

Onderzoekopdracht Crossmedialab

Crossmediastrategie op festivals

Probleemomgeving

Het Lectoraat Crossmedia Business (beter bekend als het Crossmedialab) heeft in de afgelopen jaren veel projecten gedaan voor en op festivals. Hiertoe is bijvoorbeeld op zes festivals onderzoek gedaan naar de beleving van festivalbezoekers, maar is ook advies gegeven over mogelijke mediastrategieën die door de organisatie kunnen worden ingezet. Festivals ontdekken steeds meer de mogelijkheden van het in combinatie inzetten van verschillende media-uitingen. Deze media worden niet alleen voor de promotie van het festival gebruikt, maar ook steeds vaker op het festival zelf. Festivals willen steeds vaker de bezoeker onderdeel uit laten maken van het evenement, ook buiten het daadwerkelijk fysieke evenement om. Als voorbeeld hiervoor geldt het Magneetfestival. Op dit festival is het voor de bezoeker mogelijk om een groot deel van het festival mede te creëren. Ook andere festivals experimenteren steeds meer met verschillende vormen van co-creatie.

Vanuit de eerdere samenwerkingsverbanden heeft het Crossmedialab een hechte relatie opgebouwd met Festival de Beschaving. Hierdoor krijgt het Crossmedialab niet alleen de mogelijkheid om in de keuken van het festival te kijken, maar ook mee te denken over de mediastrategie van het festival. Ook de Beschaving is op zoek naar een manier waarop buiten het evenement zelf de relatie met de bezoekers zo hecht mogelijk kan worden. Door de openheid die we van het festival krijgen, willen we deze mogelijkheid benutten om de Beschaving als casus te verkennen met betrekking tot de media-inzet naar de (mogelijke) bezoekers toe.

Vragen van het Crossmedialab

- Welke crossmediale communicatiestrategie wordt door Festival de Beschaving gehanteerd? Deze vraag kan worden onderverdeeld in de volgende vragen:
 - Wat is het crossmediale concept achter Festival de Beschaving?
 - Welke media-uitingen worden door Festival de Beschaving gebruikt om het crossmediale concept uit te dragen?
 - Op welke manier zijn de media-uitingen met elkaar verbonden?
- Hoe kunnen de effecten van het crossmediale concept worden gemeten?
- Welke crossmediale effecten zijn waar te nemen?

Relatie met het onderzoek van het Crossmedialab

Dit onderzoek is deel van het onderzoek rondom festivals en evenementen.

Bedrijfsomschrijving:

Het Crossmedialab (<http://www.crossmedialab.nl>) is de werkplaats binnen de Faculteit Communicatie & Journalistiek waar toegepast onderzoek plaatsvindt naar crossmedia. Het onderzoek begeeft zich op de domeinen media, cultureel erfgoed, marketing, onderwijs en richt zich op de individuele beleving van crossmedia, de (organisatorische) veranderingen in processen van waarde---uitwisseling en de maatschappelijke ontwikkeling van mediawijsheid. Het onderzoek wordt middels projecten uitgevoerd door projectteams waarin

studenten, docenten en externe onderzoekers participeren.

Gewenst profiel onderzoeker:

Je beschikt over een goede schriftelijke uitdrukkingsvaardigheid, bent proactief en hebt een positief-kritische houding. Je hebt brede interesse binnen het onderzoeksvak, en bent ambitieus. Je vind het prettig te werken in een dynamische uitdagende omgeving.

Contactgegevens:

mentoren:

Jelke de Boer: Docent, Onderzoeker

Telefoonnummer: 06 13 76 33 44

Emailadres: jelke.deboer@hu.nl

Michiel Rovers: Docent, Onderzoeker

Telefoonnummer: 06 81 28 79 57

Emailadres: michiel.rovers@hu.nl

Projectopdracht 30 ECTS (Afstuderen)

Analyseer de communicatiestrategie van Festival de Beschaving en de uitvoering ervan.

Projectaanpak (LET OP! DE UITVOERING VAN DE WERKZAAMHEDEN LOPEN DOOR TOT EN MET 20 JUNI)

1. Maak een beschrijving van het concept achter Festival de Beschaving.
2. Maak een beschrijving van de mediastrategie van het festival.

3. Maak een meetinstrument waarmee de media-uitingen kunnen worden gemonitord
4. Voer gedurende de campagne metingen uit op de verschillende uitingen.

