



LESERNES VALG. Da Magnus Carlsen vant sjakk-VM, var det helt naturlig for VG å invitere leserne til å velge hvordan førstesiden skulle se ut, skriver Reidun Kjelling Nybø.



Navn: Åsa Henriksen
Alder: 42 år
Stilling: Daglig leder i Middags-hjelpen.no

PÅ NATTBORDET

- Hehe. Ja, akkurat nå har jeg en bok og en klokke.
- Hvilken bok?
- Dan Browns «Inferno», jeg vet ikke hva den heter på norsk. Det er den siste boken han har skrevet.
- Er den typisk for det du leser?
- Ja, det er den. Mye krim, egentlig.
- Noen favorittforfattere?
- Jeg har mange. Jeg liker Dan Brown veldig godt. Men ellers liker jeg, ja, Jo Nesbø, han er jo en favoritt.
- En soleklar gjenganger i denne spalten. Leser du noe svensk krim?
- Ja, det gjør jeg. Alle de klassiske svenske store. Og de danske: Jussi Adler-Olsen, han er bra.
- Du har kanskje noen svenske forfattere du vil anbefale?
- Da vil jeg dra frem kvinnelige forfattere. Camilla Läckberg og Liza Marklund er veldig gode, men også Henning Mankell og Leif GW Persson.
- Hva med bøker fra da du var yngre?
- I tenårene leste jeg mye fantasy. «Ringenes Herre» av J.R.R. Tolkien, og David Eddings har en serie som jeg likte godt, han har jo laget mye. Men også bøker som ikke er fantasy. Steven King leste jeg mye - og det gjør jeg fortsatt. Det er typisk for høsten. Det liker jeg om høsten: krim.
- Varierer lesemønsteret mye med årstidene?
- Når det blir mørkt leser jeg ofte riktig spennende bøker.
- Du blir ikke redd?
- Nei, det blir jeg ikke. Jeg synes det bare er hyggelig å krype opp i sofaen og lese, det er avkoblen.
- Andre bøker du husker som spesielt gode?
- Jeg kan jo tipse om noen. «Hundreåringen som klatret ut gjennom vinduet og forsvant», den er fantastisk. Det er ikke så ofte det blir gitt ut slike bøker, men det er slike som man blir glad av å lese.
- Nattdorset leste nylig et intervju av Jonas Jonasson i det tyske magasinet «Stern». Populariteten hans strekker seg også dit. For ikke å snakke om i Norge. Bor du i Oslo?
- Jeg har bodd i Oslo, men jeg er pendler. Nå bor jeg i Sverige.
- Hører du noe på lydbøker?
- Ja, det har jeg begynt med de siste årene. Hjemme leser jeg, men når jeg reiser tar jeg ofte med meg lydbøker.

■ ■ ■ Samspill med leserne og seerne er helt nødvendig for at mediehusene skal overleve, skriver **Reidun Kjelling Nybø**.

Redaksjonene må åpne opp

INNLEGG Medier

Da VG skulle feire Magnus Carlsens sjakkbragd på førstesiden lørdag 23. november var det helt naturlig å invitere leserne til å velge hvordan førstesiden skulle se ut. Tusenvis stemte frem forslaget med en jublende og søkkvåt verdensmester - alternativet som også var Carlsens personlige favoritt.

VG er blant de mediehusene som har skjont at samspill med leserne og seerne er helt nødvendig for å overleve. Og mange andre mediehus gjør det samme - åpner opp. Aftenpostens Facebook-side «Bak forsiden» forteller historiene om hvordan nyhetene blir til. Redaksjonen deler raust informasjon om arbeidsprosessene, valgene, tvilen, diskusjonene og metodene. På Twitter har Fædrelandsvennens redaktører Knut Engen og Jostein Ravnåsen i flere år tvitret om journalistikk og etikk under navnet FVN Mediesjef. Samme avis intervjuer intervjuobjektene i etterkant, for å sikre kvaliteten på det journalistiske håndverket.

Jeg kunne fortsatt å ramse opp gode eksempler fra norske mediehus, eksempler på at vi letter på sløret, inviterer inn, har aktiv dialog og tar seere, lyttere og lesere på alvor. Men fortsatt er det lang vei å gå. De gode eksemplene er bare for blaff å regne i

den store sammenheng. Altfor mye av journalistikken lages på samme vis som for 20 og 30 og 50 år siden.

Egentlig er det selvmotsigende at mediene - som selv krever åpenhet fra alle andre - ikke har noen lang tradisjon om større åpenhet i egne hus. I praksis er det kun kildekritikk og personvern som er unntaket. Utenom det kan og bør vi åpne opp. Åpenhet gir redigerte medier

Altfor mye av journalistikken lages på samme vis som for 20 og 30 og 50 år siden

større troverdighet. Åpenhet bidrar til å skape forståelse for den rollen mediene har i samfunnet. Vi skal overvåke, ettergå, kritisere, dokumentere og skape debatt. Det gjør vi enda bedre når vi tør å åpne opp og fortelle om arbeidsmetodene våre. Åpenhet har fått enda større betydning i en verden der Facebook for mange er blitt en viktigere nyhetskilde enn lokalavis. Når ungdom opplever at det er lettere å få Lady Gaga og Erna Solberg til svare på sosiale medier, enn redaktøren i lokalavis, så er vi ikke der vi skal være. For åpenhet handler også om å være der potensielle lesere, lyttere og seere er. Delta der samfunnsdebatten foregår. Facebook, Instagram og Twitter har

på mange måter overtatt for den gode, gamle tipstelefonen. Det er her sakene finnes, her de deles og diskuteres. Da må journalistene og redaktørene være der også.

