

**Semesterbeskrivelse, 4. semester, København**

Forår 2016

Semesterbeskrivelse**Oplysninger om semesteret**

Skole: Skolen for Communication, Art and Technology (CAT)

Studienævn: Kommunikation og Digitale Medier

Studieordning:

http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/109/109590_ba_kommunikationogdigitalemedier_2015_hum_aau.pdf**Semesterets temaramme**

Herunder en mere udfoldet redegørelse i prosaform for semesterets fokus, arbejdet med at indfri lærings- og kompetencemål og den eller de tematikker, der arbejdes med på semesteret. Semesterbeskrivelsen rummer altså den "temaramme", som de studerende arbejder under, og endvidere beskrives semesterets rolle og bidrag til den faglige progression.

- Dette punkt kan efter studienævnets afgørelse udelades

Semesterets organisering og forløb

Kortfattet beskrivelse af hvordan de forskellige aktiviteter på semesteret (såsom studieture, praktik, projektmoduler, kursusmoduler, herunder laboratoriearbejde, samarbejde med eksterne virksomheder, muligheder for tværfaglige samarbejdsrelationer, eventuelt gæsteforelæsere og andre arrangementer med videre) indbyrdes hænger sammen og understøtter hinanden samt den studerende i at nå semesterets kompetencemål.

Semesterkoordinator og sekretariatsdækning

Ankelærer: Thomas Ploug

Sekretær: Karin Jensen

Modulbeskrivelse: Kommunikation og Individ**Modultitel, ECTS-angivelse og STADS-kode****Projektmodul:**

Kommunikation & Individ / Communication and the Individual. 20 ECTS

Placering

4. semester.

Studienævnet for Humanistisk Informatik.

Modulansvarlig

Semesterkoordinatoren.

Type og sprog

Projektmodul. Undervisningen foregår på dansk

Mål

Den studerende skal gennem modulet opnå:

Viden om

- *Teori og metode inden for det kommunikations- og informationsvidenskabelige felt, med fokus på individet i kommunikative sammenhænge;*
- *Kommunikations- og informationsvidenskabelige problemstillinger, samt evne at formidle viden herom;*
- *Etiske og erkendelsesteoretiske aspekter af menneskelig kommunikation, herunder især medieret kommunikation.*

Færdigheder i

- *At anvende videnskabelige metoder og redskaber, der knytter sig til kommunikations- og informationsteknologi med fokus på individets rolle og mulighedsbetingelser;*
- *At analysere, planlægge og indgå i kommunikationsprocesser af enten medieret som umedieret art, og med forståelse af egne og andres kommunikations- og interaktionsmønstre;*
- *Analysere kommunikation, herunder etik og magt i kommunikation;*
- *Analysere kommunikation, herunder roller, oplevelse, mening og identitet i kommunikation;*
- *Analyserekommunikation, herunder perception, kognition og emotion i kommunikation.*

Kompetencer til

- *at identificere eget læringsbehov og selvstændigt agere i det faglige felt;*
- *At håndtere komplekse teoretiske og metodiske problemstillinger i relation til det faglige felt;*
- *At anvende informationsteknologiske produkter i forbindelse med registrering og dokumentation af individers kommunikation med henblik på at beskrive, analysere og vurdere denne.*

Fagindhold og begrundelse

Modulets tema er kommunikation og individ, og der arbejdes med individers evne til at kommunikere, percipere og indgå i kommunikative relationer, samt de roller, positioner og diskurser, der er og opstår i kommunikationen. Der fokuseres på præmisserne for kommunikation set ud fra modtager- og brugerperspektiv, og der oparbejdes kompetencer til at analysere, beskrive og forstå vilkårene for individets kommunikation.

I tilknytning til modulet afholdes undervisningsaktiviteter, der inddrager følgende områder:

- *Digitale Mediers Psykologi & Sociologi - Individ & Identitetsforståelse;*
- *Filosofi, Etik & Magt;*
- *Forbrug, Oplevelse & Kultur;*
- *Informationsteknologiske Dataindsamlings- & Registreringsmetoder.*

Omfang og forventning

1 ECTS-point svarer til en arbejdsbelastning på mellem 27 - 30 timer.

Det må således forventes at projektmodulet vil antage en arbejdsbelastning på mellem 540 - 600 timer, inklusiv forelæsninger og anden undervisningsaktivitet, forberedelse, udarbejdelse af projektrapport, vejledning, eksamensforberedelse og eksamination.

Deltagere

Studerende på Humanistisk Informatik København.

Deltagerforudsætninger

Humanistisk Informatik, 1. - 3. semester, subsidiært anden relevant uddannelsesmæssig baggrund.

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

Undervisere: Mette Marie Roslyng, Bolette Blaagaard og Peter Allingham

Formålet med kurset er at forstå kommunikationens rolle og funktion for individet i det senmoderne samfund i relation til traditionelle og nye (digitale og interaktive) kommunikations- og medieteknologier med særlig vægt på betydningsdannelsens psykologiske, sociologiske og medieteknologiske forudsætninger.

Kurset giver en indføring i grundlæggende kognitive og (social)psykologiske teorier samt sociologiske beskri-

velser af individets (forandrede) rolle og stilling i det moderne samfund med mulig inddragelse af begreber om strukturation, netværk og risiko.

Kurset retter sig især mod betydningsdannelse ift. psykologiske og kognitive teorier (herunder perceptuelle og emotionelle teorier) samt receptionsteoretiske tilgange, hvor betydningsdannelsens påvirkning fra og af individets indlejring i sociale processer indgår.

Kursusforløbet giver den studerende overblik og indblik i de grundlæggende teorier og metoder til at beskæftige sig med:

- kommunikationens psykologiske forudsætninger og processer
- individets forandrede vilkår og muligheder i en kommunikations- og mediebåret virkelighed
- oplevelse og identitet i relation til kommunikation og mediebrug
- brug-, effekt- og receptionsanalyse af kommunikationsprodukter
- medier, hverdagsliv og ritual

kommunikationsteknologisk udvikling i relation til kommunikativt forbrug, identitet og produktion sociale medier og mediebaserede netværksrelationer

1. Kursusgang: Mediesociologi og receptionsstudier

1a: Tilgange til mediesociologi (2 t) v. Bolette Blaagaard og Mette Marie Roslyng

- oversigt
- effektstudier
- U&G
- two-step flow of communication
- indkodning/afkodning

Litteratur:

- E. Katz and P.E. Lazarsfeld (1995). 'The TwoStep Flow of Communication', in O. Boyd-Barrett and C. Newbold (eds.), *Approaches to Media. A Reader*. London: Arnold, pp. 124-134
- S. Hall (1980). 'Encoding, decoding'. In S. Hall (ed), *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson
- Gripsrud (2005), *Mediekultur, Mediesamfund* (S. W. Jørgensen, trans.). København: Hans Reitzels Forlag, s. 57-76

Sekundær litteratur:

- K. B. Jensen and K. E. Rosengren (1995). 'Five Traditions in Search of the Audience', in O. Boyd-Barrett and C. Newbold (eds.), *Approaches to Media. A Reader*. London: Arnold, pp. 174-183

1b: Receptionsstudier (2 t) v. Mette Marie og Bolette

- Receptionsstudier
- Kritisk tv-reception
- Medieeffekter: grundlæggende typer
- Medieeffekter på mikro- og makroplan

Litteratur

- J. Lull (1990), 'The Social Uses of TV'. In J. Lull (ed), *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences*. London: Routledge, pp. 28-48
- E. Katz and T. Liebes (1989). 'On the Critical Abilities of Television Viewers'. In E. Seiter, H. Borchers, G. Kreitzner and E.-M. Warth (eds), *Remote Control. Television, Audiences, and Cultural Power*. London. Routledge, pp. 204-222
- W.J. Potter (2012). *Media Effects*. Thousand Oaks: Sage, pp. 5-9; 35-49
- Supplerende litteratur:

