

Eksamen

05.06.2019

MED2003 Medieproduksjon

Programområde: Medieproduksjon

Nynorsk

Eksamensinformasjon

Eksamenstid	Eksamen varer i 4 timar.
Hjelpemiddel	Alle hjelpemiddel er tillatne, bortsett frå 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 utskrifter eller sitat frå Internett, skal du føre opp nøyaktig nettadresse og nedlastingsdato.</p>
Vedlegg	1: Bakgrunnsinfo om valdeltaking, side 6 og 7
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 viser korleis ein jobbar med forarbeid, og at du viser kompetanse innan medieproduksjon og etterarbeid, bruker fagomgrep og grunngir vala dine.</p>
Andre opplysningar	Du skal svare på alle oppgåvene. Les derfor nøye gjennom alle oppgåvene før du svarer på dei.

Oppgave 1

Du jobbar i eit reklamebyrå og har fått i oppdrag å utarbeide ein **reklamekampanje** som skal auke valdeltakinga i kommunen din.

Kampanjen skal bestå av **to ulike produkt** innan ulike medium. Du vel – og grunngir – sjølv målgruppe, medium og kanalar med bakgrunn i informasjonen du finn i **vedlegg 1**.

Beskriv korleis du vil utarbeide ein idé, kva ideen er, og korleis ideen kan tilpassast to ulike produkt.

Gjer greie for korleis du vil produsere og ferdigstille dei to produkta, og grunngi vala dine.

Om du jobbar grafisk, skal du lage ei grovskisse for produktet. Om du jobbar med video, skal du lage eit storyboard. Om du jobbar med lyd, skal du lage eit grovmanus der du gjer greie for strukturen. Dette skal du gjere for begge produkta.

Lag og grunngi eit slagord som passar til begge produkta.

Oppgave 2

Når ein arbeider med marknadskommunikasjon, er det fleire teoretiske og praktiske hjelpemiddel som kan bidra til at produktet ditt når fram til målgruppa. Blant dei er *retoriske appellformer*, *AIDA(S)* og *SWOT-analyse*. Bruk **eitt** av desse hjelpemidla til å analysere produktet du laga i **oppgåve 1**.

Oppgave 3

Gjer greie for kva slags utstyr og programvare du ville ha brukt under produksjon og postproduksjon av produktet du laga i **oppgåve 1**.

Her må du også forklare kva for filformat som høyrer til det ulike utstyret og dei ulike programvarene, og korleis du ville ha eksportert det endelege produktet ditt for publisering i kanalane du har valt.

Bokmål

Eksamensinformasjon

Eksamenstid	Eksamen varer i 4 timer.
Hjelpemidler	Alle hjelpemiddel er tillatt, unntatt åpent Internett, samskriving, chat og andre muligheter for å kunne utveksle informasjon med andre.
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 utskrifter eller sitater fra Internett, skal du oppgi nøyaktig nettadresse og nedlastingsdato.</p>
Vedlegg	1: Bakgrunnsinfo om valgdeltakelse, side 6 og 7
Informasjon om vurderingen	<p>Sensor vurderer i hvilken grad besvarelsen viser at kandidaten har nådd kompetansemålene i læreplanen, og hvordan kandidaten bruker og reflekterer over faglige kunnskaper og ferdigheter.</p> <p>Det blir lagt vekt på at du viser hvordan man jobber med forarbeid, og at du viser kompetanse innen medieproduksjon og etterarbeid, bruker fagbegreper og begrunner valgene dine.</p>
Andre opplysninger	Du skal svare på alle oppgavene. Les derfor nøye gjennom alle oppgavene før du svarer på dem.

Oppgave 1

Du jobber i et reklamebyrå og har fått i oppdrag å utarbeide en **reklamekampanje** som skal øke valgdeltakelsen i kommunen din.

Kampanjen skal bestå av **to forskjellige produkter** innen forskjellige medium. Du velger – og begrunner – selv målgruppe, medier og kanaler med bakgrunn i informasjonen du finner i **vedlegg 1**.

Beskriv hvordan du vil utarbeide en idé, hva ideen er, og hvordan ideen kan tilpasses to forskjellige produkter.

Gjør rede for hvordan du vil produsere og ferdigstille de to produktene, og begrunn valgene dine.

Om du jobber grafisk, skal du lage en grovskisse for produktet. Om du jobber med video, skal du lage et storyboard. Om du jobber med lyd, skal du lage et grovmanus der du gjør rede for strukturen. Dette skal du gjøre for begge produktene.

Lag og begrunn et slagord som passer til begge produktene.

