

DAGENS NYHETER.

the guardian Washington Post
SVENSKA DAGBLADE I

Washington Post, en gång i tiden värderad till flera miljarder dollar såldes nyligen till it-entreprenören Jeff Bezos för en futtig kvarts miljard. Fler tidningar riskerar att gå samma öde till mötes.

Ett gott samhälle behöver allmänreportrar

Ingen betalar för journalistik som tar mer än en eller två dagar att producera. Det var rubriken på Johan Cronemans krönika i DN den 6 augusti. Den startade sensommarens debatt om journalistik.

Croneman ägnade sitt utrymme åt den grävande journalistiken, den som Medias medlemmar fick en så god genomgång av vid vår träff med Joachim Dyfvermark i våras. Han berättade om sitt och kollegernas grävande i Telias luriga affärer österut.

På lång sikt är det en allvarlig samhällsfråga att det är så svårt att få betalt för grävande journalistik.

På kort sikt, just nu, är det en allvarlig fråga för Medias medlemmar att så få vill betala för journalistik över huvud taget, grävande eller inte.

Redan när jag övergick till frilansande efter en lång anställning för snart tio år sedan var budskapet att bara den klarar sig som är specialiserad,

den som kan mer än nästan alla andra om ett speciellt ämne.

Förmågan att skriva värderades redan då ganska lågt. Självt har jag tvättat otaliga manus de senaste åren, inte minst sådana som skrivits av folk som visserligen haft specialistkunskaper men samtidigt bristande skrivförmåga. Ibland har jag även kunnat konstatera att dessa specialister litar så mycket på sitt fackkunnande att de inte alltid kontrollerar fakta.

En gång i tiden var journalisten en murvel, en nyfiken person med stark integritet och troligen också en bångstyrig rackare med vass penna. Journalisten hade per definition breda intressen, snappade upp nyheter lite överallt, pratade med alla sorters människor, rörde sig på många olika ställen, läste mycket men sannolikt osorterat vad som än kom under ögonen – alltså raka motsatsen till en specialist.

Journalistens förmåga var just att snabbt ta in kunskaper i allehanda

ämnen och omvandla dem till intressant och allmänbildande läsning.

Dagstidningens redaktion valde dagligen ut det den ansåg att läsarna behövde få för att orientera sig i världen, för att kunna delta i samhällslivet och för att få lite stimulerande läsning. Dagstidningen var oundgänglig med sin bredd och sin förmåga att presentera just den dagens väsentliga material.

I dag köper rika människor dagstidningsföretag på rea och så småningom kommer det väl att visa sig vad de tänker göra med dem. Washington Post, en gång i tiden värderad till flera miljarder dollar såldes nyligen till it-entreprenören Jeff Bezos för en futtig kvarts miljard, berättade min dagliga informationskanal ännu i tjänst, papperstidningen Dagens Nyheter, den 7 augusti.

Här hemma letar tidningar efter nya sätt att tjäna pengar, allt från sam-

Forts. på nästa sida.

Forts. från sid 1.

arbeten med annonsörer till att sälja prylar.

Facktidningar finns av de mest skiftande slag där de redan kunniga får veta än mer i sitt specialämne. I sommar har jag exempelvis läst om opera, om bilar och om resrutten i mina gästers medhavda blad. Utmärkta tidskrifter i sig, men vad händer med oss, med samhället och det gemensamma samtalet om alla läser sin specialtidsskrift men ingen läser dagstidningen,

den väl komponerade och väl skrivna sammanställningen av varje dags aktualiteter?

Räcker det kanske med att sporadiskt lyssna på radio, ta en titt på teve eller på nätet för att hålla sig informerad?

Med krympande redaktioner behövs både tidningar och tidskrifter slå vakt om mångfald och välskrivna texter med bidrag från frilansande skribenter. Frilansarens gissel är försäljningen, att ständigt stå med mössan i hand och bjuda ut sig till motvilliga

redaktörer. Hur den goda skribenten ska bli en bra säljare är en ännu olöst fråga. Några kan, de flesta inte.

Har den goda skribenten och hyggligt bildade allmänreportern alls någon framtid?



FOTO: BJÖRN AXEL JOHANSSON

Christina Zaar

Vad tycker du? Gå in på Föreningen Media på Facebook och ge din kommentar!

EVENEMANGSTIPS

Här är några kommande evenemang i olika prisklasser.

Vässa ditt språk

24 september, Hasseludden, utanför Stockholm

Uppgradera ditt skrivande på papper och på webben. Marianne Hühne von Seth håller skrivkurs på Hasseludden Yasuragi, målgruppen är redaktörer och skribenter som vill vässa texter och formuleringar, liksom rubriker och ingresser. Fullständig info finns på www.huhne.se under Aktuella kurser.

