

Opgave 2: Proces, dokumenterende og undersøgende visuel storytelling.

Opgave:

Rejs et relevant problem, stil spørgsmål I vil have besvaret som del af problemfelt og som vinkel på de(n) historie(r), I fortæller. Problemstilling tager afsæt i feltet mellem: Kulturarv – Berlin – jer/nutiden.

Problemstilling og spørgsmål skal materialisere sig i en række videoproduktioner, publiceret løbende og distribueret på relevante sociale medier. Afslutningsvist samles de enkelte produktioner til en multimediefortælling

Metode:

I projektet skal I arbejde med metoden: "Proces, dokumenterende og undersøgende visuel storytelling". Det betyder, at I fra allerede fra første færd, spørgsmålet ideudvikling og research producerer og publicerer indslag løbende, som kan etablere emne, dokumentere proces, research og løbende fører os videre. Struktureret og bundet til tiden/proces fra start til forhåbentlig svar på spørgsmål – eller i det mindste større indsigt i problemstillingen.

Vi arbejder stadig med afsæt i de gængse nyhedskriterier fra journalistikken: Aktualitet, væsentlighed, identifikation og sensation (noget nyt). Flere af disse forhold skal være tydelige i jeres valg af problemstilling og spørgsmål I rejser.

Se opgavens mål og resultat som en proces, mere end som en færdigt produkt, som forløser sig til sidst i forløbet.

Krav til proces og forløb:

- Problemstilling og spørgsmål skal relatere sig til: Kulturarv-Berlin- jer/nutiden.
- Problemstilling skal være relevant og finde et eller flere ben i nyhedskriterierne.
- I skal identificere konkrete målgrupper med interesse for problem og spørgsmål.
- I skal løbende producere og publicere indslag/video.
- I skal vælge relevante platforme for distribution og kontakt til målgruppe samt interessenter. Formuler en distributionsstrategi.
- De enkelte indslag skal ses som del af en undersøgende fortælling, men skal i sig selv også give mening og en oplevelsesværdi for modtagere/målgruppe.
- I skal afslutningsvist samle bidderne til en samlet multimediefortælling.
- Der skal minimum produceres 10 indslag i perioden. Indslag skal kunne opleves eksternt på de platforme, I har valgt. De bærende medieudtryk er video – men kan være forløb af foto, tekst, grafik og lyd.
- Indhold, form og platform skal være tilpasset en mobilvisning/oplevelse.

Proces:

1. Inden afrejse til Berlin skal projektramme, problemstilling og spørgsmål være formuleret og operative, så de første indslag kan publiceres.
2. Hub/base - en ramme for projektet etableres i form af en blog på tvmkanal.dk. Denne kan evt. også være del af jeres distributionsstrategi.
3. I Berlin intensiveres proces og det undersøgende element – on location. Herfra vil de fleste indslag blive produceret og distribueret.
4. Efterfølgende samles de enkelte indslag til en multimediefortælling formidlet gennem blog /hjemmeside og værktøjer for visuel storytelling (Storify, Storehouse mfl.)
5. Projekter afsluttes endeligt i uge 20.

Senest onsdag den 29/4 afleveres en kort synopsis for projekt:

- Arbejdstitel
- Problemstilling – problem – spørgsmål
- Research (DK/Berlin) – foretaget og bud på videre research
- Timeline – forestillinger om publiceringer, forløb
- Mulige hjælpere/interessenter
- Målgruppe
- Platforme for distribution
- Link til hub/blog for projekt, evt. første produktion/publicering

Omfang: ½ til 1 A4 side.

Afleveres i Moodle mappe for synopsis – deadline 29/4 kl. 16

Frem til onsdag sker:

- afklaring af projekt, problem og spørgsmål i de grupper, som foreløbig har manifesteret sig – se liste på blog. Grupper forankret og endelig på plads 29/4. Min. 3 personer og max. 5 personer pr. gruppe. For at komme videre gå disse punkter igennem i arbejdsgrupperne:

1. Giv ide/ramme en arbejdstitel
2. Stil 3 tydelige, konkrete spørgsmål til ide, som I ikke lige umiddelbart kender svaret på?
3. Angiv 3 konkrete research tiltag – viden og indsigt, nødvendigt for at komme videre? (som I kan gå i gang med umiddelbart og dokumentere/formidle)
4. Hvem kan I snakke med for at blive klogere, komme videre? Hvor kan I søge hjælp?
5. Hvem vil I gerne kommunikere til? Relevans og aktualitet for målgruppe.
6. Overvej mulige platforme for publicering og distribution
7. Hvad kan første "bid" for publicering være? – Hvor starter jeres fortælling?

Etabler en fælles blog som base/ hub for projektet og publicering.

Peter Østergaard Sørensen april 2015