

Journalistikk i samfunnets tjeneste

Kjell Nyhuus om LLAs nye prosjekt
Levende lokalsamfunn

LLA 21.04.2012

Hva er...

- (Lokal)samfunnsjournalistikk
- Leserinitiert journalistikk
- Leserstyrt journalistikk
- Journalistikk til samfunnet "beste"
- Resultatstyrt journalistikk
- Kompromissjournalistikk

Bakgrunn

- Synkende deltagelse i samfunnets prosesser
 - Politiske, økonomiske, velferd, dugnad
- Synkende valgdeltagelse
- Økte forskjeller (omstridt)
- Økende politikerforakt
- Økende journalist- og medieforakt
- Økende andel innholdsløst medieinnhold
- Synkende avisopplag

Fallows/Holmkvist

- Negative nyheter
- Politikk i "idrettsklær"
- Opinionsstyrt journalistikk – iscenesatt av mediene sjøl
- Symbiose mellom journalister og politikere
- Nærhet til makt gjør journalister til eksperter på politisk spill
- Journalistene bor og lever på samfunnets solside
- Redaksjoner har problemer med å ta imot kritikk
- Journalister opptrer som eksperter
- Personfiksering

Hvorfor

- Fordi det er jobben vår
- Fordi det gjør oss populære (og upopulære)
- Skal øke opplaget

Kjennetegn

- Lytte og forstå folks tanker, ideer og behov
- Journalistikk om det som er viktig for folks liv
- Søke og skape dialog
- Skaffe ressurser til denne dialogen
- Arrangere denne dialogen
- Foreslå prioriteringer og løsninger
- Være langsiktig
- Ha mål med "demokratiske" fortegn
 - Deltagelse, involvering, bredde
- Samarbeid medier imellom

- Samfunnsbevarende – ikke samfunnsomveltende
- Skape et nytt forhold mellom offentligheten og pressen. Det må begynne med å akseptere at journalister ikke bare er rapportører, men aktører. Vi har en grunnleggende oppgave i å styrke publikums evne til å delta i samfunnets prosesser.

Lytt (og forstå)

- Spørreundersøkelser
- Paneldebatter
- Analyser

- Bruke fagfolk til å forstå
 - Dette er det motsatte av ”fem på gata”

Temaer

- Kunnskap må brukes til å lage journalistikk om det folk er opptatt av, men hvordan det gjøres må være redaksjonelle valg. Men på basis av hva man har lært, ikke hva man tror, eller hva redaktøren måtte mene. (Ofte kal redaktørens dårlige samvittighet.)

Råd

- Vær faktabasert
- Langsiktighet er viktigere enn store oppslag
- Bruk vignetter for å identifisere temaene
- Bring fram "gråtonene", livet er ikke svart/hvitt. Det finnes flere løsninger.
- Ikke bruk ekspertenes språk – kildesmitte.
- Gi folk tid til å tenke.
- Folk er ikke så dumme som journalister og redaktører ofte tror.

Motforestillinger

- Endrer journalistrollen – fra rapportør til aktør
 - Ja – det må vi tenke gjennom
- Gir ikke rom for kritikk av egen journalistikk
 - Jo - definitivt
- Er alt for luftig
 - Ja
- Dette gjør vi jo allerede
 - Delvis

Kampanje

- Men kampanjejournalistikk er noe svineri som alle seriøse journalister må holde seg langt unna. Det rimer ikke med den rollen vi skal ha som en beskriver og en analytiker i et moderne demokratisk samfunn.
- Men..

- kampanje er bare et annet navn på samfunnsengajement, og det er nettopp det journalistikken og mediene skal gjøre/være.
- Engasjere seg i saker, ta stilling, agitere, forkaste, fordømme, elske og hate. (På en skikkelig måte naturligvis.)

(Journalist)roller

- Reporteren
- Repeateren
- Referenten
- Patrioten
- Samfunnsrefseren
- Maktkritikerne

Føringer i VVp

- 1.1 ... fri og uavhengig presse...
- 1.2 ... ivareta ... debatt og samfunnskritikk. Ulike syn skal komme til uttrykk
- 1.4 ... avdekke kritikkverdige forhold
- 1.5 ... beskytte enkeltmennesker mot overgrep og forsømmelser

Avgrensning

- Det er kampanjejournalistikk når et medium gjennom sin journalistikk ensidig framhever en løsning på et samfunnsspørsmål
- Det må skilles mellom kommentarer og fakta

Spørsmålet

- Er det kampanjejournalistikk lokalavisen bedriver når den ensidig agiterer for at lokalsamfunnet skal beholde lokalsykehuset?
- Ja
- Er det ok?

Tema

- Nei – kampanjejournalistikk er ikke knyttet til tema, men til journalistisk idé, metode og presentasjon. Kanskje vi kan kalle det vinkling.

Ubalanse

- Det noen vinner på – taper andre.
- Skal vi støtte / framheve dem som kjemper mot etablering av et asylmottak i vår grend?
- Hvem skal bestemme hvem vi skal støtte?
- Redaktøren naturligvis.
- Men hvem skal redaktøren lytte til?
- Flertallet? Kommunestyret?

Holdninger

- Kampanjebegrepet er negativt ladet
 - Men PFU har sagt at kampanje kan være ok
- Journalismen oppfatter journalistikken som saksnøytral
- Vi skal ikke la oss bruke
- Men journalister er vidsynte, ikke nærsynte eller trangsynte.

Demokratiske oppgaver

- Sørge for det frie ordskifte
- Bringe korrekt og troverdig informasjon
- Være verktøyet til å strukturere informasjon for demokratiske formål
- Å underslå viktig informasjon er derfor udemokratisk – særlig i områder der man er mer eller mindre alene

Men..

- Journalister er kunnskapsløse
- Journalister er late
- Journalister er bundet av mange hensyn

Gode temaer?

- Nei til narkotika
- Nei til rasisme
- Ja til bruk av bilbelte
- Ja til gang- og sykkelveg
- Nei til bomring
- Nei til nedlegging av fødestua
- Ja til OL

Men..

- Vet folk egentlig sitt eget beste?
- Er det ikke vi i pressa som vet best?

Nei

- Vi må systematisk samle inn kunnskap om vårt eget publikum
- Bruke kunnskapen i den journalistiske hverdagen.
- Bestemme oss for hva som er godt for vårt distrikt
- Avspeile tvilen – gi folk rom for å tvile
- Ikke skremme våre lesere

- Arrangere folkemøter
- Samle inn problemstillinger – gi dem videre til makta
- Lære folk å mene
- Gi alle sider rom
- Ikke bruke uttalelser som ”kutter hue” av motstanderen
- Være ordstyret mer enn aktør

Sluttord

- Journalistikken påvirker ressursfordelingen i (lokal)samfunnet. Misbruk ikke makta
- Men det er ikke journalister og redaktører som bestemmer i samfunnet. Det gjør folket – gjennom sine valgte politikere.
- Politikerne trenger bare å vite hva folk vil – gjennom journalistikken.
- Dere tilbyr en arena for meningsbrytning.