Digitaliseringen og økt bruk av sosiale medier har bidratt til større åpenhet og tvunget frem en fornyelse av journalistikken. Tidligere medførte en feil i en avisartikkel kanskje et leserbrev og et par telefoner til redaksjonen. Nå blir journalisten fort avkledd i kommentarfeltet eller på sosiale medier. Det er blitt enklere å gjøre research for journalistene, men også lettere for leserne å ettergå journalistens metoder. Da gjelder det ikke å inntra den gale, men akk så tradisjonelle måten å møte kritikken på: med himmelropende stillhet. Det er så flott å registrere de gangene en journalist eller redaktør selv svarer i kommentarfeltet, takker for tilbakemeldingen og forteller at feilen er rettet opp eller innspillene tatt med i utviklingen av saken.

I 2014 skal Norsk Redaktørforening for fjerde gang lage en årsrapport om hvordan norske medier har ivarettatt samfunnsoppdraget det siste året. For få år siden var det bare en håndfull redaksjoner som laget sine egne redaksjonelle årsrapporter. Nå deler de fleste norske mediehus sitt samfunnsregnskap med offentligheten, og flere av de største konsernene krever at sine mediehus skal gjøre opp status for journalistikken.

Men åpenheten må ikke stanse der. Vi trenger å øke bevisstheten rundt redigerte mediers rolle i samfunnet. Det er bakgrunnen for at medieorganisasjonene denne høsten har gått sammen om en felles kampanje for journalistikken. Budskapet skal særlig nå ungdom. Og det er her vi trenger hjelp, forslag til hvordan mediehusene kan åpne seg enda mer. Ett av tiltakene i kampanjen er nemlig åpne mediehus. Det kan tolkes på mange vis. Alt fra fysisk åpne dører, til virtuell og digital åpenhet, speakers corner, åpne debattmøter. Og hvorfor ikke flere åpne redaktørkontorer? Mange ordførere har åpen time for innbyggerne på et fast tidspunkt. Kanskje redaktørene kan gjøre noe lignende? Kanskje en løsning kan være digital speeddating med redaktøren? Alle vil bli sett og lyttet til, og dialog kan fort forvandle en grinete leser til en god ambassadør.

Mediebransjen har ikke råd til å bli stemplet som arrogante, lukkede og bakstrevske. For å overleve må vi åpne opp enda mer. Åpenheten må gjennomsyre journalistikken, og ikke bare leve som enkeltstunts og i festtalene. Evnen til dialog og samspill med mediebrukerne kan utgjøre hele forskjellen på et være eller ikke være for redigerte medier i fremtiden.

■ Reidun Kjelling Nybø, assisterende generalsekretær i Norsk Redaktørforening

■ E-post: etterbors@dn.no Kontaktperson: Bjørn Eckblad bjorn.eckblad@dn.no Innlegg sendes til etterborsdebatt@dn.no

■ DN betinger seg retten til å lagre og utgi alt stoff i elektronisk form, også gjennom samarbeidspartnere, og til å forkorte innlegg.

■ Bidrag som ikke er bestilt, honoreres ikke. Hovedinnlegg/kronikk: Maks 4000 tegn (cirka 700 ord). Underinnlegg/replikk: Maks 1000 tegn (cirka 200 ord).

DagensNæringsliv

Sentralbord 22 00 10 00

Kundeservice 815 11 815

Annonse 22 00 10 75

Dagens Næringsliv
Christian Krohgs gate 16,
Postboks 1182 Sentrum,
0107 Oslo

REDAKSJONEN etter kl. 16.30

Desken: 22 00 13 30

Etterbørs: 22 00 10 05

Feature: 22 00 13 51

Finans/næringsliv: 22 00 13 64

Foto: 22 00 13 07

Livsstil: 22 00 13 73

Nyhetsjef: 24 10 14 30

Politikk/økonomi: 22 00 13 93

Utenriks: 22 00 13 65

REDAKSJONER UTENFOR OSLO

Kristiansand: 38 07 13 00

Stavanger: 51 85 81 11/13

Trondheim: 91 60 02 17

Tromsø: 77 66 56 65

REDAKSJONER UTENLANDS

Bangkok: +66 7622 5970

London: +44 20 8241 9494

New York: +1 917 544 3865

TELEFAKS OSLO

Abonnement: 22 00 10 60

Administrasjonen: 22 00 10 10

Annonse: 22 00 10 70

Løssalg: 22 00 10 30

Redaksjonen: 22 00 11 10

TELEFAKS UTENLANDS

Bangkok: +66 762 34580

TELEFAKS UTENFOR OSLO

Bergen: 55 31 65 92

Kristiansand: 38 07 08 30

Stavanger: 51 85 81 10

Trondheim: 73 80 89 02

Tromsø: 77 66 56 78

E-POST

annonse@dn.no

www.dn.no/kundeservice

redaksjonen@dn.no

www.dnavis.no