

Sensurvegleiing, heimeeksamen SPM 351 våren 2023:

Oppgåve 1.

Beskriv sportsjournalistikken med tanke på sjangrar.

Kva er bra med norsk sportsjournalistikk? Kva er problematisk?

Bokmålsversjon:

Beskriv sportsjournalistikken med tanke på sjangre.

Hva er bra med norsk sportsjournalistikk? Hva er problematisk? Bruk egne eksempler.

Oppgåva består av to delar; først ein analytisk-beskrivande del, og så ein normativ-vurderande del.

Sjangeromgrepet er her henta frå Schwebs m. fl. (2020), s. 119 og utover (evnt også kap. 5). Svaret må sondera mellom hovudsjangrane/stofftypane informasjon, underhaldning og reklame, og plassera sportsjournalistikken mellom desse. Alle tre sjangrane er relevante, og må med for svar på middels nivå. Eigne døme veg positivt, og aller helst frå tida etter 2021 – for svar på høgt nivå.

Når det gjeld den normative (kritiske) vurderinga av kva som er bra og kva som er problematisk med norsk sportsjournalistikk, er det avgjerande (for middels og høgt nivå) å gjera klart kva målestokken/vurderingsgrunnlaget til studenten sjølv/teksten hennar er. Von der Lippe (2010) er relevant litteratur på pensum, i høve det som har med kjønnsproblematikk å gjera. Kjernelitteraturen nemner også andre myter og stereotypiar (van Veen 2004). Fotojournalistikk kan vera verdt å ha med, for det som kan vera bra/vakkert med norsk sportsjournalistikk.

Førelingar er mogleg å trekkja inn i svara, men då ført i litteraturlista i tråd med APA-stilen («personlig kommunikasjon»).

Rett og konsekvent referanseteknikk og rett føring av litteraturliste etter APA-normen (7. utgåve) er nødvendig for svar på svært høgt nivå (A).

Litteratur:

- Von der Lippe, G. (2010). *Et kritisk blick på sportsjournalistikk: Medier og idrett i en globalisert verden*. IJ-forlaget
- Shwebs, T., Yte-Arne, B. & Østbye, H. (2020). *Media i samfunnet* (8. utg.). Samlaget
- Van Veen, E. (2004). Samba vs. militærmarsj. *Moving bodies*, 2(2), 118-134.

Oppgave 2 (BM):

Ta utgangspunkt i enten en selvvalgt kommunikasjonsstrategi til en idrettsorganisasjon/klubb i Norge, eller i et av de tre alternativene vi har nevnt under, og beskriv hvordan organisasjonen/klubben ser for seg å kommunisere, og til hvem. Hva er målet for kommunikasjonen? Ta også stilling til og diskuter hvilke medier som kan være relevant å bruke for forskjellige målgrupper.*

*NB!: Du kan **ikke** ta utgangspunkt i kommunikasjonsstrategien til Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komite (NIF).*

* Norges Basketballforbund:

<https://www.basket.no/siteassets/nbbf---dokumenter/planverk/nbbf-kommunikasjonsplan-2021-2022-vedtatt-29.01.21.pdf>

Norges Golfforbund:

<https://www.golfforbundet.no/assets/ngf/files/klubb/organisasjon/kommunikasjonsplan-2020-23.pdf>

Sagene IF:

https://sageneif.no/uploads/KmBuPyLZ/kommunikasjonsplan_sagene_if_vedtatt_23_02_2016.pdf

Overordnet for karaktersetting:

For å oppnå karakteren A forventes det at innsikt fra relevant litteratur/pensum, og at argumentasjonen som føres viser avansert forståelse og kunnskap for sentrale begreper og teori/perspektiver. Besvarelsen skal tydelig bekrefte studentens forståelse for helheten i tematikken. Alle referanser skal være korrekte i henhold til APA utgave 7 (APA7). Omfanget i oppgaven er innenfor hva som er angitt i de formelle kravene.

For å oppnå karakteren B forventes det at relevant litteratur/pensum benyttes. Argumentasjonen som føres, viser meget god forståelse og kunnskap for sentrale begreper og teori/perspektiver. Besvarelsen bekrefter studentens forståelse for helheten i tematikken, med noen unntak. Kandidaten refererer eksplisitt til kilder i tråd med APA7. Omfanget i oppgaven er innenfor hva som er angitt i de formelle kravene.

For å oppnå karakteren C forventes det at studenten utviser innsikt i de mest sentrale delene av pensum/litteratur. Argumentasjonen som føres, viser god forståelse for sentrale begreper og teori/perspektiver, med noen mangler. Refererer til kilder, selv om referansen noen ganger ikke er helt i tråd med APA7. Omfanget i oppgaven er innenfor hva som er angitt i de formelle kravene.

