



Høgskolen i **Hedmark**

Avdeling for lærerutdanning og naturvitenskap

Simen Norderhaug

Masteroppgave

Digitale kart hos VG-Nett – en studie av digitale
karts funksjon

Digital maps at VG-Nett – a study of digital maps
and their function

Master i digital kommunikasjon og kultur

2016

Samtykker til utlån hos høgskolebiblioteket	JA
Samtykker til tilgjengeliggjøring i digitalt arkiv Brage	JA

Forord

Denne masteroppgaven er skrevet ved avdeling for lærerutdanning og naturvitenskap ved Høgskolen i Hedmark. Masterstudiet i digital kommunikasjon og kultur er et masterstudium som er ment å gi mulighet til å fordype seg i kommunikasjon i digitale medier. Arbeidet med denne masteroppgaven har gitt innsikt og spennende oppdagelser innenfor et fagfelt som er i stor utvikling.

Prosjektet har blitt til ved siden av jobb og jeg vil gjerne Akershus Fylkeskommune og Utdanningsdirektoratet for tilrettelegging av arbeidssituasjon slik at dette prosjektet kunne ta form. Dette har gjort det mulig å kombinere studier og jobb. Jeg vil også rette en takk til veileder Hans Kristian Rustad for god veiledning underveis i prosjektet. Til slutt vil jeg rette en stor takk til Ragnhild Bjerke for tålmodighet, gjennomlesning og gode innspill.

Simen Norderhaug

Lørenskog, våren 2016

Sammendrag

Denne avhandlingen tar for seg utviklingen av nettavisen som medium og spesifikt hvordan VG-Nett bruker kart som digital historiefortelling i utvalgte saker. Min antakelse har vært at nettavisene bruker kart for å understøtte tradisjonelle nyhetsartikler, ikke som en egen historie. Problemstillingen i denne avhandlingen er derfor hvilken funksjon digitale kart har i nettavis-saker.

For å finne svar på problemstillingen benytter denne avhandlingen et eksplorativt design og gjennom det kvalitative metoder med en induktiv tilnærming. Metodene er i hovedsak utformet gjennom tekstanalyse, men jeg har også brukt intervju for å få en grunnleggende forståelse av hvordan VG-Nett jobber og ikke minst hvordan de planlegger for fremtiden. Det teoretiske rammeverket i avhandlingen er i hovedsak tuftet på sosialsemiotikk og retorikk, men også elementer fra norsk mediehistorie, og da i særdeleshet norsk internetthistorie, er viet plass.

Studien har avdekket at digitale karts funksjon hos VG-Nett er noe mer enn bare understøtte til tradisjonelle artikler. Kartet er et bærende element i seg selv og i enkelte tilfeller opptre de digitale kartene som en egen sjanger. Analysen viser også at slike kartproduksjoner er svært krevende ressursmessig. Intervju med ansatte i VG bekrefter at det ikke nødvendigvis blir mindre digitale kartproduksjoner, men at det vil bli en dreining mot mer statiske innhold, da dette er billigere og raskere å produsere. De verbalspråklige modalitetene er fortsatt også viktige i en nettavisproduksjon og vil fortsatt stå for den største andelen av det produserte materialet.

Gjennom studien har jeg funnet ut at digitale kart er en kreativ og annerledes måte å jobbe med redaksjonelt innhold på. Responsen fra leserne gjennom kommentarfeltene er svært positiv og det er tydelig at produktene blir godt mottatt.

Abstract

This thesis concerns the development of the newspaper as a medium and specifically how VG-Nett using maps as digital storytelling in selected cases. My assumption has been that online newspapers are using maps to support traditional news stories, not as a separate story. The statement of the problem in this thesis is; which function does the digital maps have in online newspapers.

To find answers to the problem using this paper an exploratory design and through the qualitative methods with an inductive approach. The methods are mainly formed through text analysis, but I have also used the interview to get a basic understanding of how VG-Nett works and what they plan for the future. The theoretical framework of the thesis is mainly founded on social semiotics and rhetoric, but also elements from Norwegian media history, and particularly Norwegian internet history, is devoted space.

The study has revealed that digital maps in VG-Nett is something more than just a support for traditional articles. The map is a fundamental element in themselves and in some cases the digital maps act as a separate genre. The analysis also shows that such map productions are quite demanding in terms of resources. VG employee interviews confirms that they will continue with digital map productions, but that it will become a shift towards more static content, as this is cheaper and faster to produce. The verbal language modalities are still important in a news production and will continue to be responsible for the largest share of the produced material.

Innhold

Forord	4
Sammendrag	5
Abstract	6
Innhold	7
Illustrasjoner	9
1. Innledning	10
1.1 Temabeskrivelse og mål	11
1.2 Bakgrunn	11
1.3 Problemstilling og forskningsspørsmål	13
1.4 Metode og begrepsavklaringer	14
1.4.1 Prosjektutforming	15
1.4.2 Utvelgelsen av kart.....	16
1.4.3 Fremgangsmåte.....	19
1.4.4 Reliabilitet og validitet	20
1.4.5 Struktur.....	21
2. Nettaviser i Norge – et historisk tilbakeblikk	22
2.1 Kart i nettaviser	24
2.2 Digital humaniora	25
2.3 Kort om kartografi	27
3. Teori	29
3.1 Modalitetsteori	29
3.1.1 Multimodalitet	31
3.1.2 Ulike dimensjoner	32
3.1.3 Digitale diskurser	32
3.1.4 Utviklingen av et nytt medium.....	36
3.1.5 Multimodal retorikk	37
3.1.6 Multimodal redundans	37
3.1.7 Modalitetsklassifisering.....	38
3.1.8 Funksjonell spesialisering	38
3.1.9 Multimodal kohesjon	39
4. Næranalyse av artikler	41
Illustrasjoner "Derfor stopper toget"	43
4.1 "Derfor stopper toget"	44
4.1.1 Velkomstdiskursen	46
4.1.2 Aktualitetsdiskursen	46
4.1.3 Opplevelsesdiskursen.....	47
4.1.4 Kunnskapsdiskursen.....	47

4.1.5 Selskapelighetsdiskursen.....	48
4.1.6 Delkonklusjon	48
Illustrasjoner – ”Dette er NATOs historie”	49
4.2 ”Dette er NATOs historie”	50
4.2.1 Velkomstdiskursen	52
4.2.2 Aktualitetsdiskursen	52
4.2.3 Opplevelsesdiskursen.....	53
4.2.4 Kunnskapsdiskursen.....	53
4.2.5 Selskapelighetsdiskursen.....	54
4.2.6 Delkonklusjon	54
Illustrasjoner – ”Spillet om Norge”.....	56
4.3 ”Spillet om Norge”	57
4.3.1 Velkomstdiskursen	59
4.3.2 Aktualitetsdiskursen	59
4.3.3 Opplevelsesdiskursen.....	60
4.3.4 Kunnskapsdiskursen.....	60
4.3.5 Selskapelighetsdiskursen.....	61
4.3.6 Delkonklusjon	61
Illustrasjoner – ”Kampen om tungtvannet”	62
4.4 ”Kampen om tungtvannet”	63
4.4.1 Velkomstdiskursen	67
4.4.2 Aktualitetsdiskursen	67
4.4.3 Opplevelsesdiskursen.....	68
4.4.4 Kunnskapsdiskursen.....	68
4.4.5 Selskapelighetsdiskursen.....	69
4.4.6 Delkonklusjon	69
Illustrasjoner - ”Skutt og drept utenfor synagoge i København”	70
4.5 ”Skutt og drept utenfor synagoge i København”.....	71
4.5.1 Velkomstdiskursen	72
4.5.2 Aktualitetsdiskursen	74
4.5.3 Opplevelsesdiskursen.....	75
4.5.4 Den kommersielle diskursen.....	75
4.5.5 Delkonklusjon	77
5. Sammenligning og funn	78
5.1 Understøtte - funn fra andre artikler	79
5.1.1 Oppdatering av kart.....	80
5.1.2 Kommentarfeltets utfordringer.....	81
5.1.3 Ressurskrevende produksjoner	81
5.1.4 Kart i skjult annonsering.....	82
5.2 Svar på problemstillingen.....	84
5.3 Avslutning.....	85
6. Litteraturliste.....	86

Illustrasjoner

Illustrasjon 1: Dr. John Snows kart over koleraepidemien i London i 1854.....	s. 27
Illustrasjon 2: Skjermdump fra VG til "Derfor stopper toget"	s. 43
Illustrasjon 3: Skjermdump fra VG til "Derfor stopper toget"	s. 43
Illustrasjon 4: Skjermdump fra VG til "Dette er NATOs historie"	s. 49
Illustrasjon 5: Skjermdump fra VG til "Dette er NATOs historie"	s. 49
Illustrasjon 6: Skjermdump fra VG til "Spillet om Norge"	s. 56
Illustrasjon 7: Skjermdump fra VG til "Spillet om Norge"	s. 56
Illustrasjon 8: Skjermdump fra VG til "Kampen om tungtvannet"	s. 62
Illustrasjon 9: Skjermdump fra VG til "Kampen om tungtvannet"	s. 62
Illustrasjon 10: Skjermdump fra VG til "Skutt og drept utenfor synagoge i København"	s. 62
Illustrasjon 11: Skjermdump fra VG.....	s. 79
Illustrasjon 12: Skjermdump fra Dagbladet.....	s. 82

1. Innledning

Nettavisene har vært en del av den norske mediehverdagen i over 20 år. Likevel er det lite som kan måle seg med den utviklingen vi har sett innenfor sjangeren de siste årene. VG er et av avishusene som er i front hva gjelder utviklingen innenfor digitale plattformer. VG-tv tilbyr direktesendinger både gjennom kabel-tv og på nettet, en virksomhet som ligger et stykke unna den opprinnelige papiravisen som VG egentlig er.

De siste årene har det blitt enklere og billigere å produsere digitalt innhold med god teknisk kvalitet for nettavisene. Leserne har også fått tilgang på bedre teknologisk utstyr, noe som tillater at man kan for eksempel kan bruke flere modaliteter i en og samme artikkel. En utfordring med dette er at leserne ikke bare har bedre utstyr, de har også mer utstyr eller flere plattformer. Dette gjør at alt produsert innhold skal passe til alt, noe som er teknisk krevende å få til.

1.1 Temabeskrivelse og mål

Jeg ønsker å se på bruken av kartografi i norske nettaviser, og spesielt hvordan denne bruken understøtter teksten i nyhetssaker. Jeg har også en tanke om at bruk av pinpoint eller nålestikk i kartet er med på å gjøre nyhetssaker mer interessant. Altså at man ved hjelp av dette kan sjekke hvor en hendelse har funnet sted, og kanskje finne ut at en eventuell gjerningsmann har vært på ferde rett borti nabolaget. Den visuelle fremstillingen i kartografien forsterker inntrykket, men kartet kan også inneha flere nyttige funksjoner. Eksempelvis kan man se hendelsene i en kronologisk rekkefølge. Det er også mulig å lage interaktive kart som viser en serie hendelser i et utvalgt område. Disse er gjerne slik at man kan klikke på pinpointene og få mer informasjon om hendelsene.

1.2 Bakgrunn

Digital kartografi er en del av et større fagfelt, kalt kartografi. ”Kart” omhandler den historiske, geografiske, semiotisk og estetiske delen av kart. ”Graf” viser til betydningen ”å tegne kart”. Digital kartografi gjør det mulig å tilby leseren kompleks informasjon i en forenklet og popularisert form. Nyhetsgrafikk og digital kartografi kan også bidra til å formidle mening som i form av tekst ville tatt mye plass. I en medieverden hvor tid og plass er to vesentlige faktorer, passer i så måte digitale kart godt inn. Visualisering ved bruk av tekst, bilder og symboler satt sammen kan forklare sammenhenger som ellers er vanskelig å formulere ved hjelp av bilder eller tekst alene.

Günther Kress skriver i introduksjonen av sin bok *Literacy in the New Media Age* at skriftlig språk i stadig større grad erstattes av bildespråk (Kress, 2003, s. 1), noe som kan åpne opp for et større tolkningsrom. Dette trenger ikke nødvendigvis å bety at vi ser en forenkling i retning av et fordummende språk, men det kan være noe som har kommet som en følge av økt globalisering. Bilder og symboler kan ofte oppfattes, på tross av at man ikke forstår skriftspråket. I følge Kress og Van Leeuwen er det visuelle språket mer universelt, i form av en mer universell grammatikk som gjør at det kommuniserer til flere. Språklige, geografiske, etniske, kulturelle og religiøse begrensninger er ikke nødvendigvis like begrensende som det kan være ved skriftspråk, men det betyr ikke at visuelle grammatikken er universell (Kress & Van Leeuwen, 2015, s. 4). Bilder og symbolbruk har i likhet med språk sosiale og kulturelle

forskjeller. Denne forskjellen er også synlig innenfor massemediene, selv om tjenestene kjøpt fra store globale aktører, er det nødvendig med lokale tilpassinger. (Kress & Van Leeuwen, 2015, s. 36). Selv om kartografien i seg selv kan se forholdsvis lik ut i store deler av verden, og at symbolbruken er omtrent den samme, blir digital kartografi fortsatt i stor grad understøttet av nasjonale skriftspråk.

En annen grunn til bildespråkets økende oppslutning, kan være at vi lettere tilegner oss minner visuelt. Ved visuell observasjon får man også tilleggsinformasjon av tilsynelatende uvesentlig karakter, som likevel vil ha betydning senere, ved at vi forstår nye bilder ved umiddelbart å sammenlikne med bilder vi tidligere er blitt vist. Språkforsker Martin Engebretsen beskriver forholdet mellom symboler og tekst på følgende måte: ”Det visuelle formspråket og det verbale skriftspråket kan *samvirke* på grunnlag av visse strukturelle likheter, samtidig som de kan *utfylle* hverandre på grunnlag av visse strukturelle forskjeller” (Engebretsen, 2001, s. 203).

