

# Sensorveiledning for MEVIT4311 – Media Innovation and Generative AI

## Formaliteter

**Gruppeoppgave:** Semesteroppgave (karakterskala A-F hvor F er stryk).

Max 4 stk og min 2 stk i en gruppe.

Studentene ble tildelt grupper alt først seminar i august. De har siden det jobbet med et gruppeprosjekt gjennom hele semesteret. Semesteroppgaven er knyttet til gruppeprosjektet studentene har arbeidet med. Målet har vært å utvikle en chatbot/chatbot-konsept.

Den innsendte oppgaven kan være på opptil 15 sider (én side regnes som 2300 tegn uten mellomrom).

**Eksamensspråk:** Eksamensoppgaven gis på engelsk. Du kan levere svaret ditt på norsk, svensk, dansk eller engelsk.

**Karakterskala:** Karakterer tildeles på en skala fra A til F, hvor A er den beste karakteren og F er stryk. Les mer om karaktersystemet. Du kan lese mer om karakterveiledning på eksamen på masternivå ved IMK her: <https://www.uio.no/studier/eksamen/karakterer/fagspesifikk-karakterbeskrivelse/hf-imk-master.html>

## Forventinger og vurderingskriterier

**Forventning:** De skal beskrive grundig hvordan de har gått frem, både med utvikling av chatbot-konsept, forretningsmodell og brukerevaluering (denne har de primært gjort på medstudenter). De skal demonstrere at de er kjent med ulike former for innovasjoner (radikal, inkrementell og disruptiv) og steg i en innovasjonsprosess. De skal reflektere over disse, samt spesielle utfordringer knyttet til AI-baserte chatbots eller mer enkle button-based chatbots (e.g. balancing machine and mind, les McAfee & Brynjulfsson (2016)).

**Brukerevaluering:** Brukerevalueringer kan gjøres blant venner, familie og medstudenter siden vi kom sent i gang med dette. Men det er fint om de reflekterer rundt disse valgene og begrensninger knyttet til dette.

**Kildebruk:** Jeg forventer god kildebruk og at de benytter primært pensum aktivt (se under).

Mer detaljert knyttet til forventet disposisjon:

### 1. Innledning (1-2 sider)

Vurderingskriterier:

- Klarhet i problemstilling og forskningsgap.
- Relevans og bruk av litteratur fra kursmateriale.
- Presis presentasjon av hovedtesen og underemner.

### 2. Litteraturgjennomgang (2-3 sider)

Vurderingskriterier:

- Dybde og bredde i forståelse av eksisterende litteratur.

- Evnen til å knytte litteraturen direkte til forskningsspørsmålene.
- Kritisk analyse og refleksjon over kildemateriale.

### **3. Teori (2 sider)**

Vurderingskriterier:

- Valg og anvendelse av relevant teoretisk rammeverk.
- Forståelse av teoriens rolle i å støtte forskningsspørsmålene.

### **4. Metode (2-3 sider)**

Vurderingskriterier:

- Klarhet og relevans i metodevalg.
- Beskrivelse av prosessen for konseptutvikling og brukerevaluering.
- Refleksjon over metodens styrker og svakheter, spesielt med tanke på brukerevaluering.

### **5. Resultater (2 sider)**

Vurderingskriterier:

- Tydelighet og presisjon i fremstillingen av resultater.
- Korrekt skille mellom data og diskusjon.

### **6. Diskusjon (3-4 sider)**

Vurderingskriterier:

- Dybde i analyse og tilbakekobling til forskningsgap og teori.
- Diskusjon av empiriske bevis og teoretiske bidrag.
- Vurdering av oppgavens begrensninger og forslag til fremtidig forskning.

### **7. Konklusjon (1/2 sider)**

Vurderingskriterier:

- Konsis og relevant oppsummering av hovedfunn.
- Effektiv tilbakekobling til innledningen og forskningsgap.

#### **Generelle Vurderingskriterier:**

Kildebruk og Referanser: Nøyaktighet og relevans i kildebruk, samt overensstemmelse med akademiske standarder.

Struktur og Klarhet: Logisk flyt, klarhet i argumentasjon, og oppgavens overordnede organisering.

Originalitet og Kritisk Tenkning: Evnen til å tenke kreativt og kritisk om emnet, samt originalitet i tilnærming og analyse.

#### **Viktige kunnskapsmål som bør reflekteres i oppgaven:**

- Understand the basics of AI and how it is being used in media and other industries
- Understand the history and origins of AI and its impact on humans and society
- Understand the ethical implications of AI and its impact on humans and society

- Develop their own ideas for how AI can be used in innovative ways to create new media experiences

## Pensum

### BOOKS

McAfee, A., & Brynjulfsson, E. (2016). *Machine, Platform, Crowd. Harnessing Our Digital Future.* Norton & Company. (402 pages)

Shevat, A. (2017). *Designing bots: Creating conversational experiences.* " O'Reilly Media, Inc.". (120 pages) <http://shop.oreilly.com/product/0636920057741.do>

### CHAPTERS

Christensen, C.M & Reaynor, M.E. (2003) *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth.* Chapter 2. How can we beat our most powerful competitors. page 31-71. (40 pages)

Redvall E.N. (2018) *Reaching Young Audiences Through Research: Using the NABC Method to Create the Norwegian Web Teenage Drama SKAM/Shame.* Pp. 141 -161 (20 pages) In: Thornley D. (eds) *True Event Adaptation.* Palgrave Studies in Adaptation and Visual Culture. Palgrave Macmillan, Cham DOI: 10.1007/978-3-319-97322-7\_8

Rogers, E.M. (2003) *Diffusion of Innovation (fifth edition).* Free Press, New York. Chapter 6 and 7. (78 pages) Rogers, E.M. (2003) *Diffusion of Innovation (fifth edition).* Free Press, New York. Chapter 6 and 7. (78 pages)

### ARTICLES

Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, communication & society*, 15(5), 662-679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>

Brandtzaeg, P. B. & Følstad, A. (2018). Chatbots – changing user needs and motivations. *Interactions.* 25(5), 38-43 doi:10.1145/3236669

Brandtzaeg, P. B., Pultier, A., & Moen, G.M. (2018). Losing Control to Data-Hungry Apps – A Mixed-Methods Approach to Mobile App Privacy. *Social Science Computer Review.* <https://doi.org/10.1177/0894439318777706>. (40 pages)

Brandtzaeg, P.B., & Følstad, A. (2017). Why people use chatbots. In: Kompatsiaris I. et al. (eds) *Internet Science. INSCI 2017. Lecture Notes in Computer Science, vol 10673.* Springer, Cham, pp. 377-392

Brandtzaeg, P.B., Skjuve, S., & Følstad, A. (2022). My AI Friend: How Users of a Social Chatbot Understand Their Human–AI Friendship, *Human Communication Research*, 48(3), 404-429.