

## **Eksamensoppgave**

Diskuter hvilken rolle nyhetsmediene spiller for politisk kommunikasjon. Inkluder temaer som dagsorden og framing, samt betydningen av sosiale medier. Bruk eksempler fra en norsk kontekst.

## **Sensorguide**

### **Undervisning i emnet**

#### **Studentene har hatt syv forelesninger over følgende temaer**

##### 1. Introduksjon: Hva er politisk kommunikasjon?

Fokus: Hvordan kan vi definere politisk kommunikasjon? I hvilke sammenhenger foregår politisk kommunikasjon? Hva forskes på innen feltet politisk kommunikasjon? Første innblikk i sentrale politiske aktører, inkludert nyhetsmedienes rolle i politisk kommunikasjon.

##### 2. Politiske aktører og institusjoner

Fokus: Hva er en politisk aktør? Hvem er sentrale politiske aktører i norsk kontekst? Hvordan påvirker de politikken? Hvordan er forholdet mellom mediene, politikere og andre aktører som opererer i det politiske feltet.

##### 3. Nyheter og kildestrategier

Fokus: Hva er nyheter og journalistikk? Nyhetsmediene som arena og aktør. Nyhetskriterier. Nyhetslogikk. Tolkingsrammer (saksspesifikke og generiske). Dagsorden. Hvilken rolle spiller nyhetsmediene for politisk kommunikasjon? Hvilke strategier bruker politiske aktører bruker for å få gjennomslag i nyhetsmediene.

##### 4. Opinion og valgkamp

Fokus: Hva er en opinion? Hvordan dannes den? Hvordan påvirkes den av mediene? Hva er forholdet til politiske prosesser? Dagsorden, framing og priming. Faser i valgkamputvikling. Valgkamp i ulike land.

##### 5. Fjernsynsvalgkamp

Fokus: Historisk tilbakeblikk på fjernsynsvalgkampens ulike perioder. Fra politikermakt til journalistmakt. Fjernsynsvalgkampens betydning for valg og politikk. Fjernsynet spiller fremdeles viktig rolle i valgkamp, men suppleres av andre arenaer for (direkte) velgerkontakt.

##### 6. Medialisering

Fokus: Hva er medialisering. Medialisering og image.

##### 7. Oppsummering

Fokus: Repetisjon av noen nøkkeltemaer og -begreper. Hva er politisk kommunikasjon? Hvem er de sentrale aktørene? Medienes rolle for politisk

kommunikasjon, med vekt på nyhetsmediene. Offentlighet. Nyhetsmediene som arena og aktør. Medialisering. Nyhetslogikk. Tolkningsrammer. Sosiale mediers rolle for politisk kommunikasjon og eventuelle endringer i nyhetsmedienes rolle.

Studentene har i tillegg til forelesninger hatt **syv dobbelttimer med seminarer**, der de har jobbet med følgende spørsmål:

- Hva er politisk kommunikasjon?
  - Finnes det noen særegen norsk politisk kommunikasjon?
  - Hva menes med offentlighet og hvilken plass har politisk kommunikasjon her?
  - Hvilke aktører forsøker å påvirke politikk og hvordan?
  - Hva er godt politisk stoff for norske medier?
  - Hvilken betydning har mediedekning for politiske prosesser?
  - Hvordan har valgkamp utviklet seg over tid? Og blir valgkamp i ulike land mer og mer like hverandre?
  - Hva er politisk opinion og hvordan kan denne påvirkes?
  - Hvordan har fjernsynet endret måten valgkamp føres på?
  - Hvordan har fjernsynet endret sin måte å dekke valgkamp på?
  - Hva menes med medialisering av politikken?
  - Hvordan forsøker politiske aktører å utnytte seg av nyhetsmedienes arbeidsmåter for å få gjennomslag?
- 
- Hva er de sosiale mediens egenskaper og innebygde handlingsmuligheter («affordances»). Hvordan benytter politikere seg av disse i sin kommunikasjon? Hvordan legger de innebygde handlingsmulighetene føringer for politikeres kommunikasjon? Gi eksempler
  - Hva kan være fordeler og ulemper med at politikere bruker sosiale medier som direktekanal ut til offentligheten (versus å måtte gå veien om nyhetsmediene)?
  - Identifiser tolkningsrammer i kommentar (Morgenbladet-kommentar om konflikt i regjeringen). Hvordan kan teksten forstås i lys av nyhetslogikk? Kan teksten ses om nyttig for borgere/velgere?
  - Hva menes med begrepene dagsorden, framing og priming? Hvilken betydning har disse når det gjelder politisk opinion?

