

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Journalistuddannelsen
Fagbeskrivelse
Efteråret 2020
Journalistisk Metode 4: Metodespecialisering

4. semester
Varighed: 20 ECTS

Formål:

Forløbet skal give de studerende mulighed for en faglig specialisering samt indsigt i og erfaring med digital, flermediel formidling inden for journalistik eller strategisk kommunikation på tværs af platforme. Desuden skal forløbet træne de studerende i at arbejde med fremtidens journalistik og storytelling. Forløbet bygger oven på kompetencer fra 1.-3. semester inden for den journalistiske arbejdsproces, f.eks. indsamling, bearbejdning og formidling.

Forløbet består af to elementer:

- 1) Et forløb (10 ECTS) med forskellige specialiserede linjer, hvor de studerende arbejder med specifikke journalistiske eller kommunikative metoder (beskrives uddybende herunder). Udover de respektive metodeforløb deltager de studerende i workshoppen "Journalistik 3.0" med fokus på fremtidens journalistik og platforme. Workshoppen skal give de studerende kendskab til og praktiske erfaring med journalistisk formidling i nyudviklede og fremtidige formater og platforme.
- 2) Et semesterprojekt (10 ECTS)

31.07.2020

Side 1 / 2

1) Forløb med metodespecialisering

I dette forløb vælger de studerende selv linje. De kan vælge mellem tre metodespecialiserede linjer og en kommunikationsfaglig:

- Datajournalistik
- Undersøgende journalistik (inkl. EU-forløb)
- 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.

Datajournalistik: Redskaber og læringsmål

De studerende skal opnå viden og kompetencer, der afspejler specialisering inden for datajournalistik. De vil kunne bruge forskellige metoder og værktøjer til at bedrive relativt avanceret research, analyse og formidling med afsæt i data. Derudover får de viden om etiske problemstillinger i forbindelse med brug og formidling af datajournalistik. Målet er, at de studerende på sigt kan udføre specialiserede arbejdsopgaver inden for området i en bredt defineret branche.

Efter forløbet skal de studerende:

- Kunne identificere, udvikle og formidle relevante, journalistiske historier ud fra dataanalyser.
- Kunne anvende avancerede indsamlings- og analyseværktøjer samt bearbejdnings- og visualiseringsværktøjer.

Undersøgende journalistik (inkl. EU-forløb): Redskaber og læringsmål

I halvanden uge af metodespecialet gennemgår de studerende et forløb med introduktion til undersøgende journalistik. Her skal de studerende kende, forstå og kunne arbejde med de metoder og problemstillinger, der knytter sig til undersøgende journalistik. Der er særlig vægt på samfundsmæssig væsentlighed og konflikt.

Efter det undersøgende forløb skal de studerende:

- Have kendskab til og kunne anvende aktindsigt, kvantitativ metode, egne kvantitative/kvalitative undersøgelser.
- Kunne gennemføre konfronterende interview samt analyse af indhold.

I løbet af 2,5 uge klædes de studerende på til at kunne inddrage viden, kilder og materiale fra EU i deres arbejde med undersøgende journalistik, hvor det er relevant. EU-delen indeholder:

- Oplæg og øvelser om beslutningsprocesser, aktuelle problemstillinger, aktører og kilder.
- En studietur til Bruxelles (oplæg og møder med politikere, lobbyister m.v.).
- Produktion af nyheder med inddragelse af EU-aspekter og -kilder.

31.07.2020

Side 2 / 2

Efter EU-forløbet skal de studerende:

- Indsigt i EU-processer og aktører, analyse (EU-politiske forhold).
- Kunne formidle kompliceret politisk stof med inddragelse af EU-kilder

Det er en mulighed, men ikke et krav, at det undersøgende projekt, som de studerende arbejder med, er EU-relateret.

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 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 større publikum.
- Kunne moderere og facilitere en konstruktiv samtale mellem folk med vidt 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 par uger af forløbet er der fokus på organisationskultur, branding og omdømmeledelse og derefter på grundlæggende narrativ teori, diskurstheori og fortælleteori. 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 3 / 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 Undersøgende journalistik (inkl. EU-forløb)

- Andreassen, Andreas Markmann (2018): *Håndbog i EU for journalister*. Udgivet af Dansk Journalistforbund. Udleveres gratis forud for forløbet (EU-litteratur).
- *Sådan arbejder EU*. Udgivet af Folketinget, 2015. Udleveres gratis forud for forløbet. (EU-litteratur).
- Larsen, Peter Harms (2003): *Introduktion til undersøgende journalistik*. Udgivet via Academia/Institut for Journalistik, Syddansk Universitet. Link: http://www.academia.edu/3826671/Introduktion_til_unders%C3%B8gende_journalistik
- Albrecht, Jakob & Mads Olrik Berthelsen (2011): *Tænk småt*. Journalisten. Link: <https://journalisten.dk/taenk-smat>
- Warmedal & Hjeltnæs (2012): "Metode og værktøj i undersøgende journalistik". I Warmedal & Hjeltnæs (red.): *Gravende journalistik: metode proces og etik*, pp. 142-170. Gyldendal Akademisk.
- Strand, Kurt (2014): *Interview for journalister*, kap. 8-10. Forlaget Ajour.
- Bjerg, Lars (2013): *Det kritiske interview*, kap. 1-3. Forlaget Ajour.

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://thewhole-story.solutionsjournalism.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 4 / 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.
- Merkelsen 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 mødepligt til alle skemalagte undervisningstimer og deltagelsespligt i gruppearbejde og opgaver.

31.07.2020

Side 5 / 2

Prøveform:

For at bestå skal forløbets opgaver være rettidigt afleveret og godkendt, den afsluttende opgave være bestået, og den studerende skal have været aktiv og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt.

2) Semesterprojektet

Journalistisk Metode 4 afsluttes med et semesterprojekt, der afspejler den valgte metode-specialisering. Projektet skal løses i grupper og munder ud i et journalistisk/kommunikationsfagligt produkt og en refleksionsrapport.

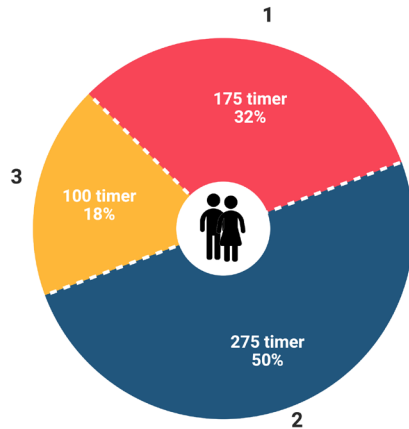
Prøveform:

Forløbets gruppeopgave bedømmes efter 7-trinsskalaen, intern censur. Der gives individuelle bedømmelser.

Studieaktivitetsmodellen

Journalistisk Metode 4

550 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 på opgaver.

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, research.

Kategori 4

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

HB/25.8.2020

31.07.2020

Side 6 / 2