

DANSK PRESSE

NYHEDSBREV UGE 4 - 2010

Læs også nyhedsbrevet direkte på vores hjemmeside:
<http://www.danskedagblade.dk/nyhedsbrev>

JOURNALISTIK OG YTRINGSFRIHED

Ekstra Bladet kritiseres for dækning af mord sag

Politiske ordførere vil have "stramninger" - bøder og styrkelse af Pressenævnet.

Ordførere fra flere partier kritiserer Ekstra Bladet for håndteringen af sagen om mordet på Maria Møller Kristensen, hvor avisen i flere dage har bragt foto, navn og personlige detaljer på en mordsigtet mand, hvis sigtelse senere blev frafaldet pga. manglende DNA-match.

Politiske ordførere fra begge sider melder sig klar til at stramme lovgivningen på området. Retsordfører for De Konservative, Tom Behnke, mener ifølge Berlingske.dk, at der skal nogle spilleregler til.

Socialdemokraternes medieordfører, Mogens Jensen, mener over for Ritzau, at hårdere sanktioner - større bøder og erstatninger til de krænkede - for overtrædelse af de presseetiske regler vil mindske risikoen for, at uskyldige hænges ud i medierne.

Også medieordfører hos Venstre, Ellen Trane Nørby, ser en stramning af lovgivningen som en mulighed. Ifølge Politiken vil Venstre styrke Pressenævnet, så en entydig kritisk udtalelse fra nævnet over for et medie "per automatik fører til en erstatningssag i det civile retsvæsen".

De konservative har desuden været fremme med et forslag om navneforbud i tilsvarende sager.

Kommentator Leif Blædel skriver i Weekendavisen, "at sige i den konkrete sag, at man vil udvide pressenævnets kompetence er skinbarligt vrøvl. Havde den været 100 gange så stor som i dag, ville den ikke et sekund have frelst den uskyldige mand fra udhængning".

Årsagen er, at nævnet kun bedømmer overtrædelser, når en krænket selv henvender sig. Og det gør kun de ressourcestærke. "Alle andre, især samfundets små, kan medierne trampe på, som de har lyst, og det gør de rask væk, når de finder det givtigt."

Ligeledes kalder han også forslaget om, at pressenævnskritik automatisk skal føre til civil erstatningssag for vås: "En erstatningssag forudsætter, at den krænkede selv anlægger den - ingen automatik kan føre til en retssag ved det civile retsvæsen."

Det store problem er ifølge Blædel, at de eksisterende presseetiske regler ikke efterleves. "De siger udtrykkeligt, at medierne ikke bør navngive mennesker, som kun er mistænkte eller sigtede". Men politikerne er ikke magtesløse, hvis de vil afskaffe udhængning af uskyldige

mennesker: "De kan slet og ret vedtage, at det er forbudt under strafansvar at navngive mennesker, som er mistænkte eller sigtede for kriminelle forhold."

Forskere kritiserer journalistik om overenskomstforhandlinger

Uerfarne journalister og manglende interesse for baggrund og perspektiver.

Det er et problem, at der i mediernes stigende dækning af overenskomstrunderne også i stigende omfang er nye journalister uden baggrundsviden, som sendes i marken. Det mener KU-professorerne Jesper Due og Jørgen Steen Madsen, som i januarnummeret af nyhedsbrevet FAOS information (fra Forskningscenter for Arbejdsmarkeds - og Organisationsstudier) langer ud efter den flygtige medieopmærksomhed på vigtige emner som overenskomstforhandlinger og arbejdsmarked.

Selv om mediernes omtale af emnerne angiveligt er steget, er kvaliteten faldet. Og der er nærmest ingen interesse for baggrund og perspektivering i tidsrummene uden for de dramatiske forhandlingsforløb.

De erfarne arbejdsmarkedsjournalister, som havde et detailkendskab, som gjorde dem til eksperter, er erstattet med nye journalister, som skifter hver overenskomstrunde.

"Nogle gange, når vi bliver ringet op og kan høre på spørgsmålene, at de stilles uden nogen form for forkundskaber, opfordrer vi til at besøge hjemmesiden først, før de vender tilbage," skriver professorduoen, som ofte bruges i medierne.

Samtidig har journalisterne ikke så megen plads at skrive på som de gamle journalister - "og de må slå med uforstående redaktionssekretærer, der er mere til det hurtige og smarte end til perspektiverende og oplysende artikler".

Forskerne påtager sig gerne rollen som formidlere af faktuelle oplysninger, fordi det bidrager til at undgå misforståelser og fejlagtige udlægninger. De er derimod helst foruden rollen, hvor de som eksperter skal bekræfte en på forhånd fastlagt vinkel.

