



Redaksjonell kvalitet

- evaluering og måling av kvalitet i journalistikken

Ragnhild Kr. Olsen

[Ragnhildo/twitter.com](https://twitter.com/Ragnhildo)

Kvalitetssvikt er no' skit...

Spouse's outbursts are hard to take

Adapted from a recent online discussion

Our Carolyn: My husband doesn't handle frustration well. He gets angry, says things, speaks to me sharply, stomps around, etc. I told him I think it's fair that he has bad moods now. He said I take things too personal—that since he's not really angry at me, I don't care. I still see who he is with the snap-closing doors because he can't open windows. Is it fair to ask him to find a way to deal with things when

— Baltimore
He, you, going to it specifically you're not don't take ever, a one is d saying please- you, I



Victoria's Secret Very Sexy swimsuit stripe bikini: Capri 1-piece bandeau top (\$249) and stringless bottom (\$349), available at www.victoriassecret.com

quit yourself

SECTION D

Kvalitet er vårt viktigste
konkurransefortrinn

Målrettet kvalitetsarbeid

Bruk kreftene riktig

planlegg

gjennomfør

sjekk

...og følg opp

Følg opp

Planlegg

Sjekk

Gjennom-
før





Planlegg:

What do you
really, really
want?

- realistiske ambisjoner
- forpliktende mål
- konkrete planer
- systematikk og fakta



Overordnet målsetting	«Vi skal gi publikum et innovativt og agendasettende nyhetstilbud på alle plattformer og levere journalistikk som forener troverdighet, relevans og vesentlighet med brukerinvolvering og engasjement»			
Mål for inneværende år	Prioritet 1 Vi skal levere journalistikk med høyere presisjonsnivå og troverdighet.	Prioritet 2 Vi skal ha flere vesentlige nyheter som setter dagsorden og oppleves som relevante for leserne våre.	Prioritet 3 Vi skal ha høyere leserengasjement gjennom debatt og åpenhet i den journalistiske prosessen.	Prioritet 4 Vi skal bli bedre på digital og mobil formidling.
Evalueringskriterier og -måte	<ul style="list-style-type: none"> • Vi skal ha positiv utvikling i vår leserundersøkelse på relevante områder • Vi skal redusere antall feil med 10 % på nett og papir 	<ul style="list-style-type: none"> • Vi skal ha positiv utvikling i vår leserundersøkelse på relevante områder • Vi skal øke antallet sitatsaker med 10 % • Vi skal ha bedre geografisk og tematisk miks og vinkle på konsekvenser for enkeltmennesker 	<ul style="list-style-type: none"> • Vi skal øke antallet nettsaker som deles i sosiale medier med 20 % • Vi skal invitere publikum til å bidra med bilder/video, tips, kommentarer på minst 30 % av nettsakene 	<ul style="list-style-type: none"> • Vi skal videreutvikle mobil-app-en • Vi skal lansere lokasjonsbaserte nyhetstjenester på mobil • Vi skal videreutvikle og øke feature og reportasjestoff på nettbrett/pad
Tiltak	<ul style="list-style-type: none"> • Skåre på leserundersøkelse hvert halvår • Registrering av feil/mangler på nett/papir med systematisk telling årlig 	<ul style="list-style-type: none"> • Skåre på leserundersøkelse hvert halvår • Kvalitativ vurdering/registrering av saker på vesentlighet og relevans og telling av sitatsaker 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerlig telling av saker som deles • Løpende registrering av publikumsinitiativ i nettsaker • Løpende registrering av svar til leserne på nettet 	<ul style="list-style-type: none"> • Løpende kvalitativ registrering av feature og reportasjer på digitale plattformer
Tiltak	<ul style="list-style-type: none"> • Innføre daglig morgenmøte med evaluering, fokus på presisjon og etikk • Innføre daglig 	<ul style="list-style-type: none"> • Vise best praksis i evalueringer • Jobbe målrettet med å få frem kandidater til journalistis 	<ul style="list-style-type: none"> • Innføre registrering av publisering i sosiale medier • Obligatorisk kurs i nettsaker, journalistikk 	<ul style="list-style-type: none"> • Ny versjon av mobil-app lansert første halvår • Lokasjons-baserte tjenester lansert første halvår

Sjekk:

Tenk Kinderegg
- tre ting på en
gang

- Daglig evaluering
- Tracking av utviklingstrekk
- Dokumentasjon til årsrapport



Sjekk:

VÆR SMART, GJØR DET ENKELT



KEEP IT SIMPLE, STUPID

Redaksjonelt regnskap

9. Side 1:

- Godt bilde eller illustrasjon
- Oppslag gravd fram selv
- Oppslaget er en hendelse
- Oppslaget er en kritisk sak
- Tydelig gladsak

10. Kildebruk i nyhetsdelens viktigste sak (oppslag på side 1):

Totalt antall kilder: Antall
Kvinner: Antall
Unge voksne (18-35 år): Antall
Ikke vestlige innvandrere: Antall
Offisiøse kilder: Antall
Grasrotkilder Antall

11. Kildebruk i nyhetsdelens nest viktigste sak:

Totalt antall kilder: Antall
Kvinner: Antall
Unge voksne (18-35 år): Antall
Ikke vestlige innvandrere: Antall
Offisiøse kilder: Antall
Grasrotkilder Antall

<< Forrige

Neste >>

39%



MÖLLERS UNGEN 2009

Oppfølging:
Inspirert av
Møllers Tran

Sørg for at alle får

Fokuser på det
positive

...men ikke pakk inn
det negative

Unngå overdose

Ikke det enkleste å gi, men det beste å få



- Gjennomgang av etikk-case, eventuelle klager til PFU i uke 44 og 45
- Etikk-seminar med ekstern bidragsyter i uke 47

4. kvartal:
Etikk

- Måling av kildebredde i uke 3 og 4
- Rapportering i uke 6
- Workshop i uke 8 med konkretisering av tiltak

1. kvartal:
Kilde-
mangfold

- Registrering av språkfeil i uke 36 og 36 ved ekstern språkkonsulent
- Rapportering og individuell oppfølging i uke 38 og 39

3. kvartal:
Språk

- Redaksjonell dugnad med kildeintervjuer i uke 14 og 15
- Rapportering i uke 21
- Workshop i uke 23 med konkretisering av tiltak

2. kvartal:
Presisjon

Målevettreglene

- Sett mål og følg dem opp
- ...men mål ikke alt
- Tenk langsiktig
- Fokuser ikke bare på det negative
- Følg opp resultatene



ragnhild.kristine.olsen@eddamedia.no

mob: 97416932