1.3 Problemstilling og forskningsspørsmål

Det meste av forskningen som har blitt gjort på nettmjournalistikk, har omhandlet overgangen fra papiravis til nettavis, journalistenes nye roller og nettavisens rolle som kommunikativ flerbruksarena (Engebretsen, 2007, s. 187). Min avhandling vil tilhøre den siste kategorien. Det har tidligere blitt gjort noen undersøkelser av forholdet mellom tekst og bilder på norske nettsider (Kind, 2014), men så vidt jeg har kunnet se er det lite forskning på hvilken betydning bruk av digitale kart har for norske nettaviser. Målet med denne avhandlingen er å bidra til en økt betraktning av hvordan norske nettaviser bruker digitale kart.

Hvilke funksjoner kan kart ha i nettavis-saker, og hvordan samspiller det med verbaltekst og andre semiotiske ressurser i framstillingen av nyhetssaker?

For å utforske problemstillingen, vil jeg benytte meg av følgende forskningsspørsmål:

Hvordan forholder nettartiklene seg til de digitale diskurser?

Hvilke modaliteter inneholder nettartiklene?

Hvordan opptrer kartene i forhold til eventuelle andre modaliteter?

1.4 Metode og begrepsavklaringer

Den overordnede problemstillingen for denne avhandlingen handler om hvordan VG-Nett bruker digitale kart på sine nettsider i ulike presentasjoner. En slik problemstilling krever bruk av relevant metode og ikke minst et representativt utvalg av kartmateriale. Teorien som anvendes i denne avhandlingen er grunnet på sosialsemiotikk og mediehistorikk. Det mediehistoriske bidraget begrenser seg til de siste tjue årene, og er i alle hovedsak basert på nettavisenes utvikling. Denne begrensningen er nødvendig både for å begrense avhandlingens omfang, men også fordi generell mediehistorie er lite relevant for et nærstudium av digitale kart. Sosialsemiotikken spenner over et større område, men relevant for denne avhandlingen er å studere kommunikative handlinger. Arbeidet med kartanalysen har ikke som overordnet mål å avdekke en mening, men i stedet gjøre greie for hvordan kartet gjør seg nytte av virkemidler og skaper motsetninger og paradoks og åpner for flere meninger. Jeg ønsker å gå i dybden av kartene og peke på virkemidlene, men uten å nødvendigvis si noe om hvordan de virker. Et viktig aspekt ved dette er å se på kartets interaksjon med andre elementer på siden som for eksempel bilder og skrift. Jeg har valgt ut VG-Nett som avis, fordi dette er den største nettavisene og med det antakeligvis den som har kommet lengst i bruk av innovativ digital virksomhet. Analyse objektene ble valgt ut etter noen utvalgs-kriterier som ville medføre en variasjon i analyse materialet, samtidig som det skulle være noe mer enn bare kart som et tilleggsprodukt til en nyhetsartikkel.

1.4.1 Prosjektutforming

Prosjektutforming eller forskningsdesign går ut på å lage en overordnet plan over hvordan man skal gå frem for å løse prosjektet. Denne fasen kan sammenlignes med jobben arkitekten gjør når han skal bygge et hus. Konstruksjonstegningene forteller hvordan planløsningen skal være, hvordan bærekonstruksjonen skal være og hvordan ulike deler av husket skal henge sammen. Likevel er det mulig å bygge et hus uten en slik konstruksjonstegning, men utfallet er usikkert. Slik vil det også være for et forskningsprosjekt. Å velge riktig forskningsdesign er imidlertid ikke problemfritt, da det mange forhold som spiller inn og påvirker valget. Denne avhandlingen er plassert innenfor et eksplorerende design. Denne sjangeren kjennetegnes ved at mange av valgene gjøres underveis og at problemstillingene kan justeres og nyanseres i takt med tilfanget av ny innsikt hos forskeren. Et kjennetegn er at problemstillingen ofte er mer åpen og utforskende enn hos annen forskningsdesign, designet er spesielt anvendelig i situasjoner hvor man står overfor et fenomen man ønsker å vite mer om, og hvor man ikke har noen klare ideer om hvordan fenomenet eller problemet skal analyseres. Oppgaven er å produsere kvalitative data som skal gi innsikt og gjerne en helhetsforståelse av et fenomen. Årsaken til dette ligger i at eksplorerende design baserer seg på ustrukturerte observasjoner av fenomenet (Alvesson, 2008). Det vil si at man begynner å studere et fenomen uten at man på forhånd har utarbeidet en plan eller oversikt over hva man skal studere. Man vet derfor ikke på forhånd hva resultatet av observasjonene blir. Ifølge *De nasjonale forskningsetiske komiteene* kan et eksplorerende forskningsdesign sees på som både en styrke og en trussel. Fra et naturvitenskapelig ståsted kan et slikt design skade både validitet og reliabilitet, fra et annet vitenskapsfilosofisk ståsted er denne fleksibiliteten ett av fortrinnene ved ulike kvalitative tilnæringer (De nasjonale forskningsetiske komiteene, 2010). En av de store fordelene ved anvendelse av kvalitative forskningsmetoder er at de kan åpne for ny og uventet kunnskap, som på sin side danner grunnlag for nye problemstillinger.

Denne avhandlingen baserer seg på en problemstilling som er forholdsvis åpen og som gir rom for vurderinger av relevante funn underveis. Jeg benytter meg av en kvalitativ forskningsmetode for å se på hvordan VG-Nett bruker digitale kart som et tilleggselement i noen utvalgte saker. Studien er basert på nærlesing og tekstanalyse av fem utvalgte VG-Nett artikler som benytter seg av digitale kart. Dette er en vanlig fremgangsmåte innenfor kvalitativ forskning, det er også vanlig med kvalitative forskningsintervjuer innenfor kvalitativ forskning. I denne avhandlingen har jeg valgt å ikke benytte meg av

forskningsintervjuer. Dette skyldes i hovedsak avhandlingens rammer, men også at intervjuer med tilfeldige VG-ansatte i mine øyne ikke nødvendigvis bringer meg noe nærmere et svar på problemstillingen. Som en inngangsport har jeg derimot henvendt meg til Digitalredaktør Ola E. Stenberg for å få kontakt med personene som er ansvarlige for den digitale utviklingen, herunder kartbruk.

De kvalitative metodene har en induktiv tilnærming og knytter seg til seg til ideen om at praksis danner utgangspunkt for teoribygging (De nasjonale forskningsetiske komiteene, 2010). Med det menes at forskeren med utgangspunkt i enkelte, individuelle utsagn eller erfaringer prøver å komme frem til mer omfattende generelle utsagn. Med dette er det forhåpentligvis mulig å si noe om en helhetlig utvikling, med enkeltartikler som utgangspunkt.

1.4.2 Utvelgelsen av kart

En stor utfordring med denne avhandlingen har vært utvelgelsen av kart til undersøkelsen. Det produseres en rekke artikler for ulike nettaviser hver dag, noen av dem har også kartreferanser eller kartutsnitt i løpende tekst. For å finne frem til aktuelle kart var det nødvendig å begrense seg i forhold til antall nettaviser som skulle være en del av studiet. I utgangspunktet var meningen å gjøre en komparativ analyse, der avhandlingen dreier seg om bruken av digitale kart i ulike nettaviser. Denne tanken ble forlatt på skissestadiet og etter hvert tok ideen om bruken av digitale kart hos VG-Nett form. Siden de fleste norske nettaviser bruker kart i større eller mindre grad er det nødvendig med en avgrensning. For å begrense omfanget av avhandlingen og spesifisere tematikken har jeg valgt å se nærmere på kartbruken i nettavisen Vg.no. Grunnen til at jeg har valgt å se nærmere på Vg.no er fordi dette er den desidert største nettavisen i Norge (antall lesere pr. dag 2014) (Medienorge, 2015b) og etter mitt skjønn antakeligvis er en av dem som har kommet lengst i digital utvikling i Norge. Tanken var først å velge ut tekster som hadde kartutsnitt fra Google Maps i løpende tekst for å se hvordan kartene ble brukt. En samtale med digitalredaktør Ola E. Stenberg fikk meg på tanken om å bruke et mer avansert kartmateriale. Dette resulterte i et utvalg på fem tekster som nyttiggjør seg av kart på ulike måter. Det skal også nevnes at noen

av de utvalgte tekstene hører inn under det man må betrakte som et utvidet kartbegrep, da det ikke er rene kart, men større digitale produksjoner.

Utvelgelsen av kart er ikke tilfeldig, men et utvalg som forhåpentligvis er representativt for hvordan VG-Nett bruker digitale kart i sine produksjoner. Dette gir et bredere perspektiv på analysen. De utvalgte artiklene representerer kart innenfor ulike sjangere. ”Dette er NATOs historie” er et eksempel på animerte vektorkart. ”Dette er spillet om Norge” er et eksempel på bearbeide kart. ”Derfor stopper toget”, ”Kampen om tungtvannet” og ”Skutt og drept utenfor synagoge” er alle eksempler på tilesbaserte kart. Selv om diskursdimensjonene til Engebretsen gir en indikasjon på hvordan man kan anvende dem for å analyse ulike modaliteter innenfor nettavisen, er det ikke alltid at alt er direkte overførbart til en analyse av digitale kart innenfor samme sjanger. I følge Engebretsen representerer begrepene sjanger og diskurs et teoretisk nøkkelknippe som benyttes av forskere innenfor en rekke fagfelt. Men hva man legger i begrepene vil variere med fagtradisjon og med analysens siktemål (Engebretsen, 2007, s. 12). Det er også ulike måter å definere både modalitet og diskurs ut i fra ulike kommunikasjons- og kultursituasjoner. Det er derfor viktig at man i analysearbeidet er bevisst at teoriene er et redskap og et hjelpemiddel for å øke ens forståelse av materialet som analyseres. Diskursene til Engebretsen kan gi et inntrykk av at nettavisene kan deles opp i diskurser med vanntette skott i mellom. Sannheten er vel nærmere at de fleste diskursene kan anvendes på alle de utvalgte artiklene. I følge Engebretsen er det et vell av krysslinjer og overlappinger mellom de ulike diskursene (Engebretsen, 2007, s. 26). I denne avhandlingen legges til grunn det syn at alle typer tekststyringer inngår i diskurser, uavhengig av hvilket fora det fremsettes i. Diskursbegrepet kan nyanseres, i denne avhandlingen legges Jørgensen og Phillips definisjon av diskurs til grunn: ”[...] en diskurs er en bestemt måte at tale om og forstå verden (eller et udsnit af verden) på” (Jørgensen, 1999, s. 9) En slik diskursforståelse er etter mitt skjønn også på linje med diskursbegrepet til Engebretsen, når han omtaler diskurser som kommunikative praksiser som reguleres av sjangernormer (Engebretsen, 2007, s. 10). Sjangerbegrepet har en lang tradisjon innenfor litterær og retorisk analyse. Denne avhandlingen har ikke så stort fokus på sjangerdefinisjonen i seg selv, men vil legge Sheperd & Watters tredelte utviklingsprosesser til grunn (Sheperd & Watters, 1998). Det teoretiske grunnlaget for denne avhandlingen, definerer jeg sjanger som normer for hvordan tekster skal anvendes for å tjene ulike hensikter i ulike situasjoner (Engebretsen, 2007, s. 13). Problemstillingen og de utvalgte forskningsspørsmålene krever at kartmaterialet tolkes på en så kvalifisert måte som mulig. Multimodalitetsteorien som er utviklet innenfor

sosialsemiotikken gjør bruk av begreper og verktøy for å analyserer og forstå multimodale samspill i tekster. Likevel er det ikke uproblematisk å definere modaliteter i en tekst. I følge Løvland kan man ikke forstå modalitet som en tellbar avgrenset enhet (Løvland, 2010a, s. 3). Ulike kulturer og kommunikasjonssituasjoner er også med på å bestemme hvordan man definerer en modalitet. Det er viktig å ha dette i bakhodet, slik at modalitetsteorien fungere som et hjelpemiddel og redskap for å øke forståelsen av et multimodalt samspill, ikke nødvendigvis for å gi eksakte svar. Slike modeller kan gi et inntrykk av at verden kan innordnes i en slik modell, men det er viktig å huske at en modell ofte er en forenklet fremstilling av et komplisert nettverk.

1.4.3 Fremgangsmåte

Det er viktig å gjøre en avgrensning i arbeidet med tekster, samtidig som det er viktig at denne avgrensningen blir lik for alle tekstene som skal analyseres. I denne avhandlingen har jeg valgt ut fem tekster som skal analyseres. Som jeg har nevnt tidligere, hører disse tekstene inn under det som kalles det utvidede tekstbegrepet eller multimodale tekster. Tekst kjennetegnes ved at den har en kommunikativ funksjon og at den er meningsbærende. Tekstbegrepet har i tradisjonell forstand blitt brukt til å beskrive skriftlige tekster, men har med tiden blitt brukt også om muntlig språk, kroppsspråk, bilder og natur. I følge Askeland m.fl. kan tekstbegrepet innenfor tekstforskningen også innebefatte sosiale og rituelle situasjoner. Begrepet tekst kan i følge Askeland m.fl. forstås som at det dekker alle sammensatte ytringer som er bærere av mening og som kan tolkes. Innenfor tekstforskning inkluderes også noen sosiale og rituelle situasjoner som tekster. Begrepet kan på denne måten forstås som så vidt at det inkluderer alle sammensatte ytringer som er bærere av mening og kan tolkes (Askeland, Otnes, Skjelbreid, & Aamotsbakken, 2007, s. 24).

