

Presentasjon Landsmøtet Svolvær

	Red kvalitet	Dette landsmøtet har på mange og ulike måter konkludert med det samme: I fremtiden skal vi leve av å levere redaksjonell kvalitet. Dette er bærebjelken i journalistikken enten den skjer på digitale medier eller print.
	Hva er det	Problemet med den konklusjonen er at den ikke definerer hva kvaliteten består av og hvilken retning journalistikken bør gå i fremtiden.
	Petersplassen	Jeg vet ikke om dere husker bildet fra Petersplassen som ble vist i går. Alle tok bilde med smartphone eller tablet. Sannsynligvis har alle publisert bildet på facebook eller twitter. Eller sendt det til en venn.
	Tilnærming Folk kjenne seg igjen	Vi tror at svaret for den redaksjonelle kvalitet avgjøres av den tilnærmingen avisene har til sitt nærområde. Kjenner folk seg igjen i avisen, tar vi opp de emnene folk er opptatt av? Hvis ikke vi gjør det, gjør folk det selv på facebook, uten moderering, uten en redaktør som kan redigere innholdet og gjøre det forståelig.
slide 2	Södra sidan Bor i området lei svartmaling	I arbeidet med Levande lokalsamfunn har vi valgt å se nærmere på én bestemt avis. Avisen Södra sidan i Sverige. Den ledes av public journalism-guruen Peter Beckman. En av de som startet avisen er egentlig dataingeniør, og slettes ikke journalist. Hun bor i området avisen gis ut og var lei av andres media sin svartmaling av stedet. I stedet hadde hun noen klare ideer.
slide 3	Definisjon	Følgende definisjon av hva Södra sidan gjør fikk hun av en fast leser. «En journalistikk som hjelper leserne til å få blick for sitt område og folkene som bor der. En avis som gir hele bildet og på en inkluderende måte tar leserne med i en offentlig samtale omkring viktige og ofte vanskelige samfunnsspørsmål.»
slide 4	Finne løsninger	Et annet viktig prinsipp bak avisen er målet om å finne løsninger. De vil ikke bare bli værende i elendighetsbeskrivelse. Södra Sidan skal være: «En avis som også prater løsninger og da med blikket ikke bare rettet mot politikerne, men de som bor der, for å finne løsninger.»

slide 5	public journalism deltakende journalistikk	Alt dette oppsummeres i begrepet public journalism. I vårt prosjekt har vi kalt det deltakende journalistikk. Begrepet kom i USA på begynnelsen av 90-tallet, men røttene går tilbake til 1920-tallet og en heftig diskusjon i USA om hva som egentlig er vitsen med journalister.	slide 12	Møte fredag 19. april. Enige om grunnprinsippene som skal brukes i hele journalistikken. Endrer vaktplan for å være tilgjengelig når folk kan møte oss. Prinsippene inngår i ny stillingsbeskrivelse. Planlegger samarbeid med UiA fra høsten 2013.
slide 6	Habermas	I europeisk sammenheng kan vi spore det tilbake til denne fyren her. Jürgen Habermas.		
slide 7	Ideal kafehus fri presse	Han hentet et ideal fra 1700-tallets kafehus i Europa, særlig fra Tyskland, Frankrike og ikke minst England. Der vokste kafehusene frem samtidig med at ytringsfriheten kom, den ble i dærlighet borgerskapet til gode. Man fikk dialoger i kafehusene hvor alle fra borgerskapet kunne delta, og det var de beste argumentet som vant, ikke annet. Dialogen ble også et utgangspunkt for en fri, kritisk presse.	slide 13	Egen fagdag for redaksjon for å fundamentere prinsipper. Endrer vaktplan for å være mer utegående. Lager prinsipper for alle journalistene, inklusiv frilansere og vikarer.
slide 8	sidelinjen slikde søgne	Fakta er at mange står på sidelinjen, de er plassert utenfor debatten, mens en elite leder ordskiftet og er de som påvirker til endelige beslutninger. Eksemplet her er fra Søgne da de nylig debatterte store nye planer for Tangvall, sentrum i bygda.		Dette ble vi enige om: <ul style="list-style-type: none"> • Opplæring av folk i demokrati. Alle til orde. • Oppsøkende, ikke bare på kontoret. Lytte til folket. Innføre Budstikka-benken i sentrum. • Følge innspill som søker løsninger. • Holde på saker til de er løst. • 1 redaksjonsmøte i måneden på cafe. • Innrede lokaler annerledes så appellerer til besøk. • Felles, åpent kilderegister. Felles, åpent system for tipshåndtering og følge opp gamle saker. • Måle aviser på nytt kart over dekningsområdet. Lage score for hver avis. • Bli mer relevant for alle nyinnflytterne. Møte dem, lage "bygda for dummies" med jevne mellomrom. • Mer folkelig tone. • Ny vei, ikke per se. • Ha faste elementer til politiske saker: Vignett hvilket møte, når det er og hvordan du kan engasjere deg i denne saken. • Øke antall kilder. • Invitere leseren til å diskutere artikler. Kjente de seg igjen i bygda, gjenga vi korrekt? Ta signaler. • Holde prinsippene fremme for bevisstgjøring av staben over tid.
slide 9	cafe	Samtalen som foregår over cafebordet finner sjelden veien til avisspaltene og ordførerens bord. Når den gjør det, er det altfor ofte at den avvises som for enkel, for platt , for lite reflektert til egentlig å bli lyttet til. De gode argumentene som måtte skjule seg der, blir aldri sett. År folk blir ignorert ofte nok, gidder de ikke å engasjere seg mer.		
slide 10	Gode eksempler	Heldigvis finnes det gode eksempler på at folk lar seg engasjere etter gode oppslag. Slik som bygdefolket i Songdalen gjorde da politikerne kuttet i barnehage. Over 100 foreldre med barn dukket opp på kommunestyremøtet.		
slide 11	Hurtig gjennomgang idealet	<i>Dette var en hurtig gjennomgang av teori. ABC-en jeg har skrevet til prosjektet blir en bok, så det kunne vært sagt et ord eller to til. Men det grunnleggende er at vi må søke tilbake til et ideal i journalistikk: Være der folk er, vite hvor vi må gå for å få folkets mening.</i>		
	4 aviser	Vi er nå fire aviser som er med i pilotprosjektet. Jeg vil først si litt om min avis før vi presenterer de tre andre.		Dølen, Gjesdalbuen, Opp

slide 12

slide 13-14

slide 15

slide 16

slide 11

slide 18

slide 17

slide 19

