

Eksamen

14.11.2018

MED2001 Mediekommunikasjon

Programområde: Medieproduksjon

Nynorsk

Eksamensinformasjon

Eksamenstid	Eksamen varer i 4 timar.
Hjelpemiddel	Alle hjelpemiddel er tillatne, unntatt ope Internett, samskriving, chat og andre moglegheiter for å kunne utveksle informasjon med andre.
Bruk av kjelder	<p>Dersom du bruker kjelder i svaret ditt, skal dei alltid førast opp på ein slik måte at lesaren kan finne fram til dei.</p> <p>Du skal føre opp forfattar og fullstendig tittel på både lærebøker og annan litteratur. Dersom du bruker utskrift eller sitat frå Internett, skal du føre opp nøyaktig nettadresse og nedlastingsdato.</p>
Vedlegg	<p>1: #Metoo 2: Ver varsam-plakaten</p>
Informasjon om vurderinga	<p>Sensor vurderer i kva grad svaret viser at kandidaten har nådd kompetansemåla i læreplanen, og korleis kandidaten bruker og reflekterer over faglege kunnskapar og ferdigheiter.</p> <p>Det blir lagt vekt på at du kan bruke faguttrykk og eksempel for å reflektere rundt kva rolle journalistikken har i samfunnet, med særleg vekt på ytringsfridom, etikk og samfunnsansvar.</p> <p>Vidare blir det lagt vekt på at du kan planleggje eit journalistisk produkt med vekt på arbeidsmetodar, kjeldebruk og val av verkemiddel.</p> <p>Sjå vurderingskriteria.</p>
Andre opplysningar	Du skal svare på alle oppgåvene.

Oppgave 1 – Vær varsom-plakaten

Pressa jobbar etter etiske retningslinjer som er nedfelte i Ver varsom-plakaten.

- a) Kvifor tenkjer du det er viktig for pressa å ha etiske retningslinjer?
 - b) Korleis må journalistar ta omsyn til Ver varsom-plakaten i sitt daglege arbeid?
- Grunngi svara dine, og bruk konkrete eksempel.

Oppgave 2 – Kommunikasjonsmodellar og forhold som fremmar eller hemmar kommunikasjon

Gjer kort greie for prosess- og tekstmodellen for kommunikasjon, og knyt modellane til den vedlagde artikkelen. Inkluder omgrep som sendar, budskap, medium, mottakar og støy.

Oppgave 3 – Journalistisk arbeid

Du er journalist og skal planleggje ei sak om sosiale medium og påverknad av demokratiske prosessar.

- a) Vel ein kanal – TV, radio, avis eller magasin – digital eller trykt. Grei ut om kva som kjenneteiknar kanalane du vil lage saka for, og skisser målgruppa for kanalen. Inkluder omgrep som primær og sekundær målgruppe.
- b) Gjer greie for og grunngi kva for kilder du vil bruke. Inkluder omgrep som éinkilde- og fleirkildejournalistikk, muntlege og skriftlege kilder, førstehands- og andrehandskilder og kildekritikk.
- c) Som journalist skal du også ta bilde til saka. Skildre bilda du ønskjer å ta, og grunngi valet ditt ut frå publiseringsforma du har lagt opp til. Lag enkle skisser av bilda.
- d) Kva for etiske omsyn må du ta?

