmaas



ISBN	: 9788245024043
Pris	: 429,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2019
Utgave	: 1
Sider	: 178
Vekt	: 306

Kvar einaste dag skjer det positive og negative hendingar i verda, men nyheitsmedia rapporterer mest frå den negative sida. Over år har nyheitsformidlinga blitt ei historie om kriser, problem og skeivutvikling i samfunnet. Det er få nyheiter om positive utviklingstrekk, og det er sjeldan debatt om løysingar.

Skal journalistikken vera relevant, må nyheitene gi eit meir balansert og truverdig bilde av verda.

Konstruktiv journalistikk har som mål å retta opp det skeive nyheitsbildet og gi løysingar ein større plass.

Dette er ei praksisorientert bok som gjer greie for kva som kjenneteiknar konstruktiv journalistikk. Boka formidlar refleksjonar frå erfarne journalistar og leiarar i bransjen, og tar til orde for ei nødvendig utvikling av journalistikken. Ambisjonen er å fornya faget og medverka til ei meir vital samfunnsrolle.

Boka er skriven for studentar, journalistar og andre som jobbar i media, politikarar og alle samfunnsinteresserte.

Vigdis Holmaas er journalist og vaksjef i NRK, der ho har jobba sidan 1988, mellom anna som nyheitssjef. Ho har utdanning i medievitenskap frå Universitetet i Bergen og leiarutdanning frå NHH og Handelshøyskolen BI.

«Verden og fremtiden er ikke så mørk som journalister vil ha det til.»

Tomm Kristiansen, forfatter og utanriksjournalist i NRK

«Det er et fantastisk velferdssamfunn vi lever i, men det er oftest historiene om skavankene som blir fortalt. Det kan bidra til et helt feilaktig bilde.»

Tone Sofie Aglen, politisk kommentator i VG

«Nokre journalistar forvekslar «kritisk» og «negativ». Dei trur dei er kritiske, men eigentleg er dei negative. Det er ikkje truverdige journalistikk.»

Øyulf Hjertenes, sjefredaktør i Bergens Tidende

Krig og katastrofer i media

De unges møte med brutale nyheter

Soilikki Vettenranta



ISBN	: 9788245020779
Pris	: 429,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2017
Utgave	: 1
Vekt	: 268

Krigs- og katastrofenyheter dominerer ofte nyhetsbildet, og voldsbildene i mediene er blitt mer brutale. Barn og unge i vår tid er den første generasjonen som vokser opp med så sterke visuelle inntrykk og en så massiv informasjonstilgang døgnet rundt. Men det finnes lite medieforskning om hvordan barn og unge opplever katastrofenyheter. Vi trenger kunnskap om dette for å kunne sørge for at de får nødvendig undervisning og har et godt nok støtteapparat rundt seg. I denne boken forteller norske ungdommer om hvordan de opplever katastrofenyheter. Blant nyhetssakene som blir diskutert, er terrorangrepet i USA 11. september 2001, tsunamien i Sørøst-Asia julen 2004, terroren i Norge 22. juli 2011 og den pågående flyktningkrisen i Midtøsten og Europa.

Medieundervisning med utgangspunkt i barn og unges medieopplevelser kan bidra til at de blir mer bevisste, reflekterte og kompetente mediebrukere. Det vil gi bedre forutsetninger for mestring, og med mer kunnskap vil de være mer motstandsdyktige mot uønsket påvirkning.

Soilikki Vettenranta er professor i mediepedagogikk ved NTNU. Hun skrev sin doktorgrad om krise- og katastrofekommunikasjon i forbindelse med Tsjernobyl-ulykken i 1986. Hun er også utdannet fjernsynsjournalist.

Daniel Schofield er førsteamanuensis ved NTNU. Han har doktorgrad i mediepedagogikk, og han har arbeidet som lærer i medier og kommunikasjon i videregående skole. Hans bidrag i boken handler om hvordan ungdom takler katastrofenyheter gjennom sosiale medier.

Økonomijournalistikk



Paul Bjerke

(red.) Paul Bjerke, (red.) Birgitte Kjos Fonn, (red.) Espen Sørmo Strømme

ISBN : 9788245016239
Pris : 489,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2016
Utgave : 1
Sider : 200
Vekt : 648

Økonomijournalistikk er blitt et stadig viktigere journalistisk felt. Området er imidlertid underbelyst både i forskningen, journalistutdanningene og i redaksjonene. Ikke minst viste finanskrisen at det var behov for mer kunnskap om denne grenen av journalistikken. Bokens del I samler nyere norsk og internasjonal forskning om temaet for å bidra til en dypere forståelse av økonomijournalistikk som samfunnsfenomen. I tillegg trekker boken frem områder som fortjener og krever mer forskningsinnsats.

