

Institutt for psykologi

Eksamensoppgave i PSY2021 – medienes publikum

Faglig kontakt under eksamen: Ingunn Hagen

Tlf.: 73 59 19 60

Eksamensdato: 16. mai 2017

Eksamenstid: 09:00-13:00

Hjelpemiddelkode/Tillatte hjelpemidler: Ingen

Målform/språk: bokmål

Antall sider (uten forside): 1

Antall sider vedlegg: 0

Informasjon om trykking av eksamensoppgave

Originalen er:

1-sidig **2-sidig**

sort/hvit **farger**

skal ha flervalgskjema

Kontrollert av:

Dato

Sign

Skriv en av oppgavene.

1. **Drøft hvordan publikums aktive rolle blir omtalt i ulike tradisjoner i publikumsforskningen. Sammenlign også mediebrukeres aktivitet i dagens mediesituasjon med publikums rolle de siste tiårene.**
2. **Medias evne til å påvirke publikum er et sentralt spørsmål i publikumsforskningen. Drøft på bakgrunn av denne forskningen hvordan slik påvirkning kan skje ved eksponering for medieframstilling av vold.**
3. **Kommersialisering av barndommen er en utfordring for både barn og foreldre. Drøft hvordan ulike perspektiver i publikumsforskningen kan belyse hvordan reklame og markedsføring i ulike medier og plattformer bidrar til dette. Hvordan kan skolen, foreldre og andre moderere det kommersielle presset mot barn og unge?**

PSY2021: Eksamensoppgaver og sensurveiledning våren 2017

Skriv en av oppgavene.

- 1. Drøft hvordan publikums aktive rolle blir omtalt i ulike tradisjoner i publikumsforskningen. Sammenlign også mediebrukeres aktivitet i dagens mediesituasjon med publikums rolle de siste tiårene.**

I denne oppgaven bør kandidatene diskutere hva som ligger i begrepet «publikums aktive rolle». Videre bør besvarelser inneholde en drøfting av sentrale tradisjoner i publikumsforskningen, slik som effektforskningstradisjonen, bruksstudietradisjonen (uses & gratifications research), cultural studies-tradisjonen, resepsjonsforskningstradisjonen og etnografiske publikumsstudier. I oppgaven legges det opp til at studentene diskuterer hvordan de ulike tradisjonene oppfatter publikum som aktive eller ikke, og hvordan de forstår denne aktiviteten. Eksempler kan være publikums selektive bruk, oppmerksomhet og hukommelse, og aktive tolkning eller meningsskaping. I en diskusjon av dagens mediesituasjon bør begrep som interaktivitet, samt brukeres ulike roller som mottakere, deltakere og sendere med.

- 2. Medias evne til å påvirke publikum er et sentralt spørsmål i publikumsforskningen. Drøft på bakgrunn av denne forskningen hvordan slik påvirkning kan skje ved eksponering for medieframstilling av vold.**

I denne oppgaven bør kandidaten diskutere hva som kan ligge i begrepet «påvirke publikum». Kandidaten bør beskrive hvordan tradisjoner som effektforskning, bruksstudietradisjonen (uses & gratifications research), cultural studies-tradisjonen, resepsjonsforskningen og medieetnografien forstår påvirkningsbegrepet, for eksempel i form av endring av holdninger, kunnskap og atferd, eller som tilfredstilling av behov og forventninger. Det er også aktuelt å ta med hvordan publikums tolkning og meningsskaping er medvirkende til ulikheter i påvirkning. Betydningen av kontekst og andre påvirkningsfaktorer (som familie, skole og venner) kan også inndras. Til sist bør påvirkning ved eksponering for medieframstilt vold diskuteres. Aktuelle tema her er hvem som påvirkes, og under hvilke betingelser. Det er også relevant å diskutere hvordan man bør skille mellom ulike medier, mediesjangre, mellom fiksjons- og virkelighetsforankret vold, og hvilken funksjon voldsframstillingen har i historien eller framstillingen.

- 3. Kommersialisering av barndommen er en utfordring for både barn og foreldre. Drøft hvordan ulike perspektiver i publikumsforskningen kan belyse hvordan reklame og markedsføring i ulike medier og plattformer bidrar til dette. Hvordan kan skolen, foreldre og andre moderere det kommersielle presset mot barn og unge?**

Denne oppgaven kan gjerne innledes med en diskusjon av fenomenet kommersialisering av barndommen, og hvordan dette kan ramme barn og foreldre. Fra publikumsforskningen er tradisjoner som effektforskningen, bruksforskningen (u & g), Cultural Studies, resepsjonsforskning og medieetnografi relevante for å diskutere hvordan markedsføring og reklame bidra til kommersielt presset. Videre bør oppgaven ha med noe om hvordan skolen, foreldre og andre aktører kan bidra til å bevisstgjøre barn og foreldre. Diskusjon om politisk regulering, foreldres regulering og barns eksponering og rettigheter hører også med.