

Æstetisk kommunikation

Om kurset

uddannelse	Kommunikation
aktivitetstype	kandidatkursus
Undervisningssprog	Dansk
Tilmelding	Tilmelding sker via STADS-Selvbetjening indenfor annonceret tilmeldingsperiode, som du kan se på Studieadministrationens hjemmeside Når du tilmelder dig kurset, skal du være opmærksom på, om der er sammenfald i tidspunktet for kursusafholdelse og eksamen med andre kurser, du har valgt. Uddannelsesplanlægningen tager udgangspunkt i, at det er muligt at gennemføre et anbefalet studieforløb uden overlap. Men omkring valgfrie elementer og studieplaner som går ud over de anbefalede studieforløb, kan der forekomme overlap, alt efter hvilke kurser du vælger. Registration through STADS-Selvbetjening within the announced registration period, as you can see on the Studyadministration homepage. When registering for courses, please be aware of the potential conflicts between courses or exam dates on courses. The planning of course activities at Roskilde University is based on the recommended study programs which do not overlap. However, if you choose optional courses and/or study plans that goes beyond the recommended study programs, an overlap of lectures or exam dates may occur depending on which courses you choose.
Uddybende beskrivelse	Teori inden for feltet oplevelseskommunikation vil blive præsenteret og diskuteret med udgangspunkt i en række eksempler på, hvorledes oplevelsesbaseret kommunikation er blevet anvendt i forbindelse med konkrete produkter og kommunikationsindsatser. Forskellige definitioner af æstetikbegrebet introduceres med afsæt i blandt andet Roland Barthes' begreber 'studium' og 'punctum' og Jean-Francois Lyotards betragtninger over begrebet 'Det sublime'. Det vil blive anskueliggjort, hvorledes æstetikbegrebet har udviklet sig i relation til aktuelle smagsdiskurser og i den sammenhæng vil der blive set på begreberne 'kitsch' og 'camp'. En model til analyse af oplevelsesbaseret kommunikation bliver gennemgået. Modellen indeholder seks overordnede faktorer med dertil knyttede funktioner, som danner grundlaget for at komme rundt om de væsentligste aspekter i kommunikationssituationen. Metoder til koncept- og idéudvikling i relation til oplevelsesbaseret kommunikation gennemgås efterfulgt af konkrete øvelser. Der vil blive introduceret til billedbrug i planlagte kommunikationssammenhænge, og i den sammenhæng vil autenticitetsbegrebet blive inddraget. Der bliver set på forskellige genrer inden for billedbrug, herunder blandt andet situationsbilleder, portrætter, temabilleder, mv. Der vil blive diskuteret kriterier for det gode eller rette billede i forhold til konkrete kommunikationssituationer.
Forventet arbejdsindsats (ECTS-deklaration)	Forventet arbejdsindsats i forbindelse med kurset: 24 timer: Konfrontationstimer fordelt på forelæsninger og øvelser 60 timer: 2,5 timers forberedelsestid per konfrontationstime 40 timer: Eksamensopgave 11 timer: Andre aktiviteter 135 timer i alt (1 ECTS point = 27 arbejdstimer) Forberedelsestid indebærer både læsning af kursets pensum, samt løsning af diverse opgaver undervejs på kurset, som kræver forberedelse hjemmefra. Andre aktiviteter omfatter semesterintroduktion, litteratursøgning, deltagelse i diverse foredrag, seminarer, evaluering, mv.

Oplevelelsesbaseret kommunikation:

Jantzen, Christian & Arendt Rasmussen, Tove: "Er oplevelsesøkonomi gammel vin på nye flasker?" I: Jantzen, Christian & Arendt Rasmussen, Tove (red.) Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug. Aalborg Universitetsforlag. 2007. 284 sider. ISBN:87-7307-782-8: Heri side 21-48.

Jantzen, Christian & Vetner, Mikael: "Oplevelse. Et videnskabeligt glossar." I: Jantzen, Christian & Jensen, Jens F. (red.) Oplevelser: Koblinger og transformationer. Aalborg Universitetsforlag. 2006. 260 sider. ISBN:87-7307-762-3. Heri side 239-260.

Pine II, B. Joseph & Gilmore, James H. The Experience Economy. Work Is Theatre & Every Business a Stage. Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 1999. 254 sider. ISBN:0-87584-819-2: Heri side 1-43.