- J. A. Radway (1995). 'Reading Reading the Romance', In O. Boyd-Barrett and C. Newbold (eds.), *Approaches to Media. A Reader*. London: Arnold, pp. 512-517
- W.J. Potter (2011). 'Conceptualizing Mass Media Effects'. In *Journal of Communication*, 61(5), pp. 896-915
- L van Zoonen (2004) 'Gender and Media Reception', In *Feminist Media Studies* 2nd ed. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, pp. 105-126
- Rich (1984), 'Notes towards a Politics of Location', In *Blood, Bread and Poetry* NY, London: WW Norton & Co, pp. 210-231

2. Kursusgang: Det moderne individ og medierne v. Mette Marie Roslyng

Litteratur:

- Z. Bauman (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity, pp. 30-38
- U. Beck and J. Williams (2002). *Samtaler med Ulrich Beck. Frihed eller kapitalisme*. København: Hans Reitzels Forlag, pp. 61-71
- J.B. Thompson (2001). *Medierne og moderniteten. En samfundsteori om medierne* (S.W. Jørgensen, trans.). København: Hans Reitzels Forlag, pp. 228-247
- P. Bourdieu (1996). *Om TV – og journalistikkens magt*. Kbh: Tiderne skifter, pp. 14-30

Sekundær litteratur:

- Giddens (1994): *Modernitetens konsekvenser* (S.S. Jørgensen, trans.). Kbh: Hans Reitzels Forlag, s. 11-14; 99-109
- U. Beck and E. Beck-Gernsheim (2002). 'Individualisering i moderne samfund – en subjektorienteret sociologisk perspektiver og kontroverser'. In *Slagmark* nr. 34, pp. 13-38

3. Kursusgang: Individet og nye medier + Medier og identifikation v. Bolette Blaagaard

- netværkskommunikation
- online kommunikation
- digital identitet
- mobile medier

Litteratur:

- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford UP, s. 116-135
- Baym, N. (2008). *Interpersonal life online The Handbook of New Media* (pp. 35-54). London: Sage.
- Humphreys, L. (2005). *Cellphones in public: social interactions in a wireless era*. *New Media Society*, 7, 810-833.
- Jenkins, H. (2009) *What Happened before YouTube?* i J. Burgess & J. Green: *YouTube: online video and participatory culture*. Cambridge: Polity, pp. 109-125
- Fuchs, C. 2014. *Social Media. A Critical Introduction*. London: Sage, pp. 52-67

Supplerende litteratur:

- R. Helles (2010). 'Hverdagslivets nye medier'. I *Dansk Sociologi*, 21(3), 49-63
- Miller, V. (2011). *Understanding Digital Culture*. London: Sage, s. 159-178

4. Kursusgang: Medier og sociale roller v. Bolette Blaagaard og Mette Marie Roslyng

- parasocial interaktion
- sociale roller og medier

Litteratur:

- Horton, D., & Wohl, R. R. 'Massekommunikation og parasocial interaktion'. *MedieKultur*

- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place. The Impact of Eletronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford UP, s. 52-67
- (26), 27-39.
- Bartlett, R. & Milligan, C: 2015. *What is Diary Method*, London, New Delhi, New York, Sydney: Bloomsbury, s.5-10

Mediepsykologi:

5. Kursusgang: Mediepsykologi – en introduktion v/Peter Allingham

I denne forelæsning introduceres til mediepsykologi som en videnskabelig disciplin under udvikling. Der sættes fokus på forskellige slags forbindelser mellem medieborne kommunikationstyper og psykologi, og der samles et tentativt overblik over disciplinens væsentlige paradigmer og udviklingshistorie med inddragelse af udvalgte medier og medieteksters betydning for individer, grupper og samfund.

Litteratur:

- Allingham, Peter (2008): *Mediepsykologi*. København: Frydenlund (uddrag).
- Hjarvard, Stig (2008): "Medialiseringen af habitus – Den ny individualismes socialkarakter" In: *En verden af medier*. Gylling: Samfundslitteratur.
- Rutledge, Pamela Brown (2013): *Arguing for Media Psychology as a Distinct Field*. In Dill, Karen E. (ed.): *The Oxford Handbook of Media Psychology*. Oxford: Oxford University Press.

Sekundær litteratur:

- Giles, David (2003): *Media Psychology*. Mahwah, New Jersey, London: Lawrence Earlbaum, Publishers.
- Giles, David (2010): *Psychology of the Media*. Houndmills and New York: Palgrave Macmillan.
- Hjarvard, Stig (2008): *En verden af medier*. Gylling: Samfundslitteratur.

6. kursusgang: En mediepsykologisk vinkel på reality på TV. v/Peter Allingham

I denne kursusgang sættes fokus på to mediepsykologiske emner. Første emne er "reality", et begreb, der har vundet indpas blandt termer, hvormed en række medieformidlede fænomener bestemmes genre-mæssigt. Begrebet og de (virke)midler, hvormed reality skabes, diskuteres med inddragelse af eksempler fra TV og Internet. Andet emne er "nomofobi". Betegnelsen bruges om 'frygt for at være uden mobiltelefonkontakt'. En række nyere undersøgelser peger på, at et stigende antal mobiltelefonbrugere i større eller mindre grad tilsyneladende oplever ubehag ved mangel på kontakt til digitale netværk.

Litteratur:

- Giles, David (2010): *Audience Participation Media*. In: *Psychology of the Media*. Houndmills and New York: Palgrave Macmillan.
- Jerslev, Anne (2009): *Faktaunderholdning*. In: Søren Kolstrup, m.fl. (red.): *Medie- og kommunikationsleksikon*. København: Gyldendal.
- Larsen, Peter Harms (2003): "Reality-shows og –games" in: *Levende billeders dramaturgi* bd. 2. København: DR.
- Turkle, Sherry (2011). *Anxiety*. In Sherry Turkle: *Alone Together. Why We Expect More From Technology And Less From Each other*. New York: Basic Books.

Sekundær litteratur:

- Blascovich, Jim & Cade McCall (2013): *Social Influences in Virtual Environments*. In: Dill, Karen E. (ed.): *The Oxford Handbook of Media Psychology*. Oxford: Oxford University Press.

- Giles, David (2010): *Audience Participation Media*. In: *Psychology of the Media*. Houndmills and New York: Palgrave Macmillan.
- Heilesen, Simon (2004) (red.): *Det digitale nærvær*. Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.
- Have, Christian (2010): *Drømmen om Berømmelse: Celebritykulturen - den nye sammenhængskraft*. København: Per Kofod Aps.
- Hjarvard, Stig (2002): "Seernes reality" in *Tem Frank Andersen, m.fl. (red): MedieKultur 34*. Århus: SMID (Temanummer om reality-tv).
- Holmes, S. and Jermyn, D. (eds.) (2005): *Understanding Reality Television*. London: Routledge.
- Jerslev, Anne (2004): *Vi ses på TV – medier og intimitet*. København: Gyldendal.
- Murray, Susan and Laurie Ouellette (2009): *Reality TV – Remaking Television Culture*. New York
- Holmes, S. and Jermyn, D. (eds.) (2005): *Understanding Reality Television*. London: Routledge.
- Horsbøl, Gitte og Jette Meldgaard Harboe (2005): "Reality – når verden er autentisk og følelserne i fokus" in: *Asmussen, Jørn (red.): Faktiske tekster – fra sagprosa til reality*. Århus: systime Academic.

2) Filosofi, etik og magt:

Underviser: Thomas Ploug

Kurset skal give den studerende indsigt i etiske teorier, værdidiskussioner og overvejelser om magtforhold, og endvidere give den studerende evnen til at anvende denne indsigt i en analyse og diskussion af de etiske aspekter af konkrete informations- og kommunikationsteknologier.