Del II presenterer grunnleggende fremgangsmåter for den som skal forstå og formidle økonomiske forhold. Boken henvender seg til forskere, lærere, studenter, praktiserende journalister og andre interesserte.

Paul Bjerke er professor i journalistikk ved Høgskulen i Volda. Han er PhD fra Universitetet i Oslo med en avhandling om presseetikk og profesjonsmoral. Bjerke var journalist, nyhetsredaktør og ansvarlig redaktør i Klassekampen i årene 1982-1997. Han har senere skrevet flere bøker, artikler og bokkapitler om journalistikk.

Birgitte Kjos Fonn er førsteamanuensis i journalistikk ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA) og dr.philos. i historie fra Universitetet i Oslo (UiO) på en avhandling om pressehistorie. Hun er fagkoordinator for HIOAs fagforfatterstudium og tidligere blant annet utenriksjournalist. Er cand. polit. i sosiologi fra UiO, og M.Sc. i The Politics of the World Economy fra LSE.

Espen Sørmo Strømme er høgskolelektor i journalistikk ved NLA Mediehøgskolen Gimlekollen i Kristiansand. Han har mastergrad i økonomijournalistikk fra Høgskolen i Bodø. Han har jobbet som journalist i sju år, blant annet i Fædrelandsvennen, Romsdals Budstikke, NRK Nordland og Adresseavisen.

Andreas Ytterstad er førsteamanuensis i journalistikk ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA). Han skrev doktorgrad om mediedekningen av norsk klimapolitikk, og er opptatt av klimaspørsmålet både som forsker og som nestleder i Concerned Scientists Norway.

Hvor går dokumentaren?



Henrik G. Bastiansen

(red.) Henrik G. Bastiansen, (red.) Pål Aam

ISBN	: 9788232103898
Pris	: 529,-
Forlag	: Akademika Forlag
Utgitt	: 2014
Utgave	: 1
Sider	: 244
Vekt	: 468

Dokumentarfilmen er i stadig utvikling både på kino og fjernsyn. Samtidig har den funnet nye former på nettet. Hva skjer egentlig med dokumentaren? I denne boka rettes blikket mot dokumentaren både på kino, i fjernsynet og på nettet. Artikkene i boka ser blant annet på disse spørsmålene:- Hva er egentlig personlig dokumentarfilm?- Hvordan blandes virkelighet og fiksjon i hybridformater, og hvilke problemer fører det til?- Hva er en ekspressdokumentar, og hvordan produseres de?- Hva skjer når dokumentaren blir en del av en PR-kampanje?- Hvorfor har Der ingen skulle tru at nokon kunne bu har blitt en av de mest populære dokumentarseriene i Norge?- Krever interaktive dokumentarhistorier nye former for dramaturgi? Alt i alt gir boken et innblikk i så vel etablerte sjangre som nye og fremvoksende dokumentarformer. Den henvender seg både til studenter og alle andre med interesse for dokumentarens form og innhold. Henrik G. Bastiansen (f. 1964) og Pål Aam (f. 1969) arbeider begge som førsteamanuenser ved Avdeling for mediefag ved Høgskulen i Volda, der de blant annet underviser på masterstudiet i dokumentar og journalistikk.

En kort bok om sosiale medier

Ida Aalen



ISBN	: 9788245012866
Pris	: 459,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2012
Utgave	: 1
Sider	: 180
Vekt	: 292

Denne boka er en lettlest, forskningsbasert introduksjon til sosiale medier. Den tar sikte på å gi deg svar på spørsmål som:- Hvorfor bruker folk sosiale medier?

- Er vi oss selv i sosiale medier?
- Kan vi ha privatliv i sosiale medier?
- Hvordan sprer informasjon seg i sosiale medier?

De sosiale mediene kommer med stadig ny funksjonalitet og redesigner ofte. Men at mennesker i 2015 og 2020 fortsatt har lyst til å holde kontakten med hverandre, bli kjent med hverandre, gi uttrykk for hvem de er - det er det liten tvil om. Teknologien endrer seg raskt, mennesker endrer seg mye langsommere. Derfor handler denne boka om folk, ikke om teknologi.

