

## Inntrykk etter GEN Summit Lisboa 2018

Tore Oksholen

Ansvarlig redaktør, Universitetsavisa

[Konferansen](#) gikk av stabelen onsdag 29. mai – fredag 1. juni. Overskriften for årets konferanse var «Towards the Augmented Newsroom».

Mine inntrykk etter å ha fulgt et flertall av de mange seminarene og debattene er summert som følger:

- Robotjournalistikken er på vei inn, og vil bli tatt i omfattende bruk.
- Datajournalistikk i alle slags former blir stadig mer relevant. Det handler om alt fra bruk av droner til å generere saker fra «big data».
- Kvinnelige journalister er utsatt, kanskje mer utsatt enn noensinne.
- Fokus har dreid fra å være ensidig opptatt av klikk til hvordan man holder på lojale lesere.
- Hva troverdighet angår er ikke faktasjekk nok. Relevans for leserne må komme først. Og: Transparens.
- Journalistikken skal være i opposisjon til makthavere, men ikke bli oppfattet som «Opposisjonen».

Et gjennomgangstema under konferansen var hvor viktig det er å holde på de lojale leserne. Oppmerksomheten er flyttet fra "klikkvinnere" til å bygge opp en robust base av lesere. Derfor bør redaktører bli mer interessert i leserstatistikk, hvordan den kan anvendes. For mange redaktører er redde for hva de måtte få vite, sa Jim Roberts, (sjefredaktør Cheddar).

Med mer aktiv bruk av slike verktøy, kan man også utarbeide verktøy som identifiserer saker som engasjerer og som har utnyttet leserpotensial, sa digitalredaktør i Dagens Nyheter, Martin Jønsson. Han skiller mellom saker som trender og saker som engasjerer lesere.

Jønsson fortalte også at internt i DN, genereres månedlig eposter til avisas reportere med statistikk over kjønnsbalansen i kilder og intervjuobjekter den enkelte har brukt, jevnført med snittet for redaksjonen samme tidsrom. Dette gjøres for å styrke medarbeidernes bevissthet om å få fram kvinner i media.

I flukt med dette understreket flere innledere at man må rette mer oppmerksomhet mot de viktige sakene, ikke minst når man fremmer i sosiale medier: Slik miks gir god respons hos lesere. "Man må aktivt fremme de viktige sakene, leserne vil ikke bare ha sakene som går viralt", sa Chris Muller, direktør for publikumsengasjement i Taboola. Et annet tips han kom med, var å skrive mer om tema de hyppigst tilbakevendende besøkende gjerne leser om.

Hvordan fremmer medier best egen troverdighet, i en tid med sterk konkurranse fra trollfabrikker og det som filosofen Harry Frankfurt samler under begrepet "bullshit"?

En gjennomgående innsikt som ble uttrykt fra en rekke av innleiderne, er at faktasjekk ikke er nok. Sjefredaktør i Reuters, Stephen Adler, sa at erfaringer tilsier at nitid sjekking av faktaopplysninger som politikere og andre kommer med, ikke endrer publikums oppfatning, og heller kan gjøre folk irritert. "Journalister må ikke bli oppfattet som høye på pæra", fortsatte han: Det er viktigere å skaffe god og relevant bakgrunnsinformasjon, gå dypere inn i saksmaterien og hjelpe brukerne til å ta gode beslutninger. Det er også viktigere at mediene oppfattes som relevante, enn at alle fakta er helt korrekt gjengitt.

Transparens oppfattes som stadig viktigere: Dette poenget ble gjentatt gjennom de ulike sesjonene. Medier og journalister må være åpne om hvordan de jobber, framholdt mange debattanter: Man bør vise fram metoder og fortolkninger, samt gjerne legge ut råopptak fra intervjuer. Det er viktig å være åpen om feil man begår, og vise vilje til raskt å korrigere feil.

Pressen må ikke bli oppfattet som selve «Opposisjonen», selv om enkelte statsledere (framfor alt Donald Trump) gjør sitt ytterste for å gi dem den merkelappen. Medier skal ikke agere mot noe bestemt regime: Margaret Sullivan, mediekommentator i Washington Post, var opptatt av dette. Også hun løftet fram transparens og korrigerings av egne feil. Sullivan makte også til større skepsis mot makthaverne og deres framstillinger av sakskompleks.

Om troverdighet: Jimmy Wales, grunnleggeren av Wikipedia og nylig WikiTribune, mente at skillet mellom tradisjonelle medier og "amatørmedier" som sosiale medier og selvbestaltede nyhetstjenester ikke er veldig tydelig. Han viste til en undersøkelse som sier at 70 prosent av amerikanerne ikke greier å skille mellom falske nyheter og ordentlig journalistikk.