"Kun hvis man entydigt kan bekræfte denne vinkel, kan svarene bruges. Nuanceringer er bestemt ikke velkomne".

En særlig afart af dette problem er anvendelsen af eksperter til at kommentere opinionsundersøgelser, som ofte er designet til at underbygge en bestemt vinkel eller interessenters holdninger.

"Derved kommer de meget nemt i den uheldige rolle, at de i realiteten legitimerer en form for undersøgelser, de som seriøse forskere ikke selv vil gennemføre".

Forskerne skriver også, at "mediernes håndtering af organisationernes spin desværre ofte er præget af, at de plantede budskaber slipper igennem uden større kritisk behandling. En kombination af de flere og flere uerfarne journalister og behovet for en stadig hurtigere flydende strøm af nyheder bidrager til denne proces, hvor der ikke bliver plads til det bredere og mere kritiske perspektiv".

Læs hele artiklen her: Overenskomstforhandlinger og den flygtige offentlighed.

<http://faos.ku.dk/pdf/faosinformation/faosinf40.pdf/>

Google's Street View strider mod dansk lov

Systematisk lovbrud, når Google fotograferer folk på privat grund, mener mediejurist.

De fleste danskere kunne fra x-dag gå ind i Googles nyeste tiltag Street View og finde deres eget hus eller gade. Google har med særlige kamera-vogne kørt det danske - og resten af verdens veje tynde for at kunne tilbyde fotos på den nye tjeneste.

Og mange medier har fulgt trop ved at publicere de sjoveste - og mest afslørende - foto af almindelige mennesker fanget af kameraet, uden at de vidste det.

Men mediejurist Oluf Jørgensen siger i til Jydske Vestkysten, at der er tale om systematisk lovbrud, når Google Street View fotograferer mennesker på privat grund og lægger dem på internettet.

I en række tilfælde optræder personer på privat grund på billederne, og det er en overtrædelse af straffelovens paragraf 264a, der forbyder fotografering af personer på privat grund.

- Det er som udgangspunkt ulovligt at fotografere folk, der befinder sig på privat grund. Og det gør det ikke mere lovligt, at Google tilbyder at fjerne uønskede billeder. Man kan dårligt forestille sig en mere systematisk overtrædelse af paragraf 264a, siger mediejurist Oluf Jørgensen fra Danmarks Journalisthøjskole til JydskeVestkysten.

Han mener ifølge JV, at Google Street View sætter de danske retsregler på prøve, og han opfordrer derfor politikerne til at tage stilling til Googles nye netjeneste.

- Det viser, hvordan it-udviklingen og internettet kører af sted. Vi kan enten lægge os fladt ned på maven og sige "Det var så den lov, indtil Google kom forbi". Eller vi kan tage kampen op og rejse sagen på EU-plan, siger Oluf Jørgensen.

Datatilsynet oplyser, at Google ikke har bedt om en udtalelse i forhold til paragraf 264a. Tilsynet råder folk til at melde sagen til politiet, hvis de finder uønskede billeder af sig selv på Google Street View.

Laura Scott, europæisk talskvinde for Google Maps skriver i en mail til jv.dk og tjek.dk, at virksomheden ikke overtræder paragraffen. "Billederne i Street View er ikke anderledes, end hvad enhver kan se eller selv fotografere, mens de går ned ad gaden. Det er en grundlæggende ret at kunne tage billeder offentligt, og Street View er lovligt i Danmark".

Laura Scott mener også, at de redskaber, Google stiller til rådighed, er nok. "Vi er meget opmærksomme på hensynet til privatlivets fred, og stiller derfor også en række værktøjer til rådighed så man kan rapportere eventuelle problematiske billeder til os", skriver hun.

- Men det ændrer ikke ved lovovertrædelsen, at man efterfølgende kan bede om at få billeder slettet, siger Oluf Jørgensen. Heller ikke sløring af ansigter ændrer noget. Det er selve handlingen at fotografere personer på privat grund, som 264a forbyder, siger Oluf Jørgensen til jv.dk.

LEDER:

Isvinter – også for ytringsfriheden

Af Ebbe Dal, adm. direktør, Danske Dagblades Forening

En bekendt har gennem en del år drevet forretning i Kina. Hver gang, han kommer hjem, betror han mig, at Kina, det er fremtiden. De kan! - siger han. Tag derover og se. På svaret om, at der skal mere end nysgerrighed og sightseeing-trang til at drive mig til at lægge turistindtægter til et af verdens mest repressive regimer, svarer han, at jeg jo alligevel får de fleste af mine varer derfra. Og lægger til, at man ikke kan drive en sådan kæmpebefolkning mod velfærd uden diktatur. Rent ekko fra Beijing eller for den sags skyld 30'ernes Europa, siger jeg. Så bliver vi uvenner og taler om noget andet.