På kurset introduceres og diskuteres en række begreber, teorier og menneskeopfattelser i moralfilosofien, herunder teorier om menneskets ansvar, rolle og pligter. Det vil blandt andet indebære at introducere til teorier inden for pligt- og nytteetikken. Ligeledes introduceres og diskuteres en række centrale principper og distinktioner inden for den anvendte etik og professionsetikker – fx principperne om ikke at skade, om at gøre godt, om at handle retfærdigt og om at respektere autonomi. Endelig analyseres og diskuteres på kurset en række konkrete informations- og kommunikationsteknologier med afsæt i de introducerede begreber, distinktioner, principper og teorier, og med inddragelse af betragtninger over relevante magtforhold. Der vil også kunne inddrages etiske aspekter af kommunikative interventionsmetoder.

Der arbejdedes på kurset med forelæsning og øvelser indenfor:

- Moralfilosofi
- Principper i den anvendte etik
- Etiske aspekter af konkrete informations- og kommunikationsteknologier

Undervisningens organisering

Undervisningen er organiseret som en række forelæsninger og en række øvelser. De studerende vil således skulle lave analyser af konkrete informations- og kommunikationsteknologier og diskutere disse, hvor resultatet inddrages i plenumundervisningen.

1. Kursusgang: Grundlæggende begreber

Etik og moral, deskriptiv og normativ og meta-etik, agent og handlingsetik, etisk argumentation. Kant og de forskellige versioner af det "Kategoriske Imperativ". Utilitarisme - værditeorier og konsekventialisme. Ross' begreb om "Prima Facie" pligter.

Litteratur:

- Øhrstrøm, P. 2003. "Anvendt etik - argumentation og samfundsdebat" i *IT-etiske temaer, IFKI, Syddansk Universitet*. S. 21-42
- Benn, P. 1998. "Kant's ethics" i *Ethics, University College London Press*. S. 91-112.
- Chalmers, D. 1993. "The Utilitarian Approach" og "The Debate over Utilitarianism" i *The Elements of Moral Philosophy, McGraw-Hill, 1993*. S. 90-92 og 102-114.
- Ross, D. 2002. "What makes Right Acts Right" i *The Right and the Good, Oxford University Press*. S. 16-41.

2. Kursusgang: Principper inden for anvendt etik

Respekt for autonomi, ikke-skade princippet, gøre godt princippet og princippet om retfærdighed.

Litteratur:

- Beauchamp, T. & Childress, J. F. 2001. "Respect for Autonomy", "Nonmaleficence" og "Beneficence" i

The Principles of Biomedical Ethics, Oxford University Press, S. 57-69, 113-119 og 165-173.

- Gillon, R. 1994. "Medical ethics: four principles plus attention to scope" i *British Medical Journal*, 309:184

3. Kursusgang: Ethiske aspekter af Cyborgs og brugen af implantater

Den teknologiske udvikling muliggør i stadig stigende grad, at mennesket udrustes med implantater, der udvider dets funktionaliteter. I denne workshop gives en introducerende forelæsning til de etiske spørgsmål og problemer denne udvikling rejser. Efterfølgende vil deltagerne blive inddelt i en række mindre grupper, der hver i sær skal diskutere et etisk tema i relation til et konkret implantat og slutteligt præsentere de væsentligste argumenter i deres diskussion.

Litteratur:

- S. O. Hansson. 2005. "Implant Ethics" *Journal of Medical Ethics*, 2005 vol. 31 pp. 519-525.
- K. Warwick. 2003. "Cyborg morals, cyborg values, cyborg ethics" *Journal of Ethics and Information Technology*. Vol. 5 pp. 131-137
- Det Ethiske Råd. 2007. "Udtalelse om Cyborgteknologi". Kan findes her: <http://etiskraad.dk/EtiskRaad/Temauniverser/Homo-Artefakt/Anbefalinger/Udtalelse%20om%20cyborgteknologi.aspx>

4. Kursusgang: Nudging og grænser for indflydelse på individets valg.

Nudging bruges i stigende grad til at påvirke mennesker i forskellige sammenhænge. I denne workshop behandles grundtankerne i litteraturen om nudging og der stilles skarpt på de etiske udfordringer i kølvandet på anvendelsen af sådanne strategier. Efterfølgende vil deltagerne blive inddelt i en række mindre grupper, der hver i sær skal diskutere et etisk tema i relation til en konkret anvendelse af nudging og slutteligt præsentere de væsentligste argumenter i deres diskussion.

Litteratur:

- Sunstein & Thaler. *Nudging*. Penguin books. 2008.
- Ploug, T. 2014. *Nudging i den kliniske kontekst*. Bibliotek for læger.

5. Kursusgang: Ytringsfrihed, skade og internetkultur.

Internettet giver fantastiske muligheder for at ytre sig. Ytringsfriheden hænger sammen med demokrati, men kan også føre til skade på andre. Er der brug for at regulere internettet? Er det overhovedet praktisk muligt?

Litteratur:

- van Mill, D. 2012 (winter edition). "Freedom of Speech". *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Edward N. Zalta
- Johnson, D. 2003. *Computer Ethics: International Edition: Analyzing Information Technology (4th edition)*. Pearson Publishing.
- Witschge, T. 2004. *Online deliberation: Possibilities of the Internet for deliberative democracy*. I Shane, PM. 2004. *Democracy Online: The Prospects for Political Renewal Through the Internet*. Routledge.
- Elser, B. 2005. "Filtering, Blocking and Rating: Chaperones or Censorship". In Klang, M. and Murray, A. 2005. *Human Rights in the Digital Age*. Routledge-Cavendish.

3) Forbrug, oplevelse og kultur:

Underviser: Kasper Bering Liisberg

Kursets målsætning er at give den studerende forståelse, indsigt og viden omkring forbrugerkulturens oplevelses- og værdibaseret dimension. Specielt med henblik på den teoretiske, analytiske og metodiske viden, der eksisterer til at beskrive individet og individets interaktion i en sådan kultur.

Kurset stiller skarpt på oplevelses- og værdiorienteret kommunikation som et strategisk grundlag for relationer mellem virksomheden og dens kunder. Der vil blive præsenteret relevante teoretiske og tværfaglige emner, som belyser forskellige dele af forbrug, oplevelser og kultur – specielt med fokus på markedskommunikation og design af oplevelses- og kommunikationsprodukter. Det grundlæggende omdrejningspunkt er derfor at fremlægge og diskutere mulighederne for at udforme markedsføring, som opererer på den præmis, at individet i høj grad motiveres af nydelse, glæder og velbehag.

Kursusforløbet giver den studerende teoretiske og praktiske redskaber til:

- At udforme strategiske koncepter med fokus på en oplevelsesorienteret forbruger, hvor grundessensen er modificering af emotioner
- At forstå segmentspecifikke forskelle i individers emotionelle grundlag
- At arbejde med en sammenhængende konceptudvikling i forbindelse med fremstilling af produkter, salg og formidling
- At skabe markedsføring på nyere medier, som er informationsrigt, interessant og dialogskabende, hvilket styrker produktets position hos den myndige (for)bruger
- At benytte virkemidler som er udviklende og ikke kun underholdende, hvilket giver en ny dimension til kulturinstitutioners dannende funktioner

Undervisningens organisering

Forelæsninger med tilhørende øvelser samt præsentation af et oplevelsesrigt kommunikations- eller informationsprodukt.

1. Kursusgang:

Den kommercielle anskuelse af modtageren som forbruger forstås bedst gennem en beskrivelse af de mekanismer der ligger bag de mange livsstilsanalyser der i dag anvendes i forsøget på netop at adressere modtageren. Vi ser nærmere på livsstil og smagskulturs indvirkning på en række forbrugsvalg.

Litteratur:

- Roe, Keith: (1993) *Academic capital and music tastes among Swedish adolescents*. In *YOUNG* volume 1, Number 3 1993.
- Skovmand, Michael (1988): *Bourdieu og Medie/kulturforskning*. In *Mediekultur* 7.
- Dahl, H: (1996). *Sociologi og målgrupper: Nogle erfaringer med at operationalisere Bourdieu*. *Mediekultur*, 24, 5-19.
- Richard Florida: (2005) *Den kreative klasse*, *Klim* 2005, 92-106

2. Kursusgang:

Hvad er en forbruger? Historisk gennemgang. Metaforer for forbruger og forbrug.

