



AALBORG UNIVERSITY
DENMARK

Aalborg Universitet

Indledning

Hansen, Ole Ertløv; Christensen, Jørgen Riber

Published in:
Reader

Publication date:
2015

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):
Hansen, O. E., & Christensen, J. R. (2015). Indledning. I J. R. Christensen, & O. E. Hansen (red.), *Reader: Kommunikation og digitale medier* Aalborg Universitet.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- ? Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- ? You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- ? You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

READER

Kommunikation og digitale medier

Red. Jørgen Riber Christensen
og Ole Ertløv Hansen

Kompendium
Aalborg Universitet
2015

READER

Kommunikation og digitale medier

Kompendium, Aalborg Universitet, 2015

Red. Jørgen Riber Christensen og Ole Ertløv Hansen

Fotos på omslaget: Julia Spicina

Trykt hos UniPrint, Aalborg Universitet, 2015

Kompendiet er støttet af It-Vest

Indhold

Kommunikationsprodukter (1. sem.)

- Barthes, R. (1995). **Billedets retorik**. I B. Fausing, & P. Larsen, *Visuel Kommunikation* (J. M. Pedersen, Ovs., s. 44-57). København: Medusa forlag.
- Bordwell, D. (1995). **Den klassiske Hollywoodfilm. Fortælle-mæssige principper og procedure**. *Tryllelygten*, 2 (2), 57-76.
- Jakobson, R. (1956). "**Metasprog som lingvistisk problem**". I *Elementer, funktioner og strukturer i sproget*. København: Nyt Nordisk Forlag. (s. 135-143).
- Jakobson, R. (1960). **Closing Statements: Linguistics and Poetics**. I T. A. Sebeok, *Style In Language* (s. 350-377). Cambridge Massachusetts: MIT Press.
- Ricoeur, P. (1999). **Hvad er en tekst - Forklare og forstå**. I J. G. Martin Møller, *Hermeneutik. En antologi om forståelse* (s. 238-261). København: Gyldendal forlag.

Kommunikationsprocesser (2. sem)

- Antaki, C., Billig, M., Edwards, D., & Potter, J. (2003). **Discourse Analysis Means Doing Analysis: A Critique of Six Analytic Shortcomings**. Hentet 11. august 2014 fra *Discourse Analysis Online* vol 1. no 1.
- Goffman, E. (2004). **Ansigtsarbejde**. I M. H. Jacobsen, & S. Kristiansen, *Social Samhandling og mikrosociologi* (S. W. Jørgensen, M. H. Jacobsen, & S. Kristiansen, Ovs., s. 39-75). Aarhus: Hans Reitzel forlag.
- Goodwin, C. (2000). **Action and embodiment within situated human interaction**. *Journal of pragmatics* 32, 1489-1522.
- Jordan, B., & Henderson, A. (1995). **Interaction Analysis: Foundations and practice**. *Journal of the Learning Sciences*, 39-103.
- Rogers, C. R. (1962). **The interpersonal relationship: The core of guidance**. *Harvard educational review*, volume 32 number 4, 416-429.
- Searle, J. R. (1969). Chapter 2. **Expression, meaning and speech acts**. I J. R. Searle, *Speech Acts* (s. 22-53). Cambridge: Cambridge University Press.

Kommunikation og strategi (3. sem.)

- Deetz, S., & McCellan, J. G. (2011). **Communication**. I M. Alvesson, T. Bridgman, & H. Willmott, *The Oxford Handbook of Critical Management Studies*. (s. 433-453) Oxford: Oxford Handbooks.
- Hallahan, K., Holtzhausen D., van Ruler B., Verčič D. & Sriramesh K. (2007). **Defining Strategic Communication**. *International Journal of Strategic Communication*, 1:1, 3-35.
- Schatzki, T.R. (2001). **Practice mind-ed orders**. I Schatzki, T. R., Knorr-Cetina, K., & von Savigny, E. (Eds.). (2001). *The practice turn in contemporary theory*. (s. 43-55) London: Psychology Press.

