

Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
Journalistuddannelsen
Fagbeskrivelse
Forår 2019

7. semester

Journalistisk Metode 4

Varighed: 15 ECTS

Workshop: Journalistik

Formål

Workshoppen skal kvalificere de studerende på følgende områder: Professionel brug af sociale medier i samspil med brugere/målgrupper med henblik på at opsamle, diskutere og udvikle væsentlige journalistiske historier og formidle dem online i længere formater.

Metoder

Vekslen mellem oplæg, øvelser og selvstændigt arbejde med et større journalistisk projekt samt selvlæsning, coaching og feedback.

I workshoppen researcher og udvikler de studerende et ambitiøst journalistisk projekt.

Sideløbende arbejder de på sociale medier med at udvikle det journalistiske projekt i samspil med interessenter på det aktuelle område.

Med afsæt i et hovedmedie arbejder de studerende med formidling online af deres journalistiske projekt.

I hele forløbet arbejder de studerende i selvvalgte tremandsgrupper.

Egenskaber

Der lægges vægt på personlige egenskaber som mod og lyst til at eksperimentere, engagement, arbejdsdisciplin, overblik samt evne til at ideudvikle, prioritere og samarbejde.

Læringsmål

Efter forløbet skal de studerende

1. have kendskab til brugernes adfærd på sociale medier med henblik på at involvere dem i udviklingen af de journalistiske historier, herunder:
 - a. systematisk overvåge, lytte til og interagere med relevante netværk og samtaler på sociale medier
 - b. demonstrere viden om de faktorer, der har indflydelse på spredning og popularitet af indhold i sociale medier
2. kunne ideudvikle, idekvalificere, afgrænse og udvikle journalistiske historier
3. kende til og kunne anvende formidlingskompetencer, herunder:
 - a. beherske dramaturgiske redskaber til journalistiske historier generelt og mediespecifikt
 - b. planlægge og producere en eller flere journalistiske historier i en bevidst kombination af medieudtryk (billede, lyd, tekst, grafik) til relevante målgrupper/onlinemedier
 - c. visualiseringsteknikker på sociale medier

Obligatorisk litteratur:

Den journalistiske forbindelse, del 1 og 2 (s. 9-258) Søren Schultz Jørgensen og Per Westergård (Gyldendal Business 2018)

Sig, du kan li' mig, Indholdsstrategi for sociale medier, Astrid Haug (Gyldendal Business, 2. udgave 2015)

Constructive News, Ulrik Haagerup (Aarhus University Press 2017)

Documentary Storytelling, Sheila Curran Bernard (Focal Press 2017)
s. 19-53

The best way to build audience and relevance by listening to and engaging your community,
Mónica Gúzman, American Press Institute, 2017
www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/listening-engaging-community

Brug af sociale medier i 2018 (Slots- og Kulturstyrelsen)
<https://slks.dk/mediernes-udvikling-2018/kort-nyt/brug-af-sociale-medier-i-2018/>

Anbefalet litteratur (ikke obligatorisk)

Den der råber lyver, Medieforbrugernes manual til løgnens tidsalder, Lea Korsgaard (Zetland 2017) Kan downloades her:
<https://www.google.com/search?q=den+der+r%C3%A5ber+lyver+pdf&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>

Etik for journalister på nettet, Jakob Albrecht og Andreas Marckmann Andreassen (Forlaget Ajour 2014)

Prøveform

Forløbet bedømmes ved 7. semesterprojektet. Det er en forudsætning for indstilling til semesterprojektet, at forløbets opgaver og øvelser er rettidigt afleveret og godkendt, og at de studerende har deltaget aktivt og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt.

Mødepligt/deltagelsespligt:

Der er mødepligt til al skemalagt undervisning og deltagelsespligt i gruppearbejde og øvelser.

Workshop: Kommunikation / strategisk storytelling

Formål

Forløbet skal lære de studerende at udvikle stærke, troværdige og holdbare narrativer og fortællinger, som er en stadig mere efterspurgt kompetence i en organisatorisk virkelighed, hvor medarbejdere, kunder, samarbejdspartnere, kritiske ngo'er m.fl. efterspørger en højere mening med bl.a. arbejde, produktion og forbrug.

Workshoppen behandler de grundlæggende organisatoriske forhold som kultur og ledelse, den vigtige relation til relevante interessenter og målgrupper samt det kontinuerlige arbejde med branding. De studerende lærer at kunne udvikle narrativer og fortællinger, der imødekommer behovet for legitimering, meningsfuldhed og forståelige strategier.