Dagbladenes internationale arbejde i WAN-IFRA har i mange år haft et engageret indisk medlem, en ingeniør, der har skabt sig en formue ved at drive en mindre avis, han købte, frem til et millionoplag på et marked, hvor avisoplaget vokser med befolkningens stadigt tiltagende velfærd.

På spørgsmålet om, hvad man som inder egentlig mener om englænderne nu over 60 år efter frigørelsen, svarer han: Englænderne efterlod os efter en fredelig adskillelse med et velfungerende demokratisk styresystem, et retfærdigt retssystem, en duelig embedsstand, en infrastruktur og et sprog, der binder os sammen. Skulle vi i og for sig gå og være vrede på dem i dag?

De vestlige landes liberale virksomheder har, hjulpet af de demokratiske regeringer, af mange årsager valgt Kina som det sted i den tredje verden, der skulle få udviklingen frem til stormagtsstatus. Først sent har Indien været rede til at gå ind i den samme udvikling, og med personlig erfaring fra den skærsild, som det var for ØK at handle gennem sine indiske interesser i forhold til at rulle ud ad løberen i Kina i 70'erne, er det ikke svært for mig at forstå.

Men resultatet er alligevel, at den spektakulære omvæltning i forståelsen af Kinas nye rolle, som begivenhederne under COP 15 medførte, må give os en klar fornemmelse af, at isvinteren for ytringsfriheden startede samtidig med den rigtige vinter. Den danske regering har allerede udtalt sig om Tibet. I de kommende år vil der blive lagt et stadigt stigende pres på ytringerne fra den vestlige verden.

Godt, vi har inderne og brasilianerne. Gid de må forstå at manøvrere rigtigt i forhold til Kina. Gid vi må forstå at erobre den afrikanske sympati før kineserne. Og gid vestens politikere og intellektuelle vil have en modig tilgang til og forstå at debattere disse spørgsmål på en moden måde. Så kan det være, at vi kan ryste den ubehagelige fornemmelse af 1930'er-gentagelse af os og gå et forår i møde.

MARKED OG ØKONOMI

Apples nye I-pad lanceret

Delte meninger om den nye e-reader mm. vil redde avisernes økonomiske fremtid.

Steve Jobs introducerede onsdag i San Francisco Apples med længsel ventede nyeste produkt: en slank såkaldt "tablet" computer ved navn iPad, som en kombination af en bærbar pc, en e-reader, en netbook og en smartphone.

IPad'en har en 9,7 tommer stor trykfølsom skærm og på scenen i San Francisco demonstrerede New York Times, hvordan man kan bladere, zoome, opdatere og gemme artikler.

Spørgsmålet er, om iPad'en vil sætte yderligere skub i et gennembrud for e-readere og dagbladenes brugerbetaling for nyheder og andet indhold på nettet. Ugebrevet om digital markedsføring, DigiWatch er skeptisk:

"Løsninger som New York Times' app skal hentes via en apps-butik, og her ser aviserne en mulighed for at tage penge for deres produkt. Men det bliver ikke så ligetil. For det første skal man også her overbevise brugeren om, at det nu er tid til at betale. New York Times' nuværende applikation til iPhone koster nemlig ikke noget. For det andet er det som regel kun den ene part i et Apple-samarbejde, der tjener de store penge, og det er Apple", skriver DigiWatch.

Den norske medieudvikler Anders Brenna er i kampanje.com heller ikke udelt begejstret, særligt fordi præsentationen helt savnede fokus på iPad som nyhedsformidler. Apple havde endog overladt det til New York Times at udvikle en app, som er den software, der skal bruges til at læse aviser med. Alligevel vil han ikke dømme iPad'en ude i forhold til de trykte medier:

"IPad redder ikke pressen, men den er nok et skridt i den rigtige retning for de medievirksomheder, som tænker rigtigt. Den vil åbne døre, men så bliver det op til hver enkelt at udnytte mulighederne."

Andre internationale branchefolk fra magasin- og dagbladsbranchen var mere begejstrede ifølge Mediaweek, og mange ser store muligheder i iPaden.

Herhjemme er koncernchef for Berlingske Media, Lisbeth Knudsen, ikke i tvivl om potentialet:

"Jeg tror, det får rigtig stor betydning for mediebranchen, fordi det er et gennembrud for en ny, attraktiv måde at vise aviser på. Det her (iPad, red.) åbner for os som avis-producenter og indholdsproducenter et helt nyt marked, hvor vi kan gøre billederne levende. Og hvor der er direkte interaktivitet i forhold til alt det, vi ønsker at lægge ud", siger hun til Journalisten.dk.

