

Leserforum er lesernes egen side for spørsmål og diskusjon om Aftenposten og avisens journalistikk. Siden står hver uke i søndagsavisen. Innleggene bør være korte, opptil 1500 tegn, inklusive mellomrom. E-post: leserforum@aftenposten.no - Post: Leserforum, Aftenposten, postboks 1, 0051 Oslo. På nett: www.aftenposten.no/leserforum

Makten kommer til orde

En innsender (Hans Magnus Borge) spør 25. april om hvem som slipper til med hva i avisen. Som en som opp gjennom årene ofte er blitt tilgodesett med spalteplass i Aftenposten, har undertegnede for eget vedkommende ikke noe å klage over. Innsenderen har likevel et poeng som fortjener å tas alvorlig.

Kultur- og debattredaktør Åmås svarer (blant annet) at «noen har posisjoner – og makt – som gjør det nødvendig å trykke dem av og til».

Posisjoner – og makt? Hva slags posisjoner og makt – eller maktposisjoner – er det tale om? Pengemakt, som gir anledning til å kjøpe spalteplass? (Legitimt nok, men da bør vel innleggene merkes med ordet «annonse»?) Eller politisk makt, våre øvrigheters makt til å forvalte samfunnets tvangsmidler?

I vår tid gir makt og posisjon seg til kjenne fremfor alt ved adgangen til å sette dagsorden for det offentlige ordskifte. For den som sitter i maktposisjon, skorter det ikke på talerstoler eller muligheter til å komme til orde i det offentlige rom. Og til forskjell fra partiavisenes tid, da avisenes redaksjonelle linje var trygg og forutsigbar men redaktørene forøvrig unngikk å utvise en overdreven servilitet overfor politikere og andre «samfunnstoppers» eventuelle ønsker om å breie seg, kappes vår angivelig uavhengige presse i dagens Norge om å få være mikrofonstativ eller boltreplass for «eliten» (fremfor alt den politiske).

Avisene utfører en nyttig gjerning i å gjengi ulike meningsytringer fra engasjerte samfunnsborgere. I den store sammenheng hører selvsagt også makthavernes/elitens meninger med. Men de som «har posisjoner og makt» kommer – pr. definisjon – uansett til orde, med eller uten den ekstra drahjelp som en underdanig presse måtte anse det for «nødvendig» gi dem. Det er nettopp denne maktposisjonen som Internett med dets «bloggosfære» m.v. utfordrer et demokratiserende korrektiv til den ensretting av den offentlige meningsdannelse som dagens papiraviser – bevisst eller ubevisst – bidrar til.

ODD GUNNAR SKAGESTAD
Oslo

SVAR: Jeg er helt enig med deg i at samfunnets maktpersoner kommer til orde i veldig mange sammenhenger. Er det noen som har talerstoler, er det dem. Nettopp det er grunnen til at jeg de siste årene har lagt vekt på å få frem nye, frie stemmer i våre spalter. Likevel: Landets politiske ledere og ledere for store organisasjoner og institusjoner representerer mange mennesker og betydelige samfunnsinteresser, sosiale som økonomiske. Ja, de er med på å forme og forandre samfunnet gjennom sin makt og sine posisjoner. Derfor må også de ha spalteplass på debattsidene en gang imellom – ikke minst når de blir kritisert eller angrepet. De skriver for øvrig så mye at vi kunne ha brukt absolutt all vår spalteplass på dem, hver dag. Men det gjør vi altså ikke.

KNUT OLAV ÅMÅS
kultur- og debattredaktør

Leserforum er lesernes egen side for spørsmål og diskusjon om Aftenposten og avisens journalistikk. Siden står hver uke i søndagsavisen. Innleggene bør være korte, opptil 1500 tegn, inklusive mellomrom. E-post: leserforum@aftenposten.no - Post: Leserforum, Aftenposten, postboks 1, 0051 Oslo. På nett: www.aftenposten.no/leserforum

Makten kommer til orde

En innsender (Hans Magnus Borge) spør 25. april om hvem som slipper til med hva i avisen. Som en som opp gjennom årene ofte er blitt tilgodesett med spalteplass i Aftenposten, har undertegnede for eget vedkommende ikke noe å klage over. Innsenderen har likevel et poeng som fortjener å tas alvorlig.

