



**NORSK
JOURNALISTLAG**



Oslo, mars 2014

”Kampanjen for journalistikken” – trenger deg og din redaksjons bistand

Vi ber deg om å bidra til:

- Åpne mediehus (flere varianter)
- Debattmøter
- Skolebesøk
- Egenannonser på papir og nett (gi plass til)

Hva er ”Kampanjen for journalistikken”?

Medieorganisasjonene, NRK og TV2, står bak Kampanjen for journalistikken, som har til hovedformål å synliggjøre verdien av:

- uavhengige, redigerte medier og den etiske, kritiske og frie journalistikken
- hvilken betydning de redigerte mediene har for reell ytringsfrihet, engasjement og deltagelse i et moderne demokrati

Målgruppe: Ungdom i alderen 15 – 19 år, eventuelt også 10. klasse i ungdomsskolen.

Vi henvender oss nå til alle organisasjonenes medlemmer og kontaktpersoner for å be dere bidra med konkrete tiltak for at kampanjen skal bli en suksess.

Nasjonal kampanje: Alle må bidra!

Prosjektgruppen utarbeider forslag til tiltak for kampanjen. Vi håper at flest mulig redaksjoner og mediehus, samt medieorganisasjonenes foreninger og lag bidrar til å gjennomføre kampanjetiltak lokalt.

”Hvor har du det fra?”

Hovedretningen for kampanjen er ”kildekritikk”. Vi ønsker å bevisstgjøre ungdom på hvor de får informasjonen sin fra. Det er forskjell på å hente informasjon fra en status på facebook, fra en blogg, en kundeavis, et politisk parti, eller et ansvarlig redigert medium som tilbyr innhold laget med journalistisk metode og etikk.

Kampanjenavnet/slagordet ”Hvor har du det fra?” er et uttrykk som unge selv bruker nå de hører et rykte eller en nyhet i skolegården. Det er kritisk og nysgjerrig på samme tid. Kampanjen er i ferd med å utvikle en tilhørende logo, med en grafisk profil.

Våren 2014: To hovedaktiviteter

Uke 18 (28. april – 4. mai) er pekt ut som starten på kampanjen der redaksjonelle medarbeidere inviteres til på bidra. Denne uken har kampanjen fått plass i Grunnlovsjubileets offisielle program. I uke18 er ”Pressefrihetens dag” (3. mai) en naturlig knagg, men også andre dager er aktuelle. I Oslo planlegges en felles nasjonal markering tirsdag 29. april om ”World Press Freedom Day”- sammen med Unesco.

I løpet av denne uken vil kampanjen presentere nye funn om hvordan ungdom bruker mediene, og hvordan mediene bruker ungdom som kilder.

To aktiviteter vi ønsker bidrag til:

1) Åpne mediehus

Kampanjen vil utfordre mediehus over hele landet til å åpne sine dører – spesielt for unge i målgruppen; med tanke på omvisning, foredrag, unge får prøve seg som journalister/ fotografer/ videoreportere og lignende.

Konseptet ”åpne mediehus” kan gjennomføres i flere ulike varianter:

- Fysisk åpne mediehus der man særlig inviterer de unge inn for å vise hvordan nyheter blir til
- Mediehus som ”åpner seg opp” via egne publikasjoner og/eller sosiale medier
- Mediehus som går ut og informerer om sin virksomhet, går bak historien og forklarer hvorfor saker løses slik de gjør
- Mediehus som inviterer seg selv til arenaer der unge er
- Mediehus som inviterer til debattmøter

NB! Hvis ikke uke 18 passer for dere, bruk gjerne en annen uke.

2) Debattmøter

Kampanjen oppfordrer mediehusene, gjerne i samarbeid med organisasjonene lokalt, til å lage **debattmøter** denne uken, eller uken før/etter. Også her er det lov å være kreativ. Er det mest aktuelt med ett stort møte i regi av flere, eller flere mindre ute i mediehusene eller ute på de videregående skolene? Må det være fysiske møter, eller kan det være nettmøter/eller treff på sosiale medier?

Temaer kan assosieres med beskrivelsen i grunnlovsprogrammet (*Unge inviteres til debattmøter med journalister og redaktører om utfordringer for presse- og ytringsfriheten i dag, betydningen av sosiale mediers inntog i mediemangfoldet m.m.*) og med slagordet ”**Hvor har du det fra?**”

Nå kan alle publisere og ytre seg til alle. Hva betyr det for den informasjonen man sitter med? Hva tror og mener ungdom (gjerne om lokale saker)? Er kildene gode, troverdige, sannferdige, har de sett sakene fra flere vinkler?

Høsten 2014: Undervisningsopplegg for videregående skole

Kampanjen arbeider med et opplegg som skal gå inn i undervisningen, og som er tilpasset læreplaner og kompetansemål i videregående skole. Vi vil tilby aktiviteter i flere varianter og med støtte i en nettside (kanskje med et interaktivt edutainment-opplegg).

Eksempelvis:

- **Journalist i skolen** blir et viktig tilbud til skolene. Medieorganisasjonene ønsker at mediehusene gir journalister og redaktører tid til å bidra i dette høsten 2014.
- **Ungdommens PFU** er et konsept som vekker engasjement ved skoler der det har vært testet.

Flere undervisningspakker skal utarbeides, slik at det blir enkelt å reise ut til skolene.

Tilbud til nettaviser

Quiz, oppgaver, animasjoner, videoer og lignende fra skoleopplegget vil kunne bygges inn i (”embedded”) de ulike mediehusenes nettutgaver – som attraktivt stoff til den kresne målgruppen som unge i aldere 15-19 år er.

Egenannonser

Denne kampanjen er fortsatt under utvikling. Vi kan få behov for en dugnad for å markere den på ulike måter. Medieorganisasjonene oppfordrer til å stille annonseplass til disposisjon for kampanjens egenannonser på papir, nett og tv. Dette kommer vi tilbake til.

Ta kontakt!

Kontaktperson: Prosjektleder Arnt Sommerlund, mobil 900 88 300.

E-post: arnt@sommerlund.no

Gi oss beskjed om hva dere planlegger. Vi holder oversikt, publiserer informasjon, og deres ideer kan gi andre gode innspill til sine arrangementer.

Sign. <i>Thomas Spence</i>	Sign. <i>Arne Jensen</i>	Sign. <i>Randi Øgrey</i>	Sign. <i>Kjersti Løken Stavrum</i>
Norsk Journalistlag	Norsk Redaktørforening	Mediebedriftenes Landsforening	Norsk Presseforbund
Sign. <i>Rune Hetland</i>	Sign. <i>Elin Floberghagen</i>	Sign. <i>Thor Gjermund Eriksen</i>	Sign. <i>Alf Hildrum</i>
Landslaget for Lokalaviser	Fagpressen	NRK	TV 2