Oppgave 2

Når man arbeider med markedskommunikasjon, er det flere teoretiske og praktiske hjelpemidler som kan bidra til at produktet ditt når fram til målgruppen. Blant dem er *retoriske appellformer*, *AIDA(S)* og *SWOT-analyse*. Bruk **ett** av disse hjelpemidlene til å analysere produktet du laget i **oppgave 1**.

Oppgave 3

Gjør rede for hva slags utstyr og programvare du ville ha brukt under produksjon og postproduksjon av produktet du laget i **oppgave 1**.

Her må du også forklare hvilke filformater som hører til det ulike utstyret og de ulike programvarene, og hvordan du ville ha eksportert det endelige produktet ditt for publisering i kanalene du har valgt.

Valgdeltakelsen sank i 8 av 10 kommuner

Deltakelsen ved høstens kommunevalg var på 60,0 prosent. Det er en nedgang på 4,2 prosentpoeng fra kommunevalget i 2011. I de fleste av de 428 kommunene var det en nedgang, mens det i 65 av kommunene var en økning i valgdeltakelsen.

Til sammen deltok det 2 411 126 personer i kommunestyrevalget. Det er en nedgang på om lag 29 300 personer sammenliknet med valget i 2011.

Høy valgdeltakelse i små kommuner

Størst tilbakegang i valgdeltakelse hadde Berlevåg, hvor valgdeltakelsen sank med 15,4 prosentpoeng. Størst økning hadde Røst med 11,1. Forskjellene i valgdeltakelse mellom kommunene økte sammenliknet med 2011 og 2007. I 2007 var forskjellen mellom høyest og lavest valgdeltakelse 31 prosentpoeng, i 2011 var den på 32 prosentpoeng, mens den i 2015 var på 34 prosentpoeng. Kommunene Hammerfest, Nordkapp, Nannestad, Hitra og Sarpsborg hadde en valgdeltakelse under 52 prosent. Kommunene Utsira, Fedje, Modalen og Kvitsøy hadde en valgdeltakelse over 80 prosent, dette er alle kommuner med under 500 stemmeberettigede. Det er 58 kommuner som har en valgdeltakelse over 70 prosent, dette er utelukkende kommuner med under 5 000 stemmeberettigede.

Økning i andel forhåndsstemmer

Det ble avgitt 24,3 prosent forhåndsstemmer ved lokalvalget i 2015. Dette er en økning i andelen forhåndsstemmer på 1,9 prosentpoeng sammenliknet med valget i 2011.