Læs flere kommentarer om iPad og avisbranchen her:

[Baggrund: www.guardian.co.uk/media/pda/2010/jan/28/can-apple-ipad-save-newspapers](http://www.guardian.co.uk/media/pda/2010/jan/28/can-apple-ipad-save-newspapers)

Fra amerikanske branchefolk: www.mediaweek.com/mw/content_display/news/digital-downloads/broadband/e3i4bc8452e26de3fdb210f155ce1bbd5d3

Medieudvikler Anders Brenna: www.kampanje.com/medier/article540910.ece

Svenske Expressens redaktør for sociale medier, Emanuel Karlsten:
www.journalisten.se/artikel/22099/jag-tror-inte-ipad-aer-raeddningen

Største fald i annonceomsætning nogensinde

Medier har tabt milliarder i 2009.

Op mod 2,5 mia. kr. kan annoncekrisen have kostet de danske medier i 2009, skriver Børsen.

De citerer endnu ikke offentliggjorte tal fra Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening (DRRB) som viser, at alene annonceomsætning via mediebureauerne faldt med 17 pct. sidste år, og det kan meget vel svare til to milliarder kr.

"Der skete to ting: Dels blev krisen meget voldsommere end ventet, dels faldt omsætningen ikke kun på grund af en faldende efterspørgsel men også grundet voldsomme dyk i prissætningen", forklarer administrerende direktør i Mediacom Ulrik Falkner Thagesen til Børsen.

Faldet fra 2008 til 2009 er større end det hidtil største, hvor 11.-septemberkrisen gav et markedsfald på 13 pct.

Den største procentuelle nedgang findes hos magasiner, ugeblade og fagblade, der faldt med mellem 33 og 40 pct. Dagbladene tabte ca. hver fjerde annoncekrone.

Internettet var sammen med landets biografer det eneste medie, der vækstede i 2009, men 5 pct. var langt mindre end både mediehusene og mediebureauerne havde håbet på.

»Jeg er næsten sikker på, at vi vil se en generel vækst i omsætningen i 2010, men jeg tror ikke vi vil være tilbage 2008-niveau før i 2012,« vurderer DRRB's direktør Bjørn Karsholt over for Børsen.

Britiske aviser spærrer for, at NewsNow høster og sælger links

Aviser bakkes op af Newspaper Licensing Agency, som kræver betaling af licens.

Nyhedstjenesten NewsNow gennemtrawler britiske netaviser for links, som så udbydes til kunder via abonnement. Som modtræk har the Daily Mirror nu som den seneste avis i en længere række, spærret for NewsNow's adgang til sit site, skriver bl.a. MediaWatch. The Sun og Times Online har også spærret adgangen for NewsNow.

"Vi er ikke store fans af deres forretningsmodel", siger Mirror.co.uk's digitaldirektør Matt Kelly til PaidContent.

Aviserne er bakket op af 'Newspaper Licensing Agency', som har stillet krav om, at NewsNow betaler en licens for at få retten til at sælge lister med nyhedshistorier, som f.eks. bliver købt af pr-bureauer. Licensen ville have kostet ca. 307.000 kr. per kunde. Det har nyhedstjenesten modsat sig. Bestyrelsesformanden for NewsNow Struan Bartlett mener, at det er en uacceptabel indskrænkning af ytringsfriheden.

"Vi har ikke nogen uoverensstemmelse med NewsNow, men det er vigtigt at respektere indholdsproducenterne og dele værdien af det, der kommer ud af deres indholdsproduktion", siger Andrew Hughes fra NLA til bbc.co.uk.

I Danmark er en lignende service fra Newsbooster, der anvendte dybe links til avisernes artikler og solgte overskrifterne som et nyhedsovervågningsabonnement, blevet dømt ulovlig.

Læs mere: <http://blogs.pressgazette.co.uk/wire/6068>

Investorer giver ultimatum til Montgomery

Aktionærer kræver reduktion af gæld og stop for ekspansion.

Kun 12 måneder efter et bestyrelsesopgør mod chefen for den britiske avis-koncern Mecom, der blandt ejer Berlingske Media, er David Montgomery atter kommet i strid modvind hos aktionærene, skriver dagbladet Børsen.

En række af aktionærene er skuffede over den dårlige udvikling i selskabets aktiekurs siden en kapitaludvidelse i maj 2009 og kræver nu, at der fokuseres hårdt på at forbedre resultaterne og nedbringe selskabets gæld.