Litteratur:

- Per Østergaard & Christian Jantzen (2000). *Shifting perspectives in consumer research: From buyer behaviour to consumption studies*. In: Suzanne Beckmann & Richard Elliott (Eds.), *Interpretive Consumer Research*. (s. 9 - 24). Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Christian Jantzen, Tove Arendt Rasmussen & Mikael Vetner (2006). *Bagom dillen. Oplevelsesøkonomiens aktive forbruger*. In: Christian Jantzen & Jens F. Jensen (Eds.), *Oplevelser: Koblinger og transformationer*. (s. 145-156). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Christian Jantzen & Per Østergaard (2007). *NYD DET! NYD DET! Den moderne hedonisme og dens mentalitetshistoriske forudsætninger*. In: Christian Jantzen & Tove Arendt Rasmussen (Eds.), *Oplevelsesøkonomi: Vinkler på forbrug*. (s. 83 - 114). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.

3. Kursusgang:

Relation mellem forbruger og virksomheden set i forhold til den værdi- og oplevelsesbaserede kommunikation. Hvad er det for virkemidler der er med til at involvere forbruger og hvordan kan de anvendes i praksis?

Litteratur:

- Lund, J. M. (2005). *Hvad er oplevelsesøkonomi? I Følelsesfabrikken* (1. udgave, pp. 17 - 43.). København: Børsen.
- Sandstrøm, L. (2005). *Online branding strategi*. In *Online branding. Skab strategiske relationer på nettet* (1. udgave, pp. 78-98/228). Frederiksberg: Samfundslitteratur, ISBN: 8759311738.
- Carl, W. J. (2006). *What's All The Buzz about?: Everyday Communication and the Relational Basis of Word-of-Mouth and Buzz Marketing Practices*. *Management Communication Quarterly*, 19(4), 601-634

5) Informationsteknologiske dataindsamlings- og registreringsmetoder:

Underviser: Birger Larsen

Kursets målsætning er at give de studerende forståelse, indsigt og viden om informationsteknologiske metoder til dataindsamling og analyse af brugeradfærd og brugeroplevelse. Kurset sætter fokus på udvalgte metoders

baggrund og anvendelsesområde med henblik på at gøre den studerende i stand til selvstændigt at designe og afgrænse en undersøgelse, herunder opstille mål for analysen, omsætte mål til analysedata samt anvende informationsteknologiske analyseværktøjer til at indhente og analysere de indhentede data.

Kurset vil fx skabe forståelse for og indsigt i

- Måling af kommunikationsprodukter og kommunikationsprocesser
- Opstilling af mål for brugeradfærd og brugeroplevelser
- Anvendelse af metoder og analyseværktøjer, f.eks. Excel og Google Analytics
- Konsekvenser for design af kommunikationsprodukter

Undervisningens organisering:

Undervisningen foregår som to 3-timers workshops og organiseres som en kombination af forelæsninger med introduktion af teorier, metoder og værktøjer samt øvelser, hvor de studerende i grupper designer, afprøver og vurderer et undersøgelsesdesign og udvalgte analyseværktøjer til undersøgelse af brugeradfærd og brugeroplevelse i kommunikationsprodukter.

Litteratur:

- Kent, M.L., Carr, B.J., Husted, R.A. & Pop, R.A. (2011). Learning web analytics: a tool for strategic communication. *Public relations Review*, 37. 536-543. <http://www.deepdyve.com/lp/elsevier/learning-web-analytics-a-tool-for-strategic-communication-93UAR5L01Z>
- Jones, C. (2014): *SEO Step-by-Step - The Complete Beginner's Guide to Getting Traffic from Google*. CreateSpace Independent Publishing Platform (ISBN-10: 1497415020), 130 pages.

Eksamen

En ekstern kombineret skriftlig og mundtlig prøve i "Kommunikation og individ / Communication and the Individual". Prøven foregår som en samtale mellem den studerende, eksaminator og censor med udgangspunkt i en af den/de studerende udarbejdet projektrapport.

Sidetal: Projektrapporten må højst være på 20 sider pr. studerende, højst 30 sider ved individuelt udarbejdede rapporter.

Normeret prøvetid: 30 min.

Bedømmelsesform: En karakter efter 7-trinsskalaen.

Projektrapporten og den mundtlige samtale skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet. De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 20 ECTS. Ved bedømmelsen af prøvepræstationen vil der med henblik på opnåelse af karakteren 12 blive lagt vægt på, at den studerende demonstrerer en udtømmende opfyldelse af fagets mål med få eller uvæsentlige mangler.

- Afleveringsform: 2 eksemplarer af projektrapporten, samt upload til projektbibliotek <http://projekter.aau.dk/projekter>. Alle projekter bliver screenet i plagieringstjekker "Ephorus."
- Afleveringstidspunkt: 22. maj 2015 inden kl. 12.

Modulbeskrivelse: Æstetik og effekt

Modulet "Æstetik og effekt"

5 ECTS

Placering

4. Semester

Modulansvarlig

Angivelse af den ansvarlige fagperson for modulets tilrettelæggelse og afvikling

- Den modulansvarlige kan være identisk med semesterkoordinatoren.

Type og sprog
Studiefagsmodul
Dansk

Mål

Modulets tema er æstetik og effekt, herunder tilrettelæggelse, undersøgelse og forståelse af æstetiske virkemidlers muligheder og konsekvenser i kommunikation og kommunikationsprodukter. Der arbejdes med problemstillinger inden for det kommunikations og informationsvidenskabelige felt vedrørende oplevelser, identitet, forståelse m.v. Den studerende toner sin faglighed i forhold til enten æstetik og effekt eller anvendt interaktive multimodal æstetik. Der afholdes undervisningsaktiviteter inden for

- Æstetik og effekt
- Anvendt interaktiv multimodal æstetik

Den studerende skal gennem modulet opnå

Viden om og forståelse af:

- kommunikation, herunder æstetik, effekt, interaktivitet og perception.

Færdigheder i:

- at anvende videnskabelige metoder og teorier til at analysere kommunikation med fokus på æstetik, effekt, oplevelse og identitet
- at anvende og vurdere teoretiske og praktiske problemstillinger samt begrunde og vælge relevante analyse- og løsningsmodeller.

Kompetencer til:

- at håndtere komplekse teoretiske og metodiske problemstillinger i relation til æstetik og effekt.

Fagindhold og sammenhæng med øvrige moduler/semestre

Modulet skal give den studerende teoretisk indsigt i og forståelse af sammenhængen mellem æstetik og effekt i forskellige kommunikationssammenhænge og særligt i tilknytning til kommunikations- og medieprodukter og færdighed i beskrivelse og analyse af emotionelle-, motivationelle-, og kognitive effekter på individplanet knyttet til æstetiske elementer i forskellige kommunikations- og medieprodukter.

Kurset omfatter indføring i grundlæggende teorier og metoder til analyse og bestemmelse af æstetikens udtryksformer i kommunikationssammenhænge og dens emotionelle og kognitive virkninger.

Kurset hviler på anerkendte filosofisk og videnskabeligt baserede tilgange til æstetikbegrebet samt klassiske (perceptions-, emotions-, motivations- og kognitions-)psykologiske teorier for på den baggrund at etablere en forståelse for de grundlæggende principper i samspillet mellem æstetik og effekt.

De studerende skal i løbet af kurset arbejde med konkrete eksempler, der belyser samspillet mellem æstetik og effekt.

Omfang og forventet arbejdsindsats

5 ECTS svarer til 137,5 arbejdstime

Deltagere

Studerende på Kommunikation og digitale medier i København.

