

## Kommunikation og it C – htx, august 2017

### 1. Identitet og formål

#### 1.1. Identitet

Kommunikation og it C er et analytisk produktudviklingsfag inden for kommunikation og digitale medier med fokus på den lokale og globale kontekst, som kommunikationsproduktet indgår i. Faget placerer sig i krydsfeltet mellem humaniora, samfundsvidenskab og teknologisk videnskab og bidrager til en almen og digital dannelse i samspillet med alle uddannelsens fagområder. Fagets genstandsfelt er en teoretisk forståelse og praktisk-produktiv tilgang til kommunikations- og interaktionsproblematikker i en virkelighedsnær forståelsesramme. Fagets kerne er, at eleverne reflekterer over samspillet mellem brugere og medier og på den baggrund kan analysere og begrunde egne og andres kommunikationsprodukter samt designe, producere og evaluere egne kommunikationsprodukter.

#### 1.2. Formål

Kommunikation og it C tjener både et almindelig og studieforberedende sigte. Ved at udvikle elevernes grundlæggende forståelse for design- og kommunikationsprocesser er formålet, at eleverne opnår en anvendelsesorienteret forståelse af kommunikationsprodukternes etik, æstetik, form og funktion og den rolle digitale medier spiller i vores lokale og globale kultur og samfund.

Samspillet mellem teori og produktiv-praksis bidrager til at gøre eleverne til kritiske og bevidste mediebrugere, der er i stand til at navigere og deltage kvalificeret i en digital medievirkelighed - både privat og som globale medborgere i et demokratisk samfund.

Centralt for det studieforberedende sigte er, at eleverne tilegner sig viden, kundskaber og færdigheder, så de bliver i stand til at planlægge og gennemføre kommunikationsproduktioner med fokus på målrettet og brugervenlig kommunikation. Gennem kreativ løsning af mindre projektopgaver er formålet, at de kan udforme kommunikationsprodukter under hensyn til afsender, producent og bruger i en given kommunikationssituation. Formålet er desuden, at eleverne opbygger studiemetoder til at arbejde både individuelt og i grupper.

### 2. Faglige mål og fagligt indhold

#### 2.1. Faglige mål

Eleverne skal kunne:

##### *Forundersøgelse:*

- analysere udvalgte aktuelle eksempler på digitale mediers rolle i samfundet
- finde, analysere og anvende information om brugere og kommunikationssituation i forbindelse med fremstillingen af et kommunikationsprodukt
- undersøge og forstå digitaliseringens påvirkning af kommunikationssituationen
- demonstrere viden om fagets identitet og metoder og behandle problemstillinger i samspil med andre fag.

##### *Produktion:*

- udforme og producere kommunikationsprodukter, herunder dokumentere metoder til idéudvikling og projektarbejde
- demonstrere anvendelse af kommunikations- og designteori på konkrete cases og egne produktioner
- begrunde valg af medie, udtryksformer, virkemidler og it-værktøjer til løsning af kommunikationsopgaver
- forklare og reflektere over etiske problemstillinger og ophavsret i forbindelse med udformning af kommunikationsprodukter
- anvende konstruktiv feedback i processen med at fremstille kommunikationsprodukter.

#### 2.2. Kernestof

Gennem kernestoffet skal eleverne opnå faglig fordybelse, viden og kundskaber. Kernestoffet er:

##### *Kommunikationsteori og medier*

- simple kommunikationsmodeller til at beskrive og analysere kommunikationsprodukter og –processer

- forskellige brugeres/målgruppers kultur, medieforbrug og behov
- interaktive og/eller sociale medier, herunder deres udtryk- og produktionsformer
- eksempler på datadrevet analyse af målgrupper og inddragelse af data i kommunikationsprocessen

#### *Design og visuel kommunikation*

- brugervenlighed, herunder brugerflade- og interaktionsdesign
- grafisk formsprog og layout, herunder typografi og grafik
- billeder og deres formsprog i faste og eventuelt levende billeder, herunder filmiske virkemidler
- basal farvelære
- skitser og prototyper

#### *Produktudvikling og projektstyring*

- idégenereringsværktøjer
- fremstilling af kommunikationsproduktioner med fokus på samspil mellem afsender, producent og bruger
- evalueringsmetoder

#### *Etik, love og digital adfærd*

- etik i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- ophavsret og anden relevant lovgivning i forbindelse med fremstilling af kommunikationsprodukter
- brugernes internetadfærd og afsenders tilgang til personlige oplysninger og privatliv

#### *Digitale værktøjer*

- digitale it-værktøjer til fremstilling og bearbejdning af f.eks. billeder, film, grafik, illustrationer, tekst og lyd
- programmer til fremstilling af interaktive systemer, f.eks. websider og apps
- brug af relevante it-værktøjer i alle faser af et projekt, f.eks. idéudvikling, prototypefremstilling og kollaborativ skrivning.