### **Pensum i emnet:**

- Allern, S. (2011). Fjernsynsvalgkampen: Program, deltakere og maktkamp 1961–2009. Oslo: Pax.
- Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johnsen, K., & Wollebæk, D. (2013). Liker - liker ikke: Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Esser, F., & Strömbäck, J. (Red.). (2014). Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western Democracies. London: Palgrave.

- Ihlen, Ø., Skogerbø, E., & Allern, S. (Red.). (2015). *Makt, medier og politikk: Norsk politisk kommunikasjon*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Archetti, C. (2017). Image, self-presentation and political communication in the age of interconnection: An alternative understanding of the mediatization of politics. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 15 (1), 89-109
- 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.

### **Krav til oppgavene**

- Besvarelsene må som minimum definere begrepene, samt kunne peke på nyhetsmediene som sentrale for politisk kommunikasjon.
- Gode kandidater peker på nyhetsmedienes dobbeltrolle som arena og aktør, og diskutere kjernebegrepene mer inngående. Dette vil for eksempel innebære å eksemplifisere begreper som dagsorden og framing, samt skille mellom saksspesifikke og generiske rammer.
- Når det gjelder sosiale medier bør kandidatene som minimum kunne peke på at de sosiale mediene potensielt åpner opp tilgangen til offentligheten (politiske aktører kan nå direkte ut uten å gå veien om nyhetsmediene). Gode/svært gode besvarelser drøfter og eksemplifiserer de sosiale mediens betydning når det gjelder nyhetsmediens rolle for politisk kommunikasjon mer inngående, inkludert trekk som peker i retning av både endring og stabilitet.
- En rekke ulike politiske aktører er nevnt på pensum. Her står kandidatene relativt fritt til å velge. Svært gode besvarelser klarer å illustrere nyhetsmediens rolle ved å vise relasjonen mellom nyhetsmediene og politiske aktører, for eksempel hvordan politiske aktører forsøker å tilpasse seg nyhetsmediens logikker for å få gjennomslag. Svært gode besvarelser vil også klare å knytte en slik diskusjon eksplisitt til dagsorden, framing og til endringer de sosiale mediene bringer med seg.
- Overordnet bruker svært gode besvarelser originale eksempler, anvender teorien, samt trekker tråder mellom de ulike pensumbidragene.

Flere deler pensum vil være relevant å trekke inn i besvarelsen. Under trekkes noen spesielt relevante deler av pensum frem. Det er allikevel ikke et krav at alle disse bidragene trekkes inn i besvarelsen, og andre bidrag vil også kunne være relevante.

Allerns bok *Fjernsynsvalgkampen* → Her vil blant annet endringer i maktrelasjonen mellom politikere og journalister være relevant å trekke frem.

Iyengars artikkel om medieeffekter vil også være relevant, her defineres begreper som dagsorden og framing.

I *Makt, medier og politikk* vil følgende kapitler være særlig relevante:

- Allerns kapittel om politisk journalistikk på norsk

- Waldahl og Beyers kapittel om offentlig opinion og politisk kommunikasjon → her defineres begreper som dagsorden og framing
- Kalsnes og Larssons kapittel om sosiale medier og politisk kommunikasjon
- Rogstads kapittel om kommentariatet i norske medier

I *Mediatization of politics* vil følgende kapitler være særlig relevante:

- Strömback og Essers introduksjonskapittel «Mediatization of politics». Her defineres medialisering og begrepene politisk logikk og nyhetslogikk forklares.
- Shehata og Strömbacks kapittel «Mediation of political realities: Media as a crucial source of information»
- De Vreeses kapittel “Mediatization of news: The role of journalistic framing”

Flere deler fra *Liker, liker ikke* vil være relevant å trekke inn, blant annet:

- Kapittel 3 om mediebruk
- Kapittel 6 balkanisering, ekkokamre og de tradisjonelle mediernes rolle i offentligheten (versus deloffentligheter)
- Kapittel 7 om hvem som følger politikere og politiske partier på sosiale medier
- Kapittel 8 om hvordan de sosiale mediene endrer premissene for offentligheten.