

Kursus: Visuel Kommunikation på Digitale Medier

Om kurset

uddannelse	Kommunikation / Strategisk kommunikation og digitale medier
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	På kurset gennemgås teorier og metoder til analyse og evaluering af den visuelle kommunikation på digitale medier. Der introduceres til visuelle virkemidler set i lyset af multimodal socialsemiotik samt designprincipper og gestaltlove. Billedbrug på nettet diskuteres med udgangspunkt i blandt andet autenticitetsbegrebet. Endvidere, med udgangspunkt i genrer og stilarter på nettet, diskuteres forskellige tilgange til webdesign fx i form af ren funktionalistisk eller æstetisk bevidst, oplevelsesorienteret design. Udvalgte teorier og modeller til analyse af visuel kommunikation på digitale medier bliver gennemgået og eksemplificeret på hjemmesider, apps, sociale medier, m.v., og i den sammenhæng inddrages æstetikbegreber og væsentlige semiotiske begreber.
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.
Pensum	Abidin, Crystal (2015) "Communicative Intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness". I A Journal of Gender New Media & Technology. Issue no 8. 16 sider. https://adanewmedia.org/2015/11/issue8-abidin/ (set 15.12.2018). Adami, Elisabetta (2018). "Styling the Self Online: Semiotic Technologization in weblog Publishing". I Social Semiotics. Volume 28 (5). Routledge/Taylor & Francis Group, s. 601-622. Alshenqeeti, Hamsa (2016). "Are Emojis Creating a New or Old Visual Language for New Generations? A Social Semiotic Study". I Advances in Language and Literary Studies. Vol. 7, No. 6; December Issue 2016. 14 sider. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1126897.pdf/ (set 19.12.2018).

Birkvig, Henrik (2019). <https://medieogkommunikationsleksikon.dk/gestaltlove/> 4 sider.

Deal, Jennifer, J. og Levensen, Alec (2016). What Millennials Want from Work. How to Maximize Engagement in Today's Workforce. New York. McGraw Hill Education. Heri: side 2, side 73 – 83 og side 101-110.

Fournier, Susan & Lee, Lara (2009). "Getting Brand Communities Right". I Harvard Business Review. April 2009 Issue. 14 sider. <<https://hbr.org/2009/04/getting-brand-communities-right> > (Set 15.12.2018).

Gamborg, Niels. "nielsgamborg.dk. Teoretisk webdesign." <https://www.nielsgamborg.dk/?p=forside> (set 24.10.2019). 10 sider.

Honneth, Axel (2003). Behovet for anerkendelse. København. Hans Reitzels forlag. Oversat til dansk ved Mogens Chrom Jacobsen). Heri: Side 11-19.

Jørgensen, Carsten René (2002): Psykologien i senmoderniteten. København. Hans Reitzels Forlag. Heri: side 120-131.

Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo (2005). Reading Images. The Grammar of Visual Design. London/New York: Routledge. Heri side 175-214 og side 298.

Lidwell, William, Holden, Kritina & Butler, Jill (2010). Universal Principles of Design. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers. Heri side 22, 23, 44, 45, 56, 57, 60, 61, 96, 97, 116, 117, 152, 153, 196, 197, 226, 227, 246, 247, 250, 251.

Norman, Donald A. (2013). The design of Everyday Things. Cambridge, Massachusetts: MIT Press. Heri side 10-25 og side 123-132.

Norman, Donald A. (2008). "Signifiers, Not Affordances". I Emerging Approaches to research and Design Practice. ACM Interactions. Volume 15(6), s. 18-19.

Serafini, Frank et al (2012). "Typography as Semiotic Resource." I Journal of Visual Literacy. Volume 31(2), s. 1-16.

Sharp, Helen, Rogers, Yvonne & Preece, Jenny (2019). Interaction Design – beyond human-computer interaction. 5. udg. Indianapolis: John Wiley & Sons. Side 26-30.

Thorlacius, Lisbeth (2018). Visuel kommunikation på digitale medier. Samfundslitteratur. Side 1-263.

Thorlacius, Lisbeth (2009) "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. Heri side 55-60.

Van Leeuwen, Theo (2006). "Towards a Semiotics of Typography." I Information Design Journal + Document Design. Volume 14 (2). John Benjamins Publishing Company, s. 139-155.

