

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Kommunikationsuddannelsen
Fagbeskrivelse
Efterår 2020

1. semester

Kommunikationsprocesser

Varighed: 6 uger (10 ECTS)

Faget Kommunikationsprocesser er tæt forbundet med faget Organisationsteori, fordi det trækker tråde til de rammer og vilkår, en organisation fungerer under og de udtryksmuligheder, der følger heraf. Faget er ligeledes forbundet med Journalistisk metode ved at bringe dette fags metoder for research og vinkling i spil. Kommunikationsprocesser er et fundament for forløbene Kommunikationsstrategi, Kampagneplanlægning og -evaluering og Krise- og forandringskommunikation ved at introducere til grundlæggende kommunikationsteoretiske vinkler på tekstforståelse.

Formål

Den studerende skal tilegne sig viden om kommunikationsteoriens historiske udvikling. Endvidere vil undervisningen introducere til forskellige kommunikationsmodeller, deres udvikling og relevans i specifikke sammenhænge. Den studerende skal opnå færdigheder i at analysere kommunikationsprocesser og -tekster, som den studerende skal kunne anvende til at diskutere og argumentere for rammerne for hensigtsmæssig kommunikation.

Tekstbegrebet forstås i denne sammenhæng bredt og kan tage udgangspunkt i organisationers eksterne og interne kommunikationsmateriale, såsom fx strategier, pressemeddelelser, hjemmesider, nyhedsbreve, memoer, videomateriale over formelle samtaler i organisationer til Facebook-opdateringer. Den studerende skal i analysen heraf demonstrere forståelse for centrale kommunikationsbegreber som afsender, modtager, budskab, genre og kode samt hvilke særlige forhold, der gør sig gældende i de forskellige kommunikationsprocesser og -situationer. Den studerende vil i forlængelse heraf herudover opnå færdigheder i at kunne analysere og argumentere for valg af kommunikationsmetode i givne sammenhænge.

Metoder

Undervisningen er organiseret dels som skemalagt undervisning, hvor der veksles mellem forelæsninger, oplæg, øvelser og refleksioner, dels gennem opgaver og projektarbejde, som de studerende løser i studiegrupper. Der vil være mulighed for projektbaseret samarbejde med semestrets øvrige fag. Den afsluttende opgave er tilrettelagt som en tværfaglig opgave, hvor der skal inddrages viden og færdigheder fra både Kommunikationsprocesser og Organisationsteori.

Læringsmål

Den studerende skal:

Viden:

- Kunne forstå overordnede træk i den kommunikationsteoretiske udviklingshistorie med henblik på at kunne forklare, hvordan og hvorfor denne har forandret kommunikationens arbejdsområder.
- Kunne identificere sammenhænge mellem historiske positioner i kommunikationsteorien til forskellige syn på modtagerne og effektmuligheder.
- Kunne identificere gængse kommunikationsmodeller, hvilke områder af kommunikationsteorien de særligt belyser, og hvordan de kan anvendes i analysen af kommunikative problemstillinger.

Færdigheder:

- Kunne anvende kommunikationsteoretiske begreber med henblik på at kunne analysere og argumentere for det/den kommunikative formål og genre og i forlængelse heraf kunne diskutere hensigtsmæssigheden af eventuelle retoriske, lingvistiske og visuelle valg mv.
- Diskutere, analysere og argumentere for valg af kommunikationsformer og -midler.
- Kunne diskutere rammerne for hensigtsmæssig kommunikation (i lyset af organisatoriske vilkår og rammer).

Litteratur (Med forbehold for ændringer)

Artikler mv. (kan downloades på It's Learning – **må ikke deles med tredjemand**):

- Aggerholm et al. (2020): *Intern Kommunikation under forandring*. Samfundslitteratur (s.17-48).
- Andersen (2011): *Forstå Forbrugerne*. Samfundslitteratur (s. 179-193 og s. 207-221).
- Andersen & Jørnø (2020): *Kommunikation i praksis*, 2. udgave. Samfundslitteratur (s. 15-25, s. 27-39 og s.129-152).
- Brandtzaeg & Heim (2011): A typology of social networking sites users. *International Journal of Web Based Communities*, 7(1), 28-51.
- Eiberg, Just, Karsholt & Torp (red.) (2013): *Markedskommunikation i Praksis*. Samfundslitteratur (s. 77-92 og 93-107).
- Esmann Andersen & Antorini (2013): *Brand Management – Teoretisk Introduktion*. I Eiberg, Just, Karsholt & Torp (red.) (2013): *Markedskommunikation i Praksis*. Samfundslitteratur (s. 77-92).
- Frandsen & Johansen (2016): *Organizational Crisis Communication*. Sage (s. 148-158).
- Friis, Nanna (2015): Kap 5. Sprog og formidling. I Rose & Christiansen: *Online Kommunikation – en introduktion*. Hans Reitzels Forlag (s. 185-222).
- Grandt, Annette & Vitting, Jes (2018): Kap 2: Det sproglige trekantsdrama. I *Skriv bedre til borgerne*. Kommuneforlaget, s. 19-25.
- Grønning (2018). Kap 2: Den digitale samtale. I *Digitale Samtaler*. Samfundslitteratur, (s. 19-36).
- Guldbrandsen & Just (2016): *Strategizing Communication*. Samfundslitteratur (s. 91-124 og 161-181).
- Hansen, H. (2012): *Branding: Teorier, modeller, analyse*. Samfundslitteratur (s. 19-69).