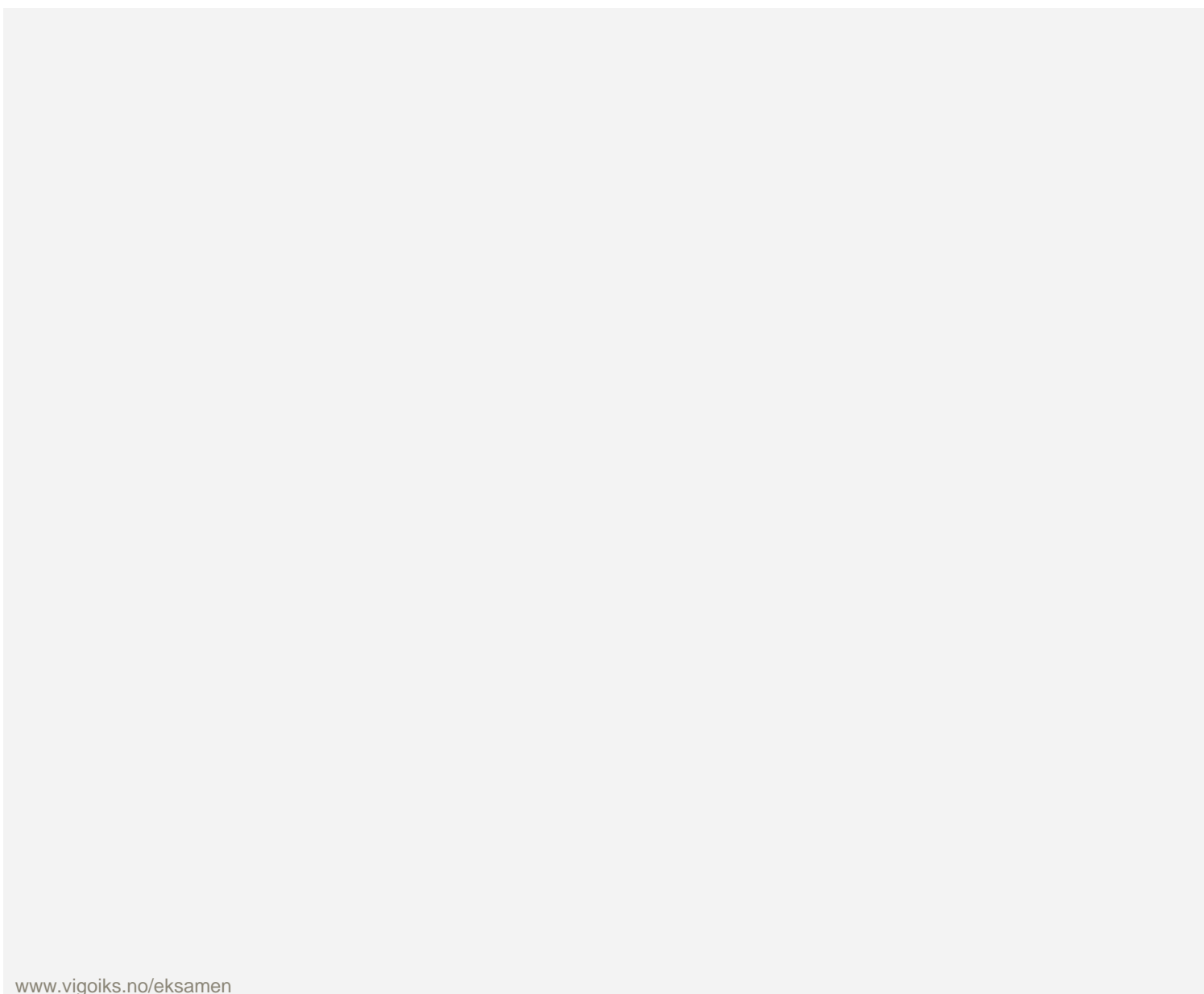
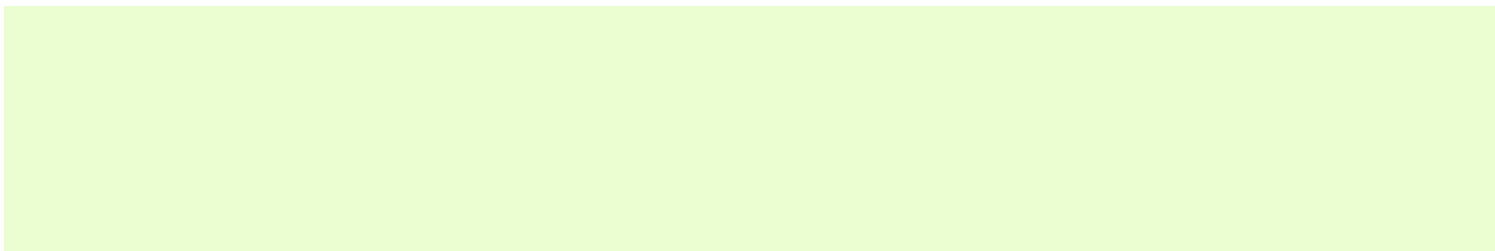
Svært liten andel forkastede og blanke stemmer

Ved kommunevalget var det 3 270 stemmer som ble forkastet, dette er på nivå med tidligere valg. Ved fylkestingsvalget ble det forkastet 3 800 stemmer, dette er en økning på 1 500 siden 2011, men er altså helt på nivå med kommunevalget. Det ble tilsammen avgitt 15 470 blanke stemmer i kommunevalget mot 11 900 i 2011. I fylkestingsvalget ble det avgitt til sammen 28 070 blanke stemmer mot 24 100 blanke stemmer i 2011. Dette utgjør om lag 1 prosent av alle avlagt stemmer.

Kommunestyre- og fylkestingsvalget. Valgdeltakelse, etter kjønn og alder. Tall er i prosent.

	2007	2011	2015
I alt	61,7	64,5	60,2
Menn	60,5	62,9	57,2
Kvinner	62,8	66,9	62
Begge kjønn			
18-19 år	34,8	49,4	48,3
20-24 år	34,7	39,5	36,4
25-44 år	54,8	57,7	51,5
45-66 år	67,3	71,5	67,7
67-79 år	71,4	76,3	75,9
80 år eller eldre	63,1	60,1	56,8
Menn			
18-19 år	38,9	46,2	44,1
20-24 år	34,7	36	34
25-44 år	51,8	54,4	47,5
45-66 år	66,3	70,8	65,2
67-79 år	73,4	77,8	77
80 år eller eldre	66,2	65,7	62,8
Kvinner			
18-19 år	31,2	54,1	52,9
20-24 år	34,6	43	38,9
25-44 år	57,9	61,5	55,6
45-66 år	68,5	72,2	70,3
67-79 år	69,9	75	74,9
80 år eller eldre	60,9	57,1	53,1

Kjelde/Kilde: Statistisk sentralbyrå



www.vigoiks.no/eksamen