



AALBORG UNIVERSITET

Ledelsessekretariatet

Fredrik Bajers Vej 5
Postboks 159
9100 Aalborg

Sagsbehandler:

Heidi Linnemann Prehn

Telefon: 9940 3941

Email: hlp@adm.aau.dk

Dato: 15-12-2015

Sagsnr.: 2012-412-00013

Semesterbeskrivelse, 8. semester Kommunikation, København

Oplysninger om semesteret

Skole: CAT

Studienævn: Humanistisk Informatik

Studieordning: Kandidat 2013

Semesterets temaramme

På semestret arbejdes der med vurdering og varetagelse af professionelle kommunikationsindsatser, hvor forandringsprocesser og intervention er i centrum. Gennem projektmodul og studiefag giver semestret indsigt og kompetence i analytiske, strategiske, dialogiske og kreative processer i forbindelse med forandring af og via kommunikation. Semestret giver indsigt i udfordringer ved og muligheder for at anvende interpersonelle/situerede, organisationskommunikative og mediemæssige fagligheder i intervention, design, planlægning og udvikling af kommunikation i, til og fra private virksomheder, offentlige institutioner og civilsamfund. De mediemæssige fagligheder retter sig både mod traditionelle massemedier og mod nye digitale, sociale og dialogiske medier samt materialiteter. Semestret lægger vægt på refleksion over den rolle kommunikation spiller i lokale, nationale og internationale forandringsprocesser i forhold til individer, kommunikative praksisser og organisationer med henblik på at kunne agere professionelt, strategisk, kreativt, tværfagligt, bæredygtigt og etisk ansvarligt i kommunikationsfeltet. Der skal ske en formidling af projektets resultater til ikke-fagfæller.

Semestret er således foldet over fire pinde, som gennemgående tages i betragtning i semestrets projektmodul og studiefag (valgfagene er ikke underlagt samme fokus). De er:

- Forandring af og via kommunikation
- Anvendelse af fagligheder
- Refleksion over kommunikationens rolle
- Formidling til ikke-fagfæller

Forandring af og via kommunikation skal altså forstås således at professionelle kommunikationsindsatser både er i forandring – eksempelvis gennem teknologiske udviklinger, videnskabelige opdagelser, eller fysiske og praktiske begivenheder, som ændrer (skaber eller nedlægger) muligheder for kommunikation – og skaber forandringer i det omgivende sociale, organisatoriske og politiske samfund.

Anvendelse af fagligheder giver sig udtryk i et fokus på, hvordan kommunikationsstrategier og –teorier kan bruges i konkrete kommunikative praksisser og indsatser.

Samtidig bliver der reflekteret over disse anvendelser og hvilken rolle kommunikation såvel som kommunikatøren eller forskeren i kommunikation spiller i den kommunikative forandringssituation. Det er ikke alene nødvendigt at kende den praktiske mekanik bag kommunikationsteori og –videnskabens virke, man skal tillige kunne reflektere og forstå hvilket forhold man som forsker i kommunikation eller som kommunikator indgår i.

Sidst, men ikke mindst, giver semestret mulighed for at indgå i dialog med ikke-fagfæller. Gennem projekt- og studiefagsmodulerne lægges der vægt på en inkorporering af professionelle sparringspartnere.

I forhold til 7. semester understreger 8. semester dermed yderligere den professionelle og analytiske forståelse af kommunikation, men med et specifikt fokus på den praktiske, anvendelsesrettede dimension, som den kommer til udtryk i forandring af og gennem kommunikation.

Semesterets organisering og forløb

Semestret indeholder et projektmodul, 3 studiefagsmoduler og 3 valgfagsmoduler. Derudover indeholder semestret et 8-ugers forløb med projektarbejde.

Projektmodulet kører over 5 uger, hvorefter det afløses af en parallelløb med studiefag og valgfag de næste 4 uger, som afsluttes med en tre-dages skriftlig eksamen.

Både projektmodul og studiefag har fokus på anvendelser af fagligheder og har derfor flere gæsteforelæsere fra professionerne, ekskursioner og øvelser indbygget (se under modulerne).

Sidste del af semestret bruges til projektarbejde, som afløses ved mundtlig eksamen med udgangspunkt i de studerendes projekt.

Semesterkoordinator og sekretariatsdækning

Ankerlærer: Bolette Blaagaard & Frederikke Winther

Studiesekretær: Karin Jensen

Modulbeskrivelse

Modultitel og ECTS-angivelse

Forandring og intervention gennem kommunikation (Change and intervention via communication)
20 ECTS

Placering

8. Semester
Studienævn for Humanistisk Informatik

Modulansvarlig

Bolette Blaagaard & Frederikke Winther

Type og sprog

Projektmodul
Dansk

Mål

I tilknytning til modulet udbydes der undervisning inden for følgende områder:

- centrale kommunikative forandringsformer som markedsføring, branding, offentlig meningsdannelse, konceptudvikling, formidling, involvering, proceskonsultation og organisationsintervention
- persuasion og inddragelse af individer som brugere, forbrugere, borgere og medarbejdere samt de kommunikative og forståelsesmæssige mikroprocesser, der betinger persuasion og inddragelse
- brugere i partcipatoriske roller – som aktive kommunikatører, forbrugere og medproducenter
- forandringsprocesser og meningsdannelse og disses materielle realisering i private virksomheder og offentlige institutioner og civilsamfundsorganiseringer
- undersøgelsesmetoder til evaluering og dokumentation af kommunikationsindsatser
- forandring af og intervention i organisationer, det være sig i et internt, eksternt eller integreret perspektiv
- fagrelateret videnskabsteori og fagets metode. I forbindelse med det problemorienterede projektarbejde tilbydes der faglig vejledning.

