

Journalistik Laboratorium (J-Lab) 2016

7/2 – denne version erstatter tidligere versioner

Underviser:

- Aske Kammer, fagansvarlig (kammer@journalism.sdu.dk)

Lokale:

- Indskoling 1 (V10-206-1)

Formålet med Journalistisk Laboratorium er, at de studerende skal klædes bedre på til at indgå i den nuværende medieindustri, som er præget af digitalisering, ændringer i mediebrug, -produktion og -ansættelsesforhold og økonomiske udfordringer. Faget fokuserer gennem en kombination af akademisk indhold og praktisk arbejde på udvikling af mediekoncepter og på, at de studerende arbejder med innovation og med at integrere markeds-, bruger-, indholds- og/eller økonomiske analyser i deres projekter. Faget arbejder med udvikling af medieindhold i bred forstand (dvs. ikke kun forstået som journalistisk produktion). Gennem faget skal de studerende udarbejde deres egne mediekoncepter (enten individuelt eller i grupper), som udvikles i en vekselvirkning mellem praktisk og analytisk arbejde, og som undervejs i forløbet afprøves i pitch-runder sammen med andre studerende, undervisere og praktikere fra mediebranchen.

Ved eksamen skal de studerende kunne:

- udvikle et mediekoncept
- skabe et *mock-up*/en dummy til mediekoncept
- anvende brugerundersøgelser, indholdsanalyser, markedsundersøgelser og/eller lignende i arbejdet med udviklingen af mediekonceptet
- reflektere over det udviklede mediekoncept i forhold til aktuelle udviklinger inden for medier, kommunikation og journalistik.

Undervisningsplan

Undervisningsplanen vil blive opdateret, for der er stadig et par uafklarede detaljer, men den 1. uge er i hvert fald på plads.

Mandag d. 8. februar: Velkommen til J-Lab

Indhold

- 9:15-13:30: Velkomst, introduktion, formalia, kick-off
- 13:30-15:00: Fra J-Lab til medie-entreprenør (Jeanet Rosenkjær)

Tekster:

- New York Times' innovationsrapport (på Blackboard)
- Küng: Executive Summary og kapitel 1
- Ruud (kompendium)

Tirsdag d. 9. februar: Tendenser i medieverdenen

Indhold

- 9:15-14:00: Disruption, kreativ destruktion og post-industriel journalistik
- 14:00-14:30: Mulighed for projektsamarbejde (v/ Aslak Gottlieb)

Tekster:

- Bower & Christensen (kompendium)
- Schumpeter (kompendium)
- Anderson, Bell & Shirky (Blackboard)

Fredag d. 12. februar: Video, video, video

Indhold

- 9-15: Video, video, video (v/ Rune Michelsen)

Tekster:

- nej

Mandag d. 15. februar: Selvpublicering

Indhold

- 9:15-12:00: Podcasts (v/ Didde Elnif)
- 12:15-15:00: Selvpublicering på web og app

Tekster:

- nej

Tirsdag d. 16. februar: Innovation

Indhold

- 9:15-12:00: Innovation i teori og praksis
- 12:15-15:00: Arbejde med eksamens-projekter

Tekster:

- Miller & Wedell-Wedellsborg (kompendium)
- Küng: resten af bogen

Fredag d. 19. februar: Publikum og brugere (og pitch-runde 1)

Indhold

- 9:15-12:00: Publikumsdeltagelse i medieproduktion
- 12:15-15:00: Pitch-runde

Tekster:

- Hermida (kompendium)
- Bruns (kompendium)
- Finnemann (kompendium)

Mandag d. 22. februar: Medieøkonomi

Indhold

- 9:15-13:00: Crash-course i medieøkonomi
- 13:15-15:00: Forretningsplanlægning i praksis (v/Lene Rimestad)

Tekster:

- Doyle (kompendium)
- Anderson (kompendium)

Tirsdag d. 23. februar: Fokusgruppe (og pitch-runde 2)

Indhold

- 9:15-12:00: Fokusgrupper i praksis (v/ Aslak Gottlieb)
- 12:15-15:00: Pitch-runde

Tekster:

- kommer senere

Fredag d. 26. februar: Spørgeskemaer og afslutning

Indhold

- 9:15-12:00: Spørgeskemaer i praksis (v/ Morten Skovsgaard)
- 12:15-15:00: Rapporten, opsamling og afslutning

Tekster:

- kommer senere

Seminar-dag 1: TBA

Detaljer kommer snarest muligt.

Seminar-dag 2: TBA

Detaljer kommer snarest muligt.

Fælles pensum

Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2012). *Post Industrial Journalism: Adapting to the Present*. New York: Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School.

Anderson, C. (2009). *Free. The Future of a Radical Price*. London: Random House. (kapitel 2: "Free 101")

Bower, J. L., & Christensen, C. M. (2010). Disruptive Technologies – Catching the Wave. In *Harvard Business Review on Business Model Innovation*. Boston: Harvard Business Publishing Corporation.

Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: From Production to Prodsusage*. New York: Peter Lang. (kapitel 2: "The Key Characteristics of Prodsusage")

Doyle, G. (2013). *Understanding Media Economics* (2nd ed.). Los Angeles: Sage. (kapitel 1: "Introduction")

Finnemann, N. O. (2005). The cultural grammar of the internet. In K. B. Jensen (Ed.), *Interface://Culture - The World Wide Web as Political Resource and Aesthetic Form* (pp. 52-71). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Hermida, A. (2011). Mechanisms of Participation: How audience options shape the conversation. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinenon, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, & M. Vujnovic (Eds.), *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Malden: Wiley-Blackwell.

Küng, L. (2015). *Innovators in Digital News*. London: I. B. Tauris.

Miller, P., & Wedell-Wedellsborg, T. (2013). *Innovation as Usual. Skab innovative medarbejdere - en praktisk guide for ledere*. København: L&R Business. (kapitel 1: "Innovation as Usual")

Schumpeter, J. A. (1943/2010). *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: Routledge. (kapitel 7: "The Process of Creative Destruction")

I alt: 400 ns.