

EMNEBESKRIVELSE

RED 2100 Retorikk og dramaturgi

1. Studium/studier	Bachelor i Reklame og merkebygging
2. Studieår/semester	2.studieår – 1.semester
3. Studiepoeng	10
4. Emneansvarlig	Høyskolelektorene Kjetil Olaussen og Hanne Stavelie
5. Antall timer	50 timer
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Mål	<p>Studentene skal tilegne seg verktøy som vil hjelpe dem i arbeidet med språk og kultur. Studentene skal forstå hvordan de påvirkes av kulturell endring. De skal se forholdet mellom sin egen identitet, sin egen utdanning og den øvrige europeiske og amerikanske kulturarv og idéhistorie, spesielt i forhold til kunst, litteratur, filosofi og populærkultur.</p> <p>Emnet skal introdusere studentene for retorikkens og dramaturgiens historie og det samtidige feltet som utgjør retorisk og dramaturgisk teori.</p> <p>Emnet skal videre styrke studentenes repertoar av retoriske figurer, og jobbe for forbedret kontroll over språklige nyanser så vel som kreativ mestring av diverse lingvistiske effekter.</p> <p>Emnet skal også bidra til å øke studentens grep om skriftlige og muntlige presentasjonsteknikker mer generelt.</p>
8. Innhold	<p>Emnet har fokus på vestlig dannelsesstradisjon, inkludert modernisme og postmodernisme i kunst og filosofi i en tid der vår forståelse av dannelse er i endring. Språk og retorikk blir viktige verktøy i reklame, merkebygging og ledelse. Språklige og retoriske ferdigheter er forutsetninger for å gå i dybden på muntlig fremstilling og formidlingsevne. Dette er også essensielt i reklame og merkebygging. Innholdet kan</p>

	<p>stikkordsmessig summeres slik:</p> <ul style="list-style-type: none">- Dannelse: vestlig kunst, filosofi og populærkultur- Dramaturgi: fortellingsteori og fortellingsstrukturer i vestlig kunst, filosofi og populærkultur- Retorikk: retorisk teori og praksis
9. Gjennomføring	Ordinære forelesninger som inkluderer relevante gjesteforelesere.
10. Evaluering	Emnet avslutter med innlevering av en prosjektoppgave som går over 8-10 uker. Den teller 40 % av karakteren. Prosjektgruppene skal bestå av inntil tre studenter. Individuell slutteksamen over tre timer teller 60 % av karakteren.
11. Pensumlitteratur	<p>Czarniawska, Barbara. 2004. <i>Narratives in social science research, Introducing qualitative methods</i>. London: Sage. ISBN: 0-7619-4195-9. (72 s: utvalgte kapitler) Pris: 269,-</p> <p>Kjeldsen, Jens. 2006. <i>Retorikk i vår tid: en innføring i moderne retorisk teori</i>. 2. utg. [Oslo]: Spartacus. ISBN: 978-82-430-0395-8. (396 s) Pris: 328,-</p> <p>Olaussen, Kjetil og Hanne Stavelie, red. 2009. <i>Kompendium: retorikk og dramaturgi</i>. Oslo: Markedshøyskolen Campus Kristiania.</p> <p>Østerberg, Dag. 2001. <i>Det moderne : et essay om Vestens kultur 1740-2000</i>. [Oslo]: Gyldendal. ISBN: 82-05-27782-6. (424 s) Pris: 129,-</p> <p>Kompendium : retorikk og dramaturgi inneholder:</p> <p>Bourdieu, Pierre. 1996. Om symbolsk makt. I <i>Symbolsk makt: artikler i utvalg</i>. Oslo: Pax. (10 s).</p> <p>Bourdieu, Pierre og Loïc J.D. Wacquant. 1993. Logikken i feltet. I <i>Den kritiske ettertanke: grunnlag for samfunnsanalyse</i>. Oslo: Samlaget. (22 s).</p> <p>Frønes, Ivar. 2001. Samfunnets fortellinger. I <i>Handling, kultur og mening</i>. Oslo: Fagbokforlaget. (20 s).</p> <p>Gans, Herbert J. 1999. New introduction. I <i>Popular culture and high culture: an analysis and evaluation of taste</i>. New York: Basic Books. (22 s).</p>

	<p>Lakoff, George og Mark Johnson. 1980. Utvalgte kapitler. I <i>Metaphors we live by</i>. Chicago: University of Chicago Press. (32 s).</p> <p>Strinati, Dominic. 1992. Postmodernism and popular culture. <i>Sociological review</i>:428-438.</p>
--	---