Ørnbo, Jens; Sneppen, Claus og Würtz, Peter: Oplevelelsesbaseret kommunikation. Oplevelse. Indlevelse. Medlevelse. Viby J. : JP Erhvervsbøger, 2004. 258 sider. ISBN:87-91389-03-8: Heri side 89-123.

Lund, Jacob Michael; Porse Nielsen, Anna; Goldschmidt, Lars; Dahl, Henrik og Martinsen, Thomas: Følelsesfabrikken. København: Børsens Forlag. 2005. 240 sider. ISBN:87-7664-066-3: Heri side 17-52.

Æstetik og smag:

Barthes, Roland: Det lyse kammer – Bemærkninger om fotografiet. Rævens Sorte Bibliotek. 2. udg. 1. oplag. 1987. 159 sider. ISBN: 87-7378-004-9. Heri side 11-76.

Lyotard, Jean-Francois: Om det sublime. Akademisk forlag. 1993. 90 sider. ISBN: 87-500-3034-5. Heri side 22-36 og side 48-63.

Thorlacius, Lisbeth: "Tidens smag." Dansk Tidsskrift for Kommunikation. Nr.2/juni 2006. 10 sider. <http://tidsskrift.komm.ruc.dk>. ISBN:1604-441x.

Thorlacius, Lisbeth: "Indie eller klassisk retro? – Retro-modens værdi og æstetiske status blandt danske unge". Christensen, Hans Dam og Illeris, Helene (red.). I: Visuel kultur, Viden, Liv, Politik. Multivers. 2009. 503 sider. ISBN: 978-87-7917-243-2. Heri side 252-268.

Jantzen, Christian, Vetner, Mikael og Bouchet Julie: Oplevelsesdesign. Samfundslitteratur. 2011. 273 sider. ISBN 978-87-593-1577-4. Heri side 163-165.

Model til analyse af oplevelsesbaseret kommunikation:

Thorlacius, Lisbeth: "Salò: A Sublime Experience. Analyzing Interactive Performances, Focusing on the Aesthetic Dimension". Kristiansen, Erik og Harsløf, Olav (red.) I: Engaging Spaces. Sites of Performance, Interaction and Reflection. Museum Tusculanum Press. 2015. 326 sider. ISBN:978 87 635 4200 5. Heri side 84-127.

Idé- og konceptudvikling:

Jakobsen, Henning Sejer og Rebsdorf, Simon Olling: Ideudvikling ved kreativ innovation. København. Gyldendal. 2003. 240 sider. ISBN: 87-02-01822-5. Heri side 39-74 og side 148-181.

Billedbrug:

Thorlacius, Lisbeth: "Det gode portræt af en forsker". Nordicom. Årgang 26, nummer 1, 2004. Side 27-39.

Guthey, Eric og Jackson, Brad: "CEO Portraits and the Authenticity Paradox". I Journal of management Studies. 42:5. Oxford: Blackwell Publishing Ltd. 2005. Side 1057-1082.

Thorlacius, Lisbeth: "Ugens Pressefotos: Mange ordinære, få gode, enkelte sublime." Lund, Anker Brink; Willig, Ida & Blach-Ørsten, Mark (red.) I: Hvor kommer nyhederne fra? Den journalistiske fødekæde i Danmark før og nu. Århus: Forlaget Ajour. 2009. 1. udgave. 1. oplag. 198 sider. ISBN: 978-87-92241-36-8. Heri side 55-60.

Supplerende litteratur: Thorlacius, Lisbeth: Visuel kommunikation på digitale medier. Forlaget Samfundslitteratur. 2018. 270 sider.

På kurset foregår undervisningen i en vekselvirkning mellem læreroplæg og mindre øvelser i form af summe-øvelser, samt mundtlige præsentationer ved de studerende på sidste kursusgang, hvor de studerende modtager feedback fra både de studerende og underviseren. De studerende modtager en skriftlig feedback på eksamensopgaven, som tages ind i feedback-feltet på den online digitale eksamensportal. Denne feedback

bidrager dels med inspiration til det videre arbejde med emnet samt en faglig begrundelse for karakteren.