"Der er stor utilfredshed med, at selskabet fik tilført nye penge sidste år og alligevel har stået helt udenfor det cykliske opsving, som branchen har været igennem", siger en kilde i London til Børsen.

Mecom-aktien blev ved kapitaludvidelsen handlet til, hvad der svarer til 500 pence, men er faldet til 149 pence, mens værdien af flere britiske avishuse i løbet af 2009 blev tredoblet.

Det har skabt fornyet uro omkring David Montgomery, der for et år siden nedkæmpede et oprør fra bestyrelsesmedlemmer, der ville afsætte ham. Seks bestyrelsesmedlemmer og Mecoms finansdirektør forlod herefter selskabet.

Montgomery trådte sidste år tilbage som formand og er nu kun administrerende direktør, hvilket i princippet gør det lettere for investorerne at vippe ham af pinden.

Senest har aktionærene blandt andet været bekymrede over, at Montgomery har antydnet, at Mecom fremover vil være parat til yderligere opkøb. Også Mecoms gæld, der trods frasalg af hele den tyske forretning og dele af de norske aktiviteter, er på 2,8 milliarder kroner, vækker bekymring hos aktionærene.

Alt tyder på, at Mecom kan honorere de bankaftaler, som blev genforhandlet sidste år, men beskedne forventninger til indtjeningen betyder, at det vil gå langsomt med at afvikle anden gæld.

MEDIEVERDENEN

DR's hjemmeside for kulturstof er i gang

Tirsdag lancerede DR dr.dk/kultur, der skal samle både korte nyheder, længere artikler, radio og tv.

DR's nye hjemmeside for kultur, dr.dk/kultur, blev lanceret tirsdag med nyt design og en mere samlet formidling af kulturstoffet.

Hvor kulturnyhederne tidligere var del af dr.dk/nyheder, og det længere kulturstof lå på Kulturguiden, samles nu alle kulturhistorier fra alle DR's kulturproducerende programmer. Det gælder både korte nyheder, perspektiverende historier, reportager, portrætter og anmeldelser.

DR håber, at de korte kulturnyheder vil lede brugere videre til det øvrige kulturstof. "Kultur har altid været en vigtig del af indholdet på dr.dk, men tilbuddene har ofte levet spredt. Med en ny samlet indgang til nyheder, tv, radio og klubber håber vi, at endnu flere vil finde veje til at blive inspireret og tage del i kulturstoffet", siger Nicolai Porsbo, kanalchef på dr.dk. i en pressemeddelelse.

"Tidligere har vi haft fokus på fysisk at samle forskellige kulturproduktioner i DR på vores site "Kulturguiden". Men vi fandt ud af, at mange brugere interesserer sig for kulturnyheder, og at nyhederne var deres indgang til kulturuniverset. Derfor har vi valgt at lade nyhederne være basen for vores site. Derfra håber vi, at brugerne finder videre til de dybder og reportager, der findes i resten af vores kulturtilbud i DR", siger Petter Åttingsberg, redaktør på dr.dk/nyheder.

Journalisterne Marie Ravn og Rasmus Strøyer har udviklet sitet og skal sørge for den daglige drift og kontakten til DR's øvrige kulturredaktioner.

World Editors Forum arrangerer studietur om hyperlokale nyheder

Tur til innovativt nyhedsnetværk i Tjekkiet i marts.

World Editors Forum arrangerer en eksklusiv studietur fra 17. - 19. marts til et af de vigtigste hyperlokale nyhedsprojekter i verden. Det innovative hyperlokale nyhedsnetværk Nase Adresa (vores adresse) består af 150 hyperlokale ugeaviser og 900 websites produceret ud fra 90 såkaldte nyhedscafeer.

Projektet findes i Tjekkiet, hvor større byer og landsbyer har deres egen ugeavis med tilhørende website, som er lavet af professionelle journalister og er åben over for bidrag fra borgerne. Projektet er finansieret af en ny spiller i medieverdenen: forsikringsvirksomheden PFF.

På en tredages studietur kommer man både til en lokalredaktion i Böhmen og til nyhedscentret i Prag FUTUROOM. Her kan man blive klogere på, hvordan man integrerer indhold fra både professionelle og amatører, tiltrækker ny omsætning gennem lokale annoncer til både print og web, samler alle lokale informationer på et enkelt website, skaber interaktive lokalmedier og skaber langtidsholdbare relationer til kernemålgruppen. Studieturen afsluttes med en workshop om, hvordan man laver sin egen forretningsplan med to eksperter på hyperlokale nyheder.

Flere detaljer her: www.wan-press.org/wefprague2010/programme.