Kultur- og debattredaktør Åmås svarer (blant annet) at «noen har posisjoner – og makt – som gjør det nødvendig å trykke dem av og til».

Posisjoner – og makt? Hva slags posisjoner og makt – eller maktposisjoner – er det tale om? Pengemakt, som gir anledning til å kjøpe spalteplass? (Legitimt nok, men da bør vel innleggene merkes med ordet «annonse»?) Eller politisk makt, våre øvrigheters makt til å forvalte samfunnets tvangsmidler?

I vår tid gir makt og posisjon seg til kjønne fremfor alt ved adgangen til å sette dagsorden for det offentlige ordskifte. For den som sitter i maktposisjon, skorter det ikke på talerstoler eller muligheter til å komme til orde i det offentlige rom. Og til forskjell fra partivise tider, da avisenes redaksjonelle linje var trygg og forutsigbar men redaktørene forøvrig unngikk å utvise en overdreven servilitet overfor politikere og andre «samfunnstoppers» eventuelle ønsker om å breie seg, kappes vår angivelig uavhengige presse i dagens Norge om å få være mikrofonstativ eller borteplass for «eliten» (fremfor alt den politiske).

Avisene utfører en nyttig gjerning i å gjengi ulike meningsstrømmer fra engasjerte samfunnsborgere. I den store sammenheng hører selvsagt også makthaveres/elitens meninger med. Men de som «har posisjoner og makt» kommer – pr. definisjon – uansett til orde, med eller uten den ekstra drahjelp som en underdanig presse måtte anse det for «nødvendig» gi dem. Det er nettopp denne maktposisjonen som Internett med dets «bloggosfæren» m.v. utfordrer et demokratiserende korrektiv til den ensretting av den offentlige meningsdannelse som dagens papiraviser – bevisst eller ubevisst – bidrar til.

ODD GUNNAR SKAGESTAD
Oslo

SVAR: Jeg er helt enig med deg i at samfunnets maktpersoner kommer til orde i veldig mange sammenhenger. Er det noen som har talerstoler, er det dem. Nettopp det er grunnen til at jeg de siste årene har lagt vekt på å få frem nye, frie stemmer i våre spalter. Likevel: Landets politiske ledere og ledere for store organisasjoner og institusjoner representerer mange mennesker og betydelige samfunnsinteresser, sosiale som økonomiske. Ja, de er med på å forme og forandre samfunnet gjennom sin makt og sine posisjoner. Derfor må også de ha spalteplass på debattsidene en gang imellom – ikke minst når de blir kritisert eller angrepet. De skriver for øvrig så mye at vi kunne ha brukt absolutt all vår spalteplass på dem, hver dag. Men det gjør vi altså ikke.

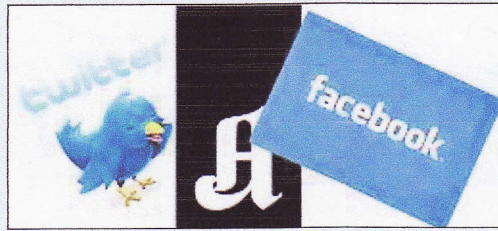
KNUT OLAV ÅMÅS
kultur- og debattredaktør

Døde i tjenesten

Når jeg slår opp på side 4 blir jeg møtt av en liste over politifolk som er drept i tjenesten. En drept er én for mye og trist uansett yrke, men dette gir et skjevt bilde av faren ved å være politimann i Norge. Justisministeren uttalte seg bra på TV hvor han sier at det ikke er klokt å uttale seg bastant eller i form av for mye etterpåklokskap midt oppe i eller umiddelbart etter en ulykke. Politifolk og fagforbund gjør det motsatte og vinkler alt til sin fordel. Aftenposten (og andre aviser) fråster i det. Jeg er sjokkert over vinklingen, som om det er livsfarlig å være politimann. Det må i realiteten være ganske sikkert, siden instruksjon tillater å vente i stedet for umiddelbart å gå inn for å redde den skadede/døende tjenestemannen. Man må jo være overforsiktig når væpnede politifolk lar ubeskyttet ambulanspersonell gå inn først etter hendelsen.