Den studerende skal gennem modulet opnå

Viden om:

- videnskabsteori, teori og metode på højeste internationale niveau vedrørende professionelle kommunikative indsatser af interpersonelt/situeret, organisatorisk og/eller mediemæssig karakter i private virksomheder, offentlige institutioner og civilsamfundsorganiseringer
- teori og metode på højeste internationale niveau vedrørende vurdering, evaluering og dokumentation af kommunikationsindsatser
- forandringsprocesser, meningsdannelse og materielle realiseringer i private virksomheder, offentlige institutioner og civilsamfundsorganiseringer
- udfordringer og muligheder ved at agere professionelt, strategisk, kreativt, bæredygtigt og etisk ansvarligt i forbindelse med professionelle kommunikationsindsatser. Færdigheder i:
- at analysere og vurdere forskellige professionelle kommunikationsindsatser i forhold til private virksomheder, offentlige institutioner og civilsamfund
- at evaluere og/eller dokumentere effekter af forskellige kommunikationsindsatser
- at forstå og kritiske reflektere over egen rolle i konkrete professionelle og tværfaglige kommunikationsindsatser
- at facilitere kommunikationspraksisser, der fremmer kreative og dannelsesmæssige forandringsprocesser.

Færdigheder i:

- at analysere og vurdere forskellige professionelle kommunikationsindsatser i forhold til private virksomheder, offentlige institutioner og civilsamfund
- at evaluere og/eller dokumentere effekter af forskellige kommunikationsindsatser
- at forstå og kritiske reflektere over egen rolle i konkrete professionelle og tværfaglige kommunikations-

indsatser

- at facilitere kommunikationspraksisser, der fremmer kreative og dannelsesmæssige forandringsprocesser.

Kompetencer til:

- at arbejde problemorienteret med det kommunikationsfaglige område i forhold til forandring og intervention gennem kommunikation
- at anvende videnskabelige teorier, metoder og redskaber i forbindelse med såvel analyse af som gennemførelse af kommunikationsindsatser
- at begrunde, udvælge, tilrettelægge, gennemføre og evaluere kommunikationsindsatser i forhold til private virksomheder, offentlige institutioner og civilsamfund
- at forholde sig til etiske og socio-kulturelle problemstillinger i forbindelse med kommunikative indsatser
- selvstændigt at indgå i og lede fagligt og tværfagligt samarbejde omkring professionelle kommunikationsindsatser, herunder kompetence til at formidle sin viden til andre faggrupper eller lægfolk.

Fagindhold og begrundelse

I forlængelse af semesterbeskrivelsen generelt arbejder projektmodulet ligeledes med de fire pinde:

- Forandring af og via kommunikation
- Anvendelse af fagligheder
- Refleksion over kommunikationens rolle
- Formidling til ikke-fagfæller

Derudover er projektmodulet opdelt i to faglige temaer indenfor forandringskommunikation: "Forandringer og kommunikation med fokus på medieret kommunikation" (ansvarlige: Camilla Dindler, Mette Marie Roslyng og Bolette Blaagaard) og "Forandringer og kommunikation i organisationer" (ansvarlige: Frederikke Winther og Anne Hatting). Temaerne kommer til at forløbe som følger:

Uge 6-midt-8

Medialisering/mediering
Magt og etik med øvelser
Æstetik og branding

Uge midt-8-10

Aktionsforskning som forandring med øvelser
Forskerens refleksive rolle
Kritisk diskussion af Latour

I det efterfølgende beskrives de to temaer:

"Forandringer og kommunikation med fokus på medieret kommunikation" udgøres af en forelæsningsrække med overskriften medialisering/mediering igennem hvilke begreberne præsenteres og diskuteres. Mediering og medialisering ses som begreber, teorier og praksisser som har forandret vores forståelse og opfattelse af verden, men også vores måde at agere i verden på. Forelæsningerne præsenterer medieringsteoriens forhold til etik, teknologi, medialisering, magt, æstetik og branding. De studerende arbejder med øvelser indenfor et udvalg af undervisningsgangene, samt med en større arrangeret ud-ad-huset –øvelse, som kulminerer i en afrapporterings/diskussions-samling som afslutning på temaet.

"Forandringer og kommunikation i organisationer". På kurset præsenteres et flersidigt og nuanceret blik på 1. kultur- og organisationsbegrebet som omdrejningspunkt og kontekst for forandring, 2. forskerens rolle og position som forsker, rådgiver og/eller forandringsagent i relation til organisatoriske processer og praksisser, og endelig 3. forskning som forandring gennem aktionsforskning.

Kurset inddeles i et teoretisk og et praktisk forløb. Det sidste med afsæt i en konkret case om en specifik, igangværende interventions- og forandringsproces iværksat af Københavns Kommune.

Udover at give metodiske og analytiske teoretiske redskaber med relevans for semestrets projektopgave, peger denne del af projektmodulet også fremad mod næste semesters praktikophold, hvor de studerende skal indgå i virksomheder på lige fod med kolleger og samtidig evne at etablere, og fastholde, en kritisk, teoretisk distance til det oplevede og sig selv i konteksten for at skabe rum for videnskabelig refleksion og analyse uafhængigt af

virksomheden.

Omfang og forventning

K-timer: 40 konfrontationstimer (K) pr. studerende. Projektmodulet er opdelt i to blokke.

- 1: Forandringer og kommunikation med fokus på medieret kommunikation (ca. 20 K timer)
- 2: Forandringer og kommunikation i organisationer (ca. 20 K timer)
- Derudover: Intro og outro (ca. 2 timer)

Af de 40 K-timer er cirka 20 afsat til større praktiske interventioner, såsom dataindsamling, analyser og professionelle indslag. Øvelser i at kommunikere til ikke-fagfæller indgår i modulets undervisning og er en obligatorisk del af eksamen i form af projektopgaven.