Altinget introducerer EU portal

Altinget.dk udvider med gratis nyhedsbrev og en portal, der kun omhandler EU-politik.

Det politiske site Altinget.dk har åbnet en portal kun for EU-politik, hvor læsere kan få et EU-politisk overblik, og hver fredag modtage et gratis nyhedsbrev med nyheder, analyser og blogs om EU, skriver MediaWatch.

Altinget.dk har som det første medie i Danmark valgt at udbygge med en journalistisk portal, der kun omhandler EU-politik.

Baggrunden er, at EU fylder mere end nogensinde i dansk politik i forhold til lovgivning inden for bl.a. transport, klima, miljø, fødevarer, skat, videnskab og forskning, hvor EU er en afgørende aktør. Med den nye portal på Altinget.dk bliver det også muligt at få et overblik over, hvad de danske medier skriver om EU, og hvad de danske MEP'ere mener.

Altingets EU-portal er støttet økonomisk af Europa-nævnet. Det er også muligt at modtage et gratis nyhedsbrev fredag fra Altingets USA-portal.

UDVIKLING

Berlingske satser på innovationsfest

Flere og mindre indtægtskilder skal erstatte indtægter fra annoncer og oplag.

I dag fredag skal alle godt 2000 medarbejdere i Berlingske Media til tre timers innovationsfest for at udtænke nye produkter og smartere arbejdsgange, ifølge journalisten.dk. Omkring 300 grupper forventes at komme med mindst 1000 nye ideer til at forbedre virksomheden.

"Alle de her forslag vil blive samlet op og vurderet, og så giver vi en pris til de bedste forslag. Vi vil fortsætte med det her, for produkt- og procesudvikling skal ikke være topstyret hos os. Det skal komme fra grunden af", siger koncernchef Lisbeth Knudsen til journalisten.dk

Lisbeth Knudsen siger til det svenske Medievärlden, at hendes analyse er, at i fremtiden handler det ikke om at få store indtægtskilder, men flere og mindre. I år kommer 48 procent af Berlingskes indtægter fra annoncer, 42 procent fra salg af avisen og otte procent er andre indtægter. I 2015 vurderer hun, at forholdet vil være 40, 40 og 20. Men ikke på grund af, at kagen er blevet mindre.

"Nej, jeg tror, at den vil være vokset. Måske med 15 til 20 procent", siger hun.

Hotte vækstområder tror hun bliver bl.a. magasin, mobil og forskellige niche-produkter. Ikke traditionelle dagblade, men det indebærer ikke, at de ikke fortsat skal udvikles. "Læserne hader ikke forandringer. De elsker dem, også når det gælder print."

JP satser på web-tv

Jyllands-Postens web-tv udvider redaktionen.

I 2009 blev der vist over 23 mio. tv-klip på Jyllands-Postens web-tv-kanal JPtv. Det er en fremgang på 22 procent sammenlignet med 2008, skriver Jyllands-Posten i en pressemeddelelse.

Fremgangen betyder, at web-tv-redaktionen nu udvides med endnu en fast journalist.

"I 2009 satsede vi på at blive stærkere på nyheds-tv-billeder, og det har givet pote. Vi kan se, at vores seertal til nyhedsindslagene er stærkt stigende, og vi har kunnet give vores historier på jp.dk en ekstra dimension. Derfor er det her, vi nu putter flere ressourcer ind", siger tv-redaktør Jacob Bendixen Andersen fra JPtv.

Annoncesalget på web-tv-formatet ventes at stige i 2010. "Vi mærker en pæn interesse fra kunder og mediebyureauer – og vi tror på, at web-tv kommer til at bidrage flot til omsætningen i 2010", siger kommerciel chef på JP Medier, Jesper Hansen.

JPtv er JP Mediers web-redaktion, der leverer tv til både jp.dk og epn.dk.

Århus Stiftstidende fokuserer på brugerne fra 1. februar

To udgaver og mere læsergenereret indhold.

Fra 1. februar udkommer Århus Stiftstidende i to forskellige udgaver, hvor der er mere fokus på brugerindhold, skriver Berlingske Media i en pressemeddelelse.

Én udgave er målrettet borgerne i Århus Kommune og én dem, der bor i omegnskommunerne. Læserne i Århus Kommune får syv nye tillæg og for de øvrige cirka 25 procent af Århus Stiftstidendes læsere, der bor uden for Århus Kommune skal fortsættelsen af sektionen "Østjylland" sikre fokus på omegnskommunerne fra Odder til Syddjurs.

"Vores erfaring fra de fokusgrupper, vi har haft, er, at læserne i Århus Kommune ønsker mere stof om Århus, mens vores læsere i omegnskommunerne gerne vil have stof derfra, og det tager vi konsekvensen af," siger chefredaktør Dorthe Carlsen til MediaWatch.