Denne avhandlingen bygger på den samme anvendelsen av det utvidede tekstbegrepet og inneholder med det flere ulike modaliteter. Roland Barthes hentet fram Louis Hjelmslevs begrepspar denotasjon og konnotasjon. Det løste problemet med bildet som språk ved å si at denotasjonen er ikonisk definerende side ved lesningen av tegnet og ikke-språklig (Barthes, 2007). Men betydning kan bare forstås " [...] when its content has been processed into the discontinuous, standardized units of a language [...]". Det språklige ligger på det konnotative nivået der det ideologiske også ligger. Semiologien sier at bildet er språk, fordi det å forstå bildets meningsinnhold forutsetter at vi har lært kulturelle koder og konvensjoner. Jaques Derrida, John Tagg og Umberto Eco hevder at bilder er rent arbitrære symbolske av natur. Samlende for alle er forståelsen av at vi leser bildene gjennom verbalspråkets kategorier som dermed blir bestemmende for mulige betydninger (Barthes, 1994). Den lineære oppbygningen bygger på regler for hvordan syntagmer kan settes sammen etter konvensjonell syntaks og dermed uttrykke mening. Også her er det vanskelig å få bilder til å passe inn, i det de leses parallelt, i ett hele og ved at det heller ikke finnes noen klar syntaks. Bildeserier og film er bilder presentert i en lineær struktur, men det er likevel et problem å finne noen syntaks i verbalspråklig mening. Det er gjort teoretiske forsøk på å beskrive bilders syntagmer og syntaks uten suksess i form av at det har dannet skole eller blitt en standard. Forsøkene har mer karakter av forsøk på få modellen til å stemme enn av reelle forsøk på å nærme seg

bildene. Fra en kognitiv forskningstradisjon er det blitt påpekt hvordan disse språkorienterte teoriene er i konflikt med etablert kunnskap om persepsjonen. En av dem som har kritisert dette er den svenske medieforskeren Kari Andén-Papadopoulos, hun påpeker det reduktive og urimelige i en bildeteori basert på lingvistikken. I følge Andén-Papadopoulos kan man si at;

”semiotiken är ett näst intill desperat försök att bemästra bilden med ordet, ikonen med logos. Den söker tvinga in bilden under språkets lagar och därmed förtränga dess vanskliga ”ikonicitet”, dess trots allt uppenbara förmåga att lura ögat med sin naturlighet” (Andén-Papadopoulos, 2000, s. 24).

Vår erfaring av medierte bilder er kodet gjennom persepsjonen. Persepsjonen er kodet av språket. På denne måten er også vår tilgang til virkeligheten kodet av språket. Språket settes dermed i senter for all menneskelig erfaring og kognisjon. Det finnes ingen erfaring før eller uten språket. Strukturalistiske tegnteoretikere har kommet med svært ulike svar på disse spørsmålene, men ingen har altså kommet med en modell som får spørsmålet til å ligge dødt. Det at løsningene er såpass forskjellige kan tyde på at strukturalistisk tegnteori ikke er en statisk tankemodell, i hvert fall ikke når det gjelder bilder. Likevel synes oppfatningen av bilder som tekst basert på konvensjonelle tegn og en konvensjonell syntaks fortsatt å være den dominerende modellen.

1.4.4 Reliabilitet og validitet

Næranalyse av tekster utgjør den største delen av empirien i denne avhandlingen. Utfordringen med at en såpass stor del baserer seg på tekstanalyse er hvordan disse tekstanalysene blir valide. Bjarne Markussen sier litt om utfordringene med tekstanalyse i boka *Skrift/Lyd/Bilde*, han viser til utfordringene ved slik analyse ved at det er vanskelig å få tak på det multimodale samspillet i en tekst. I følge Markussen er en av utfordringene at modalitetene tilhører forskjellige tegnsystem (Engebretsen, 2010, s. 208). Dette gjør at man må være ekstra bevisst den metodiske tilnærmingen ved tekstanalyse. En ytre validitet er omhandler det at resultatene fra en studie med begrenset omfang kan generaliseres, og dermed regnes for å gjelde en større mengde data enn det studien undersøkte. Den indre validitet brukes om muligheten et forsøk eller en studie gir til at funnene kan forklares gjennom den antatte hypotesen. En høy indre validitet forutsetter at man har god kontroll over mulige bias. Bias eller slagside kan oppstå på grunn av feil eller unøyaktigheter ved utvalg av undersøkelsesobjekter, valg av undersøkelsesmetode eller vurdering av resultater. Et viktig

mål for å sikre at validiteten blir så bra som mulig i tekstanalyser er å sikre at analyseprosessen blir så transparent og konkret som det lar seg gjøre. På denne måten blir det mulig å etterprøve og forstå fortolkningene og operasjonaliseringene som ligger til grunn for avhandlingen. VG-Nett er i særklasse det største mediehuset på nett (Medienorge, 2015b), dette gjør at det er grunn til å tro at ressursene også er størst her, noe som igjen muliggjør større utprøvinger av nye digitale medier. I et marked som er i kraftig omstilling (Lerøen, 2014) er det ikke gitt at alle mediehus kan være med på denne utprøvingen. Slik sett kan resultatene i denne avhandlingen bare sies å gjelde for VG-Nett, ikke nødvendigvis for norske mediehus generelt.

1.4.5 Struktur

Avhandlingen er delt inn i fem ulike hovedkapitler. Kapittel 2 inneholder et kort tilbakeblikk på nettavisens historie i Norge. Det teoretiske rammeverket som utgjør avhandlingens struktur er omtalt i kapittel 3, denne delen inneholder den overordnede teorien som danner grunnlaget for næranalysen av de utvalgte kartene. Multimodalitetsteori og sosialsemiotikk er sentralt her. Kapittel 4 består av næranalyse av fem ulike digitale kart fra VG-Nett. Alle de digitale kartene er beskrevet på detaljnivå, både i form og funksjon. Engebretsens digitale diskurser ligger til grunn for analysematerialet som tolkes. Det siste kapittelet i avhandlingen er viet diskusjon og oppsummerer funnene fra analysen.

2. Nettaviser i Norge – et historisk tilbakeblikk

Datamaskinen er forholdsvis ung i et mediehistorisk perspektiv. De første hjemmemaskinene dukket opp på 80-tallet, da IBM lanserte sin første personlige computer. Apple kom med en konkurrent til IBM i 1984, da de lanserte sin maskin, kalt Macintosh. Etter hvert har det oppstått en konvergens, der datateknologi og journalistikk går i hverandre. Som mediekanal er nettavisen forholdsvis ung. De første norske nettavisene dukket opp i mars 1995 (Engebretsen, 2007, s. 7). Først ut var Brønnøysunds avis 6. mars, deretter fulgte Dagbladets nettavis som publiserte sin første sak på nett 8. mars. VG kom på nett den 10. oktober 1995. Dagbladets nettavis ble den første tiden drevet uten egne ansatte og bare fylt opp med saker fra papirutgaven (Omdahl, 2010). Etter denne datoen ble mediekonsumet annerledes enn tidligere for norske nettbrukere. Ved hjelp av en datamaskin med nettoppkopling, var det nå mulig å lese nyheter fra hele verden. Riktignok var det beskjedne lesertall for norske nettaviser de første årene. Allerede tre år etter, i 1998, ble det satt ned et utvalg som skulle se på utfordringene og konsekvenser knyttet til sammensmeltingen av tele, data og mediesektoren generelt;

”Den teknologiske utviklingen, med digitalteknikken som basis for all kommunikasjon og databehandling, fører med seg en sammensmelting (konvergens) mellom teknologier og infrastrukturer. Grensene mellom tradisjonelle teletjenester og informasjons-/medietjenester brytes ned og det skapes grunnlag for samarbeid og tilbud av produkter og tjenester som kombinerer lyd, tekst, data og bilde på tvers av tidligere adskilte bransjer” (Samferdselsdepartementet, 1999).

Denne utredningen ble lagt frem for Samferdselsdepartementet og Kulturdepartementet. Det ble fremmet et krav om en helhetlig lovgivning for tele, data og kringkasting. Grunnen til dette var at man allerede da så en økende konvergens blant kommunikasjonssystemene.

De første tallene hos SSB er fra 1996 og viser at antallet lesere for de to største nettavisene, VG og Dagbladet, er på 17000 lesere daglig i gjennomsnitt for hver av de to avisene (Medienorge, 2015b). Ifølge Martin Engebretsen betydde nettavisenes oppstart en ny epoke både innen journalistikken, men også innenfor nyhetsformidlingens historie (Engebretsen, 2007, s. 7). Nyhetsformidling har hele tiden, og er fortsatt primærgeskjeften til nettavisene i Norge. Likevel har det med tiden vokst frem andre kommunikative praksiser eller diskurser. I oppstartsfasen var det beskjeden satsning på nettavisene, det later til at det viktigste var å ha en nettavis, innholdet var underordnet. Til og begynne med kunne nettavisene betraktes som

en avlastningskanal og en annonsebuffer for moderbedriften (Engebretsen, 2007, s. 9). I 2014 er nettavisene en aktør å regne med og de to største nettavisene i Norge, VG og Dagbladet, har henholdsvis 1.964.000 og 1.240.000 lesere daglig (Medienorge, 2015b). Sammenliknet med tallene for 2013 viser dette en svak nedgang for både VG (-1,41%) og Dagbladet (-2,9%) (Medienorge, 2015b), men det kan ikke sammenliknes med tilbakegangen hos papiravisene Dagbladet (-6,9%) og VG (-23,5%) (Medienorge, 2015a). Selv om den prosentvise tilbakegangen er størst for papiravisen til VG, er VG som mediehus klart størst i Norge hva gjelder antall lesere på daglig basis. I mange mediehus har vi de senere årene sett en ressursøkning på den digitale siden, samtidig som papirdelen har blitt nedprioritert (Engebretsen, 2007). Samferdselsdepartementet sa allerede i 1998 dette om fremtidens medievaner;

”Mobiltelefoner kan utvikle seg til å bli en konkurrent til bærbare PC-er. Den kommende generasjon av mobiltelefoner kalles ofte mediatelefoner, fordi de vil kunne håndtere både Internett, grafikk, tekst og levende bilder. I tillegg vil de ha tradisjonelle PC-funksjoner som tekstbehandling, dataoverføring, kalender og e-post. En forutsetning for at mediatelefonene skal få fotfeste er at overføringskapasiteten i mobilnettene økes. Som omtalt tidligere vil nye typer mobilnett (som UMTS) medføre en mangedobling av denne kapasiteten”(Samferdselsdepartementet, 1999).

Det er lite som tyder på at det vil bli mindre av dette i tiden fremover, kanskje vil det dukke opp enda flere digitale derivater over temaet nettavis. Professor Hakon Stangerup kommenterte i 1961 datidens ulike medier i Dagspressen. Hans mening var at fjernsynet gjorde det best på underholdningsfronten, at radioen var den beste på rask nyhetsformidling. Til orientering og vurdering var pressen best egnet. Han poengterte i sitt innlegg at de tre massemediene burde jobbe sammen. For å få til dette burde hvert enkelt mediums ulike egenskaper dyrkes (Bastiansen & Dahl, 2008, s. 353). Digitale mediers inntog har gjort markedet for papiraviser vanskeligere. Nettavisene har til en viss grad overtatt posisjonen til papiravisene, men de dekker også et annet marked. Nemlig markedet for hurtig nyhetsoppdatering. BI-forsker Erik Wilberg sa i 2012 til *Journalisten* at papiravisen vil være død før 2025. Han påpeker at han har sett en nedadgående kurve de siste 25 årene. I følge Wilberg vil dette føre til en gradvis overgang til utelukkende digitale medier, spørsmålet er bare hvor lang tid det tar før vi er der (Johansen, 2012). Overgangen til nettmedier fører også annonsørene i samme retning. Tall fra Schibsted viste at de i første kvartal 2014 tapte 50 millioner kroner i annonseinntekter (Lerøen, 2014). Papiravisen og nettavisen forholder seg til ulike affordanser, men målet er det samme. Leserne skal holdes oppdatert og underholdes

på en effektiv måte. Papiravisen har ikke samme muligheter til sjangerfornyning som tilfellet er for nettavisen. Her kombineres allerede i dag tekst med stillbilder, hyperlenker, levende bilder, kart og grafikk. Multimodale samspill er en del av den digitale hverdagen (Engebretsen, 2007, s. 17). Det interessante er at mediehus som tidligere har drevet med enten avis- eller tv-produksjon nå må forholde seg til de samme teknologiske og semiotiske affordansene.

2.1 Kart i nettaviser

Målgruppen for norske nettaviser er forholdsvis vid, noe som byr på utfordringer for en journalist som ønsker å treffe målgruppen og skrive journalistikk tilpasset folks lesevaner. En måte å nå ut til en større målgruppe er å lage nytt og utradisjonelt innhold. Norsk avistradisjon gir ingen klare sammenhenger mellom sosial status og folks avisvaner. Avisene i Norge skriver ikke for en spesifikk klasse i befolkningen, slik tilfellet er i mange andre land, for eksempel England. Dette kan sannsynligvis spores til den sosialdemokratiske samfunnsinndelingen vi har i Norge.

Engebretsen tar i boka *Nyheten som hypertekst* opp det han kaller postmodernismens etiske dilemma (Engebretsen, 2001, s. 123). Her peker han på en empirisk naivitet i konvensjonell nyhetsrapportering, hvor nyhetsprodusenten hevder å kunne speile virkeligheten gjennom profesjonelle rutiner for utvelgelse og korrekt gjengivelse av fakta. Slike tekster fremstår som objektiv kunnskapsformidling, hvor journalisten tar på seg rollen som formidler av faktainformasjon, en type «kalde» tekster, som appellerer til intellekt og refleksjon. Som motsats nevner Engebretsen journalistikk som vektlegger opplevelsesformidling, dramaturgi og historiefortelling, frikoblet fra objektivitetsidealet. Typiske eksempler på dette kan være featurejournalistikk, altså narrative framstillinger som i første rekke appellerer til leserens følelser. Virkemidlene kan være fotografier som viser mennesker med tydelige reaksjoner. Slike tekster berører og engasjerer leseren og utløser gjerne reaksjoner og handlinger. Journalisten gjengir en liten, men ofte intens og fengende, del av virkeligheten gjerne satt på spissen og gjerne med økt salg som resultat. Dette er i følge Engebretsen ikke bærekraftig i lengden, med hensyn til journalistikkens behov for samfunnsmessig legitimitet (Engebretsen, 2001, s. 123). Brytningen mellom en moderne sannhetsforståelse og postmoderne relativisme krever at journalistene både er leserorientert og har et gjennomtenkt forhold til objektivitet.

