

Pressens samfunnsrolle

Pressens samfunnsrolle er definert i Vær varsomplakaten. Her et utdrag:

- Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.
- Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.
- Pressen skal verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt.
- Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.
- Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

Ingen felleiser i fire PFU-saker

Pressens Faglige Utvalg (PFU) behandlet fire klager mot HA i 2012. Aviser ble ikke felt i noen av sakene.

- Frida Buschmann innklaget HA for å ha stanset debatten om mobbesaken i Aremark. PFU konkluderte med at HA-redaktøren ikke brøt god presseskikk.
- Vestfellas Venner fikk ikke medhold i sin klage om deler av HAs dekning av vindmøledebatten.
- Jan-Erik Erichsen og Øivind Hansen fikk ikke medhold i sine klager på HA-redaktørens redigering av to leserbrev. Hansen trakk sin klage før sluttbehandlingen. Sekretariatet ville avvise klagen.

HALDEN ARBEIDERBLAD

- Halden Arbeiderblad er en fri og uavhengig lokalavis for Halden og Aremark med et sosialdemokratisk grunnsyn.
- Første utgave kom ut 28. september 1929.
- Eneste dagsavis i Halden og Aremark.
- HA har 19.000 daglige lesere på papir, og 8.000 på nett.
- Det siste bekreftede opplagstallet er 7.939. HA har 6.300 unike brukere på ha-halden.no, og 1.246 medlemmer på lokalsonen Ditt Halden.
- 26 ansatte hvorav 18 redaksjonelle medarbeidere.
- Eies 100 prosent av det norske konsernet Amedia.

Min gode kollega Ove Mellingen i Telemarksavisa, har konkludert med at «samfunnsoppdrag» nok ikke er det mest sexy ordet ordboka kan oppdrive. Til det er det for høytidelig. Det hører liksom mest hjemme i festalesammenheng for oss pressefolk.

Like fullt summerer det godt opp norske avisers eksistensberettigelse, og det er det viktig å synliggjøre. Det er også egnet til en smule refleksjon.

For andre år på rad leverer HA her sin redaksjonelle årsrapport. HA har i en rekke vært den eneste dagsavisa i Halden og Aremark, og det er et stort ansvar. I denne årsrapporten ønsker jeg å tenke litt høyt om nettopp samfunnsoppdraget, og å gi deg som leser en del tall og statistikk som måler oss både i kvantitet – og kvalitet.

Dette kommer HA til å gjøre hvert år framover, på lik linje med de aller fleste andre norske aviser. En slik årsrapport er det blitt fokusert på i hele bransjen. Det er fordi vi synes det er viktig, og at leserne har krav på å få ta del i virksomheten vår.

Vi kommer også med jevne mellomrom til å be om lesernes tilbakemeldinger på det vi presterer.

Samfunnsoppdraget går først og fremst ut på å formidle nyheter innenfor et bredt spekter. Jeg tenker for eksempel på politikk, helse- og næringsliv, sport og kultur. Vi skal være lesernes vaktbikkje mot makta i byen, og påpeke skjevheter.

Vi skal også løfte fram helene, la deg bli kjent med flere folk i Halden og Aremark, spille det aktive livet i byen og i bygda, og fortelle om alle solskinnshistoriene.

Samtidig skal vi være Haldens viktigste talerstor. Vi har en klar ambisjon om å være en



Hver formiddag, temmelig nøyaktig klokka 12.50, svinger budbilen inn på Langbrygga med dagens rykende ferske HA. Bilen har kjørt fra trykkeriet på Lillestrøm. Her setter opplagssjef Odd Øiestad (til venstre) og ansvarlig redaktør og daglig leder Hans-Petter Kjøge pris på at enda en utgave av HA er kommet vel fram.

moteplass for sterke meninger. Stedet der den offentlige debatten blir holdt. Her skal folk si

sin hjertens mening. Først og fremst om lokale temaer. De blir prioritert høyst.

Vi vil med andre ord engasjere. Vi vil skrive historier som treffer hjertet, og saker som

gir grunn for refleksjon, lærdom og ettertanke. Alt gjør vi med Halden-øyne. Hvis vi ikke

lager journalistikk som engasjerer leserne, har vi tapt.

Dette sitter i ryggmargen til alle pressefolk. Ingenting gir en journalist mer sitring i kroppen enn vissheten av at han eller hun har fått en veldig god sak på blokk. «En god sak» kan være så mangt, men fellesnevneren er uten tvil at alle vet den kommer til å engasjere og bli lagt merke til.

Det er også viktig at vi som lokalavis setter viktige temaer på dagsorden. Bare de siste ukene kommer jeg kjøpt på flere saker som HA har løftet opp og fram:

- Idrettens kår i kommunen, og viktigheten av å få realisert en allbrukshall
- Forfallet på de kommunale bygningene i Halden, og konsekvensene av manglende vedlikehold
- sentrumsskolene i Halden trenger mer plass

Det skal ikke stikkes under en stol at HA har fått en del klare tilbakemeldinger fra leserne sine. Hovedinntrykket har vært at mange er glade i lokalavisa si, og har et nært forhold til den. Men det er mange som i flere sammenhenger gir uttrykk for at vi ikke er relevante nok for dem.

Vi har nettopp ikke klart å engasjere nok. Vi er blitt oppfattet som litt kjedelig.

Dette forsøker vi å gjøre noe med. 2012 var for oss året da HA ble målt i flere sammenhenger. (Se for øvrig saken ved siden av denne.) Vi fikk en del svar som gjorde at vi la om på strategien.