"Dialogen med læserne vil være i fokus, uanset om det er i avisen, på Stiften.dk eller på AOA.dk", siger Dorthe Carlsen i en pressemeddelelse.

Det fremgår, at der både vil være brugergenereret indhold og stof, som Stiftstidendes journalister producerer på baggrund af brugernes indspark. Der er bl.a. oprettet et læserpanel kaldet StiftenPanelet. Derudover betyder relanceringen et farvel til redaktionssekretærerne som stillingsbetegnelse. Journalisterne skal selv lægge artikler på og færdiggøre avissiden, hvilket frigør ressourcer til indholdsproduktion.

JOB OG KARRIERE

Økonomisk Ugebrev mister chefredaktør

Morten Jeppesen forlader posten efter knap tre måneder.

Morten Jeppesen, som trådte til som ny ansvarshavende chefredaktør for Økonomisk Ugebrev har efter knap tre måneder sagt farvel igen til fordel for en stilling som finansjournalist på dagbladet Børsen.

"Jeg fik et tilbud, jeg ikke kunne sige nej til, så enkelt er det", siger Morten Jeppesen om sit skifte, til MediaWatch.

Morten Jeppesen kom til Økonomisk Ugebrev fra en stilling som redaktør på Dagbladet Roskilde og har været med til at afdække sagen om Roskilde Bank, som han har skrevet bogen 'Blændværk' om.

Økonomisk Ugebrev var tidligere delvist ejet af Jyllands-Posten, der - efter et års tid på den delte ejerpost i begyndelsen af året - trak sig ud af virksomheden. I stedet overtog ledelsen med administrerende direktør Morten W. Langer i spidsen det fulde ejerskab af Økonomisk Ugebrev og søsterudgivelsen Nyhedsbrev for Bestyrelser.

Lars Erik Torjussen bliver ny direktør for Aftenposten i Norge

Direktør fra mediehuset Fædrelandsvennen overtager jobbet efter Kristin Skogen Lund.

Bestyrelsen i Aftenposten har i denne uge ansat Lars Erik Torjussen som ny administrerende direktør efter Kristin Skogen Lund. Torjussen kommer fra en tilsvarende stilling i mediehuset Fædrelandsvennen i Kristiansand.

Aftenpostens bestyrelsesformand Didrik Munch er meget tilfreds med valget av Skogen Lunds efterfølger:

"Jeg er glad for, at vi havde flere gode kandidater indenfor Aftenposten og Media Norge-sfæren. Lars Erik har lang erfaring og kan fremvise gode resultater som mediehuschef i Fædrelandsvennen. Jeg er glad for, at vi fortsat skal samarbejde med ham, og jeg er sikker på, at han vil lykkes også i Aftenposten".

Torjussen er 46 år gammel, og har arbejdet for Fædrelandsvennen siden 1994. Efter et år som markedschef tiltrådte han i 1995 som administrerende direktør i avisen – 31 år gammel. Han begynder på Aftenposten i midten af februar.

RETTELSE

Forkert rubrik

Ekstra Bladets 'Årets Aviskonkurrence' omtalt i sidste uges nyhedsbrev er ikke en del af projektet Avisen i Undervisningen, selv om den var placeret under den rubrik.

ANNONCER

Update: Sociale medier - i dialog med mediebrugerne

Brugerinvolvering, interaktivitet og brugergenereret indhold er alle begreber for visionen om et tættere samspil med mediebrugerne.

På modulet undersøger vi de værktøjer og features brugerne har til deres rådighed for at skabe og bearbejde indhold, kommunikere og publicere - for sig selv, til hinanden og til de etablerede medier, institutioner og virksomheder. Værktøjerne kobles med begreber og teorier, der forklarer, hvorfor de sociale medier markerer en afgørende forandring i hele det journalistiske mindset.

Bliv klogere på de sociale medier på diplommodulet "I samspil med brugerne": (link: <http://www.dje.dk/FMPro?-DB=kurser.dje&-Lay=14&-format=kursusaktuel.html&Kursusnr=4426&-Find.>)

BEMÆRK: Det er lykkedes os at få britiske Paul Bradshaw, kendt som en af de største internationale kapaciteter inden for sociale medier og udgiver af den anerkendte Online Journalism Blog, med som heldags gæsteunderviser på modulet. Gå ikke glip af muligheden for at møde Paul Bradshaw, der sammen med Peter From Jacobsen og Peter Østergaard vil klæde dig på til at forstå og håndtere de sociale medier.

