

Referat af styrelsesmødet ved Center for Journalistik mandag den 13. marts 2017, kl. 10.30-12.30 på SDU, mødelokale M

Tilstede: Christian Jensen, Peter Bro, Christian Kierkegaard, Tine Johansen, Bente Johannesen, Anne-Marie Dohm, Esben Seerup, Erik Albæk, Morten Skovsgaard, Ole Friis, Ralf Andersson, Simon Møberg Torp, Søren Pors Grundahl, Sarah Scheer Pedersen, Pernille Seier.

Afbud: Anders Møller-Nielsen, Christian Elmelund-Præstekær.

1. Velkomst til nye medlemmer af styrelsen

Styrelsen har fået to nye studenterrepræsentanter. Velkommen til Søren Pors Grundahl fra bacheloruddannelsens 2. semester, samt Sarah Scheer Pedersen fra Cand. Mag. i Journalistik, 2. semester.

2. Korte statuspunkter fra centeret

- Uddannelse: Morten Skovsgaard fortalte kort om hvordan reduktion af antallet af undervisningstimer og vejledningstimer er blevet godt modtaget på de håndværksmæssige fag. Underviserne har formået at finde steder, hvor der kan reduceres uden at det går alt for meget ud over kvaliteten af undervisningen.

Derudover er arbejdet med reformen af BA uddannelsen og cand.public uddannelsen ved at tage form. Den bliver endeligt diskuteret på et medarbejderseminar efter sommerferien, som skal sikre en bedre integration mellem akademiske fag og håndværksfag, samt sikre at kvaliteten og udviklingen af uddannelserne stadig er i top.

- Forskning: Forskningsleder Erik Albæk fortalte kort om, at der er slået en stilling op til en mediesprogsforsker, som ansættes efter sommerferien.

Derudover er der søgt og modtaget midler til to halve adjunkturer + ph.d. en stilling. Institut for Statskundskab finansierer resten. Ph.d. opslaget er prioriteret til journalistik, så forhåbentlig giver det flere ansøgere, end der hidtil har været.

Center for Journalistik skal afholde konference den 23. og 24. marts 2017, hvor centerets medarbejder, Arjen van Dalen, er leder af ECREA (The Journalism Studies division of the European Communication Research and Education Association). Der er tæt på 100 tilmeldte forskere.

Til maj afholdes den store internationale konference indenfor området, ICA (International Communication Association), hvor vi er godt repræsenteret indenfor områderne Journalistik og Politisk Kommunikation. Det er ikke officielt endnu, men en af centerets medarbejdere får blandt andet her en pris for bedste forskningsbidrag.

Udvikling:

Ungeområdet: Mediacamp, som hidtil har været afholdt her på SDU i samarbejde med TV2 Fyn, Fyens Stiftstidende og P4 Fyn – udvides nu til København, hvor 5 gymnasier er tilmeldt. Hertil kommer også nye mediesamarbejdspartnere, som Politiken, Lorry og P4 der er med i projektet.

Midlerne bliver primært afholdt af SDU's universitetsbibliotek, samt de medvirkende gymnasier. Det har den styrke at disse projekter kan skaleres til at dække stadig større dele af landet. For nu er der også begyndt at komme forespørgsler fra gymnasier i andre dele af landet, om vi ikke kan lave noget lignende for dem.

Børneområdet: Børnejournalistuddannelsen fortsætter for 3. år i træk i samarbejde med Berlingske, LEGO fonden og DR. Også her bliver der talt om, hvorvidt vi skal forsøge at gøre projektet landsdækkende.

3. Kort oplæg ved Jan Birkemose, Fellow 2016/17, om hans projekt

Igennem projektet har Jan haft samtaler med chefredaktører og digitale chefer fra 12 danske, digitale medier. Det primære mål med de mange møder har været at kortlægge, hvad medierne i Danmark tænker om at udgive deres journalistik direkte på de sociale mediers platforme, i stedet for blot at bruge de sociale medier til at linke til mediernes egne hjemmesider. Facebook er ren business for de danske medier og derfor er mængden af trafik, det absolut vigtigste succesparameter.

Spørgsmålet til medierne i Danmark har derfor været, hvad de vil med de mange klik fra Facebook?

Typisk er der to strategier:

Reach-strategien. Her er ønsket at opnå den størst mulige udbredelse af mediets indhold. Ved hjælp af Facebook kan brugerskaren geares voldsomt, og de mange ekstra klik giver både kommerciel og publicistisk værdi. Strategien bruges især af medier, der primært lever af annonceindtægter eller som ønsker at ekspandere deres position på mediemarkedet.

Konverterings-strategien. Her bruges Facebook til at fiske efter nye faste brugere — nye kernelæsere. Selvom modellen også skaber supplerende annonceindtægter, er strategien først og fremmest at lede efter nye abonnementskunder.

Desværre er Facebook notorisk kendt for at ændre spillereglerne uden varsel. Det er derfor med blandede følelser og erfaringer, at danske mediechefer overvejer at engagere sig yderligere med Facebook, ved at udgive deres indhold på Instant Articles. Langt de fleste mediechefer har et pragmatisk forhold til de sociale medier, så hvis fordelene på et tidspunkt bliver større end ulemperne, kan Instant Articles blive mainstream på de danske medier. Forhold der kan trække i den retning, kan for eksempel være:

- At medier foretager et strategisk megaskift over mod en forretningsmodel, der primært finder sin næring hos majoriteten af perifære brugere fremfor mindretallet af kernebrugere.
- At Facebook kommer medierne i møde og deler ud af data.
- At nogle finder nøglen til succes med **konverterings-strategien** via Instant Articles.
- At Facebooks algoritme behandler traditionelle link-opslag endnu dårligere og måske favoriserer Instant Articles endnu mere.
- At sponsoreret indhold ekspanderer på danske medier, og de vælger at udnytte Instant Articles til dette. Kunne også være et ønske fra sponsorerne, der gerne vil udnytte Facebooks værktøjer til målretning af opslag.

Facebook har brug for indhold, og medierne har brug for Facebooks brugere. Derfor er der stærke fælles interesser i at få Instant Articles til at fungere.

Christian Jensen takkede Jan for hans gode råd og hans tid som fellow på centeret. Projektet rammer rent i en tid, hvor medierne har brug for denne viden lige nu og her - og i nærmeste fremtid.

4. Valg af Fyens Stiftstidendes fellow for 2017/18:

Punktet blev indledt med en orientering om habilitetsregler. Her blev det klart, at Tine Johansen var inhabil i forhold til en af ansøgerne. Herefter fulgte en grundig diskussion og udvælgelse.

- Fyens Stiftstidendes fellow for efteråret 2017, er Pierre Collignon, tidligere journalistisk chefredaktør på Jyllands-Posten. I dag er Pierre selvstændig og hans projekt handler om: "Journalistisk troværdighed i en æra af alternative medier, fake news og deinformation". Centeret glæder sig til at byde Pierre velkommen til efteråret.

Christian Jensen og Peter Bro tager en snak med Den Fynske Bladfond om evalueringen af fellowship-ordningen. Konkret vil det ske i dialog med Troels Mylenberg, ansv. Chefredaktør for Fyens Stiftstidende.