Kommunikation og individ (4. sem.)

- Bourdieu, P. (1987). **The aristocracy of culture**. I P. Bourdieu. *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Ovs., s. 11-18). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Foucault, M. (1982): **The Subject and Power**. *Critical Inquiry*, Vol. 8, #4, pp. 777 - 795.
- Giles, D. (2010). **Ways of Thinking about Psychology and the Media**. I *Psychology of the Media* (pp. 14-26). London: Palgrave Macmillan.
- McCracken, G. (1986). **Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods**. *Journal of Consumer Research*, 13/1, 71-84.
- Meyrowitz, J. (1997). **Tre Paradigmer i medieforskningen**. *Mediekultur vol 13*, 56-69.
- Wittkower, D. E. (2014). **Facebook and dramauthentic identity: A post-Goffmanian theory of identity performance on SNS**. *First Monday*, Volume 19, Number 4 - 7 April 2014.

Kommunikationsdesign (5. sem.)

- Buchanan, R. (1992). **Wicked Problems in Design Thinking**. *Design Issues*, Vol. 8, No. 2 (Spring, 1992), pp. 5-21. The MIT Press.
- Fallman, D. (2008). **The Interaction Design Research Triangle of Design Practice, Design Studies, and Design Exploration**. *Design Issues*: Volume 24, Number 3.
- Goldkuhl, G. (2012). **Pragmatism vs Interpretivism in qualitative information systems research**. *European journal of information systems*, vol 21., 135-146.

- Krippendorf, K. (1989). **On the essential Contexts of Artifacts or on the proposition that “design is making sense of things”**. *Design Issues* vol 5, no. 2., 9-39.
- Krogh, P. G., Markussen, T. & Bang, A.L. (2015). **Ways of Drifting — Five Methods of Experimentation in Research Through Design**. I A. Chakrabarti (ed.), *ICoRD'15 – Research into Design Across Boundaries Volume 1, Smart Innovation, Systems and Technologies 34*. Springer India.

Indledning

Grundtekster i Kommunikation og digitale medier

Nærværende tekstsamling har efterhånden været undervejs gennem et par år. Ideen tog sit udgangspunkt i et forsøg på at nå frem til en fælles grundfaglig tekstsamling af kanoniske tekster, der alle understøttede specifikke dele af den reviderede bacheloruddannelse i Humanistisk Informatik ved Aalborg Universitet. Målet var således at skabe en forståelse for uddannelsens kernefaglighed for både nye studerende, tilkomne studerende og undervisere samt censorer. Ideen eller tekstsamlingen viste sig dog hurtigt at blive langt vigtigere end blot det at være en nyttig samling af faglige grundtekster. Parallelt med at Humanistisk Informatik gennemgik en grundig og kritisk akkreditering, udviklede tekstsamlingen sig til ikke blot at skulle være et internt referencegrundlag, men i høj grad også til at skulle fremstå som dokumentation på det internationale udsyn og den tværfaglige kvalitet, der ligger til grund for bacheloruddannelsen, der nu ikke længere hedder Humanistisk Informatik men Kommunikation og Digitale medier.

I det efterfølgende vil der blive redegjort for 1) det metodiske grundlag, der har afstedkommet det færdige sæt af tekster og 2) en udlægning af den forståelse af det kommunikationsfaglige, der ligger til grund for Bacheloruddannelsens struktur, samt hvordan teksterne forholder sig til strukturen og det faglige indhold på de enkelte semestre.

Hvordan genereres et fælles grundfagligt udvalg af tekster?

