

Mediatechnologie en innovatie (K001384)

Cursusomvang *(nominale waarden; effectieve waarden kunnen verschillen per opleiding)*

Studiepunten 5.0 **Studietijd 150 u**

Aanbodsessies in academiejaar 2024-2025

A (semester 2) Nederlands Gent

Lesgevers in academiejaar 2024-2025

De Marez, Lieven PS01 Verantwoordelijk lesgever

Aangeboden in onderstaande opleidingen in 2024-2025

	stptn	aanbodsessie
Bachelor of Science in de communicatiewetenschappen	5	A
Bachelor of Science in de politieke wetenschappen	5	A
Schakelprogramma tot Master of Science in de communicatiewetenschappen(afstudeerrichting nieuwe media en maatschappij)	5	A
Vorbereidingsprogramma tot Master of Science in de communicatiewetenschappen(afstudeerrichting nieuwe media en maatschappij)	5	A
Keuzepakket Sociale en communicatiewetenschappen	5	A

Onderwijstalen

Nederlands

Trefwoorden

Communicatietechnologie, ICT, Innovatie, Nieuwe media

Situering

Digitalisering en innovatie zijn pijlers van de hedendaagse digitale en informatie-economie, en krachten van verandering waar niet alleen elke vorm van media en communicatie aan onderhevig is, maar ondertussen zowat alle sectoren in onze samenleving.

Technologie en innovatie zijn niet nieuw. Tot en met de jaren '90 is elke vorm van media en/of communicatie er geleidelijk aan door gemedieerd, en er sindsdien zelfs meer en meer afhankelijk van geworden. Dit opleidingsonderdeel beoogt daarom een overzicht te geven van deze geschiedenis en de uitdagingen die daarmee gepaard gingen.

Geschiedkundig wordt een overzicht en inzicht geboden in hoe elke vorm van communicatie (tekst, spraak, klank, beeld) doorheen de jaren door technologie is gemedieerd. De digitalisering bracht sinds de jaren '90 alles op kruissnelheid en maakte innovatie het codewoord van de 'hedendaagse' digitale economie en 'innovatiespiraal' waar deze economie op draait. Binnen dit opleidingsonderdeel geven we een inleiding op de voornaamste aspecten, concepten en trends die aan deze innovatiespiraal ten grondslag liggen, en belichten we het 'innovatie'-concept als een driezijdige diamant. Van innovatie kan pas sprake zijn als die niet alleen user-centric, maar ook society-proof is, en op een sustainable business model is gestoeld.

Hierbij wordt ook een introductie gegeven op belangrijkste theoretische raamwerken voor het bestuderen van de gebruiker in een omgeving van nieuwe media en innovatie.

Dit opleidingsonderdeel situeert zich in de leerlijn Nieuwe Media & Maatschappij. De globale finaliteit van dit opleidingsonderdeel is een inzicht verschaffen in de

veranderende sectoren, de veranderende gebruiker en grootste uitdagingen op het vlak van nieuwe media & ICT. In de afstudeerrichting 'Nieuwe Media & Maatschappij' wordt verder gebouwd op deze inzichten, zowel vanuit het standpunt van gebruiker, industrie als maatschappij. Binnen de bacheloropleiding bouwt het opleidingsonderdeel 'innovatie-onderzoek' (Ba3) verder op het gebruikersstandpunt, en het opleidingsonderdeel 'Media-economie en -structuren' (Ba1) op het standpunt van respectievelijk industrie en maatschappij.

Inhoud

Deze cursus biedt inzichten in de geschiedkundige evolutie die verschillende mediavormen doormaakten en de manier waarop technologische, sociale en economische processen elkaar doorgeen deze evolutie beïnvloedden. Daarnaast wordt ook dieper ingegaan op de theoretische modellen die het bestuderen van mens en maatschappij in deze snel veranderende omgeving onderbouwen. Dit is niet alleen nuttig voor het begrijpen van het verleden, maar laat ons ook toe om onderzoek te voeren in functie van innovatieve mediatechnologieën die vandaag worden ontwikkeld en geïntroduceerd.

Hierbij hebben we specifieke aandacht voor de manier waarop technologie en innovatie elke vorm van communicatie hebben beïnvloed. Vanaf de jaren '90 schakelde de snelheid waarmee dit plaatsvond een versnelling hoger, met name omwille van de verregaande digitalisering die dan zijn intrede maakte. Dit zorgde voor een omgeving met enorme impact voor zowel gebruiker, als maatschappij, en een marktomgeving die niet alleen meer beïnvloed wordt door technologische innovatie, maar er ook van afhankelijk is geworden. In deze cursus wordt een kritische analyse gemaakt van de relatie tussen innovatie in media en ICT en deze deelgebieden. Hierbij gaan we ook in op het concept 'innovatie' en hoe de snelle opvolging van technologische ontwikkeling leidde tot een soort 'innovatiespiraal' waarin alle 'stakeholders' van de hedendaagse informatiemaatschappij - aanbieder, gebruiker, beleidsmaker - worden 'meegesleurd' en met dit toenemend aantal technologieën, toepassingen en mogelijkheden moeten zien om te gaan. Deze cursus heeft vooral de bedoeling een kader aan te reiken om deze sterk verander(en)de ICT-omgeving beter te begrijpen.

Inhoudelijk is deze syllabus opgedeeld in 12 hoofdstukken. In eerste twee inleidende hoofdstukken focussen we op het concept innovatie en de rol die innovatie speelt in een socio-economische context. Dit wordt opgehangen aan het 'innovatiespiraal' concept waarbij meteen ook de link wordt gelegd met de invloed die dit had op de verschillende aspecten die later in de cursus aan bod komen. In het tweede 'historische' deel van de cursus (hoofdstuk 3-6) bespreken we de technologische evolutie van de technologieën die onze hedendaagse communicatie (tekst, spraak, av, convergentie) mee vorm gaven. Daarbij wordt ook aandacht besteed aan de voornaamste begrippen uit de informatietheorie. Uiteraard staan deze technologieën niet los van een socio-economische context en worden deze ook op die manier gekaderd. Het derde deel, vervolgens, gaat in twee hoofdstukken (7 en 8) dieper in op de theorieën, concepten en denkkaders die ons toelaten om de gebruiker van mediatechnologieën beter te begrijpen. Deze denkkaders zijn ontstaan binnen de eerder besproken geschiedenis, maar zijn ondertussen verder geëvolueerd en bieden een uiterst bruikbaar kader voor het bestuderen van hedendaagse evoluties. Dit is immers de rol die wij als sociale wetenschappers vervullen binnen deze veranderende omgeving. Het vierde en laatste deel, ten slotte, focust op de relatie die deze technologische evoluties hebben op de drie eerder aangehaalde domeinen: mens, maatschappij en markt (respectievelijk hoofdstuk , 10 en 11). We bestuderen hoe die veranderende ICT omgeving vandaag een impact heeft op een verandering van gebruik en consumptie van media en op de business modellen van mediaspelers. Op die manier reikt deze syllabus de gepaste bagage om de recente evoluties met betrekking tot media, technologie en innovatie te kunnen kaderen en te kunnen bestuderen.

Begincompetenties

geen

Eindcompetenties

1 · Goed inzicht in zowel de historische als actuele evolutie inzake innovatie

en technologieën voor communicatie van tekst, spraak en audiovisueel materiaal.

- 2 · Basisbegrip van de voornaamste maatschappelijke gevolgen van deze evoluties voor zowel gebruiker, industrie als maatschappij.
- 3 · Kennis van de technologische basisbegrippen van het digitaliseringsproces en de begrippen die de deze door digitalisering verander(en)de omgeving karakteriseren
- 4 · Kennis van de voornaamste concepten en kaders voor het bestuderen van de verander(en)de gebruiker in deze verander(en)de omgeving
- 5 · Een kritisch en wetenschappelijk (diffusie/domesticatie) onderbouwd standpunt kunnen innemen ten aanzien de actualiteit inzake innovatie en nieuwe communicatietechnologieën de communicatiewetenschappelijke vraagstukken

Creditcontractvoorwaarde

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via creditcontract is open: de student houdt zelf rekening met voorkennis uitgedrukt in begincompetenties

Examencontractvoorwaarde

De toegang tot dit opleidingsonderdeel via examencontract is open

Didactische werkvormen

Hoorcollege

Toelichtingen bij de didactische werkvormen

Dit opleidingsonderdeel is volledig op hoorcolleges gebaseerd (bij voorkeur on campus, indien niet mogelijk een mix van online hoorcollege en roterend on campus). Binnen deze hoorcolleges wordt een structuur aangereikt om de hoofdstukken van de syllabus te verwerken, maar tegelijk ook om de recente actualiteit kritisch te kunnen kaderen en interpreteren.

Studiemateriaal

Geen

Referenties

- Rogers, E. (1995). 'Diffusion of Innovations'. The Free Press
- Berker, T.; Hartman, M.; Punie, Y.; Ward, K.J. (2006). 'Domestication of Media and Technology', McGraw Hill Open University Press.
- Cantoni, L.; Danowski, J.A. (2015). *Communication and Technology, Series: handbooks of communication sciences*, De Gruyter Mouton.

Vakinhoudelijke studiebegeleiding

op afspraak

Evaluatiemomenten

periodegebonden evaluatie

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de eerste examenperiode

Schriftelijke evaluatie met open vragen

Evaluatievormen bij periodegebonden evaluatie in de tweede examenperiode

Schriftelijke evaluatie met open vragen

Evaluatievormen bij niet-periodegebonden evaluatie

Tweede examenkans in geval van niet-periodegebonden evaluatie

Niet van toepassing

Toelichtingen bij de evaluatievormen

Het examen betreft een schriftelijk examen met open vragen. Naast de meer conceptuele vragen rond de kernbegrippen en belangrijkste ontwikkelingen in het vakgebied, wordt ook getoetst op het wetenschappelijk kunnen kaderen en onderbouwen van actualiteit aan de hand van de aangereikte (theoretische) kaders.

Eindscoreberekening

Faciliteiten voor werkstudenten

- Mogelijkheid tot aanvragen GIT
- Mogelijkheid om alternatieve examendatum aan te vragen (en examen dus te verplaatsen)
- Mogelijkheid om op een alternatief moment feedback te verkrijgen
- Mogelijkheid om het werkstuk op individuele basis te maken in de plaats van als groepswork