Danmarks største pris til journalister

Vil du have et helt universitet til din rådighed? Og samtidig inspirere kommende journalister, undervisere og forskere?

Syddansk Universitet leder efter den næste Fellow til Center for Journalistik.

Motiveret ansøgning stilet til Journalistuddannelsernes styrelse sendes senest mandag den 15. februar 2010 til: Center for Journalistik, Syddansk Universitet, Campusvej 55, 5230 Odense M. Ansøgningen bedes mærket: Fellowship.

Styrelsen, der blandt andet består af repræsentanter fra mediebranchen, står for udvælgelsen. Navnet på legatmodtageren vil blive offentliggjort medio marts 2010.

Yderligere oplysninger kan fås ved henvendelse til styrelsens formand, Per Westergård, tlf.: 6011 1111.

Regionshuset, Vejle søger journalist med øje for den gode historie

Du er uddannet journalist og har praktisk erfaring fra nyhedsredaktionen - gerne fra flere forskellige medier.

Du kan hurtigt sætte dig ind i komplicerede stofområder og skære budskaber til, så de fænger. I din verden er alle medier vigtige - lige fra ugeavisen til de landsdækkende, fra de elektroniske til de skrevne.

Du har sans og interesse for at arbejde i en politisk organisation, og du kan arbejde med flere sager samtidigt.

Du er opsøgende og udadvendt i dit samarbejde med resten af kollegaerne i regionshuset, på sygehusene og institutionerne.

Når du har en god historie, får du den også fortalt. Det gør du, fordi du af natur er optimistisk, selvstændig og med masser af gå-på-mod.

Om jobbet

Du bliver en del af presseteamet på seks medarbejdere. Du får daglig kontakt med journalister fra landsdækkende, regionale og lokale medier. Du skal sikre, at borgerne gennem pressen får at vide, hvad Region Syddanmark står for.

Jobbet er varieret med en stor berøringsflade til mange mennesker i regionen. Du kommer fortrinsvis til at arbejde med problemstillinger inden for sundhedsområdet og skal rådgive om, hvordan vi bedst når ud over rampen med vores budskaber. Du får en arbejdsdag, som du aldrig helt ved, hvad bringer. Pressegruppen skal hele tiden være parat til at ændre kurs i forhold til dagens arbejdsopgaver.

Om os

Du får 20 dygtige kollegaer i Kommunikation. Vi er centralt placeret i koncernen og rådgiver hele organisationen, herunder sygehusene. Vi har desuden ansvaret for Region Syddanmarks jobannoncering, designlinje, webplatform og meget andet.

Hør mere

Du er velkommen til at høre mere hos pressechef Carsten Bruun, 2026 3392, kommunikationsdirektør Søren Braun, 2920 1870 eller pressekonsulent Hanne Kopp, 2920 1872.

Ansøgningsfrist er onsdag 3. februar. Vi glæder os til at høre fra dig. Vi holder samtaler 11. februar.

Løn og ansættelsesforhold: Efter overenskomst.

Region Syddanmark er én ansættelsesmyndighed. Hvad det betyder for dig, kan du læse om her: www.regionsyddanmark.dk/wm202311

Søg jobbet online her:

delta.hr-manager.net/ApplicationInit.aspx?ProjectId=63516&DepartmentId=2214&SkipAdvertisement=true

Kontakt: Region Syddanmark, pressechef Carsten Bruun, Damhaven 12, 7100 Vejle.

KOLOFON

Tilmeld dig Nyhedsbrevet Dansk Presse, som opdaterer dig med nyheder fra medieverdenen i ind- og udland på: <http://www.danskedagblade.dk>

Skriv til redaktionen:

Denne udgave er skrevet af freelancer Birgitte Ramsø Thomsen, birgitte.ramsoe@gmail.com

Ellers:

Journalist og redaktør Louise Zabel, lz@danskedagblade.dk

Ansvarshavende redaktør Ebbe Dal

Ved annoncering i Nyhedsbrevet Dansk Presse kontaktes:

Jan Treu på tlf. 33 33 06 80 eller e-mail: jt@treumedia.dk

Frameld Nyhedsbrevet Dansk Presse - send en mail til

<mailto:ddf@danskedagblade.dk?subject=frameld>

Har du fået ny e-mailadresse - send en mail til <mailto:ddf@danskedagblade.dk>

Arkiv - mangler du et tidligere nummer af Nyhedsbrevet Dansk Presse, så

klik her <http://www.pressenshus.dk/usr/pressenshus/ddfnet.nsf/arkiv.html>

Danske Dagblades Forening

Pressens Hus

Skindergade 7

1159 København K

● DDF · Danske Dagblades Forening