Bokmål

Eksamensinformasjon

Eksamenstid	Eksamen varer i 4 timer.
Hjelpemidler	<p>Alle hjelpemiddel er tillatt, unntatt åpent Internett, samskriving, chat og andre muligheter for å kunne utveksle informasjon med andre.</p> <p>Oversettelsesprogram er ikke tillatt i norsk.</p> <p>For brønnteknikk er kun skrivesaker, linjal og kalkulator tillatt.</p>
Bruk av kilder	<p>Hvis du bruker kilder i besvarelsen din, skal disse alltid oppgis på en slik måte at leseren kan finne fram til dem.</p> <p>Du skal oppgi forfatter og fullstendig tittel på både lærebøker og annen litteratur. Hvis du bruker utskrift eller sitat fra Internett, skal du oppgi nøyaktig nettadresse og nedlastingsdato.</p>
Vedlegg	<p>1: #Metoo 2: Vær varsom-plakaten</p>
Informasjon om vurderingen	<p>Sensor vurderer i hvilken grad besvarelsen viser at kandidaten har nådd kompetansemålene i læreplanen, og hvordan kandidaten anvender og reflekterer over faglige kunnskaper og ferdigheter.</p> <p>Det legges vekt på at du kan bruke faguttrykk og eksempler for å reflektere rundt journalistikkens rolle i samfunnet med særlig vekt på ytringsfrihet, etikk og samfunnsansvar.</p> <p>Videre legges det vekt på at du kan planlegge et journalistisk produkt med vekt på arbeidsmetoder, kildebruk og valg av virkemidler.</p> <p>Se vurderingskriteriene.</p>
Andre opplysninger	Alle oppgavene skal besvares.

Oppgave 1 – Vær varsom-plakaten

Pressen jobber etter etiske retningslinjer nedfelt i Vær varsom-plakaten.

- a) Hvorfor tenker du det er viktig for pressen å ha etiske retningslinjer?
 - b) Hvordan må journalister ta hensyn til Vær varsom-plakaten i sitt daglige arbeid?
- Begrunn svarene dine, og bruk konkrete eksempler.

Oppgave 2 – Kommunikasjonsmodeller og forhold som fremmer eller hemmer kommunikasjon

Gjør kort rede for prosess- og tekstmodellen for kommunikasjon, og knytt modellene til den vedlagte artikkelen. Inkluder begreper som sender, budskap, medium, mottaker og støy.

Oppgave 3 – Journalistisk arbeid

Du er journalist og skal planlegge en sak om sosiale medier og påvirkning av demokratiske prosesser.

- a) Velg en kanal – TV, radio, avis eller magasin – digital eller trykt. Beskriv hva som kjennetegner kanalen du vil lage saken for, og skisser målgruppen for kanalen. Inkluder begreper som primær og sekundær målgruppe.
- b) Gjør rede for og begrunn hvilke kilder du vil bruke. Inkluder begreper som énkilde- og flerkildejournalistikk, muntlige og skriftlige kilder, førstehånds- og andrehåndskilder og kildekritikk.
- c) Som journalist skal du også ta bilder til saken. Beskriv bildene du ønsker å ta, og begrunn valget ditt ut fra publiseringsformen du har lagt opp til. Lag enkle skisser av bildene.
- d) Hvilke etiske hensyn må du ta?

Vedlegg 1:

Metoo kan få ødeleggende konsekvenser for demokratiet

Aftenposten 4. jan. 2018

Forfatter: Anders Veberg

Når #metoo omtales som en «revolusjon», våkner skepsisen hos Aftenbladets radikale kulturredaktør, Åsa Linderborg.

Når hun snakker om den svenske debatten, som har gått hardere for seg enn debatten i Norge, trekker hun en parallell til Mao Zedongs kjente frase: «Skal man lage omelett, må man knuse noen egg».

I dette tilfellet frykter Linderborg at presseetikken og rettssikkerheten er eggene som knuses. 2018 er valgår i Sverige. I et allerede hardt og nådeløst debattklima frykter Linderborg at sannhetskravet senkes for # metoo-avsløringer, og at falske historier blir en del av valgkampen.

- Da blir det vanskelig å gå tilbake, tror jeg. Rykter i sosiale medier er nok til at de tradisjonelle mediene skriver store saker om mennesker. Det kan få ødeleggende konsekvenser for demokratiet, sier Linderborg.

Varslene om at Trond Giske har gjort seg skyldig i seksuell trakassering, er akkurat nå den aller største nyhetssaken i Norge.

Linderborg vil ikke kommentere enkeltsaker som dette.