Det antages, at de studerende bruger minimum 4 timer til forberedelse per K-time, dvs. 160 timer for hele modulet.

Derudover forventes de studerende at lægge 350 timers arbejde over 5 uger i projektarbejde.

Dermed udgør modulet (40K+160+350) 550 timers arbejde.

Deltagere

Studerende på 8 semester Kommunikation

Deltagerforudsætninger

7 semester på Kommunikation eller tilsvarende

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

Omfang og forventninger: "Forandringer og kommunikation med fokus på medialisering og medieret kommunikation"

Kurset forløber over 2,5 uger og er inddelt i et undervisningsforløb og et øvelsesforløb. Undervisningsformen består af en kombination af forelæsninger, øvelser og diskussion samt udførelse og fremlæggelse af et mindre projektarbejde.

Modulaktiviteter:

PM 1-1: Mediering, etik og teknologi (4 lektioner)

v/ Bolette Blaagaard

Undervisningsgangen præsenterer og diskuterer medieteorier og –perspektiver om mediering som en proces igennem hvilken vores opfattelse af og interageren med omverdenen er i forandring.

Med udgangspunkt i Roger Silverstones teori om mediering som et rum for tilsynekomst og stemme, diskuterer den første del af lektionen, hvilken form for etisk relation dette forhold påkalder sig samt hvordan vi kan forstå mediering som en social praksis.

Den anden del af lektionen udvider medieringsbegrebet ved at fokusere på teknologien rolle heri. Hvilken medierende rolle har teknologien udover at fungere som transport for kommunikationen eller medieringen? Er teknologien neutral eller indeholder den etiske og/eller politiske diskussionspunkter?

Litteratur:

Silverstone, R. (2007). *Media and Morality. The Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press. s. 106-136

Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New media & society* Vol. 10 (3): 373-391

Castells, M. (2000). *The Network Society*. Second Edition. Malden, MA: Blackwell. s. 1-27

Lievrouw, L. A. (2009). New Media, Mediation and Communication Studies. *Information, Communication & Society* Vol. 12(3): 303-325

Supplerende litteratur

Silverstone, R. (2005). The sociology of mediation and communication. I C. Calhoun, C. Rojek, and B.S. Turner (Eds.). *The Sage Handbook of Sociology*. London: Sage. s. 188-207

Bosczkowski, P. J. & Siles, I. (2014). Steps toward cosmopolitanism in the study of media technologies: integrating scholarship on production, consumption, materiality, and content. I T. Gillespie, P.J. Bosczkowski, & K. Foot (eds), *Media Technologies. Essays on communication, materiality, and society* (s. 53-76). Cambridge, MA: MIT Press.

PM 1-2: Medialisering (2 lektioner)

v/ Camilla Dindler

Forelæsningen introducerer til medialiseringsteori som en overordnet ramme til at forstå og forklare forholdet mellem medier og forandringer i samfundet. Medialiseringsteori tænker således medier delvist adskilt fra visse dele af det sociale, selvom den teoretiske pointe er, at medierne samtidig intervenserer i og påvirker det sociale. Analytisk lægger medialiseringsteori derfor op til at rette blikket mod praksisser, der som udgangspunkt kan være mere og mindre, samt direkte og indirekte, "tilpasset" eller "sammenflettet" (Schulz, 2004) med medier. Vi vil i anden halvdel af lektionen kigge på og diskutere to cases, der handler om hvordan hhv. personlig og organisatorisk praksis kan forstås som "medialiseret".

Litteratur:

Hjarvard, S. (2014). From Mediation to Mediatization: The Institutionalization of New Media. I A. Hepp, & F. Krotz (ed.), *Mediatized Worlds. : Culture and Society in a Media Age* (s. 123-139). London: Palgrave/Macmillan.

Deacon D & Stanyer J. (2014). Mediatization: key concept or conceptual bandwagon? *Media Culture Society* 36: 1032-1044.

Schulz, W. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, Vol 19 (1): 87-101.

Schillemanns T. (2012). *Mediatization of Public Services: How Organizations Adapt to News Media*. Frankfurt: Peter Lang. pp. 75-86.

Driessens, O., Raeymaeckers, K., Verstraeten, H. & Vandenbussche, S. (2010). Personalization according to politicians: A practice theoretical analysis of mediatization. *Communications* 35: 309-326.

PM 1- 3: Medialisering, politik og magt (2 lektioner)

v. Mette Marie Roslyng

Dette seminar belyser medialisering ud fra et politisk og magtmæssigt perspektiv. Vi arbejder kritisk med medialiseringensbegrebet, og lektionen argumenterer for, at man med fordel kan belyse den implicite magtforståelser i eksisterende medialiseringensbegrebsliggørelser. Hermed arbejder vi med en teoretisk ramme, der kan bidrage til forståelsen af de politiske elementer i medialiseringensprocessen i bred forstand med fokus på såvel medieprodukter, medieproduktion, mediekonsumtion samt konteksten herfor. Herunder undersøger vi implikationerne for demokrati, inklusion/eksklusion, menneskerettigheder samt 'den offentlige interesse'.

Couldry, N. (2012). *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge, Malden: Polity Press, 133-155

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, 10-52 (online adgang via AUB)

Strömbäck, J. & Esser, F. (2014). Mediatization of politics: transforming democracies and reshaping politics. In

K. Lundby (ed.), *Mediatization of Communication* (pp. 375-404). Berlin, Boston: De Gruyter (online adgang via AUB)

Supplerende litteratur:

Block, E. (2013). A Culturalist Approach to the Concept of the Mediatization of Politics: The Age of "Media Hegemony". *Communication Theory*, 23, 259-278 (online adgang via AUB)

Asp, K. (2014). Mediatization: rethinking the question of media power. In K. Lundby (ed.), *Mediatization of Communication* (pp. 349-374). Berlin, Boston: De Gruyter (online adgang via AUB)

PM 1-Ø: Introduktion til øvelsesforløbet v/ Mette Marie Roslyng og Bolette Blaagaard (2 lektioner)

Lektionerne introducerer, brain-stormer på og gruppeinddeler til ud-ad-huset –øvelsen.

