

FREMTIDENS AVISJOURNALISTER

Hvordan få frem avisenes
merverdi?

Hva er merverdi?

- Skal leseren være villig til å legge 3000 kroner på bordet for å abonnere på DN, må de oppleve at de får noe annet og kvalitativt langt bedre enn de får "gratis" på nettet.
- Klarer vi ikke å tilfredsstille dette behovet vil vi miste lesere og falle i opplag

- "De som mener tilbakegangen skyldes misnøye med innholdet, tar feil"
- *Avtroppende nyhetsredaktør Hans Christian Vadseth om utviklingen i VG etter at opplaget har falt fra 390 510 (2001) til 343 703 (2005)*

Masse nyheter og et redskap til å skape forståelse og oversikt

- Nyheter, nyheter, nyheter
- Utnytte papirformatets egenart gjennom reportasjer, bilder, grafikk og faktabokser
- Mer bakgrunn og analyse som bidrar til å gi leseren oversikt og forståelse i en stadig mer kaotisk verden
- I langt større grad enn i dag velge bort saker som dør med døgnet. Avisene bringer fortsatt i altfor stor grad yesterdays news

”Nyheter som ingen har hørt om”

- Gode nyheter er ikke nok, de blir allemannseie før avisene er på gata
- Bare virkelig eksklusive saker som blir dominant i nyhetsbildet, kan sikre oss hegemoniet i nyhetspyramiden og stabil lesermasse
- Det fordrer at avisene må rekruttere og jobbe annerledes

Generalisten er skinndød

- 80- og 90-tallets vinnere i redaksjonene var han/hun som kunne dekke hva som helst når som helst. Vinnerne var potetene som kunne brukes til alt
- Denne modellen duger best når hovedtilfanget for avisene er basert på hendelsesnyheter
- Med (tabloid)avisenes abdikasjon fra hendelsesnyheter er ikke generalistene optimalt sysselsatt selv om de i noen grad har spesialisert seg
- Resultatet er daffere aviser med mindre energi – leseren får ikke følelsen av at vi står på hodet for dem

Den nye avisjournalisten

- Krav: Må regelmessig produsere eksklusivt materiale

Virkelig juicy saker popper ikke opp i journaler

- Sakene som får det til å klirre i glassene i de tusen hjem er "unntatt offentlighet" og krever i regelen personlige kilder

Hvem får deep throat-kilder?

- De har høy sosial kompetanse – det er gøy/interessant/givende å være sammen med dem og de gir mye av seg selv i møtet med andre
- De er smarte – gjerne de vi kaller street wise og har høy humorkompetanse
- Ordholdne, initiativrike og med høy respekt for kildene
- De har høy intensitet i kildejobbingen

Død over telefonjournalistikken

- Skal vi fremstå som annerledes enn etermedier og nettsted, kan vi ikke jobbe akkurat som dem
- Vi må kort og godt ta fra journalistene deres viktigste arbeidsverktøy – telefonen – og tvinge dem til å etablere og møte kilder
- Det bør være et mål å utkonkurrere morgenmøtet slik at avisenes seige start på dagen kan bli mer effektiv

Må ha (høy) utdanning, jobbe organisert og være spesialist

- I tillegg til å ha gode personlige kilder må moderne avisjournalister ha orden på forfallsarkiv, kunne avanserte (arkiv)søk, bruke regneark og kunne bruke databaser
- De må ha høy utdanning slik at de besitter faglig spesialkompetanse

Hva forlanger de av ledelsen?

- De er individualister som gjerne vil ha mye frihet
- De trenger masse tilbakemelding om at de er flinke også når de leverer på det jevne
- Det er usedvanlig krevende å levere eksklusivt materiale over tid, da må vi tåle at de mister konsentrasjon og blir destruktive i perioder
- Ledelsens største utfordring blir å balansere produktet, sørge for tilfang av gode saker hver dag