Når man sætter sig for at sammensætte en tekstsamling, sker det ofte i form af ens egen forståelse af et fagområde og ens personlige faglige kvalifikationer. Tekstsamlinger starter måske som en uformel artikel eller kopibunke knyttet til et genkommende undervisningsforløb, der efter nogen modning og udskiftning tager form som et egentligt kompendie og ender så måske som en bog: en 'reader'. Denne type af publikationer undslipper dog sjældent, at de er udvalgt og tilrettelagt af enkeltpersoner eller evt. et mindre redaktionspanel. Som redaktører på den nærværende tekstsamling valgte vi at starte et helt andet sted end i vores egne kopibunker og falmmede kompendier – nemlig i alle vores kollegers kopibunker og falmmede kompendier.

Det første skridt, eller den første iteration, som vi har valgt at kalde det, bestod derfor i at anvende en form for 'crowd sourcing'. Følgende opfordring blev udsendt til samtlige forskere og undervisere tilknyttet Institut for Kommunikation og med forbindelse til bacheloruddannelsen:

"Du inviteres til at foreslå tre tekster, der kan indgå i en udgivelse, hvis målgruppe er de studerende på 1.-5. semester hum.inf. De tekster, vi beder dig om at foreslå til udgivelsen, skal have vist deres blivende værdi i din undervisning, og vi beder dig om at ledsage hvert tekstforslag med en begrundelse for deres værdi samt oplysninger om, hvilke moduler på hvilke semestre de anvendes på."

De indkomne forslag var mangeartede og forholdt sig ikke altid til opdraget. Nogle henviste til tekster, man mente, burde være med – uden at henvise til specifik brug i undervisningen, og andre igen tilbød at skrive helt nye bidrag rettet mod dele af undervisningen. Da et væsentligt udvælgelseskriterie for teksterne skulle være, at de havde vist deres blivende værdi i undervisningen, blev de indkomne forslag sorteret og suppleret i forhold til to yderligere sæt af data om tekster brugt i bacheloruddannelsens undervisning. Et datasæt bestod af en opsummerende liste af tekster, som alle havde været annonceret som referencer på bacheloruddannelsens intranet Moodle over flere semestre, og som var indsamlet på studienævnets vegne af en studentermedhjælp. Dette datasæt blev opdateret med aktuelle data fra det seneste år, dvs. 5 semestre, af nærværende redaktion. Resultatet blev en samling på 60 tekster, der blev gjort til genstand for et prøvetryk. Hvis teksterne skulle danne grundlag for en egentlig bogudgivelse, skulle både økonomiske og rettighedsmæssige aspekter dog først afklares i detaljer. Nogle af teksterne viste det sig ikke muligt at opnå genudgivelsesret til, og enkelte andre forlangte en uhørt høj pris for tilladelse til genudgivelse. Således blev tekstsamlingen reduceret til 43 tekster af grunde, der ikke var af faglig karakter eller begrundet i manglende tilstedeværelse i undervisningen, men udelukkende af juridisk eller økonomisk karakter.

De 43 tilbageværende tekster var fordelt ud over alle 5 semestre. Ikke jævnt fordelt, men dog var alle semestre repræsenteret ved, at et eller flere af de datasæt for tekster, vi havde brugt som grundlag, havde peget på tekster, der havde vist en blivende værdi på semesteret. For at sikre kvaliteten af tekstsamlingen samt dens relation til uddannelsens studieordning opfordrede den daværende dekan for Det Humanistiske Fakultet til at sende samlingen i peer review hos Professor Vivien Hodgson, Lancaster University. En opfordring vi som redaktører kun kunne bifalde, idet et eksternt review ville udpege både svagheder, mangler og indforståethed i tekstsamlingen. Endvidere kunne et peer review pege på centrale tekster, der kunne indgå som supplement til eller erstatning af de eksisterende tekster. Det eksterne review påpegede fire

problemstillinger i forhold til tekstsamlingen og herunder relationen til studieordningen. For det første var antallet af tekster tilknyttet de enkelte semestre for forskelligt og burde harmoniseres, og for det andet så blev der enkelte steder peget på tekster, der måske burde være med i konteksten af øvrige tekster. Endvidere fandt revieweren det vanskeligt ud fra samlingen af tekster at se sammenhængen i uddannelsen, hvilket revieweren mente burde fremlægges i et selvstændigt kapitel – hvilket vil blive gjort senere i denne indledning. En sidste kommentar fra revieweren rettede sig mod den navneændring uddannelsen på det givne tidspunkt stod overfor, hvor revieweren pegede på at navnet Kommunikation og digitale medier var langt mere præcist i forhold til det konkrete indhold på uddannelsen.

