

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Journalistuddannelsen
Fagbeskrivelse
Foråret 2021

Journalistisk Metode 4: Metodespecialisering

7. semester
Varighed: 20 ECTS

Formål:

Forløbet skal give de studerende mulighed for en faglig metodespecialisering samt indsigt i og erfaring med digital og flermediel journalistik. Desuden skal forløbet træne de studerende i at eksperimentere med fremtidens journalistik og platforme.

Forløbet består af tre elementer:

1) Et metodeforløb med forskellige specialiserede linjer, hvor de studerende arbejder med specifikke journalistiske eller kommunikative metoder (beskrives uddybende herunder). I metodeforløbet er viden, metoder og kompetencer inden for den pågældende specialisering i fokus, og der sigtes mod flermediel formidling på tværs af platforme.

2) En workshop hvor de studerende arbejder med fremtidens journalistik og platforme.

3) Et afsluttende semesterprojekt, der løses i grupper, og som munder ud i et journalistisk eller kommunikationsfagligt produkt, der afspejler det valgte metodeforløb, samt en refleksionsrapport. Semesterprojektet er forløbets afsluttende eksamensopgave.

31.07.2020

Side 1 / 2

Forløb med metodespecialisering

Til dette forløb indgiver de studerende prioriterede ønsker. De kan vælge mellem to linjer:

- Dialogbaseret journalistik
- Kommunikation: Strategisk storytelling

Der vil være redskaber og læringsmål, som knytter sig specifikt til de respektive metodeforløb, ligesom der vil være nogle overordnede læringsmål. De specifikke redskaber og læringsmål konkretiseres i det følgende for hvert metodehold, hvorefter de overordnede elementer på tværs af holdene konkretiseres.

Dialogbaseret journalistik: Redskaber og læringsmål

Forløbet skal kvalificere de studerende til at arbejde konstruktivt med journalistik ved at inddrage borgerne i hele den journalistiske proces, have øje for kontekst og nuancer og – hvis det er relevant – søge et løsningsorienteret perspektiv.

Efter forløbet skal de studerende:

- Have kendskab til borgerinddragende journalistik, filosofien bag og perspektiverne i den særlige journalistiske rolle, der knytter sig til.
- Forstå den konstruktive journalistiske tankegang og kunne idéudvikle,

interviewe, researche og vinkle derudfra.

- Kunne identificere et "community" og dets problemer på tværs af geografi, interesser eller livsomstændigheder med øje for, hvordan borgerinddragende journalistik kan spille en rolle for det.
- Kunne inddrage borgere i de redaktionelle processer og udviklingen af væsentlige, nuancerede historier til et relevant, større publikum.
- Kunne moderere og facilitere en konstruktiv samtale mellem folk med forskellige synspunkter (virtuelt såvel som fysisk).
- Kunne formidle visuelt til SoMe.
- Evne at producere/tilrettelægge indhold til en klart defineret målgruppe og nå målgruppen på det mest velegnede sted.

Kommunikation: Strategisk storytelling: Redskaber og læringsmål

De første uger af forløbet er der fokus på organisationskultur, branding, CSR og om-dømmeledelse og derefter på grundlæggende narrativ teori, diskurstheori og fortælle-teori. Forløbet skal give de studerende de fornødne forudsætninger for at kunne udvikle narrativer og fortællinger, der imødekommer organisationers behov for legitimering, meningsfuldhed og forståelige strategier. Forløbet favoriserer narrativer og fortællinger, der kan begå sig i stadig flere formater på stadig flere kanaler og platforme – gerne på tværs i et dynamisk flow og med afsmittende synergi mellem f.eks. presse, web, intra og SoMe.

Vi samarbejder med eksterne partnere for at tilføre forløbet aktuelle, virkelige cases og for at mærke effekten af at lære og arbejde med storytelling i virkelighedstro rammer.

Efter forløbet skal de studerende:

- Have overblik over og til dels mestre de grundlæggende trin i strategisk kommunikation.
- Være sikker i forståelsen af det genrekarakteristiske og betydningsskabende ved narrativer og fortællinger.
- Vise indsigt i organisatoriske forhold, herunder narrativer og fortællingers indflydelse på ledelse og kultur.
- Kunne analysere og redegøre for en aktørs hensyn, issues, interesser og målgrupper.
- Udvikle meningsskabende og forandrende kommunikation – gerne i flere formater og i samspil mellem mange kanaler og platforme.