Evaluerings- og feedback
former

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.

Studienævnet evaluerer kurset dette semester

Eksamensadministration

IKH Studieadministration (ikh-studieadministration@ruc.dk)

Aktivitetsansvarlig

Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

ECTS

5

Læringsudbytte/
bedømmelseskriterier

- Viden om og kendskab til teorier og modeller med særligt henblik på analyse af visuel kommunikation på digitale medier
- Viden om og teoretisk indsigt i visuelle virkemidler, herunder layout, farver, skrifttyper og billedbrug.
- Viden om og indsigt i semiotiske begreber og designprincipper i forhold til digitale medier.

	- Færdigheder i at kunne analysere den visuelle kommunikation på digitale medier samt at kunne definere genrer og stilarter på digitale kommunikationsplatforme - Færdigheder i at kunne, i samarbejde med andre, udarbejde en analyse af den visuelle kommunikation på et digitalt medie. - Kompetencer i selvstændigt at kunne tage ansvar for egen faglig udvikling og specialisering i arbejdet med analyse og evaluering af visuel kommunikation på digitale medier.
Overordnet indhold	På kurset gennemgås teorier og metoder til analyse og evaluering af den visuelle kommunikation på digitale medier. Der introduceres til visuelle virkemidler i form af farver, skrifttyper og layout, og billedbrug på nettet diskuteres med udgangspunkt i blandt andet autenticitetsbegreber. Endvidere, med udgangspunkt i genrer og stilarter på nettet, diskuteres forskellige tilgange til webdesign fx i form af ren funktionalistisk eller æstetisk bevidst, oplevelsesorienteret design. Udvalgte teorier og modeller til analyse af visuel kommunikation på digitale medier bliver gennemgået og eksemplificeret på hjemmesider, sociale medier, m.v., og i den sammenhæng inddrages æstetikbegreber, designprincipper og væsentlige semiotiske begreber.
Type	Obligatorisk kursus
Undervisnings- og arbejdsform	Kurset består af en blanding af forelæsninger, diskussion, øvelser, gruppearbejde og peer feedback. Det er organiseret omkring en række temaer, som vil fremgå ved kurssets start.
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) : U41047

kursusgange:

Hold: 1

Komm: Visuel Kommunikation på digitale medier

tidspunkt	03-02-2020 08:15 til 03-02-2020 12:00
forberedelsesnorm	ikke valgt
forberedelsesnorm D-VIP	ikke valgt
sted	40.2-25 - teorirum (foldedør ud til kantineområdet) (40/80)
Underviser	Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

Indhold	Visuelle virkemidler, gestaltlove og designprincipper Der vil blive introduceret til visuelle virkemidler i form af farver, skrifttyper, former, komposition og layout forankret i multimodal socialsemiotik, og hvordan de hver især bidrager til den samlede visuelle kommunikation. Derudover ses der på gestaltlove og designprincipper i relation til visuel kommunikation på digitale medier.
Pensum	Thorlacius, Lisbeth (2018) Visuel kommunikation på digitale medier. Forlaget Samfundslitteratur. Side 9-81. Alshenqee, Hamsa (2016). "Are Emojis Creating a New or Old Visual Language for New Generations? A Social Semiotic Study." I Advances in Language and Literary Studies. Vol. 7, No. 6; December Issue 2016. 14 sider. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1126897.pdf/ (set 19.12.2018). Birkvig, Henrik (2019). https://medieogkommunikationsleksikon.dk/gestaltlove/ 4 sider. Gamborg, Niels. "nielsgamborg.dk. Teoretisk webdesign." https://www.nielsgamborg.dk/?p=forside (set 24.10.2019). 10 sider. Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo (2005). Reading Images. The Grammar of Visual Design. London/New York: Routledge. Heri side 175-214 og side 298. Lidwell, William, Holden, Kritina & Butler, Jill (2010). Universal Principles of Design. Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers. Heri side 22, 23, 44, 45, 56, 57, 60, 61, 96, 97, 116, 117, 152, 153, 196, 197, 226, 227, 246, 247, 250, 251. Norman, Donald A. (2013). The design of Everyday Things. Cambridge, Massachusetts: MIT Press. Heri side 10-25, side 123-132 og side 141-145. Norman, Donald A. (2008). "Signifiers, Not Affordances". I Emerging Approaches to research and Design Practice. ACM Interactions. Volume 15(6), s. 18-19. Serafini, Frank et al (2012). "Typography as Semiotic Resource." I Journal of Visual Literacy. Volume 31(2), s. 1-16. Sharp, Helen, Rogers, Yvonne & Preece, Jenny (2019). Interaction Design – beyond human-computer interaction. 5. udg. Indianapolis: John Wiley & Sons. Side 26-30. Van Leeuwen, Theo (2006). "Towards a Semiotics of Typography." I Information Design Journal + Document Design. Volume 14 (2). John Benjamins Publishing Company, s. 139-155.