Digitale kart vil på sin side havne i motsatt ende av skalaen, og vil i stor grad havne i kategorien faktaformidling. Journalisten fremstår ofte her som representant for en vitenskapelig diskurs. Dette kan gi leseren inntrykk av at teksten er mer pålitelig som representasjon av virkeligheten enn den egentlig er. Kart er sterkt indeksikalske, altså eksisterer det en fysisk relasjon, en pekefunksjon mellom kartet, eller tegnet i denne betydningen, og virkeligheten. Med digitale kart får man også en forsterket ikonisk funksjon da digitale kart kan tillate oss å zoome inn. Det man da zoomer inn i og ser nærmere på er ikke egentlig et kart, men et satellittbilde. Inspirert av Peirce, kan man kanskje trekke det så langt som å si at kart kan ha en symbolsk betydning når det står i en nyhetssak

2.2 Digital humaniora

Digital humaniora er betegnelsen på nyere humanistisk forskning som gjør bruk av digitalt materiale eller databaserte verktøy, metoder og teorier i sine studier. Digital humaniora er et mangetydig begrep. For det første kan det brukes om humaniora, som på et eller annet vis er befattet med digitale metoder. En utfordring med en slik tolkning er at den blir så vid at den kan passe på nesten all humanistisk vitenskap (Svensson, 2010). Digital humaniora kan også brukes som en paraplybetegnelse for et antall løst sammenhengende forskningsretninger som kjennetegnes ved at de benytter omfattende og systematiske digitale verktøy og metoder (Svensson, 2010). Den tredje forståelsen er den gruppen av utøvere som verken definerer seg som litteraturvitere eller historikere, men som digitale humanister. For denne gruppen er digital humaniora mye mer enn bare digitale verktøy. I følge Svensson betyr det at synet på digital humaniora er preget av samfunnsengasjement, vitenskap på tvers av faggrupper og kritikk av tradisjonelle akademiske strukturer og oppfatninger (Svensson, 2010).

Min studie av digitale kart og nettavisers bruk av digitale kart i sine nyhetssaker kan knyttes til forskningsfeltet som gjerne omtales som ”digital humaniora”. I det følgende skal jeg gjøre rede for dette forskningsfeltet med den hensikt å posisjonere min studie og mine problemstillinger innenfor dette feltet. Studien undersøker kart og kunne således passet inn under den humanistiske disiplinen kartografi, men jeg ønsker å knytte studien til digital humaniora fordi den omhandler digitale kart. I kronikken ”Fra nærlesing til fjernlesing” gir Eivind Røssaak og Jana Sverdljuk en beskrivelse av hva digital humaniora dreier seg om. Et av de store prosjektene som man innenfor digital humaniora har vært opptatt av, er

digitaliseringen av bøker. Norge er et av de ledende landene i verden på digitalisering og Nasjonalbiblioteket har i dag om lag 300.000 bøker tilgjengelig digitalt. I løpet av et par år er målet å ha all norsk litteratur digitalisert. På verdensbasis har Google vært en av de store pådriverne for digitaliseringen og om lag 30 millioner bøker er så langt digitalisert. Utfordringen her er begrensninger i omfang og uavklarte saker med rettighetshavere. Dette resulterer i at mange av disse digitale bøkene ikke er tilgjengelige i sin helhet, men kun deler av dem. Denne holdningen kan medføre at man digitaliserer en masse litteratur uten at det kommer konsumentene til gode. Det er også innvendinger mot digital humaniora når det gjelder selve datainnsamlingen. Kritikken går på at det brukes for mye tid på det kvantitative ved innsamlingen, på bekostning av de dypere kvalitative undersøkelsene. Det er også etiske utfordringer hvis denne digitaliseringsjobben outsources til lavkostland, slik at man ikke har oppfølgingen med arbeidet selv. Det er viktig å presisere at jeg snakker om det jeg vil betrakte som to ulike nivåer innen digital humaniora. Det ene er forskning på det digitale materialet, slik som ordtellingen til Lars Johnsen (Røssaak & Sverdljuk, 2014). Det andre er digitalisering for lesing og allmenn tilgjengelighet, slik som Google eller Nasjonalbibliotekets digitalisering.

Som fenomen er det ingen tvil om at digital humaniora er et gode. Litteratur som ikke tidligere har vært allment tilgjengelig blir nå enkelt tilgjengelig digitalt. Dette åpner potensielt opp for flere lesere. Selv om det er en del kritikk mot digital humaniora i form av det brukes for mye ressurser på det kvantitative og for lite på det kvalitative (Røssaak & Sverdljuk, 2014), er det i mine øyne også positive sider ved dette. På denne måten ser man sammenhenger man ikke tidligere har sett og man kan få grafiske fremstillinger av input i form av tekst. Det gir også uante muligheter til å se på ulike digitale fenomener med enorme innsamlede datamengder. Denne mengdeinnsamlingen skiller digital humaniora fra for eksempel litteraturvitenskap, men har likheter med innsamling i korpuslingvistikk og medievitenskap. Digital humaniora skal ikke være et substitutt for andre fagfelt, snarere et tilskudd og en annen måte å analysere på. Vi trenger begge deler, side om side, og gjerne sett i sammenheng med hverandre. Når det er sagt, er det heller ikke slik at det ene utelukker det andre. En kvantitativ forskning innenfor digital humaniora kan fungere som døråpner for videre studier innenfor andre fagfelt (Hayles, 2012). Personlig synes jeg forskning som belyser litteraturen på nye måter er svært spennende og prosjektet til Lars Johnsen ved Nasjonalbiblioteket er et sånt prosjekt (Røssaak & Sverdljuk, 2014).

2.3 Kort om kartografi

De eldste kjente kart i verden er funnet i dagens Irak og er rundt 5000 år gammelt. Systematiske målearbeider for å lage landsomfattende kartverk i Norge kom seint i gang. Det finnes få kart fra tiden før Norges Militære Oppmåling ble opprettet i 1773. De første kartene ble laget for militær anvendelse. Senere ble de sivile formålene dominerende, og Norges Militære Oppmåling ble omdøpt til Norges Geografiske Oppmåling. I 1986 ble navnet endret til Statens kartverk. Geografisk informasjon, enten i form av trykte kart eller tegnet i datasystemer, er i dag viktige informasjonssystemer. I dag lages de fleste kartene på bakgrunn av flybilder, og det meste av all kartkonstruksjon utføres digitalt. Dette har åpnet opp for muligheter også i avisene, og der man tidligere måtte bruke håndtegning, har ny teknologi gitt avisene enkel tilgang til digital kartografi for å uttrykke eller skape mening i situasjoner hvor kartografi kan gi en utvidet mening til teksten. Digitale verktøy gjør det mulig å tegne



Dr. John Snows kart over koleraepidemien i London i 1854.

ned og endre kompliserte illustrasjoner på kort tid, noe som har gjort det praktisk og økonomisk å bruke digital kartografi som et supplement til tekst i avisene, og da spesielt i nyhetssaker for nettaviser. At kart ofte benyttes i nyhetssaker på nett, gjør at kartene kan forstås som en del av avisenes informasjonsgrafikk, men dette er ikke alltid tilfellet. Informasjonsgrafikk kombinerer ofte bruk av tekst og symboler med gjengivelser av kjente objekter. Disse er ofte forenklet slik at de formidler informasjon fra bearbeidet datamateriale og kan kommunisere dette på en hensiktsmessig måte. Denne kunnskapen bearbeides slik at den fremstår som tilrettelagt for målgruppen og gir mening for leseren (Malamed, 2009, s. 104). Avsenderen tar kontroll over illustrasjonen og fjerner detaljer som ansees uvesentlige for å skape forståelse. Reduksjon av realisme i illustrasjoner, i form av strektegninger og piktogrammer, skal bidra til at leseren oppfatter og assimilerer informasjonen mer effektivt enn ved bruk av realistiske fotografier. Et kart er imidlertid ikke alltid informasjonsgrafikk. For å kunne definere et bilde som informasjonsgrafikk forutsettes en innsamling av data og bruk av flere modaliteter i formidlingen. Visualisering av kunnskap i form av informasjonsgrafikk innebærer ulike grader av kombinasjon og integrasjon av tidslinjer,

illustrasjoner, tekst, kart og symboler. Et berømt historisk eksempel på visualisering av innsamlede data er Dr. John Snows kart over ofre for koleraepidemien i London i 1854. Ved å tegne inn på kartet hvor innbyggerne døde, samt å tegne inne plasseringen av ulike vannpumper i de utsatte områdene, kunne han se hvor folk som var blitt syke hentet vannet til husholdningene, og ut i fra det kunne man slå fast hvor kilden til epidemien lå.

3. Teori

For å utforske nærmere problemstillingen som altså retter seg mot bruken av kart i nettaviser, vil jeg særlig støtte meg på Kress og van Leeuwens sosialsemiotiske multimodalitetsteori, samt Martin Engebretsens teori om nettavisers ulike diskurser. Dette fordi disse teoretiske inngangene vil gi meg mulighet til å si noe om kartbruken i nettaviser. I de digitale tekstene jeg har sett nærmere på, er det ikke alle diskursene som er like relevante for alle kartene. Likevel er det et nyttig verktøy for nærlesing og til dels for tolking av de utvalgte kartene. I følge Engebretsen finner vi digitale diskurser i alle sammenhenger hvor mennesker kommuniserer ved hjelp av digitale medier (Engebretsen, 2007). I denne avhandlingen vil Engebretsens diskurser få en litt annen anvendelsen enn slik han selv har brukt dem. Denne tilpassingen er nødvendig da formålet er å se hvordan VG bruker digitale kart, ikke hvordan nettaviser generelt kommuniserer med leseren.

3.1 Modalitetsteori

Et viktig aspekt er at det teoretiske rammeverket skissert av Kress og van Leeuwen ikke er en rendyrket teori, men mer som et teoretisk perspektiv, fordi den omhandler et fagfelt i stadig utvikling. Jeg vil også som nevnt over knytte mye av teorien opp mot Engebretsens digitale diskurser, og på den måten forsøke å belyse temaet på en god måte. Likevel er det viktig å ha en tilnærming til denne teorien, som tar hensyn til at vi befinner oss i en brytningstid eller overgangsfase. Kress understreker at teorien ikke er ferdig og at "we do not have a theory which allows us to understand and account for the world of communication as it is now" (Kress, 2010). Gjennomgang av modalitetsteori krever i seg selv en begrepsavklaring. Ofte brukes begrepet modalitet synonymt med semiotisk ressurs. I denne avhandlingen er bruken av modalitet forstått som en måte å uttrykke mening på. Det er ingen tydelig gitt definisjon på dette begrepet eller mange andre begrep innenfor sosialsemiotikken. Kress uttrykker at;

"mode is the name for a culturally and socially fashioned resource for representation and communication. Mode has material aspects, and it bears everywhere the stamp of past cultural work, among other things the stamp of regularities of organisation" (Kress, 2003).

Grunnen til at modalitetsbegrepet presenteres på denne måten, kan være at det kan forstås på ulike nivåer. Begrepet kan på et overordnet nivå romme en forståelse av modaliteter som lyd, bilde, skrift, tale etc. Men modalitet kan også vise til farger, hvilket jo for eksempel er inkludert i bilder og i skrift. Da handler det altså om modaliteter på et lavere nivå enn bilde. Ifølge Engebretsen kan endring i teknologien medføre endringer i modalitetsbruk. Sett med mine øyne gjør dette seg særlig gjeldende i omtalen av nye medier. Da endres også premisene for hva man kan uttrykke og hvordan det kan uttrykkes. Selve kjernen i nettmediet er at modaliteter kan uttrykkes og kombineres på måter vi tidligere ikke har sett. Dette er kjernen i denne avhandlingen, og denne dynamikken danner utgangspunktet for nærlesing av ulike digitale kartproduksjoner hos VG. Affordanse viser til potensielle bruksområder for modaliteter, eller muligheter og begrensninger for bruk. De fleste måtene vi bruker kart på, altså kartets affordanser, er sterkt konvensjonaliserte. Engebretsen kaller dette en sterk modalitet. Likevel kan kart innimellom brukes på nye områder. Kress sitt utvidede literasitetsbegrep åpner opp for tolkning om at også kart kan være tekst, og at sjangerbegrepet også gjelder multimodale tekster. Sjanger bør ikke være en merkelapp på en gitt teksttype, men heller beskrive i hvilken sammenheng teksten benyttes og hvilken sosial mening den skaper for leseren (Kress, 2003, s. 119). Kress betrakter teksten i et sosiosemiotisk perspektiv og viser hvordan modalitet, medium og tekst sammen formidler mening. En sjanger vil i henhold til Kress måtte defineres ut fra flere faktorer enn kun de verbaltekstlige. Både lingvistiske og visuelle strukturer tolkes språklig og fører til opplevelser og sosialisering. Strukturene forsøker å uttrykke samme mening, men vil i de fleste tilfeller fremstå som svært ulike uttrykk for virkeligheten (Kress & Van Leeuwen, 2015, s. 76). I følge Kress er grunnen til dette at tekst, både muntlig og skriftlig, og bilder har svært ulike affordanser overfor tid, rom og sekvens. Kress mener at vi beveger oss fra "telling the world" til "showing the world" ved at bilder og visualiseringer i stadig større grad preger kommunikasjonen mellom mennesker (Kress, 2003, s. 141). Det er vanskelig for lingvistiske og visuelle tekststrukturer å formidle samme mening, derfor vil en endring i literasitet mot større grad av visualisering også innebære at tekst og bilde får nye betydninger.

"Writing is used for that which writing does best – to provide, in fact, an account for events, and image is used for that which image does best, to depict the world that is at issue, in terms of the significant elements and their (spatially represented) relations to each other" (Kress, 2003, s. 155).

Bildene i eldre tekster ble ofte benyttet for å illustrere teksten. Dagens bilder og tekst har fått en mer likeverdig betydning, hvor modalitetenes ulike affordanser utnyttes i større grad

(Kress, 2003, s. 167). Kress mener at skriftspråk og talespråk nødvendigvis må endre seg, siden de i større grad enn tidligere skal kommunisere sammen med andre modaliteter: ”Increasingly, written elements are used as visual elements in compositions of a visual kind in the first instance” (Kress, 2003, s. 167). Ifølge Kress spiller tekstens utforming og organisering en viktigere rolle i formidling av mening, slik at verbaltekst også kan tolkes ut i fra visuell modalitet på tilsvarende måte som bilder. En grunn til endringene i måten vi kommuniserer på og tolker verden, er ifølge Kress stadig større grad av digital publisering på skjerm. Den semiotiske organiseringen på skjerm følger bildets logikk, hvor tekstens utseende har stor betydning (Kress, 2003, s. 65). Nye medier forandrer hvordan vi leser, hvordan vi skriver og hvordan vi tolker tekster. Kress betrakter overgangen fra trykk til skjerm som overgangen til en ny tidsepoke for lesing og skriving. Dette vil kunne få betydning for hvordan vestlige land i fremtiden oppfatter kunnskap (Kress, 2003, s. 167). Det er naturlig å tenke seg at endringen i måten tekst skapes og leses vil påvirke samfunnet vårt.