Hun retter i stedet søkelyset mot anonyme anklager, som hun mener er svært problematiske:

- Man kan ikke verifisere eller møte imøtegå dem. Det gjør også at vi andre ikke kan bedømme hvor alvorlige anklagene er, sier Linderborg.

- Jeg tror likevel at dere kan ha en mer vettug diskusjon om rettssikkerhet og presseetikk enn vi har i Sverige. Her må alt være så svart-hvitt, legger hun til.

Enorm kraft

Åsa Linderborg, som meldte seg inn i Kommunistisk Ungdom allerede som 13-åring, er ikke bare kritisk til # metoo-kampanjen.

- Det er en enorm kraft i disse fortellingene. Hvis det kan føre til at vi diskuterer arbeidsvilkår, er det en virkelig revolusjon.

- Jeg tror ikke det vil være like mange sjefer som kommer med seksuelle invitasjoner til vikarer nå, legger Linderborg til.

Sent i fjor høst ble # metoo enormt stort i Sverige. 19. november signerte flere hundre kvinnelige skuespillere et opprop mot seksuell vold i bransjen med #tystnadtagning. Det utløste en bølge av opprop, også i Norge.

- Jeg tror # metoo er blitt så stort her fordi vi allerede har aksept for denne typen spørsmål. Feminismen og ideen om likestilling står sterkt. Jeg tror ikke det vil forandre verdiene våre, for de er der, men det kan endre oppførselen til mange menn.

Hun ser også minst én annen grunn til at # metoo er blitt så stort i Sverige.

- Det er fordi vi navngir flere enkeltpersoner. Jeg forsøker å se til Norge, og jeg synes dere diskuterer # metoo på en mer intellektuell måte, sier Linderborg.

Vanskelig vei videre

Nå tror Åsa Linderborg at tiden for å vise omfanget av # metoo, er over. Tiden er overmoden for å snakke om mer strukturelle problemer.

- Historiene fra arbeidsplasser er mye sterkere enn dem som skjer privat, tenker jeg. Om vi sammenligner maktmisbruk på en arbeidsplass med for eksempel menn som maser om sex, får ikke # metoo noen retning, sier redaktøren som også leverte et bidrag i boken # Metoo:

100 berättelser och 10 frågor som behöver besvaras, som kom ut på slutten av fjoråret. Grove historier må fremdeles frem i lyset. Men om det blir skapt et bilde av at alle mannlige sjefer klår på de kvinnelige vikarene på jobb, får vi et feilaktig bilde av virkeligheten, frykter Linderborg.

Vanskelig spørsmål må besvares

Om Sverige går i riktig retning i # metoo-debatten, er hun ikke sikker på.

- Bildet av kvinnen nå, er at hun ikke kan gjøre noe. Hun har ingen fri vilje og kan ikke si ifra. Det er en farlig posisjon å ta. Vi kan si at # metoo handler om at offeret slår tilbake, men jeg går ikke med på at kvinner er offer i alle situasjoner.

Det bringer Åsa Linderborg over på et viktig spørsmål hun mener vi må ta opp i tiden som kommer:

- Tross alt er det mange kvinner som har gått med på trakassering fordi de tror det gir dem en fordel i karriøren. Det er en vanskelig diskusjon å ta, og så langt er vi ikke kommet i Sverige ennå. Jeg tror ikke at kvinner er viljeløse ofre i alle situasjoner. Mange situasjoner er ubehagelige, men man kan kalkulere med at man drar nytte av det.

- Vi ble helt paralyisert

I Sverige er listen over navngitte menn lang. Blant annet er Aftonbladet-journalist Fredrik Virtanen anklaget for voldtekt, sexisme, rasisme og trakassering og ble en av de første navngitte profilene i Sverige. Det førte til at Aftonbladets redaktør, Sofia Olsson Olsén, tok ut sykmelding.

Linderborg skulle ønske at avisen hadde håndtert saken annerledes.

- Vi ble helt paralyisert. Vi håndterte en personalsak med Fredrik Virtanen samtidig som alle andre lagde journalistikk om det. Vi skrev ingenting selv. Det var en vanskelig situasjon.