31.07.2020

Side 2 / 2

Egenskaber:

Der lægges vægt på personligt engagement, mod, lyst til at eksperimentere samt arbejdsdisciplin, idéudvikling, fordybelse, samarbejde, vedholdenhed og refleksion.

Metoder:

Forløbene er en vekslen mellem oplæg, øvelser, holdundervisning, gruppearbejde, selvstudium, selvstændigt arbejde med et større journalistisk projekt samt coaching og feedback. Der lægges vægt på analyse og refleksion og feedback på egne og andres produkter og proces.

Læringsmål:

Efter forløbet skal de studerende:

- Have kendskab til deres metodespecialisering, så de kan bruge det i deres journalistiske eller kommunikationsfaglige arbejde
- Have forståelse for digital, flermediel storytelling og formidling af komplekse problemstillinger på tværs af medietyper og platforme
- Have kendskab til nye formidlingsteknologier og formater, herunder håndtering af software
- Kunne reflektere indgående over deres journalistiske eller kommunikationsfaglige metode, rolle og formidling

Pensumliste:

For alle forløb gælder, at der kan komme yderligere samt opdateret litteratur omkring de respektive forløbs opstart.

Specielt for Dialogbaseret journalistik

- Jørgensen, Søren Schultz & Per Westergård (2018): *Den journalistiske forbindelse*, del 1 + 2, pp. 23-258. Gyldendal Business.
- May, Gerd Maria (2020): *Fra tårn til torv*. Syddansk Universitetsforlag.
- Haug, Astrid (2018): *Sig, du kan li' mig. Indholdsstrategi for sociale medier*, pp. 70-141. Gyldendal Business.
- Gúzman, Mónica (2016): *The best way to build audience and relevance by listening to and engaging your community*. American Press Institute. Link: <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/listening-engaging-community/>
- Ripley, Amanda (2018): *Complicating the Narratives*. Link: <https://thewholesolutionsjournalism.org/complicating-the-narratives-b91ea06ddf63>
- Slots - og kulturstyrelsen: *Mediernes udvikling i Danmark 2020: Sociale medier*. Link: <https://mediernesudvikling.slks.dk/2020/specialrapporter/sociale-medier-brug-indhold-relationer/>
- Slots - og kulturstyrelsen: *Mediernes udvikling i Danmark 2020: Overblik og Perspektivering*. Link: <https://mediernesudvikling.slks.dk/2020/overblik-og-perspektivering/>
- Jarvis, Jeff (2014): "Geeks bearing gifts" (uddrag). CUNY Journalism Press.
- Dansk Journalistforbund (2019): *Guide til en bedre debat online*. Link: <https://journalistforbundet.dk/sites/default/files/inline-files/Guide%20til%20bedre%20debat%20online.pdf>

31.07.2020

Side 3 / 2

Specielt for Kommunikation: Strategisk storytelling

- Andersen og Andersen (2015): *Pressearbejde i praksis*, kap. 5. Frydenlund.
- Berger, Jonah (2013): *Contagious*, pp. 1-27. Simon & Schuster.
- Buhl, Claus (2010): *Det lærende brand*, pp. 114-143. Lindhardt og Ringhof.
- Cornelissen, Joep (2014): *Corporate Communication*. Sage Publications Ltd.
- Denning, Steve (2011): *The Leaders Guide to Storytelling*. John Wiley & Sons.
- Fairhurst, Gail T. (2011): *The Power of Framing*, pp. 29-41, 54-59, 93. John Wiley & Sons
- Fog, Klaus m.fl. (2009): *Storytelling - branding i praksis*, pp. 61-69, 88-102. Samfundslitteratur.
- Hart, Jack (2012): *Storycraft – The complete guide to Writing Narrative Nonfiction*. University of Chicago Press.
- Haug, Astrid (2018): *Sig, du kan li' mig. Indholdsstrategi for sociale medier*, pp. 143-157, 169-184. Gyldendal Business.