3.1.1 Multimodalitet

Essensen i multimodalitetsbegrepet er det engelske ordet ”mode” som betyr måte. I følge Løvland er en definisjon på multimodale tekster, en tekst som kombinerer enheter som skaper mening på forskjellig måte (Løvland, 2010a, s. 1). Slike multimodale tekster er vår tids kommunikasjonsform og både bøker og nettaviser har i lengre tid benyttet seg av mulighetene til å kombinere verbalspråk med lyd og bilder på ulike måter. For denne avhandlingens del vil følgende definisjon ligge til grunn;

En multimodal tekst er altså en tekst som skaper mening gjennom å kombinere ulike modaliteter. En slik definisjon gir inntrykk av at en modalitet er en tellbar, avgrenset enhet. Man kan tenke at det vil være lett å dele teksten inn i et visst antall modaliteter. I praksis er det likevel langt lettere å oppdage at en tekst er multimodal enn å definere hvilke modaliteter som er virksomme i den. Grunnen til at dette kan være problematisk, er at det man velger å kalle en modalitet vil variere ut fra kommunikasjonssituasjon og kulturell kontekst (Løvland, 2010b, s. 1).

Selv om en uttrykksmåte er meningsskapende i en kontekst er den kanskje ikke det i en annen. Det er vesentlig å se at kartene i analysen kan bestå av flere modaliteter, men det er ikke nødvendigvis avgjørende å definere dem slik jeg ser det. Gunther Kress og Theo van Leeuwen har forsøkt å tilpasse sosiosemiotisk teori til å også passe for multimodale tekster. Denne teorien har fått innpass i Norge. Anne Løvland mener at vi har et behov for en egen

multimodalitetsteori. Dette behovet skyldes at vi gjennom nye medier kombinerer lyd, verbalspråk, bilder og levende bilder på nye måter (Løvland, 2010a). Løvland har tolket og oversatt flere av begrepene Kress og van Leeuwen bruker, noen av disse begrepene vil jeg ta i bruk i min teoretiske tilnærming.

3.1.2 Ulike dimensjoner

For å kunne si noe nærmere om de forskjellige diskursene er det hensiktsmessig å bruke Engebretsens oppdeling i tre underkategorier, den informative, den estetiske og den sosiale dimensjonen. Den informative dimensjonen sier noe om diskursen tematiske innhold, altså hva leseren faktisk blir informert om, hvem som informerer og på hvilken måte. Den estetiske dimensjonen tar for seg sider ved diskursen som gir den estetisk identitet og gir gjennom det en overordnet helhet og sammenheng i det estetiske uttrykket. Gjennom den sosiale dimensjonen blir sosiale relasjoner mellom ulike kategorier av diskursaktører behandlet.

3.1.3 Digitale diskurser

Sentralt i denne avhandlingen er språkforsker Martin Engebretsens diskurser. Engebretsens har utviklet seks ulike diskurser som gjelder for nettavisene. Disse er også relevante for mitt prosjekt og kan anvendes på de digitale kartene som ligger til grunn for analysen. Jeg vil i det følgende kort gjøre rede for disse som en del av mitt analytiske rammeverk for å analysere fram bruken av kart i nettaviser.

Velkomstdiskursen vil si en diskurs som tar for seg det første som møter leseren. På forsiden man et større antall henvisninger, menyer og annonser. Felles for alle disse lenkene er at de gir tilgang til andre diskurser. Frontsiden er ofte et slags organisert kaos, i tillegg til å være det første som møter leseren skal frontsiden også fungere som en døråpner inn til underliggende sider. I denne avhandlingen er ikke velkomstdiskursen forstått som nettavisens hovedside, men som den aktuelle interaktive kartsidens hovedside. Dette gjelder for samtlige artikler som nærleses (Engebretsen, 2007, s. 25). I denne diskursen er det vesentlige å se på forholdet mellom teknologiske potensialer, etablerte sjangernormer og kreativ innovasjon.

Aktualitetsdiskursen gir en indikasjon på at det som foregår er aktuelt. I forhold til de sakene som nærleses i denne avhandlingen er det i høyeste grad aktuelt stoff, selv om det ikke nødvendigvis er presentert som nyhetsartikler eller deler av en nyhetsartikkel. Ifølge Engebretsen er de samfunnsområdene som gir materiale for aktualitetsdiskursen alt fra internasjonal politikk, økonomi og sport til kjendisliv og lokalt nærings- og kulturliv (Engebretsen, 2007). For at nyhetene som presenteres skal være meningsfulle for konsumenten, må det settes inn i en kontekst. Konsumenten er avhengig av å få vite noe om bakgrunn og tidligere hendelser. I så måte kan bruken av interaktive kart være et godt hjelpemiddel for å gi leseren en grafisk og skriftlig fremstilling av en aktuell hendelse. Spørsmålet det siste tiåret har vært hvorvidt nettjournalistene kun skal forholde seg til den løpende utviklingen og kun være først med det siste, eller om de også skal være en del av den tradisjonelle formidlingen med bakgrunnsstoff, analyser og graving? (Engebretsen, 2007). Innenfor denne diskursen har det skjedd en utvikling de siste årene og det mest synlige er fremtreden av web-tv og bruken av større grafiske produksjoner for å forklare ulike fenomener.

Opplevelsesdiskursen vil si en diskurs som tar for seg hvordan brukeren eller leseren opplever sitt møte med nettavisen, en tanke er at man som leser skal oppleve en multimodal nærhet. Dette er en svært aktuell diskurs innenfor temaet digitale kart i nettavisene. Et relevant spørsmål knyttet til framveksten av nye medier er hvorvidt den nye teknologien i hovedsak har blitt brukt til hurtigere fremstilling av nyhetsstoff, eller om det også har vært rom for å skape en digital opplevelse som skiller den fra tradisjonelle medier? I nettavisenes første år var opplevelsesdiskursen den minst utviklede (Engebretsen, 2007), hvor fokus har vært kjapp og konsis nyhetsformidling. Utseende har i beste fall kommet i annen rekke. Nettavisene har i mindre grad blitt oppfattet som et medium for dybde og påkostet materiale. En undersøkelse fra 2000 viser at mediekonsumentene opplever nettavisen som mindre estetisk attraktiv enn papiravisen (Engebretsen, 2000). Likevel skal det sies at denne undersøkelsen er nærmere 20 år, og at $\frac{3}{4}$ av nettavisenes eksistens er etter at denne undersøkelsen ble gjennomført.

Kunnskapsdiskursen fokuserer på de kommunikative prosessene, hvor målet er å formidle en kunnskap som konsumentene kan ha nytte av. Denne nye kunnskapen ligger ikke nødvendigvis på et overordnet samfunnsnivå, men kan være på forbruker- eller faginteressentnivå (Engebretsen, 2007). Den vanligste formen å finne denne diskursen i, er som forbrukerjournalistikk eller enda verre som du-journalistikk. I følge Engebretsen er den

andre intensjoner som styrer denne diskursen, enn det som styrer aktualitets- og opplevelsesdiskursen. Engebretsen bruker begrepet massemedial kunnskapsdiskurs, for å understreke at det er presis og detaljert kunnskapsformidling som er hovedgeskjeften (Engebretsen, 2007). At det med nettavisene har dukket opp nye muligheter for forbrukerjournalistikken, er et viktig poeng som er verdt å merke seg i arbeidet med nærlesingen av de utvalgte kartene. Holdningen blant konsumentene til denne typen formidling er avgjørende for hvilke krav og forventninger som stilles og som bør stilles til disse tekstene.

Den kommersielle diskursen er en diskurs som i utgangspunktet tar for seg det som kan defineres som kjøp og salg av varer, da i betydningen av annonser på diverse nettsteder. Inn under dette begrepet følger også tjenester som mediet på en eller annen måte tar seg betalt for. Eksempler på dette kan være ulike ”pluss-løsninger” eller klubber og lignende. Det vesentlige er at leseren i denne sammenhengen går fra å være nettopp det, til å bli en betalende kunde. Det er ikke nødvendigvis en direkte relevans til kart i denne ressursen, men man kan tenke seg at kart kan brukes i annonseøyemed for å vise vei til et sted konsumentene kan bruke penger.

Selskapelighetsdiskursen er den siste av de utvalgte diskursene hos Engebretsen. Denne diskursen sørger for det kommunikative aspektet mellom mediekonsumentene i en aktuell sak. Hvordan er det lagt til rette for kommunikasjon mellom konsumentene eller mellom konsument og avsender? Denne diskursen er stadig under utvikling i nettavisene (Engebretsen, 2007), og vi har sannsynligvis nye vendinger i vente. Det blir stadig viktigere å holde på leserne i et marked hvor det er mange om beinet (Medienorge, 2015b). Kart og ikke minst nye måter å anvende kart i nettavisene er relevante for denne diskursen.

Selv om denne inndelingen i diskursen er forholdsvis tydelig hva tema angår, er det likevel slik at det blir overlapping mellom de ulike emnene underveis i avhandlingen. Dette er ikke det samme som at kategoriene til Engebretsen er utydelige eller upresise, men det er et uttrykk for et samspill mellom ulike sosiale prosesser (Engebretsen, 2007). Det er ikke nødvendigvis slik at alle diskursene er like anvendelige på alle de analyserte kartene, men velkomst-, aktualitets- og opplevelsesdiskursen vil bli presentert på alle de analyserte kartene. Den kommersielle diskursen er bare anvendbar på ”Skutt og drept utenfor synagoge i København”. Dette er også det eneste kartet hvor ikke selskapelighetsdiskursen og kunnskapsdiskursen er

representert. Selv om de nevnte diskursene i utgangspunktet er tiltenkt analyse av nettavissider, er det etter mitt skjønn ikke noe problem og anvende dem på kart. De digitale kartene som skal analyseres i denne avhandlingen er presentert som egne saker, eller i tilknytning til nyhetsaker. For leseren spiller ikke denne forskjellen så stor rolle.

3.1.4 Utviklingen av et nytt medium

Sheperd & Watters operer med tre faser i medieutviklingen (Sheperd & Watters, 1998, s. 4). For å understreke hvordan denne utviklingen har vært i medieverden tidligere, sett i forhold til hvordan den har gått etter internetts inntreden sier de det slik:

The ink-on-paper newspaper has evolved over 300 years into a well-recognized genre, characterized by a consistent set of content and forms. The content consists of items of international, national, local, and sports news, etc. The form consists of short articles arranged in a broadsheet layout with a juxtaposition of text and photographs. This allows us to recognize similarity in the midst of difference, i.e., we know that it is not a magazine or an academic journal. The genre provides the user with interaction options that are familiar, such as going to a section and turning the page. The earliest versions of newspapers on computers mimicked the broadsheet format (...) There was almost no difference in either content or form from the ink-on-paper newspaper and very little added functionality. While there was some concern over the acceptability of the newspaper in (...) the electronic form appeared to be inevitable. An initial adaptation to the new medium was the introduction of graphics and video while maintaining the broadsheet metaphor. (...) At this point, the genre had evolved somewhat in content and form but had little new functionality. (Sheperd & Watters, 1998, s. 4)

Den første fasen kjennetegnes ved at den overfører trekkene fra kjente eldre medier forholdsvis direkte uten spesielle tilpassinger, bortsett fra de som er strengt nødvendige ved overgangen fra en analog til en digital plattform. I den andre fasen utforskes det nye mediets muligheter, men det er fortsatt synlige spor etter de gamle mediene. Den siste og tredje fasen kjennetegnes ved at den fremstår som en egen sjanger som ikke uten videre kan reverseres til de mediene den har utviklet seg fra (Engebretsen, 2007, s. 90). Engebretsens studier av nettavisen som sjanger, fra 2005, indikerer at den nye teknologien kan ha hatt en negativ innvirkning på sjangerutviklingen. Nettavisene fra midten av 2000-tallet har sjangertrekk som ligner mer på 70-tallets journalistikk enn på den mer konverserende og delvis subjektive stilen som kjennetegner papiravisene fra 2000-tallet (Engebretsen, 2007, s. 90). Funnene i Engebretsens materiale fra 2005, indikerer at nettavisene på det tidspunktet befinner seg på et stadium tilsvarende tidlig i fase to i sjangerutviklingen, det er altså tydelige gjenkjennbare trekk fra tidligere sjangere, samtidig som nye trekk også er i ferd med å implementeres (Engebretsen, 2007, s. 91). Van Leeuwens modell for typologien i nettaviser vil også komme til anvendelse da det er en multimodale-avisartikkel som skal analyseres i denne avhandlingen. De ulike elementene i Van Leeuwens begrep framing kalles for segregasjon, separasjon, integrasjon, overlapping, rim og kontrast (Van Leeuwen, 2005). Segregasjon

indikerer et tydelig skille mellom redaksjonelt innhold og for eksempel annonsørinnhold. Separasjon kan benyttes for å skille faktabokser fra brødtekst. En slik separasjon kan bestå både av ulike fontstørrelser, luft og rammer rundt faktaboksen. Ulike modaliteter i artikler fremheves ofte gjennom det van Leeuwen kaller integrasjon. Teksten brytes gjerne av bilder, kartutsnitt, bildekarusell eller videoklipp (Van Leeuwen, 2005).

3.1.5 Multimodal retorikk

Sosialsemiotikken er i noen tilfeller knyttet til den klassiske retorikken (Askeland mfl., 2007, s. 80). Retorikken omhandler både form og innhold og kan derfor knyttes til alle typer språkbruk. Begrepene logos, pathos og ethos er nyttige hjelpemidler. Logos viser til tanke og fornuft, ethos til troverdighet og pathos til følelser (Askeland mfl., 2007, s. 80). Retorikk kan derfor med dette sies å handle om en overbevisning, i dette tilfellet tekstlig. Slike virkemidler er benyttet på ulike måter gjennom mediehistorien, men gjør seg kanskje i enda større grad gjeldende med økt konkurranse om leserne. I likhet med andre mediebedrifter er VG-Nett avhengig av inntjening og får å få til det i størst mulig grad, oppnå bredest mulig gjennomslag for sine produksjoner.