Kulturredaktør i svenske Aftonbladet, Åsa Linderborg, mener det rent prinsipielt er problematisk med anonyme anklager.

Vedlegg 2:

Vær varsom-plakaten – sist oppdatert 12.06.2015

1. Pressens samfunnsrolle

1.1. Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.

1.2. Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.

1.3. Pressen skal verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kildene. Avtaler om eksklusiv formidling av arrangementer skal ikke være til hinder for fri nyhetsformidling.

1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.

1.5. Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

2. Integritet og troverdighet

2.1 Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for mediets innhold og avgjør med endelig virkning spørsmål om redaksjonelt innhold, finansiering, presentasjon og publisering. Redaktøren skal opptre fritt og uavhengig overfor personer eller grupper som av ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innholdet. Redaktøren skal verne om redaksjonens produksjon av fri og uavhengig journalistikk.

2.2 Redaktøren og den enkelte redaksjonelle medarbeider skal verne om sin uavhengighet, integritet og troverdighet. Unngå dobbeltroller, verv, oppdrag eller bindinger som kan skape interessekonflikter eller føre til spekulasjoner om inhabilitet.

2.3 Vis åpenhet om bakenforliggende forhold som kan være relevante for publikums oppfatning av det journalistiske innholdet.

2.4. Redaksjonelle medarbeidere må ikke utnytte sin stilling til å oppnå private fordeler, herunder motta penger, varer eller tjenester, som kan oppfattes å være kompensasjon fra utenforstående for redaksjonelle ytelser.

2.5. En redaksjonell medarbeider kan ikke pålegges å gjøre noe som strider mot egen overbevisning.

2.6. Svekk aldri det klare skillet mellom journalistikk og reklame. Det skal være åpenbart for publikum hva som er kommersielt innhold. Skillet skal være tydelig også ved lenking eller andre

koblinger. Avvis kommersielt innhold som kan forveksles med det enkelte mediums journalistiske presentasjon.

2.7 Journalistisk omtale av produkter, tjenester, merkenavn og kommersielle interesser, også mediets egne, skal være journalistisk motivert og ikke fremstå som reklame. Oppretthold et klart skille mellom markedsaktiviteter og redaksjonelt arbeid. Gi aldri tilsagn om journalistiske motytelser for reklame. Unngå ukritisk videreformidling av PR-stoff.

2.8 Skjult reklame er uforenlig med god presseskikk. Kommerielle interesser skal ikke ha innflytelse på journalistisk virksomhet, innhold eller presentasjon. Hvis redaksjonelt stoff er sponset, eller et program har produktplasseringer, skal dette være åpenbart for publikum. Sponsing skal alltid være tydelig merket. Sponsing eller produktplassering i nyhets- og aktualitetsjournalistikk eller journalistikk rettet mot barn, er uforenlig med god presseskikk. Direkte utgifter til journalistisk virksomhet skal som hovedregel betales av redaksjonen selv. Ved unntak skal publikum gjøres tydelig oppmerksom på hva som er finansiert av utenforstående interesser.

2.9 Redaksjonelle medarbeidere må ikke motta pålegg om oppdrag fra andre enn den redaksjonelle ledelsen.

3. Journalistisk atferd og forholdet til kildene

3.1. Kilden for informasjon skal som hovedregel identifiseres, med mindre det kommer i konflikt med kildevernet eller hensynet til tredjeperson.

3.2. Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis er korrekte. Det er god presseskikk å tilstrebe bredde og relevans i valg av kilder. Vær spesielt aktsom ved behandling av informasjon fra anonyme kilder, informasjon fra kilder som tilbyr eksklusivitet, og informasjon som er gitt fra kilder mot betaling.

3.3. Det er god presseskikk å gjøre premissene klare i intervjusituasjoner og ellers overfor kilder og kontakter. Avtale om eventuell sitatsjekk bør inngås i forkant av intervjuet, og det bør gjøres klart hva avtalen omfatter og hvilke tidsfrister som gjelder. Redaksjonen selv avgjør hva som endelig publiseres.