PM 1-4: Symbolisme/Det dynamiske perspektiv: identitet, forandring, medialisering. (2 lektioner)
v/ Peter Allingham

Organisationer kan forstås som dynamiske fænomener, der understøtter en stadig forandringstilstand præget af værdier såvel oppe- som nedefra i organisationen.

Denne kursusgang sætter i et symbolistisk og dynamisk perspektiv fokus på forandring af organisationers identitet gennem æstetiske interaktioner i forskellige kommunikative sammenhænge, hvor ikke mindst medialisering spiller en afgørende rolle.

Litteratur:

Hjarvard, S. (2008). *En verden af medier*. København: Samfundslitteratur. (uddrag af kap. 5.)

Kjærgaard, A. & Morsing, M. (2010). Strategic Auto-Communication in Identity-Image Interlay: The Dynamics of Mediatizing Organizational Identity. In L. Chouliaraki og M. Morsing (Eds.). *Media, Organizations and Identity* (p. 93-111). Great Britain and New York: Palgrave Macmillan.

Schultz, M. (1993). *Kultur i organisationer*. Handelshøjskolens Forlag. (kap. 4 p. 69-86.)

Schultz, M. (2009). *Brug dit brand*. København: Gyldendal Business. (uddrag af kap. 6)

PM 1-Ø v/ Peter Allingham (2 lektioner)

PM 1- 5: Æstetik og forandringsprocesser. Branding og medier. (2 lektioner)

v/ Peter Allingham

Denne kursusgang sætter teoretisk og praktisk fokus på, hvordan nye kommunikationsteknologier danner grundlag for en kreativitetsdiskurs og en æstetik, der influerer på organisationers liv, udvikling og forandring. Der inddrages en række eksempler. Mulige cases: Volkswagen, FLOS, Montana.

Litteratur:

Allingham, P. (2011). Biler, branding og byudvikling i oplevelsesøkonomisk perspektiv. I A. Lorentzen & S. Schmidt-Jensen (Eds.). *Planlægning i oplevelsessamfundet* (s. 139-158). Aarhus: Aarhus Universitetsforlag

Schultz, M. (2005). Corporate Branding as Organizational Change. I M. Schultz, Y.M. Antorini, F. F. Csaba (Eds.). *Corporate Branding – Purpose/People/Process* (s. 181-199). Copenhagen Business School Press,

Stephensen, J.L. (2012). Kreativ kapitalisme: nye værdier, nye teknologier og nye diskurser. I M. Raffnsøemøller, M. Thorup, T. Vinther Larsen & E. Hansen (Eds.). *Kapitalismens ansigter* (s. 214-228). Aarhus: Philosophia (kap. 15)

PM 1-Ø: Ud-ad-huset -øvelse: Afrapportering og diskussion (6 lektioners afrapportering og diskussion)

v/ Mette Marie Roslyng og Bolette Blaagaard

PM 2: "Forandringer og kommunikation i organisationer"

Fagindhold og begrundelse

På kurset præsenteres et flersidigt og nuanceret blik på 1. *kultur- og organisationsbegrebet* som omdrejningspunkt og kontekst for forandring, 2. *forskerens rolle og position* som forsker, rådgiver og/eller forandringsagent i relation til organisatoriske processer og praksisser, og endelig 3. Intervention og forandring i et *aktionsforskningsperspektiv*.

Udover at give metodiske og analytiske teoretiske redskaber med relevans for semestrets projektopgave, peger denne del af projektmodulet også fremad mod næste semesters praktikophold, hvor de studerende skal indgå som aktiv arbejdstager og deltager i virksomheder og samtidig evne at etablere, og fastholde, en kritisk, teoretisk distance til det oplevede og sig selv i konteksten for at skabe rum for faglig refleksion og analyse uafhængigt af virksomheden.

Omfang og forventning

Kurset forløber over 2 uger. Undervisningsformen består af en kombination af forelæsninger, diskussion, øvelser og mindre fremlæggelser.

Modulaktiviteter

PM-2.1: Introduktion v/FW (4 lektioner):

Hvad er *forandring*? Som begreb? Som fænomen? Kursusgangen belyser og diskutere teoretiske og praktiske implikationer knyttet til forestilling om forandring og intervention i en organisatorisk kontekst. Der gives desuden en række konkrete eksempler på forandringsprocesser og interventionsindsatser.

PM-2.2: Kultur, kommunikation og organisation v/AH (4 lektioner)

Manchet: forståelse og vurdering af organisatorisk praksis som kultur og kommunikation. Diskussion af kulturbegreber som materielle, hvor der sætte fokus på relationer mellem individer og ting (som fx kommunikationsprodukter). Introduktion til forståelse af kommunikation som Co-construction og performativ. pragmatisk tilgang til vidensbegrebet, hvor viden betragtes som indlejret i praksis, snarere end i individer. Forståelse af organisation som processer, som konfigurering af transaktioner. Et blik på forandring i organisationer inspireret af ANT, hvor en italesat forandring, kan betragtes som en aktør, der er bygget op over tid og til stadighed får ny form gennem relationer med andre aktører.

- Castor & Cooren (2006), 'Organizations as Hybrid forms of Life: The Implication of the Selection of Agency in Problem Formulation'. Management Communication Quarterly. Vol.19, No.4, May 2006 570-600. Sage Publications
- Latour (2013), 'What's the Story? Organizing as a mode of Existence' (p.37-52) in Robichaud & Cooren (eds.) Organization and Organizing. Materiality, agency, and discourse. Routledge
- Latour (2008) En ny Sociologi for et nyt samfund. Introduktion til Aktør-Netværk-Teori. (p.43-65) Akademisk forlag.