3.1.6 Multimodal redundans

Multimodal redundans mellom for eksempel skrift og bilde handler ikke nødvendigvis om identisk gjentakelse, men om at større eller mindre deler av meningsinnholdet blir uttrykt gjennom begge modalitetene. I følge Anne Løvland kan for sterk redundans skape passive mottakere i tekster som skal kommunisere effektivt med voksne målgrupper (Løvland, 2010b, s. 2). Denne overkommunikasjonen kan medføre at leseren oppfatter samspillet som irriterende, uinteressant og passiviserende. Likevel kan en slik overkommunikasjon i noen tilfeller fungere. Eksempler på dette kan være i instruksjoner og læremiddel der man har med svært motiverte mottakere å gjøre (Løvland, 2010b, s. 3).

3.1.7 Modalitetsklassifisering

En multimodal tekst defineres som tekst som skaper mening gjennom å kombinere ulike modaliteter. Likevel er ikke modalitet en tellbar, avgrenset enhet. Det er lettere å oppdage at en tekst er multimodal enn å definere hvilke modaliteter den består av. Årsakene til dette er at det man velger å kalle en modalitet vil variere ut fra kommunikasjonssituasjon og kulturell kontekst. En uttrykksmåte som er meningsskapende i én kontekst, er det kanskje ikke i en annen. At en uttrykksmåte er meningsskapende, er ikke tilstrekkelig for å skille modaliteten fra andre modaliteter. Klassifisering må skje på grunnlag av andre kriterier. Kress ser den materielle formen og den kulturskapede organiseringsmåten som sentrale sider ved modalitetene som kan gjøre det mulig å skille modalitetene fra hverandre (Løvland, 2010b, s. 2).

3.1.8 Funksjonell spesialisering

I multimodale tekster der modalitetene er funksjonelt spesialiserte, oppleves ofte en sterkere utnyttelse av modalitetenes betydningspotensiale, det som hos Kress kalles modalitetenes affordanser. Siden modalitetene skiller seg fra hverandre når det gjelder materialitet og organiseringsmåte, vil de også ha ulik mulighet til å skape betydning (Løvland, 2010b, s. 3). Løvland skriver videre at det er mulig for ulike former for funksjonell spesialisering å feste seg som en norm i en kultur. Et relevant eksempel for denne avhandlingen er forskjellen mellom et kart og et landskapsfotografi. Ulike modaliteter har ulik modal affordanse. Kartet kan vise avstand og målestokk, men det er kanskje lettere å kjenne seg igjen ved å se på et fotografi. Kombinerer man ulike uttrykksmåter, kan man skape tekster som utnytter det de ulike uttrykksmåtene fungerer best til.

3.1.9 Multimodal kohesjon

Komposisjonen i en multimodal tekst er i følge Løvland relatert til den romlige organiseringen. Fordelingen av ulike elementer på en flate eller i et rom tjener til å vise leseren hvordan man bør orientere seg i den multimodale teksten. Avisenes forsider sier noe om hvilke bilder og overskrifter som hører sammen, men gir også signaler om hvilke saker som er viktige. Nærhet og avstand, størrelse og farge er viktige parametere i en komposisjon. Komposisjonen uttrykker også hvilken informasjonsverdi de ulike elementene har og hvilken lese måte som er hensiktsmessig. Samspillet kan også etableres gjennom informasjonskobling (Løvland, 2010b, s. 4). Denne kohesjonen er ikke knyttet til tid eller rom, men til den meningen modalitetene kan skape. Dette samspillet utnyttes ofte mellom overskrifter og bilder på avisforsider og i reklame, men blir også brukt mellom bilde og lyd i filmer. Denne informasjonskoblingen kan resultere i en utdyping av det betydningspotensialet som ligger i de enkelte modalitetene eller det kan oppstå en utvidelse av det totale meningsinnholdet når modalitetene kobles (Løvland, 2010b, s. 4). Multimodal kohesjon kan også handle om den dialogiske relasjonen mellom modaliteter. Dette kan være interaksjon i form av initiativ og respons som i en samtale. Digital spill kan ha modaliteter som er koherente på denne måten. Van Leeuwen har etablert fire prinsipper for samspill i multimodale tekster. Disse omtaler han som *rhythm, composition, information linking and dialogue* (Van Leeuwen, 2005, s. 179). Det rytmiske samspillet mellom modaliteter skal sørge for at en lengre multimodal tekst har sammenheng (Løvland, 2010b, s. 4). Løvland oversetter Van Leeuwens begreper med *rytmisk samspill*. Ofte vil man derfor finne gjentakelse i lengre tekster, men også brudd i rytmen brukes som virkemiddel. Et brudd i rytmen får leseren til å skjerpe oppmerksomheten og kan derfor brukes til å framheve viktig informasjon. I følge Løvland bygger den rytmiske organiseringen på en veksling mellom motsetninger som sterk og svak, stor og liten, dag og natt (Løvland, 2010b, s. 4). Ulik bokstavstørrelse i overskrifter og brødtekst kan skape en rytmisk utvikling i bøker. For at vi skal oppleve rytmen i en tekst som sammenhengende, må det være en form for gjentakelse av elementer gjennom forløpet, en slags rød tråd i den sammensatte teksten (Løvland, 2010b, s. 4). En for repeterende rytme vil leseren lett oppleve som monoton og kjedelig. Informasjonskobling kan også være arena for et multimodalt samspill. Dette samspillet fokuserer på de kognitive koblingene mellom modalitetene. Et resultat av dette, kan i følge Løvland, være at det oppstår en utdypning av

betydningspotensialet eller en utvidelse av det totale meningsinnholdet som ligger i de enkelte modalitetene når modalitetene kobles (Løvland, 2010b).

4. Næranalyse av artikler

Denne avhandlingen dreier seg om å utforske mine antakelser om at kart hos VG-Nett bare brukes som et supplement til andre nettavisrelaterte produksjoner. Forhåpentligvis vil nærlesing av utvalgte digitale kart fra VG-Nett gi noen svar på hvilke funksjoner disse kartene har. Før hver kartpresentasjon er det en side med utvalgte skjermdumper fra det aktuelle kartet. På denne måten blir skjermdumpene organisert på en mer hensiktsmessig måte enn ved at de skal bryte opp løpende tekst. I analysen vil hver av de utvalgte artiklene bli beskrevet ut fra innhold og komposisjon. Dette er gjort fordi jeg mener at denne detaljbeskrivelsen er relevant for å få en helhet i analysen.

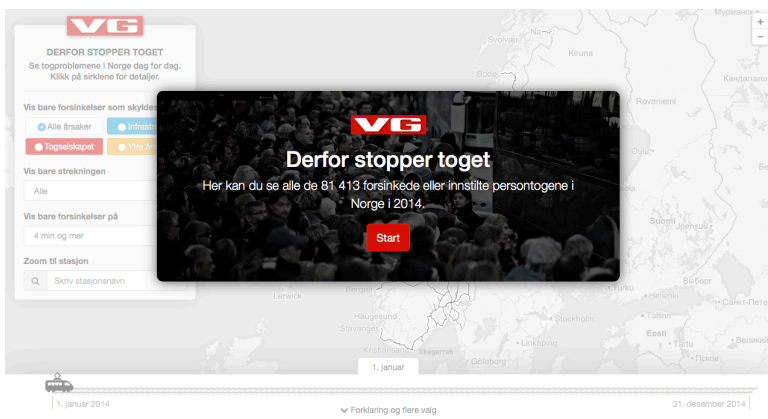
Artiklene som analyseres i denne avhandlingen er publisert mellom mai 2014 og april 2015. Analysen starter med en presentasjon av hver artikkel, dette skjer i kronologisk rekkefølge. Deretter vil de utvalgte artiklene vil analyseres ved hjelp av utvalgte analyseredskap fra sosialsemiotisk medieteor, med hovedfokus på Engebretsens diskurser (Engebretsen, 2007).

Hvordan VG bruker digitale kart i noen av sine innholdsproduksjoner og hvilke konsekvenser denne kartbruken får for mediekonsumentene, er essensen i denne avhandlingen. En nærlesning av noen utvalgte artikler gir forhåpentligvis noen svar på hvordan dette oppleves. Hver av de utvalgte digitale kartene blir først beskrevet ut i fra innhold og sammensetting. Sett fra mitt ståsted er det hensiktsmessig å beskrive alle de ulike sidene og utviklingen i kartmaterialet, da dette ikke er en statisk, men dynamisk fremstilling. Alt fra indekssiden til siste side er derfor nødvendig å ta for seg i analysen. Dette vil understrekes ved å bruke skjermdumper fra noen av de ulike kartutsnittene. Analysen vil deretter ta for seg elementnivået og hvilke modalitet eller modaliteter de består av. Det er også interessant å se hvordan disse modalitetene opptrer i forhold til hverandre. Etter hvert kart følger en delkonklusjon og til slutt i kapittelet følger en oppsummering og kommentar av funnene som er gjort. I denne delen er det også gjort en sammenligning med noen andre utvalgte kart som viser de samme tendensene. Avslutningsvis i næranalysen er det naturlig å gjøre en komparativ analyse for å se hvordan de utvalgte kartene står seg i forhold til hverandre.

De ulike kartene som er presentert i denne analysen er alle innenfor forskjellige temaer og kartene blir brukt på ulik måte innenfor de ulike temaene. Tre av de utvalgte artiklene er i kategorien som VG-Nett kaller ”fortellende kart”, en kategori som har mye til felles med

digital historiefortelling. En av artiklene er i kategorien ”nyhetsgrafikk”, men da nyhetsgrafikk i form av kart. Den siste artikkelen ”En skutt og drept i København” er en ren nyhetsartikkel som bruker kart for å geografisk stadfeste hvor en hendelse har funnet sted. I det siste tilfellet er analysen, og da i særdeleshet Engebretsens diskurser i større grad brukt på nyhetsartikkelen som helhet, med kartet som et underordnet mål. Dette er gjort av to grunner, for det første for å anvende diskursene på et materiale som skiller seg fra et fortellende kart, for å se eventuelle utslag dette kan gi. For det andre at kartet er en liten del av den totale produksjonen, det er derfor hensiktsmessig å se på helheten.

Illustrasjoner ”Derfor stopper toget”



Illustrasjon 2: Skjermdump fra VG.



Illustrasjon 3: Skjermdump fra VG.

4.1 ”Derfor stopper toget”

Nyhetsartikkelen ”Derfor stopper toget” handler om antall forsinkelser og togstopp på jernbanen i Norge i hele 2014. En viktig presisering i artikkelen er at det kun gjelder persontogene, gods- og annen skinnegående transport er utelatt fra fremstillingen. Artikkelen gir en beskrivelse på detaljnivå av alle de 81413 forsinkede eller innstilte persontogene gjennom hele året. En kjapp stikkprøve viser dog at dette kan være et litt upresist antall. Noen av forsinkelsene er ifølge artikkelen registrert flere ganger, eksempelvis er et tog som ble registrert som forsinket fra utlandet registrert både som forsinket ved ankomst riksgrensen og ved ankomst endestasjon.

Artikkelen viser et kart over Nord-Europa i grått. Dette kartet har en opasitet¹ på 50% på indekssiden. Denne indekssiden har et sentrert bilde som viser en mengde folk i et kaos. I det samme bildet sees en buss. Bildet er sannsynligvis tatt på Oslo S i forbindelse med en togforsinkelse, der det er satt opp tilbud om alternativ busstransport. Dette er med på å understreke at saken dreier seg om nettopp forsinkelser i togtrafikken. På bildet er det i tillegg til VGs logo en kort informasjon om hva kartet inneholder. Det er også en startknapp i samme rødteone som bakgrunnsfargen i VG-logoen. Ved å trykke på startknappen forsvinner bildet fra indekssiden og det digitale kartet får liv. Kartet er flashbasert og har en automatisk avspilling som standardinnstilling. Etter at avspillingen er startet begynner et tog å bevege seg nederst på siden. Dette toget beveger seg fra venstre mot høyre og indikerer alle datoer mellom 1.1.14 og 31.12.14. Toget beveger seg trinnløst, men det er mulig å se hvilken dag hendelsene representerer, over toget. Standardinnstilling er ”alle hendelser”. Da blir alle hendelser som har forsinket persontogtrafikken tatt med, men det er også mulig å se på hendelser som merket ”togselskapet” – slike hendelser er markert med rødt, dette omfatter materiell, personell og stasjonsopphold. Den andre innstillingen er ”infrastruktur” – men denne funksjonen på, vises bare forsinkelser som skyldes infrastruktur. Disse hendelsene er referert til som bane, signalanlegg, strømløsning og kø i de utdypende forklaringene. Slike hendelser er markert med blått. Den siste kategorien det er mulig å se på spesifikt er merket ”ytre årsaker”. Gul kategori tar for seg fenomener som vær, forsinkelse fra utlandet og uhell. Disse ytre årsakene kan også leses motsatt vei, et eksempel er fra Sør-Vestlandet den 13. januar

¹ Graden av lys som tillates gjennom et filter.

² Quantum geographic information system - et open source verktøy for å lage, analysere og jobbe med

2014. Denne oversikten viser at Stavangerområdet denne dagen sannsynligvis har vært rammet av et uvær. Et kjapt søk på nrk.no (NRK, 2014) bekrefter dette.