Deltagerforudsætninger

Kommunikation og digitale medier 1. - 3. semester, subsidiært anden relevant uddannelsesmæssig baggrund

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

Kursusplan: Æstetik og effekt.
Kursuslærer: Peter Allingham (PAL)

Der tages forbehold for ændringer og justeringer i program og litteratur. Inden kurset begynder, vil tekster til forberedelse til de enkelt kursusgange foreligge på Moodle.

Grundlitteratur (anskaffes på egen hånd):

Allingham, Peter (2008): *Mediepsykologi*. Frydenlund.

Eriksson, Birgitte, m.fl. (red.) (2013): *Æstetisering*. Aarhus: KLIM.

Jantzen, C. m.fl. (red.) (2010): *Oplevelsesdesign*. København: Samfundslitteratur.

Jensen, Thomas Wiben (2011): *Kognition og konstruktion. To tendenser i humaniora og den offentlige debat*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

M = teksten ligger på Moodle.

Undervisningens organisering: Forløbet er primært teoretisk orienteret, men rummer tillige øvelser og opgaver, der kan løses gruppevist.

KURSUSFORLØB:

1. kursusgang: Introduktion til Æstetik og Effekt.

Første lektion præsenterer kurset samt grundbegreber og perspektiv. Der spørges således til, hvordan æstetik og effekt kan forstås ud fra et kommunikationssynspunkt primært med fokus på repræsentative udtryksformer som tekst, faste og levende billeder, artefakt og rum. Desuden introduceres til centrale begreber som 'æstetisk objekt', 'æstetisk indstilling', 'meningsdannelse'.

Litteratur:

- Brandt, Per Aage (2000): *Æstetik og kommunikation*. In: F. Stjernfelt og O. Thyssen (red.): *Æstetisk kommunikation*. København: Handelshøjskolens Forlag, pp. 29-41 M
- Brandt, Per Aage (2002; 2008): *Music and the Abstract Mind*. In: *Journal of Music and Meaning* 7, Fall/Winter 2008, section 3. Downloades fra enten:
<http://www.musicandmeaning.net/issues/showArticle.php?artID=7.3>
- Eller:
http://www.google.dk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCwQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.fflch.usp.br%2Fdl%2Fsemiotica%2Fcursos%2Fbrandt%2Fbrandt5b.doc&ei=ETiuVOv0IIP_OyQO8voLwDQ&usq=AFQjCNFnPM9YGpiUBWxBoiASfahFUgnKXw&bvm=bv.83339334,d.bGQ
- Lyngsø, N. (2000): *Kunst og kommunikation*. In: F. Stjernfelt og O. Thyssen (red.): *Æstetisk kommunikation*. København: Handelshøjskolens Forlag, p. 17-28. M

Sekundær litteratur:

- Allingham, Peter (2008): *Mediepsykologi*. Frydenlund.
- Jakobson, Roman (1979[1975]): *Et blik på semiotikkens udvikling*. In: *Elementer, funktioner og strukturer i sproget*. København: Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck.
- Jantzen, Christian; Vetner, Mikael (2007): *Oplevelse – Et videnskabeligt glossar – del 2*, in: Jantzen & Rasmussen (red.): *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug*. Aalborg Universitetsforlag. Aalborg.

2. kursusgang: Kvantitative, psykologiske tilgange til æstetik: evolutionspsykologi, neuroæstetik, kognitionspsykologi

Denne kursusgang tages et overblik over, hvordan æstetikken og dens funktion anskues i nogle centrale psykologiske teorier. Der sættes fokus på æstetikens rolle i udvikling og oplevelse og dens indflydelse på følelser, emotioner og kognition. Desuden inddrages det relativt nye undersøgelsesfelt neuroæstetik, der forsøger at forbinde æstetik med hjerneforskning.

Litteratur:

- Dissanyake, Ellen (1995): *The Core of Art*. In *Homo Aestheticus*. University of Washington Press. Washington, pp. 39-58. M
- Damasio, Antonio (1994): *Hypotesen om somatiske markører*. In: *Descartes Error: Emotion, Reason and the human brain*. London MacMillan, pp. 181- 200. M
- Skov, Martin (2007): *Neuroæstetik*, in: *Livstegn (2007)* red. B. Sørensen & T. Thellefsen, pp. 224-226. M
- Jensen, Thomas Wiben (2011): *Kunst og æstetik*. In: *Kognition og konstruktion. To tendenser i humaniora og den offentlige debat*. Frederiksberg: Samfundslitteratur. M

Sekundær litteratur:

- Stern, Daniel (1995): *Barnets interpersonelle univers*. København: Reitzel.
- Gade, Anders (2003 [1997]): *Følelser*. In *Hjernerprocesser. Kognition og neurovidenskab*. København: Frydenlund.
- Ramachandran, Vilayanur (2004): *Kap. 3 Kunst på hjernen*, in: *Tankens Biologi. Hvad moderne hjerneforskning kan fortælle om den menneskelige bevidsthed*. København: P. Haase & Søns Forlag.
- Rønn, Carsten (2006): *lagttagelse i kognitionkspyskologien*. In: *Almen videnskabsteori for professionsuddannelserne*. København: Alinea.
- Skov, Martin (2007): *Neuroæstetik*, in: *Livstegn (2007) red. B. Sørensen & T. Thellefsen*.
- Skov, Martin (2007): *Følelser og æstetik*, in: *T. W. Jensen & Skov, Martin (red.) Følelser og kognition*. Københavns Universitet: Museum Tusulanums Forlag, pp. 167-196.
- Workman, Lance; Reader, Will (2008): *Evolutionary Psychology – An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

3. kursusgang: Kvalitative tilgange til æstetik og effekt: Smagsfællesskaber, fortolkning og kognition.

Fra 1990'erne og frem har en række antropologiske og sociologiske teorier opereret mere eller mindre eksplicit med æstetik (formgivning, design, tilrettelæggelse, m.m.) som bindeled mellem fx vareverdenens fremtrædelsesformer (fx vareæstetikken) og fortolknings- og smagsfællesskaber, samt med dynamikker, der dannede sig (effekt) i kulturen på grundlag heraf. Denne kursusgang prøver vi at kortlægge æstetikens status og funktion i nogle af disse teorier med henblik på at kunne sammenholde kvalitative og kvantitative synspunkter.

Litteratur:

- Bourdieu, P. (1979): *Distinction – A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge 1984, pp. 175-193. M
- McCracken, Grant (1990): *Meaning Manufacture and Movement in the World of Goods*. In: *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, pp. 70-89. M

Sekundær litteratur:

- Bonnén, Kersten, John Hird og Kirsten Poulsen (2009): *Livsstilsanalyse og trendspotting*. Aarhus: Academica.
- Bourdieu, P. (1979): *Distinction – A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge 1984.
- Dahl, Henrik (1997): *Hvis din nabo var en bil*. København: Akademisk Forlag.
- Douglas, Mary (1996): *Thought Styles – Critical Essays on Good Taste*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- McCracken, Grant (1990): *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

4. kursusgang modul A: Æstetik, perception og kognition i to- og tredimensionel kommunikation.

Det antages, at der findes et forhold mellem reklamens æstetiske udtryk, perceptuel bearbejdning samt kognitiv effekt. Forholdet mellem reklame, komposition og kognition og forholdet mellem rum, rumligt layout og kognition diskuteres sammen med en ikke-lineær teori om, hvad der overhovedet sker, når vi fortolker.

Litteratur:

- Allingham, Peter (2004). "The Moment of Interpretation" in: Ben Dorfman (red.): *Culture, Media, Theory, Practice – Perspectives*. Aalborg: Aalborg University Press. M
- Thyssen, Ole (2003): *Arkitektur som retorik; Den æstetiske oplevelse af rum*. In: *Æstetisk ledelse*. København: Gyldendal.

