

Rapport fra deltagelse Future Media Lab i Brussel 2-4 mai.

Flere europeiske medier har dårlig økonomi. Noen journalister frykter for at de vil bli sanksjonert av myndighetene dersom de skriver kritiske saker, og derfor modererer de seg. Andre opplever et stilltiende press om å blidgjøre eiere, annonsører og sponsorer med positive saker.

Jeg mottok støtte fra Fagpressen for å delta på Future Media Labs Annual Conference 2017.

Denne ble avholdt i Brussel. Jeg reiste til Brussel på ettermiddagen 1. mai, for å kunne være til stede fra starten av arrangementet.

Konferansen er et samlingssted for representanter fra media, teknologi, forskning og politikk. Det samlende temaet er utviklingen av mediesektoren i Europa.

I år var tittelen på konferansen «*Driving Innovation for Media: Ensuring media pluralism and promoting trusted journalism in democracy*».

Overbygningen for konferansens keynotes og diskusjoner var spørsmålene: Hvordan kan innovative nyvinninger bidra til å sikre økonomien til mediene, i en tid da tradisjonelle finansieringskilder forsvinner? Hvilke strukturelle hindringer bidrar til å gjøre mediemangfoldet mindre? Hvilke strategier har mediene i møte med falske nyheter? Hvordan bør mediene arbeide for å holde på både troverdighet og lesere?

Dette er problemstillinger som er felles for europeiske medier. Flere av deltagerne fra Ungarn, Italia og Bosnia-Hercegovina kunne også fortelle at rene innskrenkninger i den nasjonale pressefriheten også gjør arbeidet til mediene tungt.

Selv mediene i land hvor politisk ledelse ikke gjør arbeidet vanskelig for journalistene, har store utfordringer.

Mediehusene sliter med å tjene penger på innholdet sitt, særlig den arbeidsintensive og granskende journalistikken. Dette ble diskutert i flere av sesjonene.

Innovatører innen «civic tech» var til stede på konferansen for å fortelle om hvordan de, via sine små og større start up-bedrifter, bidrar med innhold eller støttetjenester til mediehusene. Dette er medietjenester som har funnet en nisje der hvor mediehusene bygger ned sine tjenester; som for eksempel innen nyhetsgrafikk og faktasjekk.

Dette var korte innledninger og diskusjoner, men jeg opplevde å få mye ut av dem.

Take home-budskapet var: Det er mulig å lage god journalistikk selv om mediehusene kutter.

Dag 2 var kalt «Difference Day», og ble avholdt i sammenheng med Verdens pressefrihetsdag.

Grzegorz Piechota, forsker ved Harvard Business School holdt en innledning, før vi fortsatte i grupper.

Så fulgte en workshop. Her satt vi i grupper og diskuterte hvilke elementer som kan skape en ny retning for «trusted content», altså innhold som leserne har tillit til. Vi diskuterte de ulike utfordringene til troverdigheten, og hvordan journalister og redaktører bør endre seg når SoMe og alternative plattformer bidrar til at lesernes forståelse av mediebudskapet endres.

Deltagerne fra de ulike landene kommer fra land med ulike mediestrukturer. Diskusjonen frambragte at vi har mange felles utfordringer, som befinner seg ulike steder langs de samme aksene:

Flere medier har dårlig økonomi. Noen journalister frykter for at de vil bli sanksjonert av myndighetene dersom de skriver kritiske saker, og derfor modererer de seg. Andre opplever et stilltiende press om å blidgjøre eiere, annonsører og sponsorer med positive saker.

Vi kjemper alle om lesernes oppmerksomhet, opplever at det er vanskelig å sette dagsorden og holde på leserne over flere når distribusjon av saker ofte er avhengig av facebook-posting. Mange av journalistene som var til stede har opplevd at kritiske spørsmål blir avfeid som usannheter. Og de har det siste året i økende grad merket at falske «positive» nyheter har blitt publisert for å avvæpne kritiske nyheter.

Jeg takker for muligheten til å delta på en lærerik konferanse.

Ida Bergstrøm,

Journalist,

På Høyden/UiB.