Hvem bør lese boken?

Boken passer for studenter innen felter som medievitenskap, journalistikk, markedsføring og kommunikasjonsstudier. Studenter som tar lærerutdanning og ansatte i skoleverket vil også ha stor nytte av boken. Eller rett og slett for deg som bruker sosiale medier selv og ønsker å forstå dem bedre. Sist, men ikke minst, vil de som har ansvar for bedriften eller institusjonens bruk av sosiale medier ha stort utbytte av å lese boken. Du vil få en god og solid forståelse av hvorfor og hvordan folk bruker sosiale medier, som gjør deg bedre rustet til å benytte mulighetene.

Ida Aalen er utdannet medieviter og skrev masteroppgave om Facebook. Hun jobber som interaksjonsdesigner i Netlife Research og brukes hyppig som kilde av pressen, i saker om sosiale medier.

«[...] Aalen har gjort en god jobb med å oppsummere betydelige deler av forskningen på sosiale medier de siste årene. [...] den kan trygt anbefales som innføring til et stadig større og mer interessant forskningsfelt.»

- Marika Lüders, Norsk medietidsskrift

«Ida Aalen har, gjennom sin elegante og lett tilgjengelige presentasjon av vår kunnskap om de sosiale mediene, grundig avslørt hvor lite vi vet, og hvor mye som gjenstår å gjennomtenke og ikke minst diskutere.»

- Sven Egil Omdal, Stavanger Aftenblad

«...hva boka tilfører leseren: Reell innsikt i sosiale medier, aldeles uavhengig av hvilke kanaler som måtte være mest populære akkurat nå. Dette er ikke ei bok om Facebook, men ei bok om mennesker. ...dette er en av de beste bøkene om sosiale medier jeg har lest på norsk..»

- Ingeborg Volans anmeldelse i Kommunikasjon

«Den beste boka på det norske markedet om sosiale medier. Vi har endelig fått en ekspert på feltet som ikke samtidig er nyfrelst. Aalen er grundig, analytisk og hundre prosent forskningsbasert.»

- Elin Ørjasæter, førstelektor på Markedshøyskolen, blogger og forfatter

«Hun deler raust fra en bredde av empiriske og teoretiske arbeider om sosiale medier og klarer å vise hvordan sosiale medier flettes inn i samfunnet uten at det nødvendigvis forandrer alt. [...] Selv om Aalen er unødvendig ydmyk når hun skriver at referanselisten er det viktigste i hele hennes korte bok, er den både en maktdemonstrasjon og en nyttig kilde til spørsmål om sosiale medier for dem som vil gå dypere.»

- Karl-Fredrik Tangens anmeldelse i Dagens Næringsliv

«Ida Aalen has recently written a terrific little book [...]. It gives us an excellent overview of tons of social media research, and it is really helpful to get a good grasp of what we KNOW about social media, based on international (and Norwegian) academic publications.»

- Bente Kalsnes, Universitetet i Oslo

«[Ida Aalen] har skrive ein kort, men treffsikker introduksjon til floraen av internasjonal forskning om sosiale medium.»

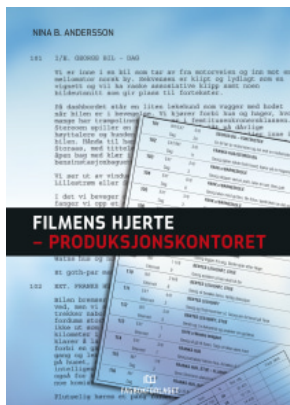
- Lars Nyre, Forskerforum

«Idas korte bok om sosiale medier er etterlengtet. Den fyller et tomrom på pensumlisten i kurset mitt her på Handelshøyskolen BI. Takk!»

- Cecilie Staude, fagansvarlig for kurset i sosiale medier på Handelshøyskolen BI

Filmens hjerte - produksjonskontoret

Nina B. Andersson



ISBN : 9788245011456
Pris : 479,-
Forlag : Fagbokforlaget
Utgitt : 2011
Utgave : 1
Sider : 261
Vekt : 508

Filmens hjerte produksjonskontoret handler om praktisk film- og TV-arbeid. Å realisere de gode filmhistoriene er en balansegang mellom kunstneriske og økonomiske krav, og ethvert prosjekt krever et organisatorisk apparat som ivaretar begge deler. I sentrum av dette arbeidet ligger produksjonskontoret. I boken presenteres de ulike fagfunksjoners roller, arbeidsoppgaver og ansvar. Leseren får en grundig innføring i de verktøyene som produsenter, lineproducere og produksjonsledere bruker i alle fasene av et prosjekt, fra idé til ferdig film. Boken har også en omfattende liste med ord- og begrepsforklaringer.

Nina B. Andersson har jobbet med film- og TV-produksjon i ulike roller siden 1993, fortrinnsvis som produksjonsleder og lineproducer på spillefilm og TV-drama. Et utvalg filmer er Salmer fra kjøkkenet, Bare Bea, Svein og rotta og I et spill i en gåte, samt TV-seriene RAN og Koselig med peis. I 2011 har hun arbeidet som utøvende produsent for dramaserien Halvbroren. Hun er utdannet cand.philol. i filmvitenskap ved Universitetet i Trondheim og har også bakgrunn fra dokumentarfilm og fjernsynsreportasje i Volda. De siste årene har hun holdt flere kurs i produksjonsledelse.

«Det er i grunnen rart at det ikke har vært skrevet en slik fagbok tidligere. Nå er det gjort. - Og det er gjort godt! Filmens hjerte fyller et etterlenget savn for unge filmskapere som skal lære seg og forstå hvordan filmproduksjon egentlig foregår. Selv erfarne filmfolk vil kunne ha stor nytte av lesingen. Det redegjøres meget klart for de forskjellige fagfunksjonene i filmproduksjon, og det ansvaret hver enkelt har. Hadde flere forstått dette og tatt konsekvensene av det, ville langt færre økonomiske og kunstneriske - filmforlis ha funnet sted.» - Stig Andersen i Rushprint, 1. september 2011

Skandalenes markeds plass

Politikk, moral og mediedrev



Sigurd Allern

(red.) Sigurd Allern, (red.) Ester Pollack

ISBN	: 9788245008470
Pris	: 499,-
Forlag	: Fagbokforlaget
Utgitt	: 2009
Utgave	: 1
Sider	: 224
Vekt	: 444

Politiske skandaler er i sin moderne form uløselig knyttet til nyhetsmediene. Denne boken retter et kritisk søkelys mot måten presse og kringkasting forvalter sin definisjonsmakt på når politiske ledere skandaliseres gjennom kampanjepregete mediedrev. Blant spørsmålene som diskuteres er: Hvor viktige er normbruddene som tas opp? Hvordan utnyttes skandaler av politiske motstandere og rivaler? Er karakterdrap og demonisering typiske trekk ved mediedekningen? Hvilke etiske dilemmaer møter journalister og publikum i en slik prosess? Behandles kvinnelige og mannlige politikere ulikt? Skandalenes markeds plass bygger på case studier av politiske skandaler som i årene 2006 2008 fikk en svært omfattende mediedekning. De fleste eksemplene er hentet fra norsk politikk, der skandaliseringen førte til avgang for LO-lederen, to statsråder og ordføreren i Oslo. Ett kapittel er viet mediedrevet som endte med at to ministre måtte gå av like etter at Reinfeldt-regjeringen tok over makten i Sverige.

Sigurd Allern er dr. polit. og professor i journalistikk ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.

Ester Pollack er fil.dr. og forsker ved Institutionen för Journalistik, Medier och Kommunikation, Stockholms Universitet.

FORFATTERE

Birgitte Kjos Fonn	9
Ester Pollack	14
Ida Aalen	2,3,11
Kristine Ask	4
Nienke Bruijning	4,4
Paul Bjerke	9
Roger Andre Søraa	4
Soilikki Vettenranta	8
Vigdis Holmaas	6,6

Espen Sørmo Strømme	9
Henrik G. Bastiansen	10
Krisitne Ask	4
Magnus Hoem Iversen	2,3
Nina B. Andersson	13
Pål Aam	10
Sigurd Allern	14
Svein Brurås	5

TITLER

Digitalisering	4	En kort bok om sosiale medier	11
Etikk for journalister, 6. utgave	5	Filmens hjerte - produksjonskontoret	13
Hvor går dokumentaren?	10	Konstruktiv journalistikk	6
Krig og katastrofer i media	8	Skandalenes markeds plass	14
Sosiale medier	3	Sosiale medier, e-bok	2
Økonomijournalistikk	9		