3.4. Vern om pressens kilder. Kildevernet er et grunnleggende prinsipp i et fritt samfunn og er en forutsetning for at pressen skal kunne fylle sin samfunnsoppgave og sikre tilgangen på vesentlig informasjon.

3.5. Oppgi ikke navn på kilde for opplysninger som er gitt i fortrolighet, hvis dette ikke er uttrykkelig avtalt med vedkommende.

3.6. Av hensyn til kildene og pressens uavhengighet skal upublisert materiale som hovedregel ikke utleveres til utenforstående.

3.7. Pressen har plikt til å gjengi meningsinnholdet i det som brukes av intervjuobjektets uttalelser. Direkte sitater skal gjengis presist.

3.8. Endring av avgitte uttalelser bør begrenses til korrigerende av faktiske feil. Ingen uten redaksjonell myndighet kan gripe inn i redigering og presentasjon av redaksjonelt materiale.

3.9. Opptre hensynsfullt i den journalistiske arbeidsprosessen. Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan ventes å være klar over virkningen av sine uttalelser. Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft. Husk at mennesker i sjokk eller sorg er mer sårbare enn andre.

3.10. Skjult kamera/mikrofon eller falsk identitet skal bare brukes i unntakstilfeller. Forutsetningen må være at dette er eneste mulighet til å avdekke forhold av vesentlig samfunnsmessig betydning.

3.11. Pressen skal som hovedregel ikke betale kilder og intervjuobjekter for informasjon. Vis moderasjon ved honorering for nyhetstips. Det er uforenlig med god presseskikk å ha betalingsordninger som er egnet til å friste mennesker til uberettiget å trå innenfor andres privatsfære eller gi fra seg personsensitiv informasjon.

4. Publiseringsregler

4.1. Legg vekt på saklighet og omtanke i innhold og presentasjon.

4.2. Gjør klart hva som er faktiske opplysninger og hva som er kommentarer.

4.3. Vis respekt for menneskers egenart og identitet, privatliv, etnisitet, nasjonalitet og livssyn. Vær varsom ved bruk av begreper som kan virke stigmatiserende. Fremhev ikke personlige og private forhold når dette er saken uvedkommende.

4.4. Sørg for at overskrifter, henvisninger, inngresser og inn- og utannonseringer ikke går lenger enn det er dekning for i stoffet. Det er god presseskikk å oppgi kilden når opplysninger er hentet fra andre medier.

4.5. Unngå forhåndsdomming i kriminal- og rettsreportasje. Gjør det klart at skyldspørsmålet for en mistenkt, anmeldt, siktet eller tiltalt først er avgjort ved rettskraftig dom. Det er god presseskikk å omtale en rettskraftig avgjørelse i saker som har vært omtalt tidligere.

4.6. Ta hensyn til hvordan omtale av ulykker og kriminalsaker kan virke på ofre og pårørende. Identifiser ikke omkomne eller savnede personer uten at de nærmeste pårørende er underrettet. Vis hensyn overfor mennesker i sorg eller ubalanse.

4.7. Vær varsom med bruk av navn og bilde og andre klare identifikasjonstegn på personer som omtales i forbindelse med klanderverdige eller straffbare forhold. Vis særlig varsomhet ved omtale av saker på tidlig stadium av etterforskning, i saker som gjelder unge lovovertridere, og der identifiserende omtale kan føre til urimelig belastning for tredjeperson. Identifisering må begrunnes i et berettiget informasjonsbehov. Det kan eksempelvis være berettiget å identifisere ved overhengende fare for overgrep mot forsvarsløse personer, ved alvorlige og gjentatte kriminelle handlinger, når omtales identitet eller samfunnsrolle har klar relevans for de forhold som omtales, eller der identifisering hindrer at uskyldige blir utsatt for uberettiget mistanke.