Supplerende litteratur:

Evt. Fenwick og Edwards (2010), Hath (2006)

PM-2.3: Forsker i forandring v/FW (4 lektioner)

Et kritisk blik på egen oplevelse og påvirkning som forsker og/eller forandringsaktør i felten. Refleksion over betydningen af forskers tilstedeværelse og fortolkningsoptik, herunder roller, rammer og relationers indflydelse på de observationer, forskeren kan gøre sig, og i sidste ende det datamateriale, der indsamles. Hensigten er at rette et kritisk (selv)reflekteret blik på betydningen af observatørens egen rolle og position under studier af organisationers praksisser. At opnå en dybere erkendelse af de faglige, etiske og sociale udfordringer og ansvarsområder, rollen som forsker indebærer. Ikke mindst, hvis forskningen forventes at føre til faglige vurderinger og/eller anbefalinger om intervention med konsekvens for organisationens sociale og kommunikative praksisser.

Litteratur:

- Lorimer, Francine: "Forståelse. Et socialt forhold" kap. 3 i Hastrup: *Viden om verden*, 2004, s. 53-69
- Warming, Hanne: "Deltagende observation" i Fuglsang, Hagedorn-Rasmussen og Olsen: *Teknikker i samfundsvidenskaberne*, 2007, s. 314-331
- Fuglsang, Hagedorn-Rasmussen og Olsen: "Introduktion" i Fuglsang, Hagedorn-Rasmussen og Olsen: *Teknikker i samfundsvidenskaberne*, 2007, s. 7-27
- Kristiansen og Krogstrup: "Når deltagende observation bliver til data i en forskningsproces", kap. 3 i *Deltagende observation*, 1999, s. 70-98

Supplerende litteratur:

- Lofland & Lofland: *Analyzing Social Settings*, 1995
- Fuglsang, Hagedorn-Rasmussen og Olsen: *Teknikker i samfundsvidenskaberne*, 2007, øvrige kapitler
- Hastrup, Rubow og Tjørnhøj-Thomsen: *Kulturanalyse. Kort fortalt*, 2011

PM-2.4: Kritisk læsning af Latour og ANT v/GL (2 lektioner)

I denne kursusgang vil vi forsøge at træde et skridt tilbage og kaste et spørgende og kritisk blik på den forståelsehorisont, der ligger i konceptdannelsen i ANT. Vi følger forrige kursusgang op ved at læse dels en introduktion til ANT, samt et par centrale kapitler af ANT's hovedskikkelse Bruno Latour. Vi skal især beskæftige os med Latours historiebegreb og hans forståelse af viden og videnskab. I forlængelse heraf skal vi se på, hvad det er for en praksis, der opstår i en ANT-horisont og forsøge at svare på spørgsmålene: Hvad er det for et materialitetskoncept, der ligger i ANT, hvilken placering har den kritiske tænkning i ANT, hvorfor er ANT blevet så populært i senmoderniteten m.m. Tesen vil være, at det er fraværet af dialektik, der på en gang er ANT's force, men også det, der kan gøre det til en affære, der fordrer kritik.

Litteratur:

- Finn Olesen og Jonas Kroustrup (2007). ANT – Beskrivelse af heterogene aktør-netværk. I *Introduktion til STS. Science, technology, society* red. Af C. Bruun Jensen, P. Lauritsen og F. Olesen. Hans Reitzels Forlag. (s. 63-92)
- Bruno Latour (2006 [1997]). I. Krise. II Forfatning. I *Vi har aldrig været moderne*. Hans Reitzels Forlag. (s. 19-59)

PM-2.5: Aktionsforskning - intro v/TJ (2 lektioner)

Denne gang introducerer til aktionsforskning og særligt den retning inden for aktionsforskning, der hedder dialogisk aktionsforskning. Vi vil gå i dybden med, hvad aktionsforskning er, og hvad det er for præmisser for viden aktionsforskningen bygger på. Aktionsforskning tager udgangspunkt i, at vi som forskere ikke forsker *om*, men *med* praksis. Det betyder at forskere og praktikere sammen skaber viden, som gøres til genstand for forskning. Aktionsforskning arbejder med at forstå, analysere og forandre sociale praksisser ud fra en bottom-up tilgang til

viden og forandring.

PM-2.6: Dialogisk aktionsforskning – øvelser v/TJ (4 lektioner)

Her arbejder vi med konkrete greb til, hvordan man kan designe en aktionsforskningsproces – og sammen reflekterer vi over, hvordan vi konkret kan forstå, analysere og arbejde med kommunikative interventioner i organisationer ud fra et aktionsforsknings perspektiv.

Litteratur (PM-2.5 + 2.6):

- Duus et. Al. (red.)(2012) Aktionsforskning - en grundbog. Samfundslitteratur.
 - o Kap. 1: Nielsen, K. (2012) Aktionsforskningens historie – på vej til et refleksivt akademisk selskab. s. 19 – 38.
 - o Kap 3: Arbejdsliv og aktionsforskning 61-81
 - o Kap. 12. Frimann, S. & Bager, A. (2012) Dialogkonferencer. s. 193 – 204
- Olesen, Lektor Birgitte Ravn; Nordentoft, Helle Merete .2013. Walking the talk - a micro-sociological approach to the co-production of knowledge and power in action research. In: *International Journal of Action Research*, Vol. 9, No. 1, 2013, p. 67-95

Supplerende litteratur:

- Coghlan, D. & Brannick, T (2005) *Doing Action Research in Your Own Organization*. Sage
- Duus et. Al. (red.)(2012) Aktionsforskning - en grundbog. Samfundslitteratur
- Lewin, K. (1946) Action research and minority problems. I *Journal of Social Issues*, 2(4). S. 34 - 46.
- Nielsen, K (2004) Aktionsforskningens videnskabsteori. I Olsen, P. & Fuglsang, L. (red.), *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne: På tværs af fagkulturer og paradigmer*. 2. udg. Frederiksberg. Roskilde Universitetsforlag. s. 517 – 544
- Pålshaugen, Ø. (2004) How to do things with words. Towards a linguistic turn in action research. I *Concepts and Transformation*, 9/2. s. 181 – 203
- Reason et. al (2011) *Leadership for sustainability – An action research approach*. Greenleaf Publishing

NB: Ændringer kursuslitteratur kan forekomme. Uv-plan er betinget af, om vi kan få lokaler på de ønskede tidspunkter.