Tid och plats: 24 september, 09.00–16.00, Hasseludden Yasuragi, utanför Stockholm

Pris: 3 900 kr exkl moms. Lunch, fruktbuffé samt för- och eftermiddagskaffe ingår. **OBS! Medlemmar i Media får 20 procents rabatt på priset.**

Anmälan: kurser@huhne.se, senast 10 september

Reading and Writing across Borders: Fiction and Reportage in a Mobile World

5–6 oktober, Stockholm

"This conference will bring together anthropologists and several literary scholars from Europe and North America to discuss reading and writing across borders, especially in relation to fiction and reportage but also in relation to genres such as travel writing and memoirs/.../ As not only reportage, but also fiction, turns out to be the source of much understanding about a mobile world, it is important to explore the processes of writing, publishing and reading across borders. Home audiences, diaspora audiences and global audiences are different, and may be reached through different writing and publishing strategies. What topics make it across borders? How do publishing markets operate?/.../"

Arrangör: Stockholms universitet, öppet seminarium

Tid och plats: 5 oktober 09:00 till 6 oktober 18:00, Aula Magna, Stockholms universitet

Anmälan: Senast 1 september till Lina Lorentz lina.lorentz@socant.su.se

Twitter som arbetsverktyg

9 oktober, Göteborg

"Twitter är troligtvis det viktigaste sociala mediet för att nätverka med branschkollegor, journalister och beslutsfattare. Det öppnar för nya sätt att nå ut med egna budskap och hålla sig ajour med branschen, konkurrensen och samhället. Under en intensiv halvdagsutbildning visar vi hur du: När ut med nyheter till rätt personer. Omvärldsbevakar med smarta verktyg. Nätverkar på ett professionellt sätt. Mäter och utvärderar utifrån syfte och mål." Efter avslutad kurs ska du kunna dra nytta av Twitter som ett effektivt verktyg i ditt arbete.

Arrangör: Kreafon, www.kreafon.se

Tid och plats: 9 oktober, 9:00–12:00, Göteborg

Pris: 4 500 kr (exkl moms).

Anmälan: För mer information kontakta utbildningsansvarig Lena Leigert, lina@kreafon.se, 031-708 99 25

Förkunskaper: Nybörjare rekommenderas boka in en enskild introduktion före kurstillfället.

På djupet: Sigrid Kahle

9 oktober, Stockholm

Fördjupande samtal mellan Sigrid Kahle och Gunnar Bolin, Sveriges Radios Kulturkorrespondent. "Sigrid Kahle är journalist och kulturskribent med islams värld som specialitet. Som mångårig medarbetare i Svenska Dagbladet har hon behandlat en mångfald ämnen från olika kulturer, såsom pakistansk teater, arabisk poesi och tysk litteratur."

Tid och plats: 9 oktober 19:00–20:30,

Hörsalen våning 3, Kulturhuset, Stockholm

Biljettpris: 120 kr.

MEDIAMEDLEMMEN:

Nöjd AD som varit medlem länge

Nytt från Media vill slå ett slag för föreningens medlemmar och våra skilda yrkeskunskaper, därför kommer vi att framöver att presentera en medlem i varje nummer. Först ut är Annika Lönn.

Annika Lönn, Stockholm, är AD och har varit medlem i Föreningen Media sedan starten i början av 1990-talet.

–Jag startade mitt företag 1984. Redan innan hade jag jobbat i tidningsbranschen och när det var turbulent på en arbetsplats gick jag med i Journalistförbundet. Men det visade sig vara dyrt och när man behövde hjälp fick man ingen support. Så när Media dök upp gick jag med.

–Det är skönt att kunna säga till kunder att ”jag är medlem i Media”!

Annika jobbar med medlemstidningar, böcker, marknadsföringsmaterial och mycket annat – både som redigerare och AD.

–En kund som jag haft sedan starten är Cancerfonden. I början gjorde jag i princip allt deras tryckta material tillsammans med deras informationsavdelning som levererade texter. Nu anlitar de stora byråer, men jag gör fortfarande deras patientbroschyrer. En annan stor och långvarig uppdragsgivare var Bonniers Affärsförlaget. Bland annat var jag med och startade Månadens Affärer och Tidningen Chef – intensivt och roligt!

Annika säger att hon främst jobbar inom tre sfärer: ekonomi, byggnation och forskning med inriktning mot medicin. Uppdragsgivarna är bland andra STUNS, SPCI, SBI, Dagens Medicin och Svensk Byggtjänst.

I början var det mest formgivning, med åren har det blivit mer och mer redigering.

Från början hade Annika en egen ateljé. Hon tyckte att den blev ett stressmoment, med post som skulle hämtas etc, då hon satt mycket ute på plats hos sina kunder.

–Så jag skaffade större lägenhet och flyttade hem ateljén. Det är mycket



Medias medlem Annika Lönn (ovan) och några av hennes alster.

lugnare att sitta hemma. Jag tycker att jag jobbar mer effektivt. Exempelvis när jag jobbar med böcker är det skönt att kunna sitta ostört.

–Idag har jag också färre uppdrag där jag jobbar med samarbetspartners.

Många av sina uppdrag får Annika genom mun-mot-mun-metoden.