Vi mener selv vi er blitt mer offensive, synlige og tydelige. Vi har fått ny logo og nytt slagord; «HA – Nær og viktig». Det er ambisiøst, og det holder oss på å hev. Vi skriver også flere saker som bevisst er ment for

barnefamilier, og som angår barn og unge. Det gjelder både nyheter og reportasjer.

Vi leter også nå bevisst etter flere suksesshistorier. De aller beste er dem som er egnet til å framheve lokalpatriotismen, og gi folk som fortjener det et klapp på skuldra. Jeg håper du har lagt merke til Tømmelen opp-vignetten HA setter på sakene vi synes fortjener det.

Lokalavisa skal bidra til å gi folk identitet til stedet der de bor. I kveld er det Halden-gallaen. Den gleder jeg meg til som en liten unge. Ikke bare fordi det skal bli et flott show med masse god lokal underholdning. Nei, også fordi en rekke haldensere som har oppnådd suksess eller har gjort en ekstraordinær innsats skal hedres. De skal rett og slett bli satt pris på, og HA viser dem mer enn gjerne fram!

Mediebransjen lever nå i en tid der forandring er blitt et hverdagsord. Leserne flytter på seg, og de gjør det raskt. HA har i grunnen ikke så mange færre lesere enn før totalt sett, for vi får flere på nett og færre på papir. Oppplagsnedgangen er også under snittet.

Men trenden er klar. Det strategiske målet også; hvis vi skal ha økonomiske ryggrad til å lage kvalitetsjournalistikk, må vi utvikle oss mye på nett. Vi må rett og slett lage en nettavis som er så god at haldenserne og aremarkingene er villige til å betale for den.

Men uansett må vi leve opp til vårt eget mantra: «Ingen kjenner byen bedre».



HAs 1. side 30. august 2012



HAs 1. side 24. november 2012



HAs 1. side 5. mai 2012



HAs 1. side 2. mars 2012



HA-tall i 2012



HA tok initiativ til Halden-gallaen som går av stabelen i kveld. Her glade arrangører. Kjell Hagen (Sparebankstiftelsen), Hans-Petter Kjøge (HA), ordfører Thor Edquist og kultursalens Espen Holtan.

Arkivfoto: Stein Johnsen

HA kom i postkassa di 302 ganger i 2012. Hvis du la sammen alle sidene for fjoråret, kom du til 10.268. Det er mye informasjon om Halden og Aremark.

AV HANS-PETTER KJØGE

hans.petter.kjoge@ha-halden.no
Mobil: 92 84 09 11

Gjennomsnittlig sidetall for HA er 34. Det er som oftest annonsemengden som avgjør tykkelsen på avisa fra dag til dag. Sidetallet varierer fra 28 til 56. Men antall redaksjonelle sider er stort sett konstant.

Cirka 75 prosent av innholdet er redaksjonelt. Resten er annonser. HA har høyere redaksjonell andel enn de fleste andre lokalaviser.

Med stort og smått; alt fra store reportasjer til små notiser, publiserte HA 11.310 nyhetssaker i fjor. Det gir et snitt på 37 saker pr. utgivelse. Tilsvarende tall for sportsaker er 7.024 (23) og kultursaker 2.720 (9).

873 Fritt ordinnlegg

HA publiserte 873 Fritt ordinnlegg. Det er i underkant av tre pr. dag. Det er sakene og debattene som avgjør temperaturen på Fritt ordinnlegg. HA-redaktøren har sterkt fokus på prioriteringen. Generelle innlegg skrevet av folk som ikke har noen lokal tilknytning blir ikke publisert. Vi har som mål at alt vi gjør, gjøres med Halden-øyne. Det speiler prioriteringene våre.

I 2011 ble det publisert 158 flere leserbrev i HA enn i fjor. Det har sammenheng med at det var valgkamp dette året.

ha-halden.no

Trafikken på nettsiden vår, ha-halden.no, er på vei opp. Vi har nå cirka 500 flere unike brukere enn på samme tidspunkt i fjor. Vi har også cirka 1.000 flere daglige lesere på nettet.

Strategien er å bruke mer ressurser på nettavisa enn tidligere. Kompetansen er blitt bedre, og skal utvikles videre.

HA-redaksjonen har siden i fjor høst hatt som mål å publisere cirka ti nye saker hver dag. Dette er mer enn en dobling. Dette målet har vi stort sett klart å holde. Vi har også sett effekten. Trafikken på nettet har økt etter denne satsingen.

Undersøkelser

HA ble for første gang målt systematisk i fjor. En ting var de frivillige tilbakemeldingene vi fikk i den redaksjonelle årsrapporten. De viste at mange ikke hadde tiltro til at lokalavisa deres i Halden ikke lar seg påvirke av maktfaktorer i lokalsamfunnet. Det var også urovekkende mange (73 prosent) som mente HA var en kjedelig avis.

En annen ting var en omfattende lesermarkedsundersøkelse. Den bygde i bunn og grunn oppunder inntrykket, selv om tallene ikke var så høye.

Offensiv strategi

Disse resultatene har ført til at HA har lagt en mer offensiv strategi. Vi ønsker å synes mer, vi ønsker å spre mer begeistring, bidra til økt identitet og lokalpatriotisme – og ikke minst framstå som mer relevant for flere lesere, både på nett og papir. Vi lever av omdømmet vårt, og det vil vi forbedre.

Vi ønsker at denne strategien skal få satt seg, og at leserne får et mer bevisst forhold til den før vi igjen ber om tilbakemeldinger.

Nye målinger

Det betyr at vi først neste år vil invitere til nye tilbakemeldinger fra leserne i den redaksjonelle årsrapporten. Da skal vi også gjennomføre en ny lesermarkedsundersøkelse. Vi er allerede nå spente på om lesernes inntrykk av HA da vil ha forandret seg.