Sekundær Litteratur:

- Raahauge, Kirsten Marie, Robert Gassner & Peter Allingham (2011): "Rumperception mellem tid og uforudsigelighed". In: Ahnfeldt-Møllerup, M.: *Percipio II: Praxis*. København: Det Kongelige Danske Kunstakademis Skoler for Arkitektur, Design og Konservering Arkitektskolen.
- Andersen, Christian, Jantzen, Christian (2004): "Reklamesemiotik mellem mening og virkning. Komposition, kategorier og kognition", in: *Mediekultur* nr. 37.
- Brandt, Per Aage (2002; 2008): "Music and the abstract mind." In: *JMM 7, Fall/Winter 2008, section 3*. <http://www.musicandmeaning.net/issues/showArticle.php?artID=7.3>

- Brandt, Line, Brandt, Per Aage (2005). "Making Sense of a Blend – A cognitive-semiotic approach to metaphor". Aarhus Universitetsforlag.
- http://www.hum.au.dk/ckultur/pages/publications/lb/blend_metaphor.html
- Lindstrøm, Martin (2008 [2005]): BRAND sense. København: Børsens Forlag.
- Messaris, Paul (1997): Visual persuasion. The Role of Images in Advertising. Thousand Oaks.

5. kursusgang: Effekt - æstetisering og oplevelse?

I denne kursusgang sættes fokus på effekt, og der inddrages eksempler på effekter, som forskellige typer æstetisk kommunikation kan skabe, både markeds kommunikation, bl.a. reklame, og kunstnerisk kommunikation. Desuden inddrages oplevelsesmæssige effekter, der skabes i kraft af æstetisering, dvs. 'tilføjet forskønnelse' af forhold eller genstande. Endelig søges etableret en forklaringsmæssig forbindelse mellem æstetiske fremstillingsformer og de psykologiske effekter, der kan opstå..

Litteratur:

- Buhl, Claus (1990) "Forbrugerteorier i videnskabsteoretisk belysning" In: Heine Andersen (red.) Videnskabsteori og metodelære bd. II. Erhvervsøkonomi. København: Samfundslitteratur. (Moodle i uddrag)
- Søndergaard, Peter Brix (2013). "Benetton og æstetiseringsprocessen". In: Eriksson, Birgitte, m.fl. (red.) (2013): Æstetisering. Aarhus: KLIM, pp. 201-206. M
- Christensen, Sverre Riis (2008): Effektmåling i markeds kommunikation. In: Eiberg, Kristian, m.fl. (red.): Integreret markeds kommunikation. København: Samfundslitteratur, pp. 287-303. M

Sekundær litteratur:

- Biehl-missal, Brigitte & Saren, Michael (2012): Atmospheres of Seduction: A Critique of Aesthetic Marketing Practices. In: Journal of Macromarketing, 2012, Vol.32(2), pp.168-180.
- <http://jmk.sagepub.com.zorac.aub.aau.dk/content/32/2/168>
- Jantzen, C. M.fl. (red.) (2010): Oplevelsens psykologiske struktur. In: Oplevelsesdesign. København: Samfundslitteratur, pp. 147-165.
- Lindstrøm, Martin (2008): Jeg vil gerne have det samme som hende der. Fra: Buy-ology. Sandheder og løgne om, hvorfor vi køber. Børsens Forlag. (redigeret og forkortet uddrag af bogens kapitel 3), pp 2-16.
- Schrøder, Kim (2003): "Pionerdagene er forbi! – Hvor går receptionsforskningen hen?", in: Mediekultur nr. 31.
- Stewart, David W. and Paul A. Pavlou (2009): The Effects of Media on Marketing Communications. In: Media Effects: Advances in Theory and Research. New York: Routledge/Taylor and Francis, pp. 362-401.

Kursusgang 6: Præsentationer

Kursusrækken afsluttes med præsentation og diskussion af oplæg fra arbejdsgrupper. Mere herom ved kursets begyndelse.

Eksamen

Prøve 12

En intern skriftlig prøve i "Æstetik og effekt (Aesthetics and Effect)".

Prøven har form af en bunden 3-dages hjemmeopgave, hvor den studerende på baggrund af modulet besvarer det eller de udleverede spørgsmål inden for fagområdet. Opgavebesvarelsen må højst være på 8 sider og udarbejdes individuelt.

Bedømmelsesform: Der gives bedømmelsen bestået/ikke bestået. Besvarelsen bedømmes af eksaminator; besvarelser, som eksaminator vurderer til ikke bestået, bedømmes tillige af en censor.

Eksamenspræstationen skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet.

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 5 ECTS-point

Modulbeskrivelse: Logik og argumentationsteori

Modulet ” Logik og argumentationsteori” 5 ECTS
Placering 4. Semester Studienævn for Kommunikation og Digitale Medier
Modulansvarlig <i>Angivelse af den ansvarlige fagperson for modulets tilrettelæggelse og afvikling</i> <ul style="list-style-type: none">• <i>Den modulansvarlige kan være identisk med semesterkoordinatoren.</i>
Type og sprog Studiefagsmodul Dansk
Mål <i>Formålet med kurset er at bibringe den studerende en grundlæggende og bred forståelse for, dels argumentationens centrale rolle i kommunikation og erkendelse, dels argumentationens særlige natur, herunder specielt de logiske træk ved argumentation. Kurset introducerer til den logiske og konceptuelle analyse af naturligsproglig kommunikation og argumentation med henblik på at afgøre om konkrete argumenter er gyldige.</i> <i>Der afholdes undervisningsaktiviteter inden for logik og argumentationsteori.</i> <i>Den studerende skal gennem modulet opnå:</i> Viden om og forståelse af <ul style="list-style-type: none">• <i>Argumentation som kommunikationsform, herunder argumentationens logiske karakter og forskellige metoder til at analysere argumentation.</i> Færdigheder i <ul style="list-style-type: none">• <i>At anvende logiske metoder og teorier til at analysere konkret argumentation med henblik på, dels at forstå og fortolke argumentationen, dels at afgøre argumentationens gyldighed;</i> Kompetencer til <ul style="list-style-type: none">• <i>At håndtere komplekse argumentationer.</i>
Fagindhold og sammenhæng med øvrige moduler/semestre <i>Formålet med kurset er at give den studerende en grundlæggende indsigt i de logiske, kognitive og hermeneutiske aspekter af naturligsproglig kommunikation og argumentation.</i> <i>Kurset introducerer til den logiske og konceptuelle analyse af naturligsproglig kommunikation og argumentation. Forudsætningen for denne analyse er formalisering. Kurset behandler derfor blandt andet de hermeneutiske aspekter af at formalisere. I selve den logiske og konceptuelle analyse inddrages temaer som syllogistik, udsagnslogik, sandhedstavler, kategorisering og formel ontologi.</i> <i>Kurset dækker punkterne ”Kognition og kategorisering” samt ”Menings- og betydningsdannelse” i studieordningens §22.</i>
Omfang og forventet arbejdsindsats 5 ECTS svarer til 137,5 arbejdstime
Modulaktiviteter (kursusgange med videre) <i>Undervisere: Peter Øhrstrøm og Thomas Ploug</i> <i>Undervisningen organiseres med en vekslen mellem forelæsninger og øvelsesarbejde.</i>

Litteratur:

- Peter Øhrstrøm (2012): *Logisk set, Systime*. (E-bog)
- Read, S. & Wright, C. (2006): *Formel Logik*, Aarhus Universitetsforlag.
- Desuden benyttes diverse materiale, som uploades på Moodle.