Som konsekvens af reviewet blev tekstsamlingen i første omgang tilrettet så den kun indeholdt tekster, der blev brugt i semestrenes kernemodul projektenhedskurset. Tekster, der blev brugt i studie- eller valgfag, blev udeladt. Endvidere skærpedes det internationale krav til teksterne, hvilket betød, at tekster der udelukkende havde forfattere, der var ansat lokalt på Aalborg Universitet, blev udeladt. Samtidig blev der foretaget en opdateret gennemgang af, om de valgte tekster stadig blev brugt på de enkelte semestre ved en gennemgang af det seneste års litteraturreferencer på Moodle hos AAU Aalborg – dette reducerede antallet af tekster til slutteligt at omfatte bare 4 tekster. Resultatet blev fremlagt på et seminar for samtlige undervisere i foråret 2015 med stor forbløffelse og undren til følge. Vores konklusion som redaktører, der også blev fremlagt, var dog, at dette ikke skulle ses som udtryk for en manglende fælles faglighed, der kunne udtrykkes gennem et fælles anerkendt tekstudvalg, men nærmere et udtryk for omstændigheder (hyppige skift af undervisere samt stor nytildgang af samme) og muligvis måden teksterne var filtreret på. Det blev derfor besluttet at gennemføre endnu en iteration med henblik på at fremkomme med en tekstsamling, der havde en jævn fordeling af tekster (4-5 pr. semester), der var anerkendt af semestrenes undervisere. En ny liste bestående af de originale titler fra første iteration, dog frafiltreret tekster med lokale forfattere, men inkl. de der ikke kunne opnås juridisk eller økonomisk mulighed for at genoptrykke, reviewers forslag til supplerende tekster samt nye tekster, der optrådte på tværs af Kommunikation og digitale mediers to afdelinger i hhv. Aalborg og København inden for det sidste år (dvs. de 5 aktuelle semestre) blev udarbejdet – 67 titler i alt. Hvor den første iteration blev gennemført som en form for crowd sourcing med basis i al videnskabeligt personale, blev det besluttet at kvalificere den sidste iteration gennem inddragelse af 'eksperter' eller 'gatekeepere' i henhold til at sanktionere den konkrete brug af tekstsamlingen i undervisningen. Denne samling blev derfor sendt til review hos de personer på instituttet, der måtte anses for at have det mest velfunderede overblik over bacheloruddannelsens faglige elementer dvs. studienævnet, vidensgruppelædere og ankerlærere med henblik på at få disse til at give deres argument for hvilke 4-5 tekster der ud fra deres synspunkt udgjor-

de et fælles grundfagligt fundament for de enkelte semestre. Det endelige resultat af den sidste iteration er nærværende tekstsamling. For at få den fulde forståelse af, hvordan netop disse tekster hænger sammen og danner grundlag for en grundfaglighed i bacheloruddannelsen Kommunikation og digitale medier, kræves der en forklarende udlægning af bacheloruddannelsens struktur og de enkelte teksters relation til denne struktur. Dette vil der blive redegjort for i de næste afsnit.