### **2.3 Supplerende stof**

Eleven vil ikke kunne opfylde de faglige mål alene ved hjælp af kernestoffet. Det supplerende stof vælges med henblik på at bibringe faglige fordybelse og styrke toningen af kernestoffet i forhold til de faglige samspil med de øvrige fag i uddannelsen og i studieområdet. Dele af det supplerende stof vælges i samarbejde med eleverne, når det er muligt.

### **2.4. Omfang**

Det faglige stof i Kommunikation og it C udgøres af et primært materiale bestående af kommunikationsprodukter eller dele heraf, hvortil der kommer et forventet omfang af sekundært materiale normalt svarende til 60-75 sider suppleret med tre til fire timers multimodalt materiale. Der skal indgå læsning af tekster på engelsk samt, hvis det er muligt, på andre fremmedsprog.

## **3. Tilrettelæggelse**

### **3.1. Didaktiske principper**

Undervisningen tilrettelægges, så der tages hensyn til elevernes individuelle forudsætninger fra grundskolen og som private medie- og it-brugere. Undervisningsformen tilrettelægges stærkt differentieret med en blanding af teori, målrettede opgaver og projekter, som resulterer i et kommunikationsprodukt med tilhørende dokumentation.

Det er et afgørende didaktisk princip i faget at integrere den teoretisk-analytiske undervisning i den praktisk-produktionsmæssige og omvendt. Gennem analyse og evaluering af kommunikationsprodukterne får eleverne begreber til at forstå og vurdere informationer, oplevelser og påvirkninger fra egne og andres kommunikations-produktioner. Ved at indgå i designprocesser og fremstilling af egne kommunikationsproduktioner får eleverne kvalificeret egne udtryksfærdigheder som kommunikationsproducenter. Kommunikationsprodukterne kan enten udvikles fra bunden eller som et redesign eller en optimering.

Undervisningen skal appellere til elevernes eget initiativ og udforskningslyst og støtte deres evne til selvstændigt og gennem samarbejde at tilegne sig og dele viden om digital medie-baseret kommunikation.

### **3.2. Arbejdsformer**

Undervisningen er praksisnær og anvendelsesorienteret med vekselvirkning mellem teori og praktisk arbejde med en indbygget progression. Undervisningen tilrettelægges, så der anvendes forskellige arbejdsformer, hvor fagets teori, metode og de digitale

værktøjer er omdrejningspunktet. Der lægges vægt på, at læreren tilrettelægger:

- de kreative processer, så eleverne får passende benspænd, der øger deres evne til at udtrykke sig kvalificeret i forskellige kommunikationsprodukter
- løbende evaluering med konstruktiv og fremadrettet feedback, så eleverne udvikler deres udtryksevne og kritiske bevidsthed om kommunikationsprodukternes genrer, formsprog og virkemidler
- elevernes arbejde med såvel den skriftlige som den praktiske dimension af faget samt med mundtlig formidling i centrale dele af stoffet.

For at styrke elevernes evne til refleksion og systematisk arbejde med udvikling af kommunikationsprodukter udarbejdes dokumentation i forbindelse med afslutning af de enkelte forløb og en skriftlig rapport i forbindelse med den afsluttende projektopgave i faget, jf. pkt. 4.2. Den afsluttende projektopgave er stillet lokalt, og skal give eleverne flere projektemner med tilhørende problemstillinger at vælge imellem. Arbejdet med den afsluttende projektopgave har et omfang på 10-15 timers undervisningstid. Projektopgaven kan løses individuelt eller i grupper af højst tre personer. Den afsluttende opgavebesvarelse består af mindst et kommunikationsprodukt med tilhørende rapport, der dokumenterer elevernes teoretiske og praktiske overvejelser med at udforme kommunikationsproduktet eller kommunikationsprodukterne. Rapporten omfang svarer til ca. fem til 12 normalsider a 2400 anslag inklusiv mellemrum, eksklusive forside, figurer, tabeller, illustrationer, noter, litteraturliste og bilag. Elevernes arbejde med den afsluttende projektopgave skal indgå i grundlaget for den afsluttende standpunktskarakter i faget. Afleveringstidspunktet for opgavebesvarelsen er senest en uge inden eksamensperiodens begyndelse. Gruppen har fælles ansvar for det afleverede.

