

SOS1006 – sensorveiledning H2016

Vurderingen av studentenes faglige prestasjon i faget SOS1006: Mediesosiologi består av en fem timers skriftlig eksamen. Studentene skal først gjøre rede for mediemakt et svært sentralt begrep i mediesosiologien og koble dette opp imot sosial ulikhet. Denne besvarelsen teller 50% av karakteren.

I deloppgave 2 skal de gjøre rede for tre av fire begreper. Denne deloppgaven teller 50% av karakteren. Om en student bare svarer på to av de fire begrepene fører ikke dette til automatisk stryk. Dette bør være en helhetsvurdering. På samme måte må det være en helhetsvurdering om kandidaten ikke svarer på oppgave 1. Dersom den andre delen av eksamensbesvarelsen er svært god – bør studenten få stå karakter – men trekkes betraktelig for den manglende besvarelsen. Om de besvarte oppgavene er svært svake er det naturlig å vurdere kandidaten til stryk.

En lignende skjønsmessig vurdering må gjøres i tilfeller der en kandidat kun svarer på 1 av de fire begrepene i oppgave 2. I de fleste tilfeller vil nok dette være så svake besvarelser som bør vurderes til stryk. Men dersom den første oppgaven er god, og den besvarte delen av oppgave 2 er svært god kan det vurderes om kandidaten skal få en ståkarakter. På samme måte hjelper det ikke å besvare alle fire begreper under oppgaver 2. Dette skal IKKE krediteres. Kandidater skal kun vurderes på bakgrunn av besvarelsen knyttet til tre begreper/teorier. I slike tilfeller blir det opp til sensor å vurdere hvilke tre besvarelser som skal legges til grunn. Ved stor variasjon bør man velge de tre beste besvarelsene.

Oppgave 1 og tre av de fire deloppgavene i oppgave 2 skal besvares. Oppgave 1 og 2 teller likt.

Oppgave 1: Gjør rede for mediemakt og sosial ulikhet. Drøft deretter sammenhengen mellom mediemakt og sosial ulikhet.

Svært mye av pensum handler om mediemakt på ulike måter. Man kan f.eks velge å skille mellom (1) Den fjerde statsmakten: et uttrykk for et ideal, rollen til media går ut på å kontrollere de andre statsmaktene (den lovgivende, den utøvende og den dømmende makta). (2) Hvilken makt media har til å påvirke publikum: f.eks Opinionsmakten via dagsordenfunksjonen, framing, taushetsspiral og kultivasjonsteori. (3) Medias makt til å konstruere virkelighet: Media konstruerer virkelighet gjennom å velge hvilke hendelser og tema som blir nyheter og hvordan nyhetene vinkles. (4) Hvilke aktører som får makt gjennom media. Alle disse forholdene kan diskuteres i forhold til sosial ulikhet, hvem er det som får makt via media, hvem er som blir informert/påvirket via media osv. Kandidatens bør bli belønnet basert på evne til å ta i bruk ulike deler av pensum (uten å skrive seg bort).

Oppgave 2: Gjør rede for tre av de fire begrepene/teoriene nedenfor:

Kritisk medieteorier

Kritisk medieteorier er en del av konfliktteori, eller marxistisk inspirert medieteorier (en samlebetegnelse for en rekke teorier inspirert av Marx sine samfunnsteorier). Studentene bør klargjøre at den overordnede retningen tok utgangspunkt i en kritikk av funksjonalismen. Felles for de marksisinspirerte teoriene, inkludert kritisk teori, er fokuset på medias rolle i forbindelse med konflikter, maktforskjeller og forhandlinger mellom grupper. Studentene bør ha fått meg seg de

typiske antagelsene om at mediene eies av den herskende klassen og at media fremmer en falsk bevissthet for lavere klasser og formidler en ideologi som støtter den etablerte orden, mens det antas at opposisjon nektes effektivt adgang til medier. Besvarelsene bør vise til skille mellom de ulike retningene (hvor frankfurterskolens kritiske teori – med fokus på underholdningsindustri etc.) bare er en av mange retninger. Gode besvarelser vil også vise hvordan disse teoretiske perspektivene kan brukes på aktuelle mediehendelser, men også hvordan disse perspektivene kan kritiseres.