4.8. Når barn omtales, er det god presseskikk å ta hensyn til hvilke konsekvenser medieomtalen kan få for barnet. Dette gjelder også når foresatte har gitt sitt samtykke til eksponering. Barns identitet skal som hovedregel ikke røpes i familietvister, barnevernssaker eller rettssaker.

4.9. Vær varsom ved omtale av selvmord og selvmordsforsøk. Unngå omtale som ikke er nødvendig for å oppfylle allmenne informasjonsbehov. Unngå beskrivelse av metode eller andre forhold som kan bidra til å utløse flere selvmordshandlinger.

4.10. Vær varsom med bruk av bilder i annen sammenheng enn den opprinnelige.

4.11. Vern om det journalistiske fotografiets troverdighet. Bilder som brukes som dokumentasjon må ikke endres slik at de skaper et falskt inntrykk. Manipulerte bilder kan bare aksepteres som illustrasjon når det tydelig fremgår at det dreier seg om en montasje.

4.12. For bruk av bilder gjelder de samme aktsomhetskrav som for skriftlig og muntlig fremstilling.

4.13. Feilaktige opplysninger skal rettes og eventuelt beklages snarest mulig.

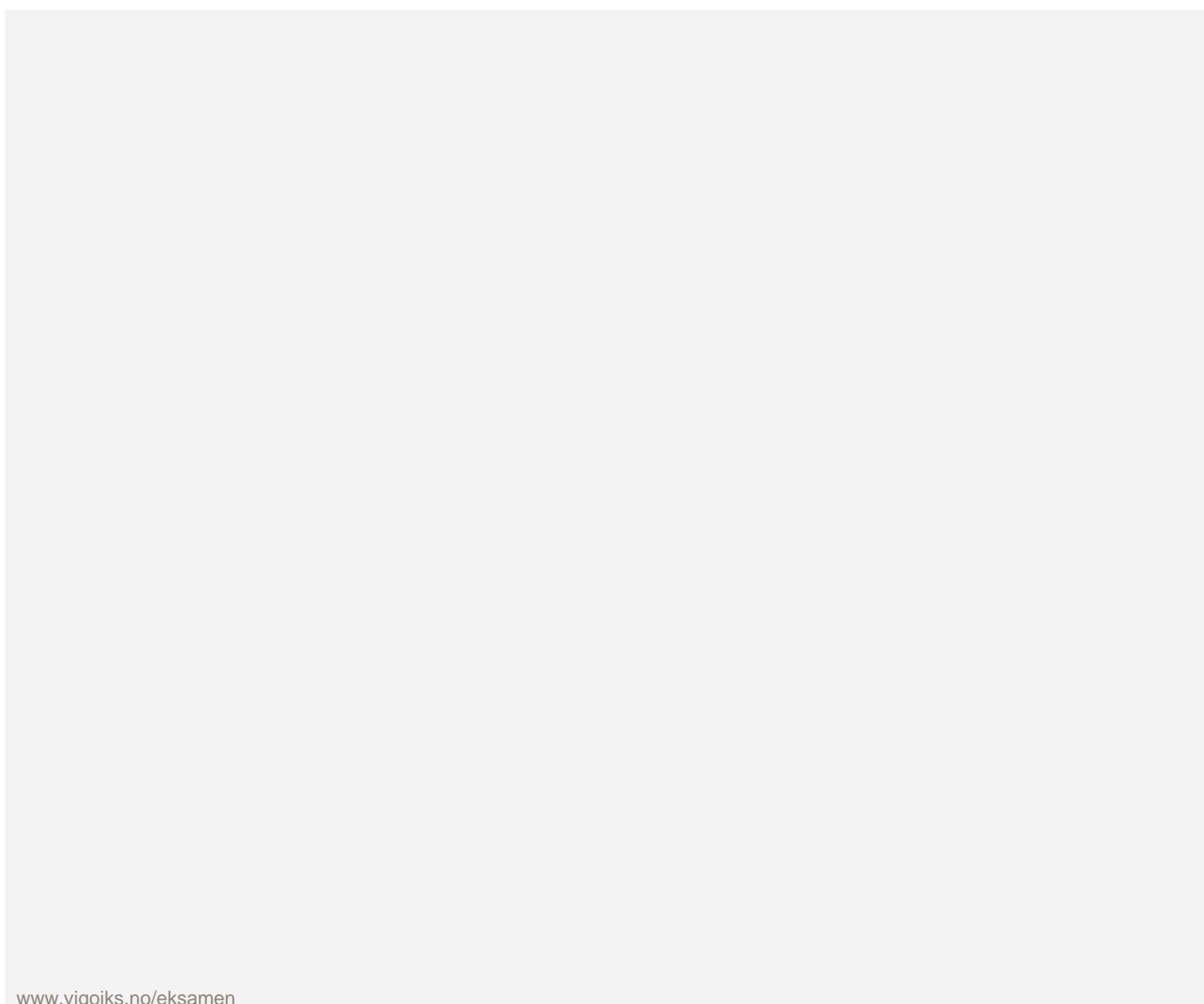
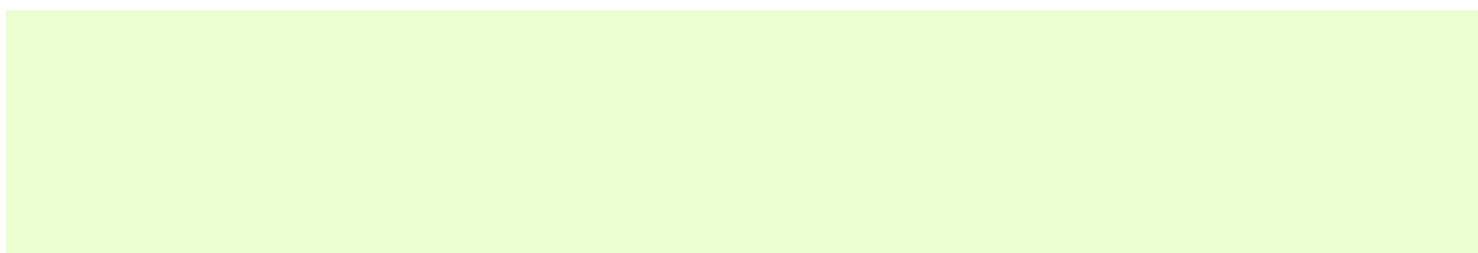