Eksamensadministration

IKH Studieadministration (ikh-studieadministration@ruc.dk)

Aktivitetsansvarlig

Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

ECTS

5

Læringsudbytte/
bedømmelseskriterier

- Teoretisk indsigt i planlægning og analyse af den æstetiske kommunikation i forhold til både online- og offline kommunikationsindsatser
- Kendskab til centrale teorier og semiotiske begreber inden for æstetisk kommunikation herunder indsigt i forskellige definitioner af æstetikbegrebet
- Færdighed i at kunne analysere den æstetiske kommunikation både i forbindelse med online- og offline-kommunikationsindsatser
- Færdighed i at kunne udvikle ideer og koncepter til oplevelsesbaserede kommunikationsindsatser
- Færdighed i at kunne planlægge og udvælge de rette æstetisk virkemidler i forbindelse med konkrete kommunikationsindsatser.
- Kompetence til at kunne tage ansvar for egen faglig udvikling og specialisering i arbejdet med den æstetiske kommunikation i relation til online- og offline-kommunikationsindsatser

Overordnet indhold

På kurset anskueliggøres centrale teorier og begreber inden for æstetisk kommunikation. Begrebet æstetik, som dækker de fem sanser: de auditive, de taktile, de visuelle, og de to aromatiske sanser (smags- og lugtesansen), bliver belyst. Teori og metoder til planlægning og analyse af oplevelsesbaserede kommunikationsindsatser introduceres. Metoder til koncept- og idéudvikling i relation til oplevelsesbaseret kommunikation gennemgås efterfulgt af konkrete øvelser.

Type

Obligatorisk kursus

Undervisnings- og
arbejdsform

Kurset består af en blanding af forelæsninger, diskussion og øvelser. Den studerende skal kunne læse videnskabelige tekster på engelsk.

Prøveform (p1)

Individuel skriftlig hjemmeopgave stillet af kursusansvarlig.

Hjemmeopgaven skal have et omfang på minimum 9.600 og maksimum 14.400 antal tegn inkl. mellemrum.

Omfangskravene er inklusive eventuel forside, indholdsfortegnelse, litteraturliste, figurer og andre illustrationer, men eksklusiv eventuelle bilag.

Hjemmeopgavens varighed er 5 dage inkl. evt. weekend og helligdage.

Opgaven skal dokumentere, at den studerende besidder en sikker beherskelse af det danske skriftsprog, herunder grammatik og sproglig korrekthed.

Bedømmelse: 7-trinsskala.

Censur: Ingen.

Omprøveform (p1)

Samme som ordinær eksamen

Eksamenskode(r)

Eksamenskode(r) : U40026

kursusgange:

Hold: 1

Æstetisk kommunikation (KOMM)

tidspunkt 08-09-2021 08:15 til
08-09-2021 12:00

sted 40.3-25 - undervisningslokale (50)
Underviser Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

Æstetisk kommunikation (KOMM)

tidspunkt 15-09-2021 08:15 til
15-09-2021 12:00
sted 40.3-25 - undervisningslokale (50)
Underviser Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

Æstetisk kommunikation (KOMM)

tidspunkt 22-09-2021 08:15 til
22-09-2021 12:00
sted 40.3-25 - undervisningslokale (50)
Underviser Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

Æstetisk kommunikation (KOMM)

tidspunkt 29-09-2021 08:15 til
29-09-2021 12:00
sted 40.3-25 - undervisningslokale (50)
Underviser Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

Æstetisk kommunikation (KOMM)

tidspunkt 06-10-2021 08:15 til
06-10-2021 12:00
sted 40.3-25 - undervisningslokale (50)
Underviser Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

Æstetisk kommunikation (KOMM)

tidspunkt 13-10-2021 08:15 til
13-10-2021 12:00
sted 40.3-25 - undervisningslokale (50)
Underviser Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

Æstetisk kommunikation - Eksamen (KOMM)

tidspunkt 19-10-2021 12:00 til
24-10-2021 12:00
forberedelsesnorm ikke valgt
forberedelsesnorm D-VIP ikke valgt

Æstetisk kommunikation - Reeksamen (KOMM)

tidspunkt 03-01-2022 10:00 til
08-01-2022 10:00

forberedelsesnorm ikke valgt

forberedelsesnorm D-VIP ikke valgt