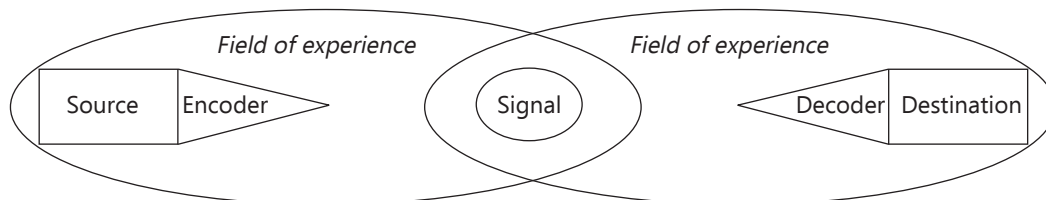
Kommunikation og digitale medier på langs og på tværs

Bacheloruddannelsen i kommunikation og digitale medier spænder over 6 semestre, hvor det 6. semester er forbeholdt en fagspecialisering i form af et BA-projekt med fokus på enten informationsvidenskab, interaktive digitale medier eller kommunikation. De fem første semestre har hver deres specifikke fokusområde, der kan sammenfattes i de overskrifter der ligeledes er kapitelinddelingen i nærværende tekstsamling: Kommunikationsprodukter, kommunikationsprocesser, strategisk kommunikation og organisationer, individ og kommunikation samt kommunikationsdesign. Denne inddeling tager grundlæggende udgangspunkt i de tre almene elementer i enhver kommunikationsmodel, nemlig at kommunikation i en eller anden form indeholder en 'afsender', en 'modtager' og en gensidig forbindelse mellem disse i form af en eller anden type 'meddelelse' og dertil den kontekst, kommunikationen foregår i. At stille skarpt på kommunikation i form af de fire temaer produkt, proces, strategi og individ indebærer ikke at kommunikation behandles ud fra én bestemt kommunikationsforståelse. Underordnet om man har en lineær transmissionsforankret kommunikationsforståelse (Shannon & Weaver 1949) eller en cirkulær interaktionsforankret kommunikationsforståelse (Schramm 1954), så indgår de omtalte elementer i begge om end med forskellig grundforståelse. Ved at udskille disse elementer til selvstændig undersøgelse skabes en dybde i indsigten omkring deres partikulære egenskaber og dermed en større forståelse af deres betydning i det integrerede hele som kommunikation i overordnet forstand udgør – på sin vis kan den hermeneutiske grundtanke (Gadamer 2004) siges at ligge til grund for denne måde at undervise på.

På første semester stilles der som sagt skarpt på kommunikationsprodukter, og med kommunikationsprodukter menes konkrete manifestationer af kommunikation, det være sig fx skrevne tekster, billeder, levende billeder og interaktive formater. At tale om kommunikationsprodukter og underkaste disse et analytisk blik indebærer en bevidsthed om de forskellige former for udtrykkssystemer, en meddelelse kan betjene sig af og en teoretisk forståelse af hvilke betydnings og meningsdannelser, disse kan formodes at afstedkomme. Der er således tale om et partikulært blik på kommunikationsproduktet, hvor uddybende undersøgelser af intentionelle hensigter hos afsender eller producent af kommunikationen såvel som uddybende under-

søgelse af specifikke modtagers reception ikke inddrages i det analytiske og fortolkende arbejde. Dette er naturligvis en begrænset indsigt i kommunikationsproduktets brug og betydning, men ikke desto mindre en nødvendig øvelse for at få et indgående indblik i kommunikationsprodukters egen indre sammenhæng og logik. Der er således tale om at forstå det specifikke kommunikationsprodukt på basis af en viden om udtrykssystemernes generelle systematik på baggrund af fx lingvistiske, semiotiske, perceptuelle, strukturelle, multimodale m.m. teoridannelser i samspil med grundlæggende indsigt i videnskabsteoretiske positioner som fx hermeneutik.