Eksamen

En ekstern mundtlig prøve i **”Forandring og intervention via kommunikation” (Change and Intervention via Communication”)**.

Prøven foregår som en samtale mellem den/de studerende, eksaminator og censor med udgangspunkt i det skriftlige arbejde, hvad enten dette er udarbejdet individuelt eller i samarbejde med andre. Projekt rapporten/det skriftlige arbejde betragtes som gruppens fælles ansvar. Projekt rapporten udgør grundlaget for eksamination og bedømmelse, og der foretages en samlet bedømmelse af projekt rapporten og den mundtlige præstation.

Sidetæl: Projekt rapporten skal minimum være på 15 sider og maximum 20 sider pr. studerende (dog maximum 30 sider ved individuel studerende).

Normeret prøvetid: Prøvetiden er normeret til 20 minutter pr. studerende og 10 minutter pr. gruppe til votering og karaktergivning, dog højst i alt to timer ved store grupper, 30 minutter i alt ved individuelle prøver.

Bedømmelsesform: En karakter efter 7-trinsskalaen. Ved en mundtlig gruppe-prøve skal den enkelte studerende eksamineres på en sådan måde, at det sikres, at der foretages en individuel bedømmelse.

Omfang: 20 ECTS-Point Projekt rapporten og den mundtlige samtale skal demonstrere, at den studerendes opfylder de faglige mål beskrevet ovenfor. Ved bedømmelsen af prøvepræstationen vil der med henblik på opnåelse af karakteren 12 blive lagt vægt på, at den studerende indløser ovenstående læringsmål på en fyldestgørende måde med ingen eller få uvæsentlige mangler. Omprøve afholdes med udgangspunkt i den revi-

derede projektrapport.

Modulbeskrivelse

[Participatorisk kommunikation \(SFA\) \(HumInf_KA_Kommunikation_CPH\)](#)

Participatorisk Kommunikation (Participatory Communication)

5 ECTS

Placering

8. Semester

Studienævn for Humanistisk Informatik

Modulansvarlig

Thomas Duus Henriksen

Type og sprog

Studiefagsmodul

Dansk

Mål

Viden om:

- teorier om participation, involvering og/eller dialogisk kommunikation
- kommunikationsformer- og bestræbelser, hvor participation, involvering og dialog er i centrum
- betydningen af forskellige medier, materialiteter og interaktionsformer for participatoriske processer.

Færdigheder i:

- at analysere måder, hvorpå participation, involvering og dialogisk kommunikation bliver forsøgt udmøntet
- at vurdere kommunikation ud fra normative forestillinger om participation, dialog og involvering.

Kompetencer til:

- at medvirke til participatoriske kommunikationsprocesser under vanskelige rammebetingelser
- at forholde sig refleksivt til begrænsninger, konflikter og dilemmaer i forbindelse med participatoriske kommunikationsprocesser.

Fagindhold og begrundelse

Modulet introducerer en række tilgange til at forstå og facilitere participatorisk kommunikation.

Omfang og forventning

Se tabel nedenfor

Tema	Uv timer 4t / gang	Forberedelsestimer 9 timer / gang	Refleksionsopgave 14,8 timer	Arbejdsbelastning I alt	Underviser
Aktionsforskningen som en dialogori- enteret tilgang	1+3 14,5t	Afventer indhold	14,8	27,8 (27,5 timer)	NN
Frivillighed og involvering: Dialo- gisk involvering i	1+3 14,5t	Afventer indhold	14,8	27,8 (27,5 timer)	MRB (ekstern)

kulturprojekter					
Spillet som dialogredskab til involvering af borgere i kommunale udviklingsprojekter	1+3 14,5t	Afventer indhold	14,8	27,8 (27,5 timer)	MW (ekstern) (uge 12 eller 13)
Parasocial interaktion og foregivet dialogisk kommunikation	1+3 14,5t	Stenroos & Montola: Parasocial interaction (2011) Horton, D. & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Parasocial Interaction: Observations on Intimacy at a Distance', Psychiatry 19. Ref. Participations, 3 (1), 2006, in www.participations.org/volume%203/issue%201/3_01_hortonwohl.htm [10. December 2010]	14,8	27,8 (27,5 timer)	TDH
Organisatorisk læring som dialogredskab	1+3 14,5t	Afventer indhold	14,8	27,8 (27,5 timer)	KB
I alt	20 72,5 timer	45 (knap 500 sider)	74	139 timer / 137,5	

Deltagere

Studerende på kommunikation

Deltagerforudsætninger

Studerende på kommunikation

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

TDH: Thomas Duus Henriksen

MW: Mette Wichman

MRB: Mia Ravn Bach

KB: Kenneth Børgesen

- *Angivet litteratur omfatter 500 sider*
- *Der er placeret en obligatorisk refleksionsopgave efter hver undervisningsgang, som er normeret til to arbejdsdage.*

Eksamen

Gengivelse af studieordningens beskrivelse af prøve- og bedømmelsesform, samt eventuelt:

- *3 dages skriftlig eksamen under tilsyn med alle tilgængelige hjælpemidler.*

Modulbeskrivelse

Anvendt Æstetik (Applied Aesthetics)

5 ECTS

Placering

8. Semester

Studienævn for Humanistisk Informatik

Modulansvarlig

Morten Søndergaard

Type og sprog

Studiefagsmodul

Dansk

Fagindhold og begrundelse

Faget anvendt æstetik introducerer de studerende til brugen af innovativ medie- og teknologidesign som æstetiske og kreative erfaringsrammer og -grænser i responsiv museums kommunikation (udstillinger, samlinger, arkiver mm). Kurset vil endvidere fokusere på feltet mellem kunst og videnskab som et særligt indsatsområde i disse år indenfor en række 'hybridmuseer', såsom f.eks. Artscentre, Eksperimentarier og Naturvidenskabelige museer, såsom det Københavnske (og internationalt berømmede) *Medicinsk Museion*. Også kunstmuseer er en slags 'hybridmuseum', som er opstået på baggrund af flere videnskabelige tendenser, der løber sammen i det organiserede 'format', vi kender i dag - her, måske mest åbenbart, som en decideret 'anvendelse' af æstetiske forudsætninger og ideer. Én af disse ideer er så institutionaliseret, at den skjuler sig: kunst og æstetik som sit eget domæne og adskilt, sammen med 'menneskevidenskaberne', fra de 'hårdere' videnskab. Men denne ide er under forandring og æstetik samt kunstneriske metoder anvendes af hybridmuseer på en lang række områder - kunst og videnskab bringes sammen på måder, der bringer æstetiske erfaringer i spil som skaber muligheden for et publikum (og lægmand) at opleve og få indsigt i ellers komplekse eller dybt specialiserede vidensfelter. Med udgangspunkt i besøg på udvalgte museer og feltarbejde, samt gennemgange af historiske eksempler og en række aktuelle teorier på området, vil de studerende producere en række kritiske analyser af eksempler på responsiv museums kommunikation, samt få mulighed for at udvikle og arbejde med egne ideer på området.

Litteratur:

Hovedlitteratur (købes af de studerende):

Stephen Wilson, *Art + Science - How Scientific Research and Technological Innovation are becoming key to 21st-century Aesthetics*, London: Thames & Hudson, 2010

Jacobsen, M. & Søndergaard, M. (ed), *Re_Action - Renegotiating the Competencies of the Archive and the (Art)Museum in the 21st Century*, Aalborg: Aalborg Universitetsforlag, 2009.

Omfang og forventning

Forventninger om den konkrete udmøntning af modulets ECTS-belastning, hvilket omfatter antallet af konfrontationstimer, øvelsesarbejde, tid til forberedelse, eventuel rejseaktivitet med videre.

Deltagere

Studerende på 8 semester

Deltagerforudsætninger

7 semester i Kommunikation eller lignende

Modulaktiviteter (kursusgange med videre)

Eksamen

Studiefagsmodul: Politisk kommunikation som intervention - 8. Semester F15

Kurset tager udgangspunkt i, hvordan forskellige former for politisk kommunikation undergår forandring. Kurset lægger ud med en introduktion til forskellige former for politisk kommunikation og forandring. Med et gennemgående fokus på flere konkrete problematikker inden for politisk kommunikation og journalistik skabes der et overblik over politisk kommunikation som forskningsfelt. Derfra trækkes også tråde til, hvordan vi kan arbejde med forskellige måder, hvorpå forandringsbegrebet kan gentænkes i relation hertil.

Forandringsperspektivet forholdes til tre konkrete temaer med relevans for den nyere udvikling inden for politisk kommunikation. Det giver lejlighed til at inddrage både nye og traditionelle medier med et særlig fokus på de muligheder nye teknologier og kommunikationsformer byder for feltet. Der er derfor fokus på politisk kommunikation som interaktion ift. følgende temaer 1) den offentlige debat i forandring, 2) sociale medier og politisk kommunikation i forandring samt 3) politiske kampagner i forandring.

Litteraturlisten indeholder forslag til supplerende litteratur med bl.a. værker fra kurset *Politisk kommunikation og offentlighed* (7. semester) med henblik på de studerende, som ikke har deltaget i kurset.

1. Introduktion: Politisk kommunikation i forandring (2 t)

v/Mette Marie Roslyng og Bolette Blaagaard

Her skabes et overblik over, hvordan politisk kommunikation kan nytænkes i forhold til forandring. Vi arbejder kritisk med definitioner af feltet politisk kommunikation samt med diskussioner af forandringsbegrebet. Et mere traditionelt syn på forandring vil suppleres med en poststrukturalistisk forandringsopfattelse. Forandrings- og interventionsperspektivet analyseres bl.a. i forhold til begrebet om offentlighed.

Litteratur:

Philip Schlesinger (1990), 'Rethinking the Sociology of Journalism: Source Strategies and the Limits of Media-Centrism', in M. Ferguson (ed), *Public Communication, The New Imperatives. Future Directions for Media Research*. London: Sage, pp. 61-83

M. Gurevitch, S. Coleman and J. G. Blumler (2009), 'Political Communication – Old and New Media Relationships' in *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625, pp. 164-181

R. N. Negrine (2008), *The Transformation of Political Communication. Continuity and Change in Media and Politics*. Hampshire and NY: Palgrave MacMillan, s. 18-35

Supplerende:

B. McNair (2011): *Introduction to Political Communication* (5th ed). NY: Routledge. Chapter 1 s. 3-14

J. G. Blumler and D. Kavanagh (1999): 'The Third Age of Political Communication: Influences and Features'. *Political Communication* 16: 209-230.