Jeg får lyst til å spørre: Hvor mange bønder og fiskere har dødd siden 1900?

ULF TOLFSEN
Fredrikstad



Vår tids telefon

Meningsdannelse. «Jeg er fullbyrdet av den offentlige mening», sa et slikt utsagn. Mange faktorer, også Internett og framgangen av mediemarkedet, har endret forståelsen av avisenes rolle. Sosiale medier tvinger avisene til raskere endring enn noen gang før.

Det er heldigvis mange år siden norske redaktører ville stilt seg bak et slikt utsagn. Mange faktorer, også Internett og framgangen av mediemarkedet, har endret forståelsen av avisenes rolle. Sosiale medier tvinger avisene til raskere endring enn noen gang før.

Facebook. Mer enn 40 prosent av alle nordmenn er innom Facebook hver dag, på verdensbasis nås mer enn 450 millioner mennesker. Den raskt voksende brukergruppen er kvinner mellom 55 og 65 år. Det er hver dag flere nordmenn som besøker Facebook enn det er nordmenn som åpner en bok. For fire år siden brukte ingen i Norge Facebook. Vi er med andre ord vitne til en medierevolusjon som går raskere enn det vi noen gang har opplevd tidligere.

Sosiale medier endrer maktbalansen mellom folk på den ene siden og institusjoner på den andre. Der hverken kan vi, eller vil vi, styre samtalen. Hierarkiet flates ut, og vi må se på organiseringen vår på nye måter. Avisredaksjoner som tradisjonelt er monolittiske og lukkede organisasjoner, må åpne seg opp for leserne, samarbeide og ikke minst lytte. Medieforskere har uttalt at journalistikken må utvikle seg fra å ligne en forelesning til å ligne et seminar. Mediene må snakke med, ikke til leserne. Og samtalen må materialisere seg i journalistikken.

Det er en utvikling til det bedre.

Muligheter. Sosiale medier representerer kanskje et brudd med avisenes historiske rolleforståelse, men samtidig gir de et vell av muligheter. Facebook og Twitter gir muligheten til å fange opp hva folk er opptatt av, bygge nettverk, finne historier, nye kilder og øyevitneskildringer. Vi kan stille spørsmål, svare når vi blir spurt og være til stede der folk er.

«Twitter er vår tids telefon» uttalte utenriksredaktøren i Sydsvenskan, da hun mottok Stora Journalistpriset tidligere i år. Sosiale medier kan også sees på som vår tids torg eller møteplass, her vi kan lytte til langt flere samtaler enn vi har hatt mulighet til tidligere.

I Aftenposten oppfordres journalistene til å benytte arenaer som Twitter og Facebook i det daglige arbeidet. Aftenpostens største Facebook-side, med rundt 11 000 følgere, brukes blant annet for å spørre følgerne våre om minst når de blir innspilt. Facebook-siden kan sees på som den digitale fetteren til Leserforum – siden du holder foran deg nå.

Kobles sammen. Når mange mennesker kobles sammen digitalt, kan Aftenposten jobbe med saker som det ville vært vanskelig, kanskje umulig, å jobbe med tidligere. Oljefondsaken er et godt eksempel. Det norske oljefondet investerer i mer enn 8000 selskaper. Utgangspunktet var en hypotese om at det er tvilsomt at alle disse selskapene oppfyller fondets etiske retningslinjer. En slik hypotese ville det vært vanskelig å teste uten sosiale medier, det ville vært for ressurskrevende.

Ved å invitere til en stortilt leserdugnad klarte Aftenposten å avdekke at en rekke av disse investeringene faktisk går på tvers av retningslinjene. Bare første dagen fikk journalistene tips om mer enn 30 tvilsomme tilfeller.