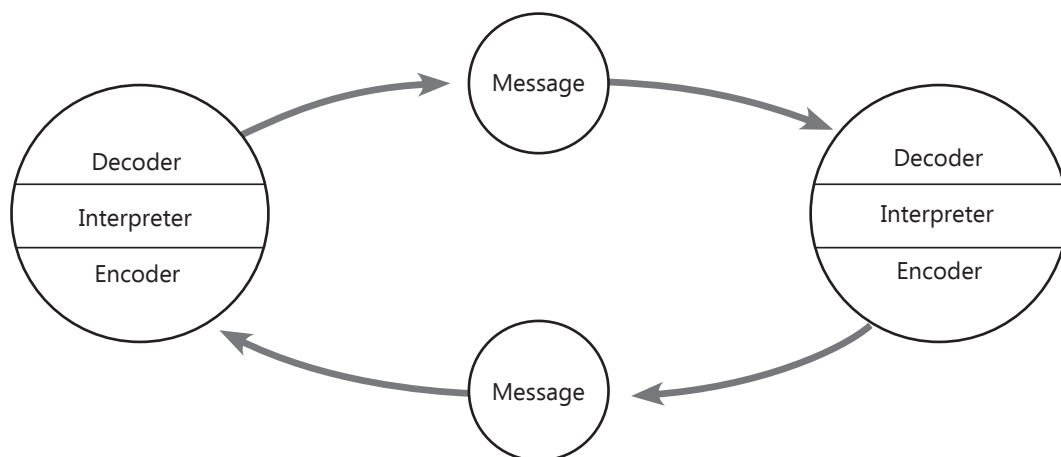
Hvis ovenstående forholdes til følgende kommunikationsmodel udarbejdet af Wilbur Schramm (Schramm 1954), er det altså selve 'signalet' eller meddelelsen, der er i fokus, og dette undersøges ved hjælp af det, der på et teoretisk grundlag antages at være et fælles 'Field of experience'.



(Schramm 1954)

Kapitel 1 i tekstsamlingen indeholder derfor en række tekster, der fungerer som referenceramme for denne tilgang til at forstå kommunikationsprodukter. Teksterne er hverken udtømmende eller normsættende for arbejdet med kommunikationsprodukter, men fungerer netop som en referenceramme som suppleres ellers kontrasteres i det specifikke arbejde med konkrete kommunikationsprodukter. Tekstsamlingen præsenterer således en grundlæggende kommunikationsmodel: Roman Jakobsons lingvistisk baserede kommunikationsmodel (Jakobson 1956, Jakobson 1960) hvor ud fra forståelsen af kommunikations forskellige elementer kan diskuteres. En semiotisk ramme for billedanalyse præsenteres ved Roland Barthes (Barthes 1995) og en formalistisk ramme for analyse af levende billeder præsenteres ved David Bordwell (Bordwell 1995), som begge kan diskuteres i relation til hvordan kommunikationsprodukter formodes at blive forstået. Endvidere introduceres en mere videnskabsteoretisk tilgang til fortolkning gennem Paul Ricoeur (Ricoeur 1999), der kan danne grundlag for diskussionen af forståelsers rækkevidde.

Andet semester retter fokus mod at forstå kommunikation som en involverende proces, der åbner op for inddragelse af afsender- og modtagerpositioner, dog ikke i traditionel forstand, men som dynamiske aktører i kommunikationsprocessen – man er ikke entydigt hverken afsender eller modtager. Der er således mere tale om en cirkulær kommunikationsforståelse, som ligeledes kan illustreres ved en af Schramms modeller:



(Schramm 1954)

I forlængelse heraf åbnes der ligeledes for kontekstens betydning dvs. kommunikationssituationen. Den mest oplagte og udbytterige kommunikationssituation at undersøge denne dynamik og proces i er den interpersonelle kommunikation. Den interpersonelle kommunikation tager som udgangspunkt, at der er tale om kommunikation mellem personer og omhandler de verbale, nonverbale og kontekstuelle elementer, der indgår i en sådan situation. Den interpersonelle kommunikation kan iagttages direkte eller i medierede situationer. Forståelsen af kommunikationsprocesser udfoldes fx på baggrund af retorik, sproghandlingsteori, diskursanalyse m.m., men også multimodale tilgange til det nonverbale.