–Jag jagar inga jobb. En fördel jag har är att jag är utbildad i ekonomi och det gör att jag förstår kunderna i den sfären. Mina specialområden är heller inte så konjunkturberoende. Kunderna har ett jämnt behov av att få ut information.

Dock påpekar Annika att ”man skär inte guld med täljkniv”.

–Då jag är etablerad hos mina uppdragsgivare så vet de vad de får – och de betalar enligt normal standard.

Annika säger att hon inte är aktiv inom sociala medier, men ett LinkedIn-konto har hon. Att hon inte om-

famnat den nya tekniken oroar henne inte:

–Jag tror inte att det tryckta kommer att försvinna helt!

Aktiv i Föreningen Media har Annika inte varit, även om hon blivit föreslagen till styrelsen några gånger. Hon har inte varit på Medias kurser, lunch- eller kvällsmöten, men på något årsmöte.

–Jag har varken haft tiden eller känt behovet. Däremot var jag i kontakt med försäkringsrådgivaren härom året, men den försäkring jag redan hade visade sig vara bättre.

–Jag tycker ändå att det är bra att ha Föreningen Media bakom mig. Möjligheten att söka presskort är också bra, liksom de stränga kraven för att kunna få ett, avslutar Annika Lönn nöjt.

Gunnel Olausson

Nytt film-, TV- och videoinspelningsavtal

I maj 2013 slöt Medieföretagen och Teaterförbundet ett nytt Film-, TV- och Videoinspelningsavtal. Kollektivavtalet gäller de flesta anställda vid en produktion av film, tv eller andra tekniska plattformar. Avtalet gäller endast för 2013 och du hittar det på Teaterförbundets hemsida – www.teaterforbundet.se

Teaterförbundet och Medieföretagen kommer un-

der hösten att förhandla kommande avtal. Även Dramatikerförbundet och Film- och TV-producenterna kommer under hösten att förhandla ett nytt avtal som reglerar manusrättigheter till dramaproduktioner avsedda för TV.

Jennie Kastberg
Medias juridiska rådgivare

MER EVENEMANGSTIPS

Adobe InDesign, Photoshop och Illustrator

9–23 november, Malmö

En introduktionskurs med praktiska övningar som ska ge grundkunskaper i de aktuella programmen. Målgruppen är personer som arbetar med kommunikation, marknadsföring eller försäljning och behöver få ut sitt budskap med hjälp av trycksaker. Eller för de som är allmänt nyfikna på vad programmen möjliggör.

Arrangör: Folkuniversitetet, kursledare Kenth Ericsson.

Tid och plats: 5 lördagar; 9, 10,

16, 17, 23 november, 10:00–16:00, Malmö.

Pris: 5 200 kr.

Förkunskaper: Datorvana och tillgång till programvaran.

Skriva för webb, blogg och twitter

14 november, Malmö

Kurs med en kombination av teoretiska och praktiska övningar, även skrivövningar att göra hemma, samt att ge och ta emot feedback. ”Här får du verktyg för att nå fram på webben och använda dig av sociala medier. Du skriver texter för hemsidan, bloggar och twitterar,

allt i syfte att träna din förmåga att bli läst. Läsaren ska snabbt och enkelt förstå vad du vill säga – det är oftast viktigast. Samtidigt är webben en idealisk kanal för att också låta mer avancerade texter hitta sina läsare. Full utdelning innebär att läsaren kommenterar och sprider din text vidare.”

Arrangör: Folkuniversitetet, kursledare Gabriel Stille.

Tid och plats: 4 kvällar med start 14 november, 17:45–20:45, Malmö.

Pris: 1 900 kr.

Kursen erbjuds även som distanskurs!

Vi hälsar våra nya medlemmar välkomna till Föreningen Media!

Per Axel Nordfeldt, Stockholm; Åsa Winge, Djursholm; Margaretha Schön, Stockholm; Johnny Hildingsson, Angered/Göteborg; Robert Lawless, Malmö och Tomas Eriksson, Skövde.



Nytt från Media

Ansvarig utgivare: Christina Zaar
Redaktör: Gunnel Olausson
gunnel.olausson@foreningenmedia.se

Styrelsen

Christina Zaar, ordförande
076-106 56 00
christina.zaar@foreningenmedia.se

Catarina Berggrén, kassör
08-34 47 91
catarina.berggren@foreningenmedia.se

Monica Antonsson
08-511 747 71
monica.antonsson@foreningenmedia.se

Patric Lindén
073-772 04 71
patric.linden@foreningenmedia.se

Lars-Eric Sjölander
08-556 00 185
lars-eric.sjolander@foreningenmedia.se

Anna Skaldeman
073-671 56 55
anna.skaldeman@foreningenmedia.se

Håkan Söderberg
070-548 90 87
hakan.soderberg@foreningenmedia.se

Kansli

Föreningen Media, c/o Kansliet,
Enhagsslingan 6, 187 40 Täby
08-501 26 800
Plusgiro 831 77 40-2
kontakt@foreningenmedia.se

Medias rådgivare

datasupport@foreningenmedia.se
ergonomi@foreningenmedia.se
juridik@foreningenmedia.se