Ytringsfrihet

Studentene må få med seg at ytringsfrihet er en av de viktigste forutsetninger for demokratiske samfunn, og det som skiller demokrati fra diktatur. Studentene bør kunne definere hva som menes med ytringsfrihet: dvs retten til å ytre meninger eller holdninger av et hvilket som helst innhold både offentlig og privat. Å sikre ytringsfrihet er helt sentralt i norsk mediepolitikk, og alle vestlige land har kontrollordninger som skal sikre ytringsfriheten. Gode studenter vil også diskutere at dette er et moderne begrep og at det ikke har vært (eller er) noen selvfølge. I NOU rapporten på pensum presenteres tre hovedbegrunnelser for ytringsfrihet: 1) sannhetsprinsippet – eller forestillingen om den feilbarlige fornuft – hvor tanken er at påstander kan korrigeres i dialog (dialektisk prosess), 2) autonomiprinsippet – individets frie meningsdannelse (her er finnes det to ulike utgangspunkt, den mer individualistiske rettighetstenkingen i USA og statens rolle i sosialiseringprosessen i Europa). 3) demokratiprinsippet – åpenhet og kritikk noe av det viktigste ved demokratiet, inkl informasjonsfrihet, offentlig meningsutveksling og offentlighet som kontroll. Studentene bør også diskutere ytringsfrihetens begrensninger, og når slike begrensninger er tillatt. (dvs. forhold som går på diskriminerende eller hatefulle ytringer eller rikets sikkerhet. Her vil det være naturlig å ta inn rasismeparagrafen og spionparagrafen som eksempler, eller andre dagsaktuelle forhold. På forelesning og i pensum diskuteres det også hvordan ulike teorimodeller har litt ulikt forhold til ytringsfrihet. Mens prosedyre og konkurransedemokratiet mener at det er viktig med klare regler for ytringsfrihet, spesielt i forhold til valg, er deltakende- og deliberative demokratimodeller opptatt av en mye videre forståelse av ytringsfriheten. Studenter som får til gode diskusjoner her bør belønnes.

Mediepolitikk

Mediepolitikk må ikke forveksles med «politikk i media», som er noe helt annet. Mediepolitikk er den politikken i et samfunn som gir uttrykk for hvordan ulike politiske, kulturelle og statlige instanser medvirker til å forme mediestrukturen i samfunnet gjennom politiske avgjørelser. Det er naturlig at studenter drøfter ulike (norske – og generelle) mediepolitiske målsettinger og de ulike politiske virkemidler som blir tatt i bruk for å nå disse målene. Sentralt her er hvordan media best kan fylle sin rolle som «en fjerde statsmakt» og hvordan de best formidler nasjonal kultur, identitet og språk. Syvertsen har blant annet identifisert 7 slike mål: 1) mangfold og pluralisme, (2) demokrati og offentlighet, (3) kultur, identitet og språk, (4) vern av minoriteter og sårbare grupper, (5) vern av forbrukere og arbeid mot kommersialisering, (6) likeverdig tilbud til alle og (7) sikring av nasjonal medieindustri og produksjonsomsyn. Sentralt i den mediepolitiske diskusjonen er spørsmålet om hvordan og i hvor stor grad staten skal gripe inn å regulere media (allmennkringkasting, pressestøtte, ulike forbud (politisk TV-reklame). Her er det store nasjonale forskjeller, og det er også store forskjeller mellom de ulike mediene (Avis, TV, Internett) og mellom politikken de ulike partiene står bak.

Medieglobalisering

Globalisering vil si prosessen der produksjon, overføring og mottakelse av medieinnhold ikke lenger er geografisk bundet (McQuail 2010: 249). Teknologi (internett og TV) og økonomiske forhold har fungert som svært viktige drivkrefter bak medieglobaliseringen (Aaberg og Elvestad 2012: 135 og McQuail 2010: 249). Økning av tv-kanaler, større sendeflater og billigere teknologi har ført til at tv-produksjon er blitt en stor kommersiell industri. Kommersialisering har påvirket eierforhold i det globale mediesystemet, der trenden går mot eierkonsentrasjon og internasjonale mediegi-ganter. Språk, økonomi og politisk regulering kan sees på som barrierer for medieglobaliseringen. Publikum må kjenne språket for å forstå medieinnholdet og import av medieinnhold kan avgrenses og styrkes av et lands økonomi (fattige land har ofte ikke råd til å produsere egne tv-program). Mediepolitiske vedtak kan avgrense medieglobaliseringen ved å innholds-regulere nasjonale medier (f.eks.: krav til allmennkringkastere eller pressestøtte til små og konkurstruede aviser). Tunstall (1991 i Aaberg og Elvestad 2012) mener at «enkeltfremstillinger» (filmer, tv-serier, nyhetsprogram) er spesielt egnet for det globale markedet. Med programformat menes internasjonale mediekonsept som blir laget for å eksporteres til land som lager sine varianter. Sterke besvarelser vil også drøfte medieimperialisme og kulturell dominans.