Man bør innføre en tredje kategori: seriøs journalistikk, mente Wales, og viste til Daily Mail som eksempel. DM kan kalles en avis, men journalistikken den driver er etter Wales' oppfatning grunnleggende useriøs. Wales viste til WikiTribune og argumenterte for hvorfor "borgerjournalistikk" kan bidra til seriøsitet og brukerlojalitet. Her møtte Wales motbør fra Ed Williams, Edelman UK, som mente at borgerjournalistikk som sådan utgjør en problematisk sjanger.

Det ble ropt et kraftig varsko når det gjelder mediers avhengighet av facebook under flere av seansene. Facebooks algoritmer endres omtrent hver sjettede måned, med stadig nye overraskelser. Retoriske spørsmål som ble stilt var dette: Hva om den neste innebærer noe som bryter med publisistisk integritet? Hva om din publisistiske plattform kjøpes av Ali Baba og legges ned? Har redaktør og utgiver lojale lesere som man er i stand til å ta med videre?

En egen sesjon tok for seg arbeidsforholdene for kvinnelige journalister verden over i kjølvannet av #Metoo. Man fikk presentert historier blant annet fra Rana Ayyob fra India, om hennes ekstreme opplevelser av omfattende, til dels grotesk, sjikane over lang tid, for å få henne til å rømme fra landet.

Andre historier, som fra en brasiliansk faktasjekker, ble fortalt fra salen under andre sesjoner, om hvordan myndighetsinstanser går til langvarig, kjønnsbasert trakassering. Oppsummert: Situasjonen for reportere verden over kan synes å bli forverret, og det gjelder i særlig grad for kvinnelige reportere.

## Konkrete tips for å skaffe flere lojale lesere: (Muller, Jønsson)

- Spørre leserne: Hvem er de, hva vil de lese om, og kom tilbake til dette.
- Fremme viktige saker, ved siden av de "virale". Identifisere saker med uutnyttet potensial. Poste, og poste på nytt saker som engasjerer, løfte opp på forsida på nytt.
- Bruk nyhetsbrev og påminnere («fikk du med deg dette») til å fremme saker som fra før av er populære.
- Få folk til å scrolle seg nedover på skjermen, dette øker innetid og får færre til å klikke seg bort fra siden og nettstedet. Aktuelle virkemidler: Bryt opp med sitater, mellomtitler, lenker, og ikke minst flere "embed"-lenker. Leserne må lokkes til å fortsette nedover. Som det ble sagt: Husk at vi lesere er skummere, derfor er det viktig å gjøre skummingen lettere.
- Tenke spalter som merkevare: Rekruttere spaltister med navn. Dessuten: redaktører og journalister må gjerne tenke på seg selv som spaltist med merkevare.

## Hva kommer?

Når det gjelder hva som er der framme, handlet det meste om datajournalistikk. Algoritmer, AI (kunstig intelligens/artificial intelligence), "bots": Dette kommer. Mye direkterapportering kan overtas av maskiner. Spørsmålet blir imidlertid om det genuint journalistiske drukner i algoritmegenerert rapportering. Et eksempel som ble nevnt var Kina, som er svært på hugget. Her er det et enormt marked for medieinnhold, uten at det nødvendigvis er journalistikk.

Et relevant spørsmål blir ifølge noen innledere dette: Når AI genererer finans- og sportsreportasjer, hvor mye er slike saker til å stole på?

Men denne teknologien kan også anvendes til å styrke troverdigheten. AI og algoritmer kombinert: Robot-sakers prosentvise troverdighet kontrolleres gjennom algoritmer. Slike brukes også til å avsløre falske nyheter. Store nyhetsbyråer tester ut slikt. Foreløpig er de ikke anvendbare for mindre redaksjoner.

Et kjernespor spørsmål blir om AI anvendes til å svekke redaksjonene, eller til å styrke kvaliteten de produserer.

En egen seanse tok for seg hva som er trender innen datajournalistikk. Når det gjelder teknologiene, ble økt bruk av droner løftet fram, likeså interaktive kart og 360 graders video.

Når det gjelder programvare, jobbes det med metoder for å generere saker ut fra store mengder data – saker som kan brukes til å avsløre skjulte mønstre. Videre etableres tjenester som gjør det enkelt for reportere å generere saker ut fra store databaser, samt programvare som gjør det enklere å kombinere ulike virkemidler.