1. Kursusgang: **Introduktion til logik og argumentation** v. Thomas Ploug

- Argumenter, gyldighed og holdbarhed (Formel logik kap. 1)
- Logik og argumentation i idéhistorisk belysning (Logisk set, kap. 1)

2. Kursusgang: **Introduktion til syllogistikken** v. Peter Øhrstrøm

- Klassisk logik og argumentation. (Logisk set, Kap. 2)
- Basale syllogistiske argumenter (Noter, uploades på Moodle)

3. Kursusgang: **Udsagnslogik og syllogistik** v. Peter Øhrstrøm

- Udsagnslogik (Logisk set, Kap. 3)
- Mere styr på syllogismerne (Logisk set, Appendix 3)
- Syllogistisk bevisteori (Noter, uploades på Moodle)

4. Kursusgang: **Logik, begreb og mening** v. Peter Øhrstrøm

- Logik og semiotik (Logisk set, kap. 4)
- Begrebslogik og kategorisering (Logisk set, kap. 5)
- Tekst og mening (Logisk set, kap. 6)

5. Kursusgang: **Propositionel logik – Sandhedstavler** v. Thomas Ploug

- Formalisering og sandhedstabeller (Formel logik, kap. 2 og 3)

6. Kursusgang: **Propositionel logik – Semantiske tableauer** v. Thomas Ploug

- Semantiske træer for propositionel logik/domslogik (Formel logik, kap. 4)

7. Kursusgang: **Nogle øvrige temaer i logik og argumentationsteori** v. Peter Øhrstrøm

- Logik til hverdag (Logisk set, kap. 7)
- Logik og videnskabelig argumentation (Logisk set, kap. 9)
- Logikkens muligheder og begrænsninger (Logisk set, kap 10)

Eksamen

Prøve 13

En intern skriftlig prøve i **Logik og argumentationsteori (Logics and Argumentation Theory)**.

Prøven har form af en bunden 3-dages hjemmeopgave, hvor den studerende på baggrund af modulet besvarer det eller de udleverede spørgsmål inden for fagområdet. Opgavebesvarelsen må højst være på 8 sider og udarbejdes individuelt.

Bedømmelsesform: Der gives bedømmelsen bestået/ikke bestået. Besvarelsen bedømmes af eksaminator; besvarelser, som eksaminator vurderer til ikke bestået, bedømmes tillige af en censor.

Eksamenspræstationen skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet.

De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 5 ECTS-point

Valgmodulbeskrivelse: Mundtlig kommunikation: Retorik i praksis

Modultitel, ECTS-angivelse og STADS-kode

Valgfagsmodul:

Mundtlig Kommunikation - Retorik i Praksis / Speech and Oral Communication - Rhetoric in Practice.
5 ECTS point svarende til 137,5 arbejdstimer

Placering

4. semester.
Studienævnet for Humanistisk Informatik.

Modulansvarlig

Semesterkoordinatoren (Thomas Ploug) og den modulansvarlige (Annette Hoffskov)

Type og sprog

Valgfagsmodul. Undervisningen foregår på dansk.

Mål

Den studerende skal gennem modulet opnå:

Viden om

- Kommunikation med fokus på retorik og menneskelig interaktion;
- Mundtlige kommunikationsgenrer og planlægningen heraf.

Færdigheder i

- At identificere, beskrive og demonstrere indsigt i individets kommunikation ud fra en retorisk synsvinkel;
- At anvende relevant teori og metode i forhold til planlægning af mundtlige fremstilling og de hensyn, der skal tages i planlægning af en mundtlig henvendelse.

Kompetencer til

- At planlægge mundtlige henvendelser med afsæt i teoretisk og praktisk viden om retorik og mundtlige kommunikationsgenrer.

Fagindhold og begrundelse

På dette kursus skal de studerende lære at holde en overbevisende tale eller præsentation og blive i stand til at forstå, forklare og anvende de retoriske elementer, der skaber forståelse og overbevisning. Vi arbejder med at fokusere; vælge vinkler, argumenter og eksempler; disponere stoffet; udforme talen/præsentationen sprogligt og ikke mindst fremføre den overbevisende. Vi undersøger hvordan man bedst muligt fremfører og formidler sager og pointer, så modtageren forstår mening, pointer og budskab. Vi diskuterer hvad der skaber eller forstyrrer forståelse og overbevisning: Er det først og fremmest ordene, sagsfremstillingen og argumenterne, der overbeviser? Eller afhænger forståelse og overbevisning i lige så høj grad af talerens stemme, udseende, mimik, kropssprog og kontakt med tilhørerne?

De studerende får trænet deres evner i forhold til at overbevise, formidle og skabe forståelse i praksis. Samtidig får de redskaber til at analysere og forstå de elementer, som skaber forståelse og overbevisning. De får indsigt i hvordan retorik kan bruges i praksis, indøver fagtermer til at beskrive retorisk praksis og lærer redskaber, de selv kan anvende til at argumentere overbevisende – både som kommunikationspraktikere, men også ifm. projekter og eksamen.

Omfang og forventning

1 ECTS-point svarer til en arbejdsbelastning på mellem 27 - 30 timer.

Det må således forventes at studiefagsmodulet vil antage en arbejdsbelastning på mellem 135 - 150 timer, inklusiv forelæsninger og øvelser, anden undervisningsaktivitet, forberedelse og fremlæggelse/præsentation.

Deltagere

Studerende på Humanistisk Informatik København

Deltagerforudsætninger

Humanistisk Informatik, 1. - 3. semester, subsidiært anden relevant uddannelsesmæssig baggrund.

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

Undervisningen vil veksle imellem teoretiske oplæg, øvelser, de studerendes taler/præsentationer i plenum samt arbejde individuelt og i mindre grupper.

I løbet af kurset vil alle deltagere holde mindst én tale/præsentation individuelt. Pga. kursets fysiske komprimering på to hele dage og for at opfylde kravene til arbejdsindsats, er det altafgørende at de studerende læser al kursets litteratur inden valgfaget afvikles og at hver studerende vælger én af de 10 opgaver, som underviser beskriver på Moodle:

Hver deltager på valgfaget skal vælge én af disse opgaver, læse den/de tekst(er), som hører til opgaven, og forberede en nærmere beskrevet tale/præsentation, som afholdes på valgfagets første dag. Skulle en studerende ikke have løst denne opgave inden valgfagets første dag, forventes det, at han/hun har sin tale/præsentation klar til andendagen.

Primær litteratur:

- Atkinson, M. (1984): *Our Masters' Voices*. Routledge, London/ New York. (side 47-85: kapitel 4: "Clap Traps").
- Aristoteles: *Retorik*. (350 fKr). Translated by W. Rhys Roberts, compiled by Lee Honeycutt.
- Bitzer, L. F. (1997): *Den Retoriske Situation. I: Rhetorica Scandinavica nr 3, September 1997.*
- Vatz, R. E. (2000): *Myten om den retoriske situation. I: Rhetorica Scandinavia nr 15, September 2000.*
- Gabrielsen, J. og Pontoppidan, C. (2009): *Topik – debattens skjulte niveau. I: Retorikmagasinet nr 74, december 2009.*
- Gabrielsen, J. (2004): *Eksempler fører og forfører. I: Retorikmagasinet nr 54, december 2004.*

Sekundær litteratur:

- Gabrielsen, J. og Christiansen, T. (2010): *Talens Magt*. Hans Reitzels Forlag. (side 28-42: Kapitel 2: *Mundtligheden Natur*).
- Kihlström, E. (2007): *Karismakoden*. Retorikforlaget (Bokförlaget, Stockholm). (side 113-121: kapitlet "At tale i billeder" og side side 49-77: kapitlerne "Hvordan taler din mimik" og "Brug stemmen").
- Jørgensen, C. og Onsberg, M. (1991): *Praktisk Argumentation*. (side 37-44: kapitlet "Argumentationens dynamik").

Udover valgfagets pensum baseres undervisningen på de retoriske tekster, de studerende har læst på 1., 2. og 3. semester. Desuden bygges der videre på de indsigter, de opnåede på 2. semester kurset *Analyse af interpersonel kommunikation* (det verbale såvel som det nonverbale).