Komm: Visuel Kommunikation på digitale medier

tidspunkt	05-02-2020 08:15 til 05-02-2020 12:00
forberedelsesnorm	ikke valgt
forberedelsesnorm D-VIP	ikke valgt
sted	40.3-25 - undervisningslokale (50)
Underviser	Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)
Indhold	Med udgangspunkt i Jennifer Flemings navigationsdesign gennemgås genrer på nettet. Og med udgangspunkt i Ida Engholm og Thorlacius diskuteres forskellige stilistiske tilgange til webdesign. I den sammenhæng bliver der set på blandt andet den hyperfunktionalistiske stil, den modernistiske stil, den digital modernistiske stil, mobilplatform-stilen, gitter-stilen, web brutalisme-stilen, m.v. Æstetikbegreber vil blive anskueliggjort i lyset af Jean-Francois Lyotards og Lisbeth Thorlacius' betragtninger over æstetikbegrebet. I den sammenhæng vil der blive set på, hvorledes de forskellige stilarter, der florerer på nettet, kan placeres inden for de enkelte smagsdiskurser i Bourdieus forstand: Den legitime smag, middelsmagen og den folkelige smag.
Pensum	Thorlacius, Lisbeth (2018) Visuel kommunikation på digitale medier. Forlaget Samfundslitteratur. Side 97-143. Adami, Elisabetta (2018). "Styling the Self Online: Semiotic Technologization in weblog Publishing". I Social Semiotics. Volume 28 (5). Routledge/Taylor & Francis Group, s. 601-622. Lyotard, Jean-Francois: Om det sublime. Akademisk forlag. 1993. 90 sider. ISBN: 87-500-3034-5. Heri side 22-36 og side 48-63.

Komm: Visuel Kommunikation på digitale medier

tidspunkt	10-02-2020 08:15 til 10-02-2020 12:00
forberedelsesnorm	ikke valgt
forberedelsesnorm D-VIP	ikke valgt
sted	40.2-25 - teorirum (foldedør ud til kantineområdet) (40/80)
Underviser	Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)
Indhold	Model til analyse af visuel kommunikation på digitale medier En model til analyse af visuel kommunikation på websites bliver gennemgået. Modellen indeholder seks overordnede faktorer med dertil knyttede funktioner, som danner grundlaget for at komme rundt om de væsentligste aspekter i kommunikationssituationen. Der vil blive set på den ekspressive funktion, den konative og interaktive funktion, den æstetiske funktion, den referentielle funktion, den fatiske og navigative funktion, den metakommunikative og intersemiotiske funktion. Væsentlige semiotiske begreber vil blive introduceret i tilknytning til den referentielle funktion og forskellige vinkler på spillet mellem tekst og billede vil blive belyst i forbindelse med den intersemiotiske funktion.
Pensum	Thorlacius, Lisbeth (2018) Visuel kommunikation på digitale medier. Forlaget Samfundslitteratur. Side 147-213.

Komm: Visuel Kommunikation på digitale medier

tidspunkt	12-02-2020 08:15 til 12-02-2020 12:00
forberedelsesnorm	ikke valgt
forberedelsesnorm D-VIP	ikke valgt
sted	40.2-25 - teorirum (foldedør ud til kantineområdet) (40/80)
Underviser	Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)
Indhold	Billedbrug 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 situationsbilleder, portrætter, temabilleder, m.v. Kriterier for det gode eller rette billede i forhold til konkrete kommunikationssituationer vil blive gennemgået og endelig vil der blive introduceret til en billedanalysemodel.
Pensum	Thorlacius, Lisbeth (2018) Visuel kommunikation på digitale medier. Forlaget Samfundslitteratur. Side 76-94. Thorlacius, Lisbeth (2009) "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. Heri side 55-60.

Komm: Visuel Kommunikation på digitale medier

tidspunkt	14-02-2020 08:15 til 14-02-2020 12:00
forberedelsesnorm	ikke valgt
forberedelsesnorm D-VIP	ikke valgt
sted	40.2-25 - teorirum (foldedør ud til kantineområdet) (40/80)
Underviser	Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)

Indhold	Visuel kommunikation på de sociale medier På denne kursusgang bliver en guideline for tilstedeværelse på de sociale medier i relation til professionel kommunikation og markedsføring introduceret. I den forbindelse bliver der blandt andet set på forskellige former for brugerinddragelse, CSR og kommunikation med holdning, Internet Influencers, m.v., som bliver forankret i teoretiske indsigter fra sociologien, der forklarer, hvorfor denne guideline for professional kommunikation på sociale medier giver mening for især Y og Z generationerne. Det vil blandt andet blive belyst med udgangspunkt i teori om de senmoderne samfundsstrømninger, hvorledes udbydere af Instagram profiler udnytter Instagrams potentiale som kommunikationsplatform for at imødekomme behov for brugerdeltagelse, identitetsskabelse, selvscenestættelse, anerkendelse, personligt engagement og fællesskabsfølelse (Carsten René Jørgensen, 2002; Deal & Levenson, 2016; Honneth, 2003). Endelig vil denne guideline til professionel tilstedeværelse på de sociale medier blive lagt til grund for en analyse af Instagram-profiler med udgangspunkt i den visuelle kommunikationsmodel.
Pensum	Thorlacius, Lisbeth (2018) Visuel kommunikation på digitale medier. Forlaget Samfundslitteratur. Side 217-255. Abidin, Crystal (2015) "Communicative Intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness". I A Journal of Gender New Media & Technology. Issue no 8. 16 sider. https://adanewmedia.org/2015/11/issue8-abidin/ (set 15.12.2018). Deal, Jennifer, J. og Levensen, Alec (2016). What Millennials Want from Work. How to Maximize Engagement in Today's Workforce. New York. McGraw Hill Education. Heri: side 2, side 73 – 83 og side 101-110. Fournier, Susan & Lee, Lara (2009). "Getting Brand Communities Right" I Harvard Business Review. April 2009 Issue. 14 sider. <https://hbr.org/2009/04/getting-brand-communities-right> (Set 15.12.2018) Honneth, Axel (2003). Behovet for anerkendelse. København. Hans Reitzels forlag. Oversat til dansk ved Mogens Chrom Jacobsen). Heri: Side 11-19. Jørgensen, Carsten René (2002): Psykologien i senmoderniteten. København. Hans Reitzels Forlag. Heri: side 120-131.

Komm: Visuel Kommunikation på digitale medier

tidspunkt	17-02-2020 08:15 til 17-02-2020 12:00
forberedelsesnorm	ikke valgt
forberedelsesnorm D-VIP	ikke valgt
sted	40.2-25 - teorirum (foldedør ud til kantineområdet) (40/80)
Underviser	Lisbeth Thorlacius (lisbetht@ruc.dk)
Indhold	Mundtlige præsentationer ved de studerende Med udgangspunkt i teorier introduceret på kurset skal I i grupper fremlægge en analyse af enten en hjemmeside, Instagram-profil, Facebook-side, app eller anden medieplatform efter eget valg. Analysen skal komme rundt om, hvordan de visuelle aspekter understøtter de funktionelle og de indholdsmæssige aspekter i det pågældende medie.

Eksamensaflevering

tidspunkt	17-02-2020 10:00 til 22-02-2020 10:00
forberedelsesnorm	ikke valgt
forberedelsesnorm D-VIP	ikke valgt

Reeksamensaflevering

tidspunkt	03-06-2020 10:00 til 08-06-2020 10:00
forberedelsesnorm	ikke valgt
forberedelsesnorm D-VIP	ikke valgt