For å oppnå karakteren D forventes det at studenten utviser nokså god innsikt i nødvendige deler av pensum/litteraturen. Argumentasjonen som føres, viser noe manglende forståelse for sentrale begreper og teori/perspektiver. Refererer til kilder, selv om referanselisten ikke er i tråd med APA7. Omfanget i oppgaven avviker noe fra hva som er angitt i de formelle kravene.

For å oppnå karakteren E forventes det at studenten utviser innsikt i nødvendige deler av litteraturen. Argumentasjonen som føres dekker minimumskrav for hva denne litteraturen anfører, men har klare mangler og er overfladisk. Bruken av kilder er uklar, og kilder er kun referert på slutten av teksten eller bare i teksten. Omfanget i oppgaven avviker mye fra hva som er angitt i de formelle kravene.

Karakteren F gis når studenten viser manglende innsikt i de mest sentrale delene av litteraturen og pensum. Argumentasjonen som føres har verken implisitt eller eksplisitt kobling til nødvendig litteratur. Referanser er ikke gjengitt i tråd med APA 7.utg og er angitt på en måte som ikke utviser innsikt i hvordan man skal sitere i akademiske arbeider. Omfanget i oppgaven avviker mye fra hva som er angitt i de formelle kravene. Karakteren F skal også gis hvis en av oppgavene ikke er besvart.

Se ellers Universitets- og høyskolerådets [«Karaktersystemet – generelle, kvalitative beskrivelser»](#)

Konkret sensorveiledning:

- Dette er en kompleks oppgave der kandidaten først må få på plass hva kjennetegner begrepet kommunikasjonsstrategi. En kommunikasjonsstrategi tar sikte på å prioritere den informasjonen, en organisasjon ønsker å formidle. Generelt er det en prosess som består av tre hovedelementer;
 1. Hva og hvordan kommuniserer vi?
 2. Hva og hvordan ønsker organisasjonen å kommunisere?
 3. Hvilke kanaler kan vi benytte?
- Foruten dette kan en strategi inneholde en analyse av målgruppen/målgruppene.
- I en veldig bra besvarelse, klarer studentene å trekke inn aspekter fra strategisk kommunikasjon. Strategisk kommunikasjon er å lytte, analysere og forstå andre mennesker, deres ønsker, motiver og omgivelser. Dette er organisasjonens interesserter.
- Studenten bør inkludere disse elementene for strategisk kommunikasjon:
 - o Mål
 - o Målgruppe
 - o Avsender
 - o Virkemidler
 - o Evaluering
- Studentene kan inndra et aspekt på, at kommunikasjon er en dialog. Altså må en organisasjon vite om og forstå mottaker.

Relevant fra pensum

- Dahlen, Ø. P. & Skarpen, T. E. (2018). Bedre PR og kommunikasjon: En praktisk håndbok. Cappelen Damm akademisk. Side 10-57, 79-91 og 116-204
- Fossøy, J., Moe, V. F., & Fretland, F. (2020). Idrett og media i Noreg – frå analoge til digitale medieplattformer. I L. J. Halvorsen, R. Stokken, W. M. Rogne & I. J. Erdal (Red), Digital samanhending: Fjordantologien 2020 (s. 103-122). Universitetsforlaget.
- Geurin-Eagleman, A. & Burch, L. (2016). Communicating via photographs: A gendered analysis of Olympic athletes' visual self-presentation on Instagram. Sport Management Review, 19(2),133-145. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.03.002>

- Hanstad, D. V. (2009). Det olympiske maktsillet: Hvordan Tromsøs triumf ble snudd til nederlag. *Nytt norsk tidsskrift*, 26(1), 15-27.
https://www.idunn.no/nnt/2009/01/det_olympiske_maktsillet_-_hvordan_tromsos_triumf_ble_snudd_til_nederlag
- Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité. (u.å.). *Kommunikasjonsstrategi 2019-2023*.
- Kristiansen, E., Hanstad, D. V. & Roberts, G. (2011). Coping with the media at the Vancouver Winter Olympics: "We all make a living out of this". *Journal of Applied Sport Psychology*, 23(4), 443-458. <https://doi.org/10.1080/10413200.2011.598139>
- Radmann, A. (2012). The new media and hooliganism: Constructing media identities. I R. Krøvel & T. Roksvold (Red.), *We love to hate each other: Mediated football fan culture* (s. 171-189). Nordicom.
- Shwebs, T., Yte-Arne, B. & Østbye, H. (2020). *Media i samfunnet* (8. utg.). Samlaget. Side 9-93, 119-172 og 291-331