Kapitel 2 er således referenceramme for diskussionen af den interpersonelle vinkel på kommunikation. En grundlæggende forståelse for det at være deltager i en interpersonel relation kan diskuteres ud fra E. Goffmans (Goffman 2004) udlægning af ansigtsarbejde og de mere specifikke problemstillinger i den professionelle interpersonelle relation kan diskuteres i forlængelse af C.R. Rogers (Rogers 1962) fremlæggelse af samme. Et udgangspunkt for at diskutere den verbale del af relationen: sproghandlingsteori, gives ved J. R. Searle (Searle 1969). Endvidere introduceres videoobservation som metode for interaktionsanalyser (Jordan & Henderson 1995) og eksemplificeres ved C. Goodwin (Goodwin 2000). Som grundlag for at diskutere den videre fagrelevante videnskabsteori præsenteres en konstruktiv kritisk tilgang til diskursanalyse (Anataki et al. 2003)

Der skabes således i løbet af tredje semester en overordnet forståelse for at kommunikation foregår i samspillet mellem de involverede parter, og at man som deltager i eller analytiker af kommunikation skal have en dybere forståelse af disse parter. Det er derfor nødvendigt at vende tilbage til partikulær forståelse af de to dynamiske parter i kommunikationsmodellen og i flere nuancer undersøge deres gensidige forståelse af deres rolle i kommunikationen og endvidere udvide deres definition fra at være personer, til også at være institutioner, organisationer og grupper.

På tredje semester rettes fokus således mod studiet af 'afsendere' og deres måde at forstå 'modtagere' på i tilgangen til at udforme 'meddelelsen'. Deltagere i de kommunikative processer kan have præcise strategiske sigter med deres kommunikation og former deres kommunikationsprodukter i henhold til dette. Den strategiske kommunikation kan foregå inden for en organisation selv, men kan også være rettet mod specifikke målgrupper uden for organisationen. Strategisk kommunikation baserer sig derfor på en høj grad af indsigt i modtager-, bruger- og målgruppeanalyser samt evalueringstværværktøjer af såvel kvalitativ som kvantitativ art til indsamling af disse gruppers indoptagelse af kommunikationen. En stor del af den strategiske kommunikation foregår gennem medier og informationsteknologi, og forståelsen af 'meddelelsens' informationsteknologiske form er derfor en væsentlig dimension. Strategisk kommunikation med organisationer som omdrejningspunkt inkluderer således begge de to kommunikationsforståelser, der ligger i de ovenforstående modeller. Kommunikationen kan have det sigte at skabe viden, ændre holdning eller ændre adfærd og læner sig derfor op ad ideen om at skabe en meddelelse, der afstedkommer den rette indoptagelse. Men kommunikationen kan også være indskrevet i en mere dynamisk proces - en interaktion, hvor det er sigtet at bearbejde viden, holdning og adfærd i en partcipatorisk relation. Forståelsen for de forskellige problemstillinger tilgås fx gennem socialkonstruktivisme, praksisteori m.m.

Kapitel 3 der danner referenceramme for forståelsen af strategisk kommunikation og organisationskommunikation indeholder således to definerende tekster (Hallahan et al. 2007, Deetz & McCellan 2011), der redegør for og diskuterer de forskellige perspektiver på kommunikation i relation til både strategisk og organisatorisk tænkning og herunder perspektiver på kommunikation som både transmission og interaktion. Som en ramme for at diskutere praksisser præsenteres T. R. Schatzkis tilgang til dette baseret på social interaktion (Schatzki 2001).

I forbindelse med strategisk kommunikation anvendes typisk forholdsvis generelle modeller for og forståelser af 'modtagerne'. Næste skridt for at få det fulde billede af kommunikation er derfor at vende blikket mod 'modtageren' og komme nærmere de betingelser, individet har, for at reception og interaktion i forbindelse med specielt medieret kommunikation.