Avspillingen av flashvideoen tar ca. 1 minutt og 30 sekunder. Som standardavspilling blir alle hendelser markert i kartet. Bevegelsene i kartet er i hovedsak på Østlandsområdet, noe som faller seg naturlig, da hovedvekten av togtrafikken i Norge er her. De ulike hendelsene er markert med forskjellige farger og i 2014 er det notert 81 413 ulike hendelser, fordelt på de tre ulike kategoriene, rød, gul og blå. Dette gir et gjennomsnitt på 223 hendelser hver dag. For å gå dypere inn på ulike hendelser er det nødvendig å stoppe avspillingen. Hvis man stopper avspillingen er det mulig å flytte toget på tidslinjen bortover med en dags intervaller. Hvis man gjør dette er det nødvendig å slippe knappen på musepekeren for å få opp hendelser for den nye dagen. Kartet gir også en mulighet for å avgrense hendelsene til en bestemt strekning, i tillegg er det en funksjon for å zoome inn på en stasjon automatisk. Denne funksjonen avgrenser dog ikke hendelsene til utelukkende denne stasjonen. I nedtrekksmenyen er det en mulighet for å velge intervallet på forsinkelsene. Standardinnstillingen her er ”4 min og mer”, men det er også mulig å velge intervaller på ”5 min og mer”, ”10 min og mer”, ”20 min og mer”, ”30 min og mer” og ”60 min og mer”.

VG har fått innsyn i Jernbaneverkets logger over forsinkelser og innstillinger i 2014. Disse hendelsene er lagt inn på et norgeskart, sortert etter dato. Jo større sirkel på kartet, jo større forsinkelser på den stasjonen den dagen (Engan, Byermoen, Nilsen, & Engebretsen, 2015). Hvis det er flere typer feil på samme stasjon en dag, viser vi den fargen som fører til mest forsinkelse. Grafikken viser bare persontog. Godstog er ikke tatt med. Ifølge Engan mfl. er planlagte innstillinger i forbindelse med vedlikehold ikke tatt med. Eksempelvis er planlagte avvik hvor det finnes et erstatningstilbud med busser, ikke en del av grafikken. Samme tog kan også være registrert på flere stasjoner. I de tilfellene viser tallene hvor mye *mer* forsinket toget ble på hver stasjon. Eksempel: Hvis toget er 10 minutter forsinket inn til stasjonen og blir ytterligere 5 minutter forsinket på stasjonen, viser grafen 5 minutter på denne stasjonen. De første 10 minuttene vises der den første forsinkelsen oppsto (Engan, Byermoen, mfl., 2015). Hver forsinkelse er knyttet til et tognummer. Kombinasjonen av tognummer og dato viser til én unik avgang.

Det analyserte kartet er et produkt hvor kartet i seg selv er hovedinnholdet. Det er ikke laget som et tilleggsprodukt til en nyhetsartikkel eller tilsvarende. Kartet og den visuelle fremstillingen kan sies å være hovedprodukt, den tekstbaserte infoen er tilleggsopplysninger. I de følgende avsnittene skal jeg se nærmere på kartet i lys av Engebretsens diskurser.

4.1.1 Velkomstdiskursen

Kartet skiller seg fra en ordinær nyhetsartikkel på VG-Nett. Det har ikke de samme rammene for utforming som nettavisens øvrige artikler, med en bred spalteform med annonser på begge sider og i toppen. Indekssiden viser hele innholdet i ett og samme bilde, uten at leseren må bevege musepekeren eller skrolle nedover. Den informative dimensjonen er nedtonet på indekssiden, men kartet gir likevel tydelig informasjon om hva som er i vente. Den estetiske dimensjonen er betydelig vektlagt ved at kartet følger en egen mal som VG-Nett kaller ”fortellende kart”. Den sosiale dimensjonen er representert med muligheten for å kommentere i et underliggende kommentarfelt.

4.1.2 Aktualitetsdiskursen

Kartet er aktuelt ved at det er laget i forbindelse med Jernbaneverkets årlige rapport for punktligheten ved norske jernbaner. For at denne diskursen skal oppleves som relevant er den nødt til å tilføre leseren ny kunnskap (Engebretsen, 2007, s. 51). Kartet kan sies å være i tråd med den oppfatningen leseren av nettmedier forventer. Hensikten er at leseren tar i bruk kartet på en aktiv og utforskende måte (Engebretsen, 2007, s. 53). Måten kartet er utformet på gjør at leseren enten kan spille av flash-siden automatisk, eller stoppe denne og velge fri navigasjon. Det er også mulig å snevre inn det avspilte materialet, slik at man kan se på strekninger, enkeltstasjon eller bestemte kilder til forsinkelse. Disse mulighetene representerer er en del av de situasjonelle affordansene til sjangeren ”fortellende kart” som VG-Nett har valgt å kalle disse kartspesialene (Byermoen, 2015). Det er benyttet få kilder i kartproduksjonen, men dette har en naturlig sammenheng med at det kun er Jernbaneverket som sitter på disse dataene. Selv om det er et snevert kildeutvalg, er det gjort en grundig researchjobb i forkant (Engan, Byermoen, mfl., 2015). Dette indikerer at det er brukt mye ressurser i produksjonen. Som igjen er en indikator som ofte blir brukt som et av flere mål på journalistisk kvalitet (Engebretsen, 2007, s. 57).

4.1.3 Opplevelsesdiskursen

Diskursen indikerer en parallell til avisenes feature- og reportasjestoff gjør seg gjeldende i nettavisene. Opplevelsesdiskursen skiller seg fra nyhetsdiskursen ved at den gode fortellingen er hovedmålet, ikke utelukkende hurtig nyhetsformidling. Det analyserte kartet forteller en historie om forsinkelsene dag for dag på jernbanen i 2014 (Engan, Byermoen, mfl., 2015). Kartet er tilesbasert, noe som gjør at man enkelt kan zoome inn på de ulike stedene som er markert i kartet (Microsoft, 2016). Kartmaterialet gir inntrykk av en innovativ bruk av de tilgjengelige teknologiske affordansene. Det er tatt utgangspunkt i et moderne kart fra Google Maps, men dette er fargekorrigert slik at det har fått et dempet uttrykk. Indekssiden gir en indikasjon på at leseren har en innovativ kartbruk i vente, men hvordan det fungerer avsløres ikke før leseren spiller av flash-produktet.

4.1.4 Kunnskapsdiskursen

Kartet plasserer seg i kategorien temajournalistikk. Et kjennetegn på dette er at kartet henvender seg først og fremst til leseren som en person med en interesse for jernbanedrift i Norge. Det henvender seg også til leseren gjennom geografisk tilknytning. I motsetning til hva som ofte er tilfelle (Engebretsen, 2007, s. 93), er ikke utelukkende den informative diskursdimensjonen i fokus, den estetiske dimensjonen er også av betydning. Kartet gir liten mulighet for leseren til å fordype seg videre innenfor temaet, da Jernbaneverkets statistikk, etter det jeg erfarer, er presentert i sin helhet. Leserens kan bruke kartet for å fordype seg i temaene ved å søke opp ulike datoer hvor det har vært forsinkelser. På denne måten utgjør kartmaterialet en slags database hvor leseren via en ekstern søkemotor kan fordype seg i temaet. Navigasjonen på siden er kronologisk ved automatisk flash-avspilling, men leseren har mulighet til å navigere fritt ved å stoppe avspillingen. I følge Engebretsen vil all teknologiutnyttelse som styrker den pedagogiske tilretteleggingen av innholdet, være funksjonell (Engebretsen, 2007, s. 98). Kartet inneholder forholdsvis lite tekst, men mange visuelle elementer. Kartet fungerer som et fortellende del i seg selv, men da er leseren avhengig å huske de ulike fargekodene som markerer de ulike kategoriene for avvik. Teksten konkretiserer enkelthendelser, men kartet er ikke avhengig av dette for å gi leseren en meningsfylt forståelse.

4.1.5 Selskapelighetsdiskursen

Kartet inneholder et eget kommentarfelt, dette kommentarfeltet er likt som øvrige kommentarfelt på VG-Nett. Kommentarfeltet legger til rette for at journalisten og leseren skal komme i et dialogisk forhold (Engebretsen, 2007, s. 154), men det er ikke lagt noen føringer på hvilke emner eller temaer leseren skal kommentere. Kartet innehar en foredragene rolle, men bidrar til konversasjon, ved at brukerne indirekte kan være medprodusenter (Bruns, 2006, s. 2). Dette betyr ikke at kartet er avhengig av bidrag fra leseren, men leseren inviteres til å bidra om det skulle være behov for det. Blant annet er spørsmål vedrørende sammenligninger med Sverige behandlet i kommentarfeltet. Disse henvendelsene er besvart og redegjort for av journalistene. På samme side er det også en mulighet for å dele saken i sosiale medier som Twitter og Facebook.

4.1.6 Delkonklusjon

Kartet er brukt på en innovativ måte. Det fremstår som en egen sjanger, men kunne også fungert som et tilleggsprodukt til en nyhetsartikkel, selv om dette ikke er tilfellet her. Det er få spor av tradisjonell journalistikk i kartet, og kartoppsettet er på en måte som gir leseren et kjapt overblikk over situasjonen dag for dag. Den automatiske avspillingen går likevel litt for hurtig til at man kan dybdelese kartet, men det fungerer fint som en visuell representasjon. Produktet er utviklet for skjerm, og er ment å fungere på alle typer av skjermer. Likevel fungerer det best på en litt større skjerm, da det er mye informasjon som skal frem. Brukerstyringen er stor ved at leseren kan styre navigasjonen og hastigheten.

Illustrasjoner – ” Dette er NATOs historie”



Illustrasjon 4: Skjermdump fra VG.



Illustrasjon 5: Skjermdump fra VG.

4.2 ”Dette er NATOs historie”

Artikkelen omhandler hvordan NATOs historie har utviklet seg, fra forsvarsalliansen ble opprettet i 1949, gjennom kalde og varme kriger frem til 2014. Den tar for seg historiske hendelser som har vært av betydning for hvordan både NATO og muligens verdensfreden. Hendelsene markert i kartet er hovedsakelig i Europa, men Cuba-krisen i 1962 er også med. Det digitale kartet er laget i forbindelse med Russlands invasjon av Ukraina i 2014. Kartet viser detaljerte inndelinger av land, med tydelige landegrenser. Landene er likevel ikke navngitt og kartet krever derfor en viss geografisk kompetanse for å kunne brukes på en hensiktsmessig måte.

Indekssiden viser jordkloden med Storbritannia midt i bildet. Jordkloden er sett i et perspektiv slik at Europa, Afrika, Asia, store deler av Nord-Amerika og litt av Sør-Amerika synes. Alle land som er medlem av NATO per 2014 er markert med blått i kartet. Alle andre land er markert med grått. Indekssiden inneholder også en rød knapp med hvit skrift merket ”start”. Denne knappen bruker samme farger som VGs logo. Over knappen er det en overskrift med som sier ”Historien om NATO”, og under denne overskriften er det utfyllende tilleggsinformasjon som sier ”Forsvarsalliansen NATO ble opprettet i frykt for russerne, prøvde noen år å reformere seg, men er nå kanskje på vei tilbake til utgangspunktet? Her er historien om NATOs 65 år” (Engan, 2014b). Når man klikker seg videre fra indekssiden viser neste side situasjonen i NATO ved opprettelsen i 1949. Alle de tolv opprinnelige medlemslandene er markert med blått, Sovjetunionen er markert med rødt og de Sovjetkontrollerte landene (Øst-Tyskland, Polen, Tsjekkoslovakia, Ungarn, Bulgaria, Romania og Albania) er markert med rosa. Nederst på siden er det to navigasjonspiler som brukes for å navigere frem og tilbake i kartet. Den venstre pilen er markert med grå og hvit, et klikk på denne pilen fører tilbake til indekssiden. Ved å trykke på den høyre pilen som er rød og hvit kommer man fremover til neste år som er markert i kartet. Det neste årstallet som er markert i kartet er 1952. Dette kartet er i hovedsak likt som det forrige med unntak av at Tyrkia og Hellas er markert i blått som en følge av at disse to landene blir med i NATO dette året. Neste hendelse som er markert i kartet er 1955. Landene som tidligere var markert i rosa er nå markert i rødt som en følge av at Warszawapakten ble opprettet. Vest-Tyskland blir også en del av NATO, på tross av at Lord Ismay seks år tidligere har uttalt at formålet med NATO er å holde russerne ute, amerikanerne inne og tyskerne nede (Engan, 2014b). Landene som er markert i rødt kalles heretter Warszawapaktland i kartet. 1960 er neste år som er markert i

kartet, dette året er det ingen hendelser som er direkte knyttet til NATO, men Albania forsvinner ut av Warszawapakten og inn i en allianse med Kina. Neste endringen i kartet er 1962. Cubakrisen er markert med et eget atomsymbol i kartet for å pinpointe hvor hendelsen fant sted og for å markere at dette var en hendelse av alvorlig art. Etter Cubakrisen følger en forholdsvis rolig periode i NATOs historie og de neste hendelsen som er markert i kartet er innlemmelsen av Spania i 1982. 1989 er markert som neste side på kartet. Her er det ikke markert noen hendelser som er avgjørende for NATO direkte, men det er åpenbart at Berlinmurens fall er en viktig faktor. Grunnen til at det ikke er markert noe i kartet dette året skyldes at kartet kun tar for seg utviklingen i medlemsland og at ettervirkningene av murens fall 9. november ikke blir registrert før en tid senere. Det påfølgende året viser ringvirkningene av Berlinmurens fall, i 1990 er Tyskland gjenforent og det samlede Tyskland en del av NATO. Polen som tidligere var markert med rødt som en del av Warszawapakten har meldt seg ut og er nå markert med grått. 1991 viser at Warszawapakten formelt har gått i oppløsning og at de tidligere Sovjetstatene nå er selvstendige stater. Landene som tidligere var Sovjetkontrollert er nå markert i grått. Det som er markert rødt i kartet er nå Russland. Den neste siden viser en markering av 1994. Dette året er markert med en egen pinpoint som viser en militær aksjon. Dette året skyter NATO ned fire serbiske fly over Bosnia og det er den første gangen hvor NATO formelt går til militært angrep. Neste årsmarkering i kartet er 1999. Dette året er det luftangrep i Serbia, dette er markert som samme pinpoint som på det foregående kartet. Disse angrepene er i motsetning til angrepene i 1994 ikke støttet av FN. Kartet viser også at antallet medlemsland utvides ved at de tidligere Warszawapaktlandene Polen, Tsjekkia og Ungarn blir medlemmer av NATO. 2001 er neste side i kartet og er på mange måter et veiskille. Dette året er første gang NATOs bestemmelse at et angrep på et av medlemslandene skal betraktes som et angrep på alle. Et resultat av terrorhandlingene i New York 11. September 2001 er at NATO går inn i Afghanistan. I 2004 blir syv nye land med, dette er østblokklandene Bulgaria, Estland, Latvia, Litauen, Romania, Slovakia og Slovenia. Disse nye medlemslandene er markert i blått på dette kartet. 2009 markerer en ytterligere utvidelse ved at Albania og Kroatia blir medlemmer av NATO, dermed er store deler av de sovjetiske satellittstatene som sammen med Sovjetunionen utgjorde Warszawapakten, en del av NATO. Neste markering i kartet utgjør ingen forskjell i antall land, men markerer en militær konflikt, denne gangen i Libya. NATO tar på seg å håndheve FNs flyforbud i Libya. Den siste siden i kartet har en egen markering. Denne skriver seg fra konflikten på Krimhalvøya og årstallet henviser også til at NATOs styrker trekker seg ut av Afghanistan. Dette er den eneste markeringen i kartet som ikke har et endelig utfall i det kartet ble

produsert (2014), Russlands annektering av Krimhalvøya er derfor markert med et spørsmålstegn.

