

Eksamensoppgave

Hvorfor hevdes det at offentligheten i dag består av en rekke såkalte ekkokammer og at politiske kunnskapsforskjeller har økt sammenlignet med tidligere tiår? I hvilken grad får slike påstander empirisk støtte i forskningslitteraturen? Diskuter til slutt i hvilken grad teorien om medienes dagsordenfunksjon har relevans i dagens mediesituasjon.

Sensorveiledning

Om undervisning

Studentene har hatt sju forelesninger, med følgende tema/titler:

1. Introduksjon: Grunnleggende begreper, dagsorden, priming og framing
2. Nyhetsbruk og politisk kunnskap
3. Sosiale medier, selektiv eksponering og ekkokammer
4. Strategisk kommunikasjon og lobbyisme, innflytelse, konsekvenser for demokratiet
5. Comparative Political Communication
6. Populist communication
7. Politiske partier og valgkamp + oppsummering

I tillegg har studentene hatt sju dobbeltimer med seminarer. Der har de jobbet med spørsmålene:

- Hvilken betydning har nyheter i et demokrati, og hvilken sammenheng er det mellom nyhetstilbud, nyhetsbruk og politisk kunnskap?
- Hvorfor, hvordan og i hvilken grad kan stadig flere nyhetsplattformer påvirke politisk kunnskap?
- Redegjør for hvorfor flere hevder at dagens mediesituasjon vil føre til at offentligheten består av en rekke såkalte ekkokammer. Diskuter deretter både teoretisk og empirisk, i hvilken grad dette er en rimelig påstand.
- Redegjør for begrepene selektiv eksponering og «motivated reasoning». Diskuter deretter i hvilken grad disse perspektivene er fruktbare for å forstå kommunikasjon i sosiale medier.
- Hva slags plass har lobbyvirksomhet i et demokratisk system? Er slik virksomhet med på å forsterke eller utjevne maktforskjeller i samfunnet? Finn eksempler.
- Hva kjennetegner lobbyisters kommunikasjon? Hvordan argumenterer de? Finn eksempler.
- På hvilken måte kan komparativ metode bidra med kunnskap om politisk kommunikasjon. Gi eksempler.
- På hvilke måter hevdes det at sosiale medier endrer offentligheten, både på positive og negative måter? Diskuter påstandene kritisk.
- Hva er populisme og populistisk politisk kommunikasjon? Gi eksempler.
- Hvordan dekker ulike medier populisme og populistiske partier? Gi eksempler.
- Redegjør for begrepene dagsorden, priming og framing. Diskuter deretter i hvilken grad disse teoriene er fruktbare i dagens mediesituasjon.

- Hva er et politisk parti? Hvilke endringer påstås det at partier har gjennomgått knyttet til politisk kommunikasjon og valgkamp de siste tiårene?

Pensum i emnet har vært:

- Aalberg, Toril og James Curran (2012) *How media inform democracy*. London: Routledge
- Aalberg, Toril, Arild Blekesaune, & Eiril Elvestad (2013) Media Choice and Informed Democracy: Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe? *International Journal of Press/Politics* 18:281–303. doi:10.1177/1940161213485990
- Brundidge J (2010) Encountering “difference” in the contemporary public sphere: The contribution of the Internet to the heterogeneity of political discussion networks. *Journal of Communication* 60: 680–700.
- Enjolras, Bernard, Rune Karlsen, Kari Steen-Johnsen og Dag Wollebæk (2012) *Liker, liker ikke*. Oslo: Gyldendal.
- Esser, F., & Pfetsch, B. (2017). Comparing Political Communication. I D. Caramani (Ed.), *Comparative Politics*. Oxford: Oxford University Press, 327-345.
- Esser, F., & Vliegenthart, R. (2017) Comparative Research Methods. I J. Matthes (Ed.), *International Encyclopedia of Communication Research Methods*. London: Wiley-Blackwell, 1-22.
- Esser, F., Stepinska, A., & Hopmann, D. N. (2016). Populism and the Media. Cross-National Findings and Perspectives. I T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. de Vreese (Eds.), *Populist Political Communication in Europe*. Routledge, 365-380.
- Gibson, Rachel (2015) Party Change, social media and the rise of ‘citizen initiated’ campaigning. *Party Politics*. 21(2):183-197.
- Ihlen, Ø. (2015). Politikk og PR: strategisk kommunikasjon om byrder og knappe goder. I Ø. Ihlen, E. Skogerbø, & S. Allern (red.), *Makt, medier og politikk: Norsk politisk kommunikasjon* (s. 64-75). Oslo, Norway: Universitetsforlaget.
- Ihlen, Ø., & Gullberg, A. T. (2015). Lobbyisme: Påvirkning av politikere og byråkrater. I Ø. Ihlen, E. Skogerbø, & S. Allern (red.), *Makt, medier og politikk: Norsk politisk kommunikasjon* (s. 232-243). Oslo: Universitetsforlaget.
- Iyengar, Shanto (2017) A typology of media effects. I Kate Kenski og Kathleen Hall Jamieson (red.) *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford : Oxford University Press.
- Karlsen, Rune (2015) Followers Are Opinion Leaders: The Role of People in the Flow of Political Communication on and Beyond Social Networking Sites. *European Journal of Communication* 30:301–18. doi10.1177/0267323115577305
- Karlsen, Rune (2015) Politiske partier og politisk kommunikasjon. I Ø. Ihlen, E. Skogerbø, & S. Allern (red.), *Makt, medier og politikk: Norsk politisk kommunikasjon* (s. 232-243). Oslo: Universitetsforlaget (s.91-104).
- Karlsen, Rune, Kari Steen-Johnsen, Dag Wollebæk & Bernard Enjolras (2017) Echo Chamber and Trench Warfare Dynamics in Online Debates. *European Journal of Communication*. 32(3) 257- 273. DOI: 10.1177/0267323117695734
- Prior, Marcus (2005) News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps In Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science* 49(3): 577–92.
- Reinemann, C., Esser, F., Strömbäck, J., Vreese, C. de, & Aalberg, T. (2016). Defining Populism and Populist Communication. I T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J.