### **3.3. It**

Faget gennemføres med udstrakt brug af digitale værktøjer til fremstilling, afprøvning og udarbejdelse af dokumentation af kommunikationsprodukter.

Der arbejdes praktisk og teoretisk med forskellige digitale værktøjer til produktion og distribution af kommunikationsprodukter. De digitale værktøjer er af en standard, som gør det muligt at arbejde kvalificeret med kommunikationsproduktioner.

Ligeledes indgår relevante digitale værktøjer og programmer i forbindelse med elevernes arbejde med kommunikationsopgaverne, herunder til at indsamle, behandle og præsentere information. Undervisningen i faget skal sikre, at elevernes evne til kritiske vurderinger af informationer styrkes.

### **3.4. Samspil med andre fag**

Dele af kernestof og supplerende stof vælges og behandles, så det styrker det faglige samspil i grundforløbet og i studieretningen, og bidrager til elevernes almene- og digitale dannelse. Når faget indgår i studieområdet lægges desuden vægt på, at eleverne får mulighed for løbende at reflektere over, hvordan deres valg og behandling af viden og metoder fra de indgående fag påvirker kvaliteten af den flerfaglige problemløsning.

## **4. Evaluering**

### **4.1. Løbende evaluering**

Eleverne løser i undervisningsperioden flere kommunikationsopgaver, som resulterer i et produkt med tilhørende dokumentation af de teoretiske og praktiske overvejelser med at udforme og forbedre kommunikationsproduktet. Undervejs deltager eleverne i forskellige former for procesorienteret evaluering, sådan at de selv opnår færdigheder i at give og modtage konstruktiv og fremadrettet feedback på et fagligt grundlag.

I forbindelse med hvert tema- eller projektperiode evalueres forløbet og elevernes præstationer ud fra de faglige mål, som har været i fokus i forløbet. Evalueringerne gennemføres dels ved projektfremlæggelse, dels gennem peer feedback og gruppefeedback fra læreren, således at den enkelte elev bliver bevidst om, hvordan der kan arbejdes med at nå de faglige mål. Endvidere skal individuel vejledning undervejs i forløbet styrke elevernes progression i faget og give dem viden om deres standpunkt.

### **4.2. Prøveform**

Der afholdes en individuel mundtlig prøve på grundlag af eksaminandens afsluttende projektopgave, jf. pkt. 3.2. En fortegnelse over eksaminandens valg af opgaveformuleringer sendes til censor forud for prøvens afholdelse. Den afsluttende opgavebesvarelse må ikke forinden prøven være evalueret af læreren/eksaminator. Eksaminationstiden er ca. 24 minutter. Der gives ingen forberedelsestid. Eksaminationen tager udgangspunkt i eksaminandens præsentation af sin afsluttende opgavebesvarelse. Til den mundtlige præsentation anvender eksaminanden et relevant præsentationsmedie. Eksaminationen former sig herefter som en uddybende samtale mellem eksaminand og eksaminator med udgangspunkt i eksaminandens præsentation af opgavebesvarelsen. Eksaminandens præsentation må højst omfatte halvdelen af eksaminationstiden.

### **4.3. Bedømmelseskriterier**

Bedømmelsen er en vurdering af, i hvilken grad eksaminandens præstation opfylder de faglige mål, som de er angivet i pkt. 2.1.

Der lægges vægt på:

- inddragelse af teoretiske og metodiske overvejelser i forbindelse med fremstilling af kommunikationsproduktet
- inddragelse af konstruktiv feedback i udarbejdelse af kommunikationsproduktet
- perspektivering til etiske problemstillinger i forbindelse med projektet
- omhu ved produktion af kommunikationsproduktet
- evnen til at demonstrere overblik over kommunikationsproduktionen i sin kontekst
- faglig indsigt og selvstændighed i den faglige dialog om projektet.

Der gives én karakter ud fra en helhedsbedømmelse af eksaminandens mundtlige præstation.

### **4.4. Selvstuderende**

Den selvstuderende udarbejder en afsluttende eksamensopgave, som beskrevet i pkt. 3.2 og 4.2. Skolens leder udpeger en vejleder for den enkelte selvstuderende. Den selvstuderende vælger en af de opgaver, som er stillet lokalt, jf. pkt. 4.2., og modtager vejledning undervejs i projektløbet. Den udarbejdede opgavebesvarelse læses af den selvstuderendes vejleder/eksaminator, sådan at eksaminator kan stille uddybende og supplerende spørgsmål til opgavebesvarelsen under prøven. Bedømmelseskriterierne svarer til bedømmelseskriterierne i pkt. 4.3. i denne læreplan.