Det analyserte kartet er et produkt som hører til en større nyhetssak laget i forkant av Jens Stoltenbergs tiltreden som NATOs generalsekretær 1. oktober 2014. Nyhetssaken omhandler de ti største utfordringene Stoltenberg står overfor som øverste leder for NATO. Nyhetsartikkelen er ikke en del av analysen og kartet er derfor behandlet som et selvstendig produkt. I kartet er den tekstbaserte infoen hovedproduktet og den visuelle fremstillingen er tilleggsopplysninger. I de følgende avsnittene skal jeg se nærmere på kartet i lys av Engebretsens diskurser.

4.2.1 Velkomstdiskursen

Som jeg gjorde rede for i teorikapittelet er velkomstdiskursen en diskurs som tar for seg det første som møter leseren. Kartet skiller seg lite i form fra en ordinær nyhetsartikkel på VG-Nett. Kartet følger de samme rammene for utforming som nettavisens øvrige artikler, med en bred spalteform med annonser på begge sider og i toppen. Indekssiden viser ikke hele grafikken, men ca. halvparten uten at leseren skroller nedover. Ved å gjøre dette er det akkurat mulig å se hele verdenskartet og samtidig ha mulighet til å navigere med pilene i bunn av kartet. Den informative dimensjonen er viet mest plass på indekssiden og kartet gir tydelige signaler om hva som er i vente. Den estetiske dimensjonen er indirekte vektlagt ved at kartet følger en kjent mal som VG-Netts nyhetsartikler baserer seg på, men den er ikke spesielt vektlagt i dette kartets utforming. Den sosiale dimensjonen er tilstede ved muligheten for å kommentere i et underliggende kommentarfelt.

4.2.2 Aktualitetsdiskursen

Aktualitetsdiskursen gir en indikasjon på at det som foregår er aktuelt. Denne diskursen er gjeldende ved at kartet er laget i forbindelse med Jens Stoltenbergs inntreden som NATOs generalsekretær. Det er også aktuelt ved at hendelsene på Krim-halvøya er med i kartet. Kartet kan sies å være i tråd med den oppfatningen leseren av nettmedier forventer. Hensikten er at leseren tar i bruk kartet på en aktiv og utforskende måte (Engebretsen, 2007, s. 53). Måten kartet er utformet på gir leseren mulighet til en lineær navigasjon fra start til slutt.

Kartsidenes rekkefølge er bestemt, men leseren har mulighet til fritt å navigere frem og tilbake. Disse mulighetene representerer en del av de situasjonelle affordansene til slike kartproduksjoner. Det er benyttet flere ulike historiske kilder i kartproduksjonen (Engan, 2014b), og dette kan indikere at det er brukt en del ressurser i produksjonen. Denne indikatoren blir ofte brukt som et av flere mål på journalistisk kvalitet (Engebretsen, 2007, s. 57).

4.2.3 Opplevelsesdiskursen

Opplevelsesdiskursen vil si en diskurs som tar for seg hvordan brukeren eller leseren opplever sitt møte med nettavisen, en tanke er at man som leser skal oppleve en multimodal nærhet. Kartet gir leseren muligheten til å komme tett innpå temaet og det gir en kort innføring i noen av de historiske hendelsene som har vært av betydning for NATO siden opprettelsen i 1949. De kulturelle og tekno-semiotiske affordansene er etter mitt skjønn ikke utnyttet til det fulle. Kartet gir en statisk presentasjon av hendelsene, kartet er benyttet mer som nyhetsgrafikk enn som digitalt kart. Digitaliseringen er i denne sammenhengen brukt for å spare plass, slik at resultatet har form av en karusell med nyhetsgrafikk mer enn et digitalt kart. Produktet skiller seg ikke vesentlig fra tradisjonelle medier. Nyhetsgrafikken kunne like gjerne blitt brukt i papiravisen både i funksjon og det visuelle uttrykket. Den eneste utfordringen ved å gjøre det er plassen det vil ta, da hver av de 17 sidene måtte blitt vist samtidig. Ved å klikke seg gjennom de ulike sidene som til sammen utgjør hele produktet, er leseren avhengig av info i form av teksten som dukker opp. Det er dette som driver leseren gjennom kartet. Kartet i seg selv fungerer ikke som et selvstendig produkt. Til det er det for lite detaljert. Eksempelvis mangler navn på land og øvrige antegninger som er vanlige på kart. Dette gjør at det er vanskelig og orientere seg i kartet uten å støtte seg til teksten.

4.2.4 Kunnskapsdiskursen

Kunnskapsdiskursen fokuserer på de kommunikative prosessene, hvor målet er formidle en kunnskap som konsumentene kan ha nytte av. Det analyserte kartet plasserer seg i kategorien temajournalistikk. Et kjennetegn på dette er at kartet henvender seg til leseren som en person med en interesse for historie generelt og for NATOs historie spesielt. Den informative diskursdimensjonen er i fokus, men den estetiske dimensjonen er også i noen grad tillagt vekt

(Engebretsen, 2007, s. 93). Kartet som et selvstendig produkt gir en begrenset mulighet for leseren til å fordype seg videre innenfor temaet, men kildene som er brukt i produksjonen er oppgitt på indekssiden. Dette gir indirekte leseren en pekepinn på både hvor informasjonen er hentet fra, men også hvor det finnes mer. Kartet har en høy grad av brukerstyring ved at det ikke er noen automatisk flash-avspilling, det er leseren som må gjøre jobben.

4.2.5 Selskapelighetsdiskursen

Denne diskursen sørger for det kommunikative aspektet mellom mediekonsumentene i en aktuell sak. Kartet inneholder ikke et eget kommentarfelt, men kartet er underlagt en annen side som omhandler det samme temaet. Dette er en forholdsvis stor nyhetsartikkel med mange kilder. Denne siden inneholder også det analyserte kartet, på denne siden er kartet satt i sammenheng med hovedutfordringene Stoltenberg står overfor. I tillegg har kartet en egen nettadresse, på denne siden er det mer utfyllende info om det som omhandles i kartet. Denne siden er i likhet med kartet i kategorien temajournalistikk. På denne presentasjonssiden er det gjennom kommentarfeltet lagt til rette for at journalisten og leseren skal komme i et dialogisk forhold (Engebretsen, 2007, s. 154). Kartet innehar en foredragene rolle, men bidrar til konversasjon, ved at brukerne indirekte kan være medprodusenter (Bruns, 2006, s. 2). Dette betyr ikke at kartet er avhengig av bidrag fra leseren, men leseren inviteres til å bidra om det skulle være behov for det. I kommentarfeltet er det eksempler på nettopp dette ved at Norge, Danmark og Island var utelatt som oppstartsland i den opprinnelige grafikken. Kartet ble først publisert 02.09.14 kl. 18.12. Feilen ble bemerket i kommentarfeltet av en leser kl. 21.30. Henvendelsen ble besvart av journalisten kl. 21.49, der sistnevnte lover å rette det opp.

4.2.6 Delkonklusjon

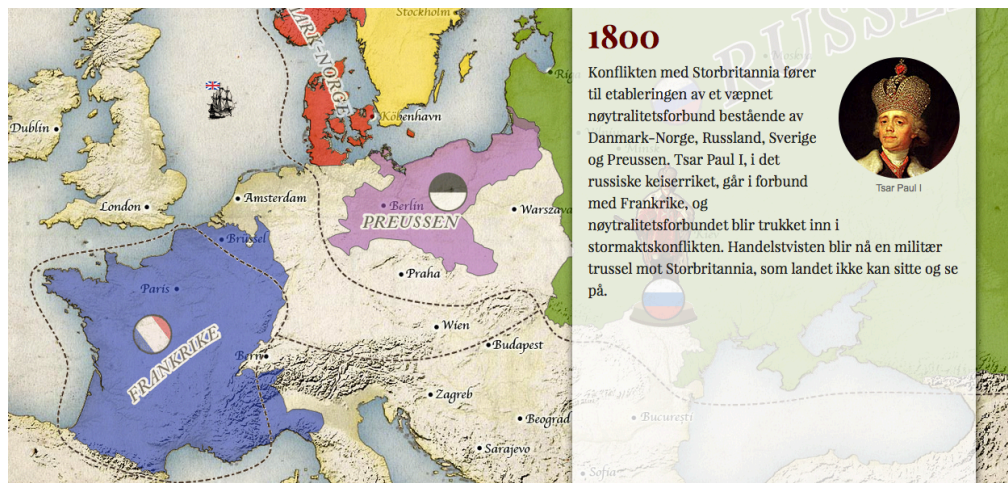
Kartet er etter mitt skjønn ikke brukt på en spesielt innovativ måte. Det utgjør ingen egen sjanger, men kan sees som et tilleggsprodukt til en nyhetsartikkel. Det er tydelige spor av tradisjonell journalistikk i kartet, og kartoppsettet er slik jeg ser det ordnet mer med tanke på å være plassbesparende enn på å være innovativ. Produktet er utviklet for skjerm, men kunne også fungert på papir, men hadde da brukt vesentlig mer plass. Det er ingen bevegelser eller flash-avspilling som setter begrensninger for overføring til papir. Brukerstyringen er også

relativt begrenset, det er leseren som styrer navigasjonen og hastigheten. Kartet gir ikke rom for fri navigasjon slik at leseren selv kan bestemme rekkefølgen på de ulike hendelsene. Dette er bundet til den forhåndsdefinerte kronologiske rekkefølgen, noe som er naturlig når hele produktet er bygget opp som en bildekarusell.

Illustrasjoner – ”Spillet om Norge”



Illustrasjon 6: Skjermdump fra VG.



Illustrasjon 7: Skjermdump fra VG.

4.3 ”Spillet om Norge”

Kartet viser ulike hendelser som er avgjørende for Norge i årene 1784 til 1814. Kartet tar for seg historiske hendelser som har vært av betydning for både Norge og verden. Hendelsene markert i kartet er utelukkende i Europa, men spenner over en stor del av det europeiske kontinentet. Det digitale kartet er laget i forbindelse med 200-års markeringen for grunnloven i 2014. Kartet viser detaljerte inndelinger av land, med tydelige landegrenser. Landene er navngitt på kartet, men det krever en viss historiekompetanse for å kunne bruke det på en hensiktsmessig måte, da det er landegrensene mellom 1784 og 1814 som ligger til grunn for kartet.

”Spillet om Norge” har en indeksside som viser et kart over Mellom- og Nord-Europa, samt en stor del av nåværende Russland. Kartet viser ingen landegrenser, innsjøer og elver. Havområder og fjorder er tegnet inn på kartet, men disse er ikke navngitt. Alle hovedsteder som vises i kartet er navngitt etter datidens skrivemåte. Hovedsteder og land som har kommet til etter 1784 er ikke nevnt. Hele kartet er laget i en lys beigetone og havområdene er i en gråtone. Helt til høyre på indekssiden er det en logo som representerer ”Spillet om Norge” Denne logoen er en sammenblanding av Norges riksvåpen, det norske flagget og VGs logo. Under står det skrevet ”slik ble Norge brukt som en brikke i et storpolitisk spill i Europa. Skroll deg gjennom historien som leder opp til grunnloven” (Byermoen, Engan, & Eisenträger, 2014). Under denne forklaringen er det en hånd som peker nedover. Denne indikerer at det skal skrolles nedover for at det skal skje noe mer i kartet. Ved å skrolle nedover i kartet går logoen oppover i tillegg går denne fra en opasitet på 100 gradvis over i en opasitet på 0, slik at denne forsvinner fra skjermen. I denne skrollemenyen er det også ulike malerier av enten betydningsfulle personer eller fra de aktuelle hendelsene som er beskrevet. Den første markeringen i kartet er en hendelse fra 1784 hvor Fredrik 6. tar kontroll over Danmark-Norge ved et statskupp. Ved å skrolle nedover blir Danmark-Norge markert med rødt, og det dukker opp en figur som skal representere Fredrik 6. i kartet. Det kommer også historisk info om hendelsen i skrollemenyen til høyre. Denne menyen har hvit bakgrunnsfarge med svart skrift. Den neste hendelsen som er markert i kartet skriver seg fra 1797. Denne hendelsen involverer Frankrike og Holland i tillegg til Danmark-Norge. I kartet er derfor Holland markert med oransje og Frankrike med blått. Hendelsene er knyttet til at Danmark-Norge beskytter hollandske handelsskip på vei fra Hollandsk Ostindia til København. Dette er

illustrert i kartet ved at det er tegnet inn skip. Hendelser som i seg selv ikke nødvendigvis er så store er også markert i kartet om de er av en politisk betydning. Et eksempel er en hendelse i Gibraltarstredet i 1799. Her er det markert en trefning mellom et britisk og et Dansk-norsk skip. I 1800 er det en stor markering i kartet. Denne markeringen viser til etableringen av et væpnet nøytralitetsforbund bestående av Danmark-Norge, Russland, Sverige og Preussen (Byermoen mfl., 2014). Alle de nevnte landene er gitt hver sin farge i kartet. Neste hendelse markert i kartet er Napoléon Bonapartes keiserkroning i 1804. