

Sensorveiledning

Emnekode	PSY2104
Emnenavn	Mediepsykologi
Emneansvarlig/oppgavegiver	Thomas Wold
Kvalitetssikret av	Ingunn Hagen
Semester, år	Høst 2023
Vurderingsform, lengde	Skoleeksamen. 4 timer.
Tillatte hjelpemidler	Ingen

Emnets læringsutbyttebeskrivelser angitt i kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse. (Henvi­sing med lenke til emnesiden på NTNUs nettsider er tilstrekkelig)	https://www.ntnu.no/studier/emner/PSY2104#tab=omEmnet
Pensum	<p>Bøker:</p> <p>Hagen, Ingunn (2004/1998): Medias publikum. Frå mottakar til brukar? Oslo: Ad Notam Gyldendal (173 s.). Kap. 2-6.</p> <p>Hagen, Ingunn og Thomas Wold (2009): Mediegenerasjonen. Barn og unge i det nye medielandskapet. Oslo: Samlaget. (160 s.). Kap.1-3, kap. 5-9.</p> <p>Brewer, Gayle (2011): Media Psychology. Macmillan: Houndmills, Basingstoke, Hampshire New York, NY. ISBN: 9780230279209</p> <p>Artikler og bokkapitler</p> <p>Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). The Effects of Media Violence on Society. <i>Science</i>, 295(5564), 2377–2379. http://www.jstor.org/stable/3076147</p>

Anderson, C. A. (2004): An update on the effects of playing violent video games, *Journal of Adolescence*, Volume 27, Issue 1, Pages 113-122, ISSN 0140-1971,

<https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2003.10.009>.

(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0140197103000976>)

Danah Boyd (2010): *Social networked sites as networked publics: Affordances, Dynamics and Implications*. In *The Networked self: Identity, community and culture on social network sites*. New York :Routledge

Drotner, K. (1999). *Dangerous Media? Panic Discourses and Dilemmas of Modernity*. *Paedagogica Historica*, 35(3), 593–619. <https://doi.org/10.1080/0030923990350303>

Elson, M., & Ferguson, C. J. (2014). Twenty-five years of research on violence in digital games and aggression: Empirical evidence, perspectives, and a debate gone astray. *European Psychologist*, 19(1), 33–46. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000147>

Hall, Stuart (1980; 2002): "Encoding/Decoding." I: Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew

Lowe and Paul Willis (eds.). *Culture, Media, Language*. Birmingham: Routledge. s. 128-139.

Höijer, B. (2004): *The discourse of global compassion: the audience and media reporting of human suffering*. *Media, Culture & Society* © 2004 SAGE Publications (London, Thousand Oaks and New Delhi), Vol. 26(4): 513–531

Hygen, B.W., Belsky, J., Stenseng, F., Skalicka, V., Kvande, M.N., Zahl-Thanem, T. and Wichstrøm, L. (2020), *Time Spent Gaming and Social Competence in Children: Reciprocal Effects Across Childhood*. *Child Dev*, 91: 861-875. <https://doi.org/10.1111/cdev.13243>

Karlsen R. *Followers are opinion leaders: The role of people in the flow of political communication on and beyond social networking sites*. *European Journal of Communication*. 2015;30(3):301-318. doi:10.1177/0267323115577305

Schröder K.C. (2015) *News Media Old and New*, *Journalism Studies*, 16:1

	<p>Sheldon P.; Bryant K. (2016) Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age . Computers in Human Behavior 58 (89-97)</p> <p>Staksrud E; Ólafsson K.; Livingstone, S (2013): Does the use of social networking sites increase children's risk of harm? Computers in Human Behavior 29 (2013) 40–50</p> <p>Sørenssen, I. K. Norwegian Tween Girls and Everyday Life through Disney Tween Franchises. The Oxford Handbook of Children's Film, 736–755. https://doi.org/10.1093/OXFORDHB/9780190939359.013.37</p> <p>Sørenssen, IK. (2018): Disney's High School Musical and the construction of the tween audience. Global studies of childhood. Volume: 8 issue: 3, page(s): 213-224</p> <p>Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2016). Media Effects: Theory and Research. Annual Review of Psychology, 67(1), 315–338. https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608</p>
Eventuelle formelle krav til besvarelsen	Det kreves ikke referanser.
Hvordan de ulike oppgavene i eksamenssettet er vektlagt	Kun 1 av de 2 oppgavene skal besvares

Sensurveiledning:**Oppgave: 1**

Et sentralt spørsmål i medieforskningens historie og som det ofte er debatt om i offentligheten er de mulige effekter av voldelig medieinnhold. Gjør rede for hvilke effekter det kan være snakk om, og de viktigste teoriene fra pensum om dette.

Relevant pensumlitteratur:

Hagen, Ingunn (2004/1998): Medias publikum. Frå mottakar til brukar? Oslo: Ad Notam Gyldendal (173 s.). Kap. 2-6, og 8-9.

Hagen, Ingunn og Thomas Wold (2009): Mediegenerasjonen. Barn og unge i det nye medielandskapet. Oslo: Samlaget. (160 s.). Kap.1-3, kap. 5-9.

Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). The Effects of Media Violence on Society. *Science*, 295(5564), 2377–2379. <http://www.jstor.org/stable/3076147>

Er tilgjengelig online via Oria/Bilbioteket.

Anderson, C. A. (2004): An update on the effects of playing violent video games, *Journal of Adolescence*, Volume 27, Issue 1, Pages 113-122, ISSN 0140-1971.

Elson, M., & Ferguson, C. J. (2014). Twenty-five years of research on violence in digital games and aggression: Empirical evidence, perspectives, and a debate gone astray. *European Psychologist*, 19(1), 33–46. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000147>

Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2016). Media Effects: Theory and Research. *Annual Review of Psychology*, 67(1), 315–338. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608>

Løsningsforslag

Effekter kan forstås i form av endring av holdninger, kunnskap og atferd, eller som tilfredstillende av behov og forventninger. Det er også aktuelt å ta med tolkning og meningsskapning.

Relevante tema og teorier:

Effektforskning:

- Stimulus-respons, injeksjonsnål.
- Kultivasjonsteori: Vedvarende eksponering til TV innhold har små men signifikante effekter på hvordan publikum oppfatter verden.

Sosial læringsteori

Publikum ser voldshandlinger i media, og senere, som et resultat av denne eksponeringen, så oppfører de seg mer voldelig enn det de ellers ville gjort. Modell-læring kan skje på følgende vis:

- Observasjonslæring
- Disinhibitering
- Affektiv endring
- Albert Bandura sine 'bobo-doll' studier fra 1960 årene: imiteringseffekter.

Betingingsteori (Behaviorisme):

- Sensitiserings (følsomhetsøkning):

- Desensitisering (tilvenning):

Type effekter:

- Atferdseffekter: Handlinger blir gjennomført etter å ha sett tilsvarende i media.
- Holdningseffekter: Hvilke vedvarende tankemønstre som farger vår oppfattelse av miljøet.
- Kognitive effekter: Refererer til hva vi tenker på og hvordan medieinnhold blir bearbeidet.
- Fysiologiske effekter: De kroppslige forandringene som skjer gjennom eksponering til ulikt medieinnhold.
- Skille mellom kortidseffekter, langtidseffekter, utilsiktede, tilsiktede, indirekte og direkte effekter.

Mentale skjema/referanserammer

Direkte erfaring og indirekte erfaring.

Media kan berike folks erfaringer, men kan også skape forventninger som ikke kan oppfylles (utseendet, kropp, velstand osv.)

På kort sikt: vanligvis de mentale skjemaene til publikum som styrer, og den enkelte medietekst har sjelden særlig innflytelse. I et langsiktig perspektiv er det annerledes har media en sentral plass i samfunnet, og er en viktig del av folks erfaringsgrunnlag.

I drøftingen bør de gå inn på andre mulige effekter ev medie vold enn voldelig atferd. Det kan være: Kognitive effekter, følelsesmessige, verdensanskuelse (for eksempel om man oppfatter verden som mer voldelig), frykt, synet på konfliktløsning osv..

Oppgave 2

Drøft hvordan publikums aktive rolle blir omtalt i ulike tradisjoner i publikumsforskningen. Sammenlign også mediebrukeres aktivitet i dagens mediesituasjon med publikums rolle de siste tiårene.

Relevant pensumlitteratur:

Hagen, Ingunn (2004/1998): Medias publikum. Frå mottakar til brukar? Oslo: Ad Notam Gyldendal (173 s.). Kap. 2-6.

Hagen, Ingunn og Thomas Wold (2009): Mediegenerasjonen. Barn og unge i det nye medielandskapet. Oslo: Samlaget. (160 s.). Kap.1-3, kap. 5-9.

Hall, Stuart (1980; 2002): "Encoding/Decoding." I: Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Willis (eds.). Culture, Media, Language. Birmingham: Routledge. s. 128-139.

Höijer, B. (2004): The discourse of global compassion: the audience and media reporting of human suffering. *Media, Culture & Society* © 2004 SAGE Publications (London, Thousand Oaks and New Delhi), Vol. 26(4): 513–531

Karlsen R. Followers are opinion leaders: The role of people in the flow of political communication on and beyond social networking sites. *European Journal of Communication*. 2015;30(3):301-318.
doi:10.1177/0267323115577305

Sheldon P.; Bryant K. (2016) Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior* 58 (89-97)

Sørenssen, I. K. Norwegian Tween Girls and Everyday Life through Disney Tween Franchises. *The Oxford Handbook of Children's Film*, 736–755.

Eksamenskrav:

Sentralt her er en diskusjon om hva som ligger i «publikums aktive rolle», holdt opp mot synet på publikum som passivt.

Publikum som passive: Media er mektige, og publikum lar seg påvirke.

Publikum som aktive: Publikum er handlende aktører, som velger og tolker medieinnhold.

Kandidaten bør komme inn på effektforskning, bruksstudier (uses & gratifications research), cultural studies og resepsjonsforskning, og hvordan de ulike tradisjonene oppfatter publikum som aktive eller ikke.

Effektforskning

Fasene i effektforskningen går fra et syn på publikum som passive og påvirkelige, videre til publikum som selektive, og fram til forhandlet mediepåvirkning.

Effektforsningens fase 1: allmektige medier:

En lineær stimulus-respons-modell, hvor avsenders budskap/mening er identisk med den publikum oppfatter.

- Stimulus-respons tekning fra behaviorismen.
- Injeksjonsnålsteorien (bullet theory).
- Så på publikum som løsrevet fra sosiale relasjoner, og sårbare.

Effektforsningens fase 2: maktelsøse medier:

- Selektiv eksponering
- Selektiv persepsjon
- Selektivt minne

Tostegshypotesen

Opinionsledere – sosiale relasjoner viktigere enn mediene

Effektforsningens fase 3: mektige medier igjen.

Større interesser for langvarige effekter og for kognisjon, ikke bare adferd.

Dagsordenfunksjonen: Media kan påvirke hvilke saker eller tema folk oppfatter som viktig

Taushetsspiralen: Når media er samstemt i en sak, kan det gi publikum inntrykk av at dette er noe som majoriteten i samfunnet mener. Taushetsspiralen innebærer at de med mindretallsmeninger holder munn. Dermed blir ikke meningene deres en del av den offentlige diskusjonen, og dermed føler de enda sterkere at de har avvikende meninger, og holdt fortsatt munn (Noelle-Neumann).

Kultivasjonsteori: Vedvarende eksponering til TV innhold har små men signifikante effekter på hvordan publikum oppfatter verden. Mean World Syndrom: Gerbner fant at de som så mye på TV oppfatter verden som mer voldelig enn de som ser lite på TV. Ble kritisert for å sammenblande ulike voldssjangre, og i liten grad ta hensyn til sosioøkonomiske faktorer.

Effektforsningens fase 4: Forhandlet mediepåvirkning

Media gir rammene, mens publikum er aktive med å tolke budskapene.

Bruksstudiene

- Ser publikum som aktive i betydning selektivt bruk, og ser ikke så mye på tolkning/kognisjon. Vektlegging av behov som styrer mediebruk. Trekker opp hvis de diskuterer behovsbegrepet og kritikken mot bruksstudiene.

Cultural studies

Fokus på tolkning og publikums aktive deltagelse i meningsdannelsen. Opptatt av hegemoni, makt og meningsproduksjon. Ser massemedia som uttrykk for en dominerende ideologi i samfunnet: Både som viderefører av en eksisterende ideologi, men også som arena hvor en opposisjonell ideologi kan komme til uttrykk.

Stuart Halls encoding-decoding modell ble foreslått som et semiotisk alternativ til den mer lineære kommunikasjonsmodellen (sender-budskap-mottaker) som ligger til grunn for effektforskningstradisjonen. Modellen legger vekt på publikums tolking og meningskapning. Stuart Hall hevder da at teksten er gjennomsyret av ideologiske verdier, og inviterer til ulike lesninger avhengig av mottakernes egne ideologiske referanserammer.

Tre lese måter for publikum:

- 1: foretrukket lesing. Man tar til seg den mening i teksten som avsender legger opp til.
2. Forhandling med teksten ("negotiation"). Man godtar noe av det, forkaster noe av det.

3. Opposisjonell lesing. Man motsetter seg avsenders foretrukne lesning.

Resepsjonsanalyse

Fokuserer på den meninga og opplevelsen publikum har i møtet med medieinnhold. Publikumsstudier, vanligvis med kvalitative metoder. Dybdeintervju og fokusgrupper er mye brukt. Man ser ikke bare på et implisitt publikum, men et faktisk publikum. Integrerer samfunnsvitenskaplige og humanistiske perspektiv på resepsjon.

Resepsjonsanalyse ser på produksjonen av 'mening' som blir til i møte mellom en medietekst (f.eks. et TV-program) og en viss kategori mottaker(e).

1. Fokus på mediebruk, i likhet med bruksforskninga (uses & gratifications research). t.d. Morley, Jensen.
2. Interesse for forståelse/tolking, i likhet med studier av nyhetsforståelse.
3. Interesse for "tekst-mottaker"-relasjonen
4. Fokus på meningsproduksjon, slik som i "Cultural Studies"-tradisjonen. Hall's encoding-decoding-modell en viktig inspirasjonskilde.

Meningsproduksjon blir da sett på som å skje i en interaksjon mellom tekst og mottaker.

Generelt for alle besvarelser

I bedømmingen legges det vekt på at kandidaten faktisk svarer på det oppgaven spør om. Bred pensumkunnskap som legges fram på en oversiktlig måte, samt en god drøfting med relevante eksempler som demonstrerer en forståelse for problemstillingene, er nødvendig for å få en god karakter.

Videre legges det vekt på:

- at alle begreper forklares.
- en god struktur og god språkføring.
- en god drøfting er nødvendig for å få god karakter

Karakterskala som er benyttet

Bokstavkarakter: <https://innsida.ntnu.no/wiki/-/wiki/Norsk/Karakterskalaen>