- Strömbäck & C. d. Vreese (Eds.), *Populist Political Communication in Europe*. Routledge, 12-25.
- Rommetvedt, H. (2017). *Politikkens allmenngjøring: Stortinget, regjeringen og de organiserte interessene i et nypluralistisk demokrati* (3 utgave). Bergen: Fagbokforlaget.
- Stroud, Natalie Jomini (2017) Selective Exposure Theories. I Kate Kenski og Kathleen Hall Jamieson (red.) *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford : Oxford University Press.
- Taber Charles S og Martin Lodge (2006) Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science* 50(3): 755–769.
- van Aelst, Peter, Jesper Strömbäck, Toril Aalberg, Frank Esser, Claes de Vreese, Jörg Matthes, David Hopmann, Susana Salgado, Nicolas Hubé, Agnieszka Stępińska, Stylianos Papathanassopoulos, Rosa Berganza, Guido Legnante, Carsten Reinemann, Tamir Sheafer, and James Stanyer (2017) Political Communication in a High-Choice Media Environment: A Challenge for Democracy? *Annals of the International Communication Association* 1(1): 3–27.

Krav til oppgaven

Minimumskravet er å forklare hvordan en overgang fra et «low choice» til «high choice» medielandskap har gitt folk muligheter til å velge medieinnhold med utgangspunkt i interesser og holdninger. Videre bør det inneholde noe om at begge disse påstandene er omdiskutert i litteraturen. Angående det siste spørsmålet bør minstekravet være at begrepet forklares på en riktig måte.

Gode besvarelser bør også peke på at selektiv eksponering ligger til grunn for begge antagelsene, og at det finnes både teoretiske og empiriske innvendinger mot dem. Det teller også positivt hvis ekkokammer diskuteres opp mot teorier om «motivated reasoning» og såkalt skyttergravsdynamikk. Det er derfor naturlig å trekke inn Stroud 2017 (selektiv eksponering) Prior 2005 (økte kunnskapskløfter), Brundidge 2010 (teoretisk og empirisk problematisering av ekkokammertesen) (Enjolras et al. 2012 (diskusjon av ekkokammertesen), Karlsen et al. 2017 (ekkokammer og skyttergravsdynamikk). Taber & Lodge 2006 (motivated reasoning), samt van Aelst et al. (2017 (generell high choice problematikk, blant annet påpeker de manglende longitudinelle studier av politiske kunnskapskløfter).

Gode besvarelser vil også koble det siste spørsmålet til overgangen fra low til high choice. Her kan diskusjonen ta mange retninger, men det kan pekes på at «mikromekanismen» i modellen har gyldighet (at folk påvirkes av medienes dagsorden), men hvis folk bruker ulike medier ut ifra interesser og eller holdninger vil det ikke finnes en enkelt mediedagsorden som bestemmer borgernes dagsorden. Pensum er Iyengar 2017.