Umodne. De sosiale mediene er fortsatt umodne. Kanskje er de der radioen var i 1912, der TV var i 1950, og der Internett var i 1997? Vi aner bare konturene av hva vi må forholde oss til om få år. Dette preger også Aftenpostens forhold til dem. Vi prøver, vi feiler og vi lytter. Har du tips til hvordan vi kan utnytte sosiale medier enda bedre? Send meg en e-post på anette.mellbye@aftenposten.no eller en tweet på twitter.com/anette.

Det er riktig at sosiale medier utfordrer de tradisjonelle. Det er bra. For det er kombinasjonen av de sosiale og tradisjonelle mediene som vil utgjøre fremtidens medier. Ikke enten eller, men både og.

ANETTE MELLBYE,
redaksjonssjef



Innvandrer miljøer

Sjefredaktør Hilde Haugsgjerd skrev forrige søndag om avisens dekning av innvandrer miljøer. Flere lesere skrev kommentarer til artikkelen på nettet. Her er et par av dem.

Norske medier bruker mye spalteplass på å dekke problemer knyttet til innvandrer miljøer. Men for å lese om utlendinger som gjør det bra i Norge, må du til utenlandske aviser. Se for eksempel Financial Times' sak om Farouk al-Kasim – en av arkitektene bak det norske oljeeventyret: ft.com/cms. Kjære Hilde Haugsgjerd: Hvorfor skriver ikke også norske medier slike saker? Det finnes hundrevis av slike saker i Norge. All honnør for at Aftenposten vil presse frem reformer i konservative religiøse miljøer, men som avisleser er jeg litt lei at alt som dreier seg om innvandrere, må være negativt for at norske medier skal synes det er verdt å skrive om.

Hvorfor kunne ikke fotografen deres dra opp til Majorstuen eller Frogner for å ta et bilde av innvandrere. Ikke si at innvandrere ikke bor eller holder til på disse kante! Man leser gjerne en avisartikkel på mange forskjellige måter. Ofte leser vi som regel visuelt først. Neste gang dere skal skrive en artikkel om innvandrere, så utfordrer jeg dere til å ta et bilde av en innvandrer andre steder enn på Grønland! Kanskje «nyheten» får en vinkling som kan gjøre det enklere og mer interessant for enkelt å lese den!

Ticket-carten

Jeg skvatt litt da jeg leste noen korte innsmett om «Askeskyen» i Aftenposten 17. april, særlig med hensyn til personene det angikk.

Her fikk vi lese at Harald Stanghelle ble «stuck» i Amsterdam, at Jan Kjerstad var på «researchtur» i Paris og forsøkte å få kona til å «booke» om hjemreisen, at Robin Kamark hadde problemer med «flighter» og «crew» (som kommersiell direktør i SAS-konsernet kunne man kanskje ikke vente seg noe annet av ham), men likevel, det minner om en sketsj for mange år siden der Torle Lindal gjerne ville se «ticket-carten» til Arve Opsahl!

SVEN SUTTERUD



Kongestoff

Kjære Aftenposten, gratulerer med oppsettet om dette i søndagsnummeret. Dette er jo banebrytende journalistikk, og jeg forstår nå at man ikke lenger behøver å kjøpe Verdens Gang eller Se og Hør (hvis man gjør det). Stå på! Jeg er sikker på at Aftenpostens dyktige journalister kan finne både lesbiske prinsesser eller transvestitter i det øvre samfunnslag eller andre fargerike historier. For å få plass til slike interessante reportasjer får man heller akseptere at en rekke innlegg fra engasjerte lesere må refuseres. Jeg setter også pris på den subtile ironi som ligger i den første linjen på siden: «Finnes det intelligent liv andre steder?»

ENAR BØHMER SR.

Debatten går på

Aftenposten.no

Hva mener du?

Har du synspunkter på Aftenpostens journalistikk - ris eller ros? Eller spørsmål om hvilke vurderinger som ligger bak? Skriv til leserforum@aftenposten.no