- Hansen (2014): *Kommunikation skaber din organisation*. Hans Reitzels Forlag (s. 35-41).
- Heding (2016): *Branding Strategier – Bang, bang, bang – and you are not done....* I Eiberg, Just, Karshold & Torp (red.) (2013): *Markedskommunikation i Praksis*. Samfundslitteratur (s. 93-107).
- Helder, Jørn (2016): Klassisk Kommunikationsteori. I Jørn Helder og Jens Lautrup Nørgaard (2016): *Kommunikationsteori – en grundbog*. Hans Reitzels Forlag. S. 21-55.
- Jensen, Leif Becker (2007): Klarsprog – kommunikationsteknik eller holdningsændring? Klart språk i Norden, s. 11-24.
- Jensen, Leif Becker (1998 2. udgave): Kap 3: Den af forfædrende overantvordede gamle brug. I *Kancellistil eller Anders and-sprog*, s. 28-56.
- Jensen & Tækker (2018). Kap 3: Online vs. Offline kommunikation. I *Sociale medier*. Samfundslitteratur, s.45-55.
- Johansen og Frandsen (2007): *Krisekommunikation – når virksomhedens image og omdømme er truet*. Samfundslitteratur (s. 270 -304).
- Lauridsen & Olesen (2018): Offentligheder. I Lauridsen & Svendsen (red.) (2018): *Medieteori*. Samfundslitteratur (s.130-152).
- Lindberg (2009): *Markedskommunikation – videregående uddannelser*. Hans Reitzels Forlag (s. 155-179).
- Helder & Lautrup Nørgaard (red.) (2016): *Kommunikationsteori - en grundbog*. Hans Reitzel (s. 21-79).
- Marwick & Boyd (2011): I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 114-133.
- Ohlson (2016): Grundlæggende kommunikationsmodeller. I Jørn Helder og Jens Lautrup Nørgaard (2016): *Kommunikationsteori – en grundbog*. Hans Reitzels Forlag. S. 57-79.
- Parent, Plangger & Bal (2011): The new WTP: Willingness to participate. *Business horizons*, 54(3), 219-229.
- Rose & Christiansen (2017): *Sociale medier*. Hans Reitzels Forlag (s. 65-110).
- Sandvik (2018): Tværmedial kommunikation I et hverdagsperspektiv. I Sandvik (2018): *Tværmedial kommunikation Producent-, bruger- og hverdagsperspektiver*. Samfundslitteratur (kapitel 4).
- Schmeltz & Kjeldsen (2019): Co-creating polyphony or cacophony? A case study of a public organization's brand co-creation process and the challenge of orchestrating multiple internal voices. *Journal of Brand Management*, 26(3): 304-316.
- Windahl, Sven m. fl. (2009) [1992]: *Using Communication Theory*. Sage Publications (s. 11-25, 40-51).

Mødepligt/deltagelsespligt

Der er mødepligt til al skemalagt undervisning – fremgår af program. Der er deltagelsespligt i øvelser, gruppearbejde, fælles feedback og opsamlinger.

Prøveform

Forløbet bedømmes bestået/ikke-bestået, intern censur. For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, den afsluttende opgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og have opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt. Den afsluttende opgave er en tværfaglig opgave, hvor den studerende skal inddrage viden og færdigheder fra både Organisationsteori og Kommunikationsprocesser. Opgaven udarbejdes i

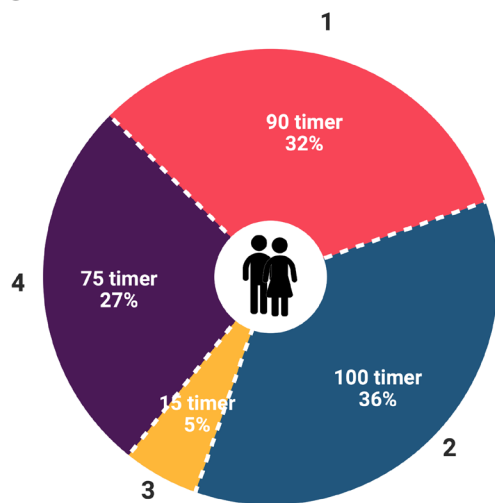
grupper af 4-5 studerende og bedømmes individuelt. Der gives en selvstændig bedømmelse for forløbet Organisationsteori og Kommunikationsprocesser.

Studieaktivitetsmodel:

Studieaktivitetsmodellen

Kommunikationsprocesser

280 timer i alt
10 ECTS points
6 uger



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.