På fjerde semester er fokus derfor kommunikation og individ. At forstå individet i en kommunikativ kontekst kan overordnet tilgås fra en sociologisk og en psykologisk position. Den psykologiske position indkredser perception, emotion og oplevelse og den sociologiske identitet, roller og relationer, og hvordan individet skaber og opretholder disse igennem kommunikation. Der er således tale om at forstå de grundlæggende betingelser, for at mennesker overhovedet erkender medierede kommunikative meddelelser, og hvilke effekter dette kan formodes at afføde, såvel som at forstå hvordan mennesker erkender sig selv som, og agerer i kraft af, sig selv som interagerende i specielt medieret kommunikation. Æstetik er i denne sammenhæng

et særligt udfoldet felt, men også kulturbegrebet og kulturforståelse og analyse er centrale felter.

Kapitel 4 præsenterer således tekster, der kan danne en referenceramme til studier af subjekter, de grupper de indgår i, og fx hvilken rolle medier spiller i denne sammenhæng. Teksterne lægger op til at diskussionen kan tages i et sociologisk perspektiv (Bourdieu 1987) med fokus på smagshierarkier og de dynamikker, der ligger i dette i et kulturteoretisk perspektiv (McCracken 1986) eller ud fra et mediepsykologisk perspektiv (Giles 2010). Endvidere lægges der op til at præcisere mediebegrebet (Meyrowitz 1997) og i diskussionen integrere den nye scene for individets kommunikation i form af sociale medier (Wittkower 2014). Kapitlet præsenterer også i et mere videnskabsteoretisk perspektiv M. Foucaults perspektiv på subjektets positionering (Foucault 1982) til diskussion.

Med undersøgelsen af individet er de væsentligste delelementer i kommunikation begrebsliggjort, og helheden har fået en udvidet forståelse, som kan danne grundlag for det at være kommunikationsproducent i mange forskellige situationer medierede såvel som interpersonelle, dannelsesmæssige såvel som underholdningsmæssige eller en hvilken som helst kombination af disse.

En naturlig fortsættelse er derfor at arbejde med egentlig kommunikationsdesign, hvilket udfoldes på femte semester. Der arbejdes med kommunikationsdesign i tre overordnede temaer: læring, netværk og organisering; oplevelser, tid og rum; kultur og værdier. Ud over at bygge videre på de del-fagligheder, der allerede er repræsenterede i de forudgående semestre indarbejdes design som sin egen faglighed ved en teoretisk og metodisk bevidsthed omkring de udfordringer, der indgår i forskellige typer af designprocesser og kommunikationsdesigns. Et kommunikationsdesign udført på bacheloruddannelsen i kommunikation og digitale medier skal i sin fremlæggelse således reflektere hvilken kommunikationsforståelse, der ligger til grund for kommunikationsproduktet og/eller kommunikationssituationen og hvilke dimensioner af kommunikations facetter, der bevidst er arbejdet med og det eventuelle strategiske sigte, samt hvordan det formodes at interagere med sin modtager, og hvordan dette evalueres.

Kapitel 5 danner primært referenceramme for diskussionen af design som grundlag for generering af ny viden dvs. design som forskningsmetode. Teksterne diskuterer problemstillinger, koncepter og begreber udfoldet inden for kommunikationsmodellens fire elementer designer (afsender), bruger (modtager), artefakt (meddelelse) og kontekst (Krippendorf 1989, Buchanan 1992 og Fallman 2008), samt metodiske problemstillinger (Krogh et al. 2015). Endvidere præsenteres i et fagrelevant videnskabsteoretisk perspektiv en metode til vidensgenerering (Goldkuhl 2012).

Supplerende referencer:

Schramm, Wilbur (1954). "How Communication Works." I: Schramm, Wilbur (red.). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press.

Shannon, Claude E. & Weaver, Warren (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press. [Genoptr. 1963]

Gadamer, Hans-Georg (2004). *Sandhed og metode. Grundtræk af en filosofisk hermeneutik*. Overs., indl. og noter ved Arne Jørgensen. Aarhus: Systime. [2. udg. 2007]