Projectresultaten

1. *Scriptie*
2. *Beschrijving van het concept achter het festival*
3. *Beschrijving van het mediastrategie van het festival*
4. *Beschrijving van het meetinstrument waarmee de verschillende media-uitingen kunnen worden gemonitord*
5. *Beschrijving van de resultaten die uit de metingen voort zijn gekomen*
6. *Analyse op basis van de resultaten*
7. *Bijdrage aan publicatie 'LabRats'.*

Standaarddocumenten (alle te vinden op <http://www.crossmedialab.nl/curious>)

- *Handleiding afstuderen bij het Crossmedialab*
- *Templates voor onderzoeksvoorstel, --- plan, en ---rapportage*
- *Analysekader voor casussen*
- *Literatuurverwijzingen. Voorbeelden* (alle te vinden op <http://www.crossmedialab.nl/impact>)

Reageren

Bekijk de afstudeerhandleiding van het Crossmedialab over te ondernemen stappen als je dit afstudeeronderzoek wilt gaan doen.

Projectopdracht 15 ECTS (Afstuderen)*

Analyseer de communicatiestrategie van Festival de Beschaving en de uitvoering ervan.

Projectaanpak (LET OP! DE UITVOERING VAN DE WERKZAAMHEDEN LOPEN DOOR TOT EN MET 20 JUNI)

1. Maak een beschrijving van het concept achter Festival de Beschaving.
2. Maak een beschrijving van de mediastrategie van het festival.
3. Maak een meetinstrument waarmee de media-uitingen kunnen worden gemonitord
4. Voer gedurende de campagne metingen uit op de verschillende uitingen.

Projectresultaten

1. *Scriptie*
2. *Beschrijving van het concept achter het festival*
3. *Beschrijving van het mediastrategie van het festival*
4. *Beschrijving van het meetinstrument waarmee de verschillende media-uitingen kunnen worden gemonitord*
5. *Beschrijving van de resultaten die uit de metingen voort zijn gekomen*
6. *Analyse op basis van de resultaten*
7. *Bijdrage aan publicatie 'LabRats'.*

Standaarddocumenten (alle te vinden op

<http://www.crossmedialab.nl/curious>)

- Handleiding afstuderen bij het Crossmedialab
- Templates voor onderzoeksvoorstel, --- plan, en ---rapportage
- Analyse kader voor casussen
- Literatuurverwijzingen. **Voorbeelden** (alle te vinden op <http://www.crossmedialab.nl/impact>)

Reageren

Bekijk de afstudeerhandleiding van het Crossmedialab over te ondernemen stappen als je dit afstudeeronderzoek wilt gaan doen.

Projectopdracht 5 ECTS (Afstuderen)*

Analyseer de communicatiestrategie met betrekking tot social media en de website van Festival de Beschaving en de uitvoering ervan.

Projectaanpak (LET OP! DE UITVOERING VAN DE WERKZAAMHEDEN LOPEN DOOR TOT EN MET 20 JUNI)

1. Maak een beschrijving van het concept achter Festival de Beschaving.
2. Maak een beschrijving van de mediastrategie (met betrekking tot social media en de website) van het festival.
3. Maak een meetinstrument waarmee de media-uitingen kunnen worden gemonitord
4. Voer gedurende de campagne metingen uit op de verschillende uitingen.

Projectresultaten

1. *Scriptie*

2. *Beschrijving van het concept achter het festival*
3. *Beschrijving van het mediastrategie van het festival*
4. *Beschrijving van het meetinstrument waarmee de verschillende media-uitingen kunnen worden gemonitord*
5. *Beschrijving van de resultaten die uit de metingen voort zijn gekomen*
6. *Analyse op basis van de resultaten*
7. *Bijdrage aan publicatie 'LabRats'.*

Standaarddocumenten (alle te vinden op <http://www.crossmedialab.nl/curious>)

- *Handleiding afstuderen bij het Crossmedialab*
- *Templates voor onderzoeksvoorstel, --- plan, en ---rapportage*
- *Analysekader voor casussen*
- *Literatuurverwijzingen. **Voorbeelden** (alle te vinden op <http://www.crossmedialab.nl/impact>)*

Reageren

Bekijk de afstudeerhandleiding van het Crossmedialab over te ondernemen stappen als je dit afstudeeronderzoek wilt gaan doen.