Læringsmål:

Efter forløbet skal de studerende kunne:

- Vise forståelse for organisatoriske forhold herunder narrativer og fortællingers indflydelse på ledelse og kultur.
- Analysere og redegøre for en aktørs mange forskellige hensyn, issues, interessenter og målgrupper
- Forstå og til dels mestre de grundlæggende trin i strategisk kommunikation og strategisk branding.
- Demonstrere en bred og sikker forståelse for det genrekarakteristiske ved narrativer og fortællinger og kunne udvikle meningsskabende og forandrende narrativer og fortællinger – gerne i flere formater og i samspil mellem mange kanaler og platforme

Litteratur (og program)

Læs følgende grundbog inden forløbet: "Strategisk kommunikation" anden udgave, Mie Femø Nielsen. Akademisk Forlag 2014. Kan købes i Receptionen fra fredag den 25. januar sammen med de to materialesamlinger.

Links til relevante fora om kommunikation:

Mennesker og medier: <http://www.dr.dk/p1/mennesker-og-medier/>

Kommunikationsforum: <http://www.kommunikationsforum.dk/>

Unge kommunikatører: <http://ungkom.dk/>

Den førende danske vidensplatform om CSR: <http://csr.dk/>

Brandmovers blog om content marketing med mere: <http://blog.brandmovers.dk/>

Digital Works; Viden og kurser om SoMe: <http://digitalworks.dk/>

Uge 9: Organisationskultur og ledelse / Fortællingers betydning for organisationer / Forandringskommunikation

Mandag Materialesamling 1: Helder m.fl.; Organisationsteoriens klassikere 1-20.

Medbring post-it seddel om 3 'sandheder' om dig selv.

Tirsdag Materialesamling 1: Organisationskultur og ledelse 16-34 + 37-44

Onsdag: Opgave i grupper hjemme: Kulturanalyse af DMJX

Torsdag: Materialesamling 1: The leaders guide to storytelling 59-79, The storyfactor 1-26,

Fredag: Opgave i grupper hjemme: Skriv en tale. Blogindlæg på Nuclino

Uge 10: Brandidentitet / CSR og legitimering / Interessenter og målgrupper / PR

Mandag Afholdelse af taler

Materialesamling 1: Corporate branding 25-33 +42-53

Tirsdag Virksomhedsbesøg

Materialesamling 1: Corporate Communication 39-57

Se 'Kender du typen' tirsdag aften på DR

Onsdag Materialesamling 1: Håndbog i strategisk public relations kap. 1, Pressearbejde i praksis 65-75 + 86-94 Målgruppeanalyse - Lær din målgruppe at kende 47-68 + 89-97, Gadernes nye offentlighed (en side)

Målgruppeøvelse

Torsdag: Opgave i grupper hjemme: PR indsats inkl. målgruppeovervejelse

Fredag: Aflevering af hjemmeopgave kl. 12. Blogindlæg på Nuclino

Uge 11: Grundlæggende træk ved det narrative / Arketyper, myter og fortællemodeller / Diskursteori

Mandag: Feedback på opgaver

Materialesamling 1: The power of framing 29-41 + 51-59 + 93

Pdf på Moodle: The hero and the outlaw 1-18

Tirsdag: Opgave enkeltvis hjemme: Forbered '2 minutters fortælling' til vores dag på Karpenhøj Naturcenter

Onsdag: Undervisning i tipitelt, Karpenhøj Naturcenter og storywalk i Mols Bjerge

Materialesamling 2: Storycraft 10-16 + 20-35, The Writers journey 3-20, Branding – storytelling i praksis 62-69

Torsdag: Opgave i grupper hjemme: Fortælling med udgangspunkt i storywalk inklusiv teaser på SoMe kanal

Fredag: Aflevering af opgave kl. 12. Blogindlæg på Nuclino

Uge 12: Storytelling og strategi / 'Midtvejsprøve'; Publicoopgave

Mandag: Materialesamling 2: Det lærende brand 114-143, Content Marketing Magazine #9 16-24: <http://pages.brandmovers.dk/tilmeld-content-marketing-magazine>

Opsamling på fortællinger

Midtvejsevaluering

Tirsdag: Materialesamling 2: Mål dine resultater 23-37, Corporate Communication (6 sider)

Oplæg ved Uffe Lyngaae, direktør i Publico

Onsdag: Hjemmeopgave i grupper; Publicocase

Torsdag: Hjemmeopgave i grupper; Publicocase

Fredag: Hjemmeopgave i grupper; Publicocase

Uge 13: Fremlæggelse hos Publico / Storytelling på Sociale medier

Mandag: Hjemmeopgave i grupper; Publicocase

Tirsdag: Fremlæggelse hos Publico, Balticagade 7, Aarhus C

Onsdag: Opgave hjemme: Udvælg og upload eksempel på god SoMe fortælling

Torsdag: Materialesamling 2: Groundswell 65-75, Contagious 1-27, Branding – storytelling i praksis 186-205

Oplæg om video storytelling ved Henrik Isaksen

Fredag: Opgave i grupper hjemme; SoMefortælling. Blogindlæg på Nuclino

Uge 14: Flow og synergi / tværmedialitet / Opsamling

Mandag: Gennemgang af SoMefortællinger

Media Flow – Indhold og indholdsstrømme i centrum: Kap. 1

<http://www.dmjx.dk/aktuelt/viden/rapport-media-flow-indhold-og-indholdsstromme-i-centrum>