Eksamen

En intern mundtlig prøve i "Mundtlig kommunikation: retorik i praksis / Speech and Oral Communication: Rhetoric's in practice". Prøven har form af en fri opgave. Den studerende skal fremlægge/fremstille en sag efter eget valg, herunder også eget valg i henseende til genre, og over for et publikum og via denne mundtlige fremstilling godtgøre, at han/hun er fortrolig med formforhold på det retoriske område. Emnet (sagen) aftales på forhånd med eksaminator.

Fremlæggelsen/fremstillingen må højst vare 5 min. Prøven varer 20 minutter, inkl. diskussion og votering.

Bedømmelsesform: Bestået/Ikke bestået.

Afløsning: Prøven kan afløses ved tilfredsstillende aktiv deltagelse i kursusundervisningen, hvilket indebærer indløsning af samtlige opgaver, som stilles i løbet af kurset.

Eksamenspræstationen skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet. De studieelementer, der ligger til grund for prøven, har en vægt på 5 ECTS.

Modulbeskrivelse: Organisationskonsultation

<p>Modultitel, ECTS-angivelse og STADS-kode</p> <p>Valgfagsmodul: Organisationskonsultation 5 ECTS point svarende til 137,5 arbejdstimer</p>
<p>Placering 4. Semester Studienævnet for Kommunikation og Digitale Medier</p>
<p>Modulansvarlige</p> <p>Semesterkoordinatoren (Thomas Ploug) og den modulansvarlige (Thomas Duus Henriksen)</p>
<p>Type og sprog Valgmodul Undervisning og tekster er på dansk</p>
<p>Mål</p> <p><i>I modulet arbejdes med individets kommunikative kompetencer til at intervenere i organisationer her-og-nu med henblik på organisationskommunikative problemstillinger.</i></p> <p><i>I tilknytning til modulet afholdes kurser inden for følgende områder:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationskonsultation <p><i>Den studerende skal gennem modulet opnå:</i></p> <p>Viden om og forståelse af:</p> <ul style="list-style-type: none"> • forskellige typer af konsulentmetoder og -roller og de hermed forbundne kommunikative kompetencer. <p>Færdigheder i:</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysere og intervenere i forhold til organisationskommunikative problemstillinger • agere bevidst om og konstruktivt i forhold til egne kommunikative kompetencer i relation til organisationskonsultation. <p>Kompetencer til:</p> <ul style="list-style-type: none"> • at planlægge, deltage og indgå i organisationskonsultation.
<p>Fagindhold og begrundelse</p> <p><i>Modulet har til formål at introducere organisationskonsulentens rolle og opgaver, samt introducere en række metoder til at arbejde med intern kommunikation og organisatoriske processer.</i></p>
<p>Omfang og forventning 5 ECTS svarer til 137,5 arbejdstime</p>
<p>Modulaktiviteter (kursusgange med videre)</p> <p>1. Kursusgang: Introduktion til konsulentrollen (TDH) <i>Denne undervisningsgang introducerer og rammesætter organisationskonsulentens rolle og praksis i forhold til at arbejde med intern kommunikation og organisatoriske processer.</i> <i>Vi læser tre artikler forud for undervisningen, som hver giver sit billede på hvordan vi kan forstå konsulentrollen og hvilke funktioner der knytter sig til den. Brug det nederste link under hver tekst til at få adgang til teksten.</i></p> <p><i>Litteratur:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Burnes, Bernard (2012). Review Article: The past, present and future of organization development: Taking the long view I: Human Relations, årg. 65, hft. 11, 01-11-2012, s. 1395–1429 • Banai, Moshe ; Tulimieri, Philp Knowledge, skills and personality of the effective business consultant I: Journal of management development, årg. 32, hft. 8, 09-08-2013, s. 886–900

- [Larry Greiner](#), [Kurt Motamedi](#), [David Jamieson](#). *New consultant roles and processes in a 24/7 world* [Organizational Dynamics](#) *Volume 40, Issue 3*, July–September 2011, Pages 165–173

2. Kursusgang: Konsulentroller: Hackereren og Dirigenten (MDS/BA)

Hackereren og Dirigenten er to tilgange til organisationsudvikling, som begge trækker på det konstruktionistiske paradigme. Begge tilgange forstår viden som noget der skabes i mentale/socialle processer og de to metaforer for konsulentrollen (Hackereren og Dirigenten) giver forskellige perspektiver på konsulentens rolle. Opgaven til denne kursusgang er at læse kapitel 1+2 grundigt. På denne kursusgang vil I blive inddraget i diskussionen af disse perspektiver og vi træner perspektiverne i praksis gennem korte øvelser.

Litteratur:

- # Strøier, V. (2012). *Konsulentens grønspættebog*. København: Dansk Psykologisk Forlag.
- 2x Primærttekst

3 Kursusgang: Konsulentroller: Genealogen og Coachen (MDS/BA)

Genealogen og Coachen er Vibe Strøiers to andre metaforer for tilgange til organisationsudvikling. Genealogen har rødder hos Foucault og er funderet i en poststrukturalistisk tænkning, mens Coachen er funderet i en humanistisk tradition, hvor mening og selvrealisering er centrale begreber. På denne kursusgang skal vi diskutere og træne perspektiverne i praksis.

Litteratur:

- # Strøier, V. (2012). *Konsulentens grønspættebog*. København: Dansk Psykologisk Forlag.
- 2x Primærttekst

4. Kursusgang: Konsulenttilgange: Organisational Development og Proceskonsultation (MDS/BA)

Denne kursusgang præsenteres I for 'Det konsultative rum'. Dette er en metaforik der forsøger at begrebsliggøre konsulentens møde med opgaven, hvor opgaven kalder på et valg af position/tilgang, en afgrænsning i forhold til målgruppe og en forholden sig til en tidsdimension. Disse tre dimensioner er altid i spil og konsulentens professionalisme handler om at manøvrere bevidst i dette rum. Sammen med Schein udgør dette en ramme for proceskonsulenten og vi skal undersøge hvordan proceskonsulenten kan arbejde i dette rum ud fra forskellige tilgange.

Litteratur:

- # Dahl, K., & Juhl, A. G. (2009). *Den professionelle proceskonsulent*. København: Hans Reitzels Forlag. (s. 1-121)
- Schein H. Schein (1999): *Process Consultation Revisited*, Addison OD Series Wesley (kap. 1, s. 3-30)
- 1x primærttekst

5. Kursusgang: Konsulentrollen i et organisationskulturelt perspektiv (Anne Hatting)

Denne undervisningsgang sætter fokus på organisationskulturen ud fra et organisationsantropologisk perspektiv. Forskningen har i flere omgange peget på betydningen af organisationens kulturelle samspil i forhold til organisatorisk forandring og intervention, og flere forfattere tilskriver et manglende kulturelt indblik som kerneårsag til at så mange forandringer går galt og opleves som konfliktfyldte.

Litteratur:

- J. Taylor & E. van Every: *The Situated Organization -case studies in the pragmatic of communication research*. (s.1-38, 65-89. i alt 65 s.)
- Yanow 2000 *Seeing organizational learning. A 'culture' view*. *Organization* vol 7(2) 247-268 (20 s.)
- Moeran B.(2009) 'From participan observation to observant participation'.p.139-155 in *Organizational Ethnography. studying the complexities of everyday life*. Ybema, S. et al (eds.) (17 s.)

Eksamen

Prøve 15

En intern mundtlig prøve i "Organisationskonsultation (Consulting in Organizations)".

Prøven har form af en bunden opgave og foregår som en samtale mellem den studerende, eksaminator og censor.

Der gives en forberedelsestid på 30 min. Alle hjælpemidler må anvendes. Prøvetiden er normeret til 30 min.

Bedømmelsesform: Bestået/Ikke bestået.

Afløsning: Prøven kan afløses ved tilfredsstillende, aktiv deltagelse i kurset i organisationskonsultation, dvs.

*80% tilstedeværelse samt indløsning af samtlige de opgaver, som stilles i løbet af kurset.
Eksamenspræstationen skal demonstrere, at den studerende opfylder målbeskrivelserne for modulet.*