4.14. De som utsettes for sterke beskyldninger skal så vidt mulig ha adgang til samtidig imøtegåelse av faktiske opplysninger. Debatt, kritikk og nyhetsformidling må ikke hindres ved at parter ikke er villig til å uttale seg eller medvirke til debatt.

4.15. De som er blitt utsatt for angrep skal snarest mulig få adgang til tilsvaret, med mindre angrep og kritikk inngår som ledd i en løpende meningsutveksling. Ha som krav at tilsvaret er av rimelig omfang, holder seg til saken og har en anstendig form. Tilsvaret kan nektes dersom den berørte part, uten saklig grunn, har avvist tilbud om samtidig imøtegåelse i samme spørsmål. Tilsvaret og debattinnlegg skal ikke utstyres med redaksjonell, polemisk replikk.

4.16. Vær varsom med å lenke fra digitale utgaver til innhold som bryter med god presseskikk. Sørg for at lenker til andre medier eller publikasjoner er tydelig merket. Det er god presseskikk å informere brukere av interaktive tjenester om hvordan publikasjonen registrerer og eventuelt utnytter bruken av tjenestene.

4.17. Dersom redaksjonen velger ikke å forhåndsredigere digitale meningsutvekslinger, må dette bekjentgjøres på en tydelig måte for de som har adgang til disse. Redaksjonen har et selvstendig ansvar for så snart som mulig å fjerne innlegg som bryter med god presseskikk.

Ord og bilder er mektige våpen. Misbruk dem ikke!



www.vigoiks.no/eksamen