E. Albæk and C. de Vreese (2010): 'Forskning i politisk kommunikation: Et overblik'. *Politica. Tidsskrift for politisk videnskab* 32: 279-293.

M. Foucault (1998) [1994]: 'Nietzsche, Genealogy, History' i J.D. Faubion (ed), *Aesthetics, Method, and Epistemology*. pp. 369-392

2. Offentlig debat i forandring (4 t)

v/Mette Marie Roslyng og Bolette Blaagaard

Undervisningen vil gennemgå og diskutere en kritisk tilgang til offentligheden. Vi undersøger, hvad offentlighedens rolle er, samt hvordan forholdet mellem borger, offentlighed og journalistik kan karakteriseres.

Vi vil i undervisningen arbejde med en øvelse, hvor vi analyserer forskellige former for offentlig debat og undersøger, hvordan politisk debat i medierne er i forandring. Der trækkes på eksempler fra både nye og traditionelle medier og samspillet mellem disse. Et særligt fokus vil være på den TV transmitterede debat som politisk intervention. Eksemplerne sættes i forbindelse med de nye udviklinger inden for offentlighedsbegrebet.

Litteratur:

Dewey, J. (1927) *The public and its problems*, Swallow Press, Ohio University Press, Athens (evt. s. 143-184 kapitel 5 "search for the great community")

Lippmann, W. (1921) *Public Opinion* Filiquarian Publishing, LLC, (evt. s. 295-340 "Newspapers")

Higgins, M (2008) *Media and Their Publics* Maidenhead: open University Press (undervisningsbog hvoraf enkelte kapitler kan bruges, eks. "Rethinking media publics", s. 131-147)

Lewis, J; Inthorn, S; & Wahl-Jørgensen, K. (2007) *Citizens or Consumers? What the Media Tell us about Political Participation* Maidenhead: Open University Press, s. 1-16, 29-50, 70-90 (evt.)

Media and its publics

Torgeson, D. (2010): 'Policy discourse and public spheres: the Habermas paradox', in *Critical Policy Studies*, vol 4 (1), s. 1-17 (online adgang AUB)

Litteratur til øvelse:

Livingstone, S. and P. Lunt (1994): *Talk on Television. Audience Participation and Public Debate*. Abingdon: Routledge. Chap. 2, s. 9-35 (online adgang AUB)

Hutchby, I. (2006): *Media Talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting*. Chap. 8, s. 121-140

Supplerende litteratur:

Habermas, J. (1994): 'Forord til nyudgivelsen af *Strukturwandel der Öffentlichkeit*'. *Mediekultur* (22), 53-64

Negrine, R. (2008): *Transformation of Political Communication*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. Chap. 8 s. 170 – 204 (uddrag)

3. Politiske kampagner i en international kontekst (2 t)

v/Mette Marie

Litteratur:

Kleis Nielsen, R. (2012): *Ground Wars: Personalized Communication in Political Campaigns*. Princeton: Princeton University Press. Uddrag

Levenshus, A. (2010): 'Online Relationship Management in a Presidential Campaign: A Case Study of the Obama Campaign's Management of Its Internet-Integrated Grassroots Effort' in *Journal of Public Relations Research*, 22 (3), pp. 313-335 (adgang via AUB)

4. Medier, citizenship og digital revolution (4 t)

v/ Bolette Blaagaard og Mette Marie Roslyng

Kurset undersøger den digitale revolution med henblik på at forstå medieudviklingens politiske virkning og konsekvens. Der kommer især fokus på, hvordan politisk aktivisme finder sted i den globaliserede og medialiserede verden, som bl.a. er karakteret ved kommunitionsnetværk. Teoretisk trækker vi derfor på teorier om medialisering samt på Castells teorier om kommunikationsnetværk i den digitaliserede verden. Der er fokus på teoriernes anvendelse på konkrete eksempler på aktivisme.

Anderson, B. (1991) *Imagined Communities* London & NY: Verso Books (evt. kap. 1,2,3, s. 1-46)

Hobsbawm, E. & Ranger, T. (eds.) (1983) *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press, s. 1-14

M. Castells (2009): *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, pp. 116-135 (hele kapitlet desuden tilgængeligt i fuld tekst via AUB)

Lentin, A. & Titley, G. (2011) *The Crises of Multiculturalism. Racism in a Neoliberal Age*, London & NY: Zed Books (forskningsbog, evt. "Mediating the crisis: circuits of belief" s. 123-159)

Fenton, N.?

T. Gitlin (2013): 'Occupy's predicament: the moment and the prospects for the movement', in *The British Journal of Sociology*, Vol 64 (1), pp. 3-25

N. Klein (2011) 'The Most Important Thing in the World' in S. Van Gelder (ed), *This Changes Everything. Occupy Wall Street and the 99% Movement*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, pp. 45-49

Supplerende

C. Calhoun (2013): 'Occupy Wall Street in perspective', in *The British Journal of Sociology*, Vol 64 (1), pp. 26-38

M. Castells (2012): *Networks of Outrage and Hope*. Polity Press

5. Gæsteforelæsning v/ tbc (4 t)

v/Mette Marie Roslyng og Bolette Blaagaard

6. Sociale medier som politisk kommunikation (2 t)

v/Bolette Blaagaard

Undervisningsgangen udbreder det politiske begreb til også at omhandle den interpersonelle kommunikation gennem Twitter, Facebook og Instagram. Her bliver de personlige holdninger og identiteter til politiske kommunikationer og manifestationer online. Vi vil se på fænomenet *citizen journalism* og på hvordan det personlige bliver politisk gennem visuelle udtryk i form af *selfies*, eks.

Litteratur:

...

danah boyd http://www.danah.org/papers/Rebooting_America.pdf 4 s.

7. Afslutning: Eksamen og frit emne (2t)

v/Bolette Blaagaard og Mette Marie Roslyng

