



Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora
Institutionen för medier och journalistik

1MK714 Big data och publikstudier, 7,5 högskolepoäng
Big data and audience studies, 7.5 credits

Huvudområde

Medie- och kommunikationsvetenskap

Ämnesgrupp

Medie- och kommunikationsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2026-01-27.

Kursplanen gäller från och med hösttermin 2026.

Förkunskaper

1MK700 15 hp, 1MK711 7,5 hp eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- redogöra för centrala begrepp och teorier inom mediepublikforskning,
- jämföra hur publikdata och algoritmiska processer påverkar värdeskapande i mediemarknader,
- tillämpa grundläggande metoder för att samla in, bearbeta och tolka publikdata,
- identifiera och problematisera bias, urval och metodologiska begränsningar i publikstudier, samt reflektera över etiska och juridiska aspekter,
- redogöra för demokratiska och hållbarhetsrelaterade konsekvenser av datafiering och algoritmisk styrning främst kopplade till medieentreprenörens ansvar.

Innehåll

Kursen behandlar centrala teorier och perspektiv inom publikforskning med fokus på hur digitalisering och dataifiering omformar kreativitet, deltagande meningsskapande och relationen mellan medier och publik. Utifrån aktuell forskning om mediepubliker, medianalys och publikengagemang diskuteras övergången från masspublik till algoritmisk publik och de konsekvenser detta får för mediepraktiker, innovation och affärsstrategier. Kursen introducerar metoder för att analysera publikdata och engagemang, inklusive kritisk granskning av urval, bias och tolkning. Genom tidigare forskning, praktiskt gestaltande och studier av sociala medier, plattformslogik och algoritmiska processer belyses hur publik konstrueras och värdesätts i mediemarknader. Särskild vikt läggs vid etiska och demokratiska frågor kring transparens, makt och hållbarhet, samt medieentreprenörens ansvar i en datafierad mediekontext.

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och grupparbete.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursen examineras skriftligt och muntligt, individuellt och i grupp.

För betyget Godkänd ska kursens mål vara uppnådda. Betygskriterier för betyget Väl godkänd meddelas skriftligen vid kursstart.

Individuell muntlig examination, (U/G), 1 hp

Muntlig examination i grupp (U/G/VG), 2,5 hp

Individuell skriftlig examination (U/G/VG), 4 hp

Omexamination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet.

I det fall student med funktionsnedsättning har rätt till särskilt pedagogiskt stöd beslutar examinator om anpassad eller alternativ examination.

Kursvärdering

Kursvärdering genomförs under kursen eller i nära anslutning till kursens avslutning. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle ska senast vid kursstart informeras om föregående kursvärderingsresultat och genomförda förändringar i kursen.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Hill, A. & Lunt, P. (2024). *The Routledge Companion to Media Audiences*. Routledge. (582 sidor, i urval ca 400). ISBN 9781032214665

Hollifield, C. A. & Coffey, A. J. (2023). *Media Analytics*. Routledge. Utdrag ur, cirka 200 sidor (438 sidor). ISBN 9781138581050

Medina, M. & Kimber, D. (2025). *Media Engagement: Connecting with Audiences in Media Markets*. Routledge. (278 sidor). ISBN 9781032955995

Ytterligare texter och artiklar tillkommer. Tillhandhålls av institutionen. Cirka 200 sidor.