- Li & Bernoff (2011): *Groundswell*, pp. 65-75. Harvard Business Review Press.
- Merksens m.fl. (2009): *Håndbog i strategisk public relations*, kap. 1. Samfundslitteratur.
- Rasmussen & Fischer (2008): *Målgruppeanalyse*. Nyt Teknisk Forlag.
- Schein, Edgar H. (2000): *Organisationskultur og ledelse*. Valmuen.
- Schultz m.fl (2005): *Corporate Branding*. Copenhagen Business School Press.
- Sepstrup & Øe (2010): *Tilrettelæggelse af information*, pp. 213-218, 229-247. Hans Reitzels Forlag.
- Simmons, Annette (2006): *The Story Factor*, pp. 1-26. Basic Books/Perseus Books Group.
- Sloth, Karin (2011): *Mål din resultater*. Samfundslitteratur.
- Vogler, Christopher (2007): *The Writer's Journey*. Michael Wiese Productions.

Fælles litteratur til bl.a. Journastik 3.0

- Bosworth & Sarah (2018): *Crafting Stories for Virtual Reality*, kap. 1 og 9, pp. 7-13 og 197-202. Routledge.

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er møde- og deltagelsespligt under dette forløb. For at kunne få bedømt semesterprojektet skal forløbets øvrige opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, og den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt.

Prøveform:

Forløbet afsluttes med et semesterprojekt, der afspejler den valgte metodespecialisering og bedømmes efter 7-trinsskalaen, intern censur. Der gives individuelle bedømmelser. Betingelsen for at få bedømt eksamensopgaven er specificeret i afsnittet om møde- og deltagelsespligt.

31.07.2020

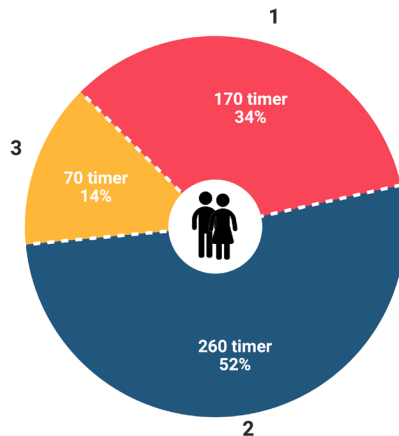
Side 4 / 2

Studieaktivitetsmodellen – én for hvert forløb

Studieaktivitetsmodellen

JM4 Dialogbaseret journalistik

500 timer i alt
20 ECTS points
10 uger



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Undervisning, vejledning, workshop, øvelser, oplæg

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Semesterprojekt

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Pensum, litteratursøgning, research

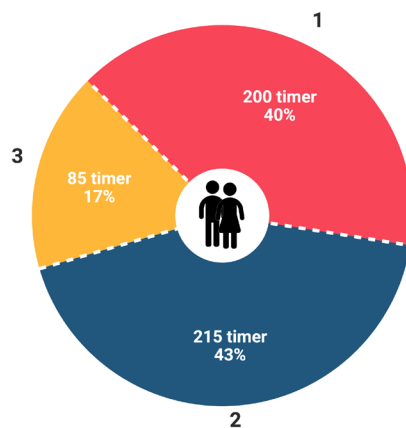
Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

Studieaktivitetsmodellen

JM4 Kommunikation: Strategisk storytelling

500 timer i alt
20 ECTS points
10 uger



Kategori 1

Undervisere har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og studerende har et medansvar gennem forberedelse og deltagelse. Både studerende og underviser deltager.

Undervisning, øvelser, vejledning, feedback

Kategori 2

Undervisere har hovedansvaret for rammesætning af læringsaktiviteterne, og studerende har hovedansvar for aktiv deltagelse i de tilrettelagte studieaktiviteter. Kun studerende deltager.

Semesterprojekt

Kategori 3

Studerende har hovedansvaret for studieaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Kun studerende deltager.

Pensum, søgning på litteratur

Kategori 4

Studerende har hovedansvaret for læringsaktiviteterne, og undervisere har medansvar for at rammerne er til stede. Både studerende og underviser deltager.

31.07.2020

Side 5 / 2

HB 15.1.2021