Øvelse i tværmediel storytelling

Tirsdag:

Materialesamling 2: Tilrettelæggelse af information 213-218 + 229-247, Sig du kan li' mig 143-157 + 169-184

Content Marketing Magazine #6: <http://pages.brandmovers.dk/tilmeld-content-marketing-magazine>

Onsdag: Hjemmeopgave i grupper hjemme: Udvikling af koncept og indholdskalender + 2-3 stk. indhold

Torsdag: Opsamling på opgave

Spørgerunde

Fredag: Opsamling

Introduktion til semesterprojekt.

Blogindlæg på Nuclino

Mødepligt/deltagelsespligt

Der er mødepligt til al skemalagt undervisning og deltagelsespligt i gruppearbejde og øvelser.

Prøveform

Forløbet bedømmes ved 7. semesterprojektet. Det er en forudsætning for indstilling til semesterprojektet, at forløbets opgaver og øvelser er rettidigt afleveret og godkendt, og at de studerende har deltaget aktivt og opfyldt kravene om møde- og deltagelsespligt.

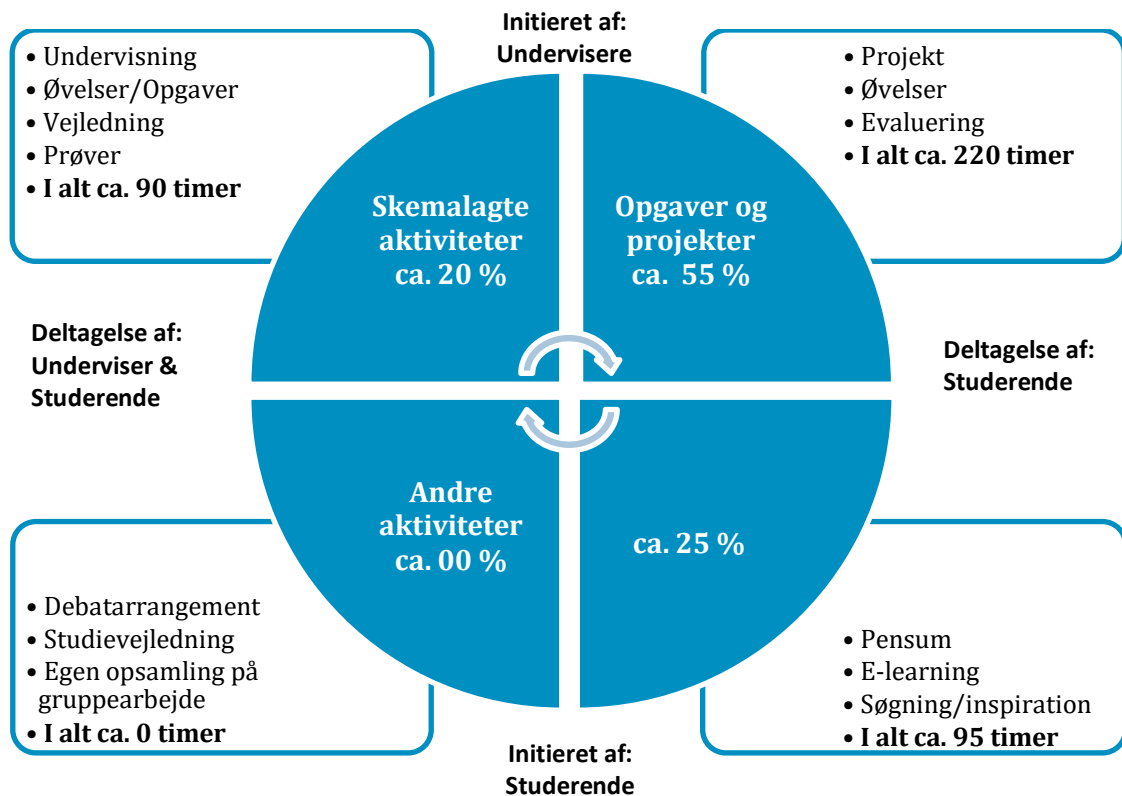
Semesterprojekt (5 ECTS)

Journalistisk Metode 4 afsluttes med et semesterprojekt på 5 ECTS. Projektet munder ud i et journalistisk/kommunikationsfagligt produkt og en refleksionsrapport, der prøves ved en mundtlig eksamination.

Prøveform

45 minutters mundtlig eksamen inkl. votering (ved 2 personer 60 minutter, 3 personer 75 minutter og 4 personer 90 minutter) på baggrund af den afleverede prøve, samlet bedømmelse efter 7-trinsskalaen med ekstern censur.

Studieaktivitetsmodel - Journalistik:



Studieaktivitetsmodel - Kommunikation:

