

K1: Politisk kommunikation, (1. kursusperiode: 9.9.-2.10.)

Om kurset

uddannelse	Kommunikation / Strategisk kommunikation og digitale medier
sted	Se kursusgange
Undervisningssprog	Dansk
Kursus starter	09-09-2013
Kursus slutter	15-12-2013
Indhold	Hvordan kommunikerer politiske aktører og borgere med hinanden? Det er det grundlæggende spørgsmål i studiet af politisk kommunikation, et forskningsfelt, der trækker på arbejde i blandt andet statskundskab, sociologi, og kommunikation. Kurset tilbyder en introduktion til studiet af politisk kommunikation og en oversigt over hvad vi via forskningen ved—og ikke ved—om emnet. I løbet af seks undervisningsgange gennemgår vi nyhedsinstitutionens rolle, medialiseringens-begrebet (ideen om, at politik foregår på mediernes præmisser), og diskuterer medieeffekter, modtagere, kampagnedommunikation, og internettets betydning, alt sammen med særligt henblik på politiske processer.
mål	Målet med kurset er at udvikle en bedre forståelse af kommunikation og rammebetingelserne for kommunikation i politik—en forståelse, der kan hjælpe hver af os både i vores professionelle virke og i vores hverdag som borgere i et demokratisk samfund. Kurset skal give de studerende mulighed for at blive bedre til— Viden • At overskue forskellige videnskabelige tilgange til at forstå og analysere politisk kommunikation og rammebetingelserne for kommunikation i politik • At have et overblik over forskelle og ligheder blandt disse tilgange • At have indblik i, hvordan de forskellige tilgange kan supplere hinanden, og hvor de står i modsætning til hinanden Færdigheder • At kunne analysere forskellige former for politisk kommunikation ud fra flere forskellige videnskabelige tilgange • At kunne foretage en selvstændig vurdering af fordele og ulemper ved at analysere en specifik problemstilling ud fra forskellige tilgange • At kunne formidle rationalet bag valg af analytisk tilgang samt praktiske overvejelser omkring konkret analyse af specifikke problemstillinger til både fagfæller og ikke-specialister Kompetencer • At kunne relatere videnskabelige tilgange til og analyser af politisk kommunikation til praktisk arbejde med politisk kommunikation • At kunne arbejde selvstændigt med analyser af politisk kommunikation i komplekse sammenhænge på baggrund af forskellige videnskabelige tilgange • Selvstændigt at kunne tage ansvar for egen faglig udvikling og specialisering inden for emnefeltet politisk kommunikation
litteratur	Det samlede pensum er 483 sider. En tekstsamling kan købes i RUCs boghandel. Forslag til supplerende litteratur kan findes på rasmuskleisnielsen.net .
Evaluerings	Kurset er baseret på aktiv deltagelse, løbende læsning af en række klassiske og samtidige tekster af danske og internationale forskere, og en afsluttende empirisk-baseret individuel bunden skriftlig hjemmeopgave på 5 normalsider (5 ECTS); 8-10 normalsider (7,5 ECTS) (a 2400 anslag inkl. mellemrum), eksklusiv litteraturliste. Bedømmelsen foregår efter 7-trins-skalaen og er primært baseret på den enkelte studerendes evne til i sit essay at (1) formulere et interessant problem inden for emnefeltet politisk kommunikation, (2) udvælge et begrænset antal begreber og tilgange fra kurset og vise hvordan de kan bidrage til at belyse problemet, og (3) på den baggrund gennemføre en klart afgrænset empirisk-baseret analyse, der adresserer det selvvalgte problem. Afleveringsfrist er 9. oktober. Opgaven skal afleveres på eksamenskontoret i 2 eksemplarer og per email til underviseren.
Underviser	Rasmus Kleis (rkleis@ruc.dk)

Introduktion til studiet af politisk kommunikation

tidspunkt 09/09-2013 kl. 09:30 - 14:00

sted 43.3-29

Underviser Rasmus Kleis (rkleis@ruc.dk)

Indhold
Kurset starter med to danske bud på en oversigt over politisk kommunikation i starten af det 21. århundrede. Hvem er aktørerne, hvad er de overordnede rammebetingelser, hvad er de umiddelbare og mere langsigtede konsekvenser? En ny rapport om nyhedsmediebrug giver baggrund med hensyn til hvor folk får deres (politiske) information fra.

litteratur
Esmark, A. et al. 1999. Det politiske kommunikationssystem. *Politica*, 31(2), pp. 147-160.
Togeby, L. et al. 2004. Magt og demokrati i Danmark. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag, kapitel 12.
Nielsen, R. K. & Schrøder, K. 2013. Danskernes brug af nyhedsmedier 2013. Roskilde: Center for Magt, Medier og Kommunikation. Tilgængelig [her](#).

Nyhedsinstitutionen og det politiske system

tidspunkt 16/09-2013 kl. 09:30 - 14:00

sted 43.3-29

Underviser Rasmus Kleis (rkleis@ruc.dk)

Indhold
Nyhedsmediene—historisk først pressen, i det tyvende århundrede i stigende grad TV og i dag også deres digitale tilbud—har spillet en central rolle i politisk kommunikation. På baggrund af dansk og international forskning diskuterer vi nyhedsinstitutionens position i folkestyret.

litteratur
Lund, A. B. 2002. Den redigerende magt. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag, kapitel 1, dele af kapitel 7, kapitel 11 og kapitel 12, pp. 7-24, 112-119, 187-217.
Lund, A. B. et al (red.). 2009. Hvor kommer nyhederne fra? Aarhus: Ajour, pp. 7-13, 19-28.
Chadwick, A. 2011. The Political Information Cycle in a Hybrid News System: The British Prime Minister and the “Bullying” Affair. *International Journal of Press/Politics* 16(1), pp. 3 –29.

Medialisering og medieeffekter

tidspunkt 20/09-2013 kl. 09:30 - 14:00

sted 43.3-29

Underviser Rasmus Kleis (rkleis@ruc.dk)

Indhold
At medier og kommunikation gør en forskel i politik synes uomtvisteligt—men hvilken, hvornår, og hvordan er mindre klart. I løbet af denne kursusgang diskuterer vi medieeffekter, både på et helt overordnet niveau omkring hvordan det politiske iscenesættes i dag, og mere konkret med henblik på hvilken effekt medierede budskaber har på folks politiske adfærd.

litteratur
Meyrowitz, J. 1985. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior. New York: Oxford University Press, dele af kapitel 14, pp. 268-292.
Katz, E. 1957. The Two-Step Flow of Communication. *Public Opinion Quarterly* 21(1), pp. 61 -78.
Iyengar, S., Peters, M. D., & Kinder, D. L. 1982. Experimental demonstrations of the ‘not-so-minimal’ consequences of television news programs. *American Political Science Review*, 76, 848-858.

Entman, R. M. 1993. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.

van Zoonen, L. 1998. A day at the zoo: political communication, pigs and popular culture. *Media, Culture & Society* 20(2), pp. 183 -200.

Modtagernes oplevelse af politisk kommunikation

tidspunkt 23/09-2013 kl. 09:30 - 14:00

sted 43.3-29

Underviser Rasmus Kleis (rkleis@ruc.dk)

Indhold Nogle former for politisk kommunikation er primært orienteret mod andre eliteaktører—politikere, interesseorganisationer, og journalister—men i sidste ende er formålet for det meste at påvirke en modtagergruppe i den brede befolkning. Hvordan oplever folk politik og politisk kommunikation, og hvilke implikationer har deres oplevelser?

litteratur Harrits, G. S.. 2006. "Men jeg vil godt bare have det serveret lidt nemt" - om praktiske forskelle i politisk kommunikation. *Politica* 38(2), pp. 173-186.

Prior, M. 2005. News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science* 49(3), pp. 577-592.

Philips, L. & K. Schrøder. 2004. Sådan taler medier og borgere om politik. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag, introduktion til del 2, kapitel 6, kapitel 10, pp. 47-52, 67-84, 133-148.

Valgkampe og kampagnekommunikation

tidspunkt 27/09-2013 kl. 09:30 - 14:00

Underviser Rasmus Kleis (rkleis@ruc.dk)

Indhold Valgkampe og kampagnekommunikation er vigtige, men hvor vigtige? Her ser vi på forskellige analyser af valgkampens betydning for resultatet, af hvordan vælgere orienterer sig i forhold til politiske aktører og deres budskaber. Desuden ser vi på hvordan partierne og andre politiske aktører har udviklet deres kommunikationsstrategier de seneste år—også uden for valgperioden.

litteratur Stubager, R. et al. 2013. Krisevalg: økonomien og folketingsvalget i 2011. København: Jurist- og Økonomforbundets Forlag, kapitel 1 "It's the Economy Stupid!", pp. 17-44.

Pedersen, O. K. 2011. Konkurrencestaten. København: Hans Reitzel, kapitel 5, pp. 145-167.

Norris, P. 2000. A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies. Cambridge, UK: Cambridge University Press, dele af kapitel 7, pp. 137-149

Davis, A. 2007. The Mediation of Power. London: Routledge, kapitel 4, pp. 55-73.

Internettet og fremtidens politiske kommunikation

tidspunkt 30/09-2013 kl. 09:30 - 14:00

sted 43.3-29

Underviser Rasmus Kleis (rkleis@ruc.dk)

Indhold Internettet og andre nye kommunikationsteknologier har potentielt dramatiske konsekvenser for alle dele af politisk kommunikation, fra nyhedsinstitutionen over modtagerne til kampagneorganisationer. Vi vil se på forskellige sider af disse forandringer på baggrund af en række analyser af vores forandrede kommunikationsmiljø og diskutere fremtidens politiske kommunikation.

litteratur

Benkler, Y. 2006. The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven: Yale University Press, kapitel 1, pp. 1-28.

Hindman, M. S. 2008. The Myth of Digital Democracy. Princeton: Princeton University Press, kapitel 1, pp. 1-19.

Bennett, W. L. & J. B. Manheim. 2006. The One-Step Flow of Communication. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 608(1), pp. 213-232.

Bennett, W. L. & Iyengar, S. 2008. A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. Journal of Communication, 58(4), pp. 707-731.

STADS
stamdata

afløsningsseminar

belastning : 5 / 7.5 ECTS

prøveform : Afleveringsopgave /
Hjemmeopgave

aktivitetskode : U24435 / U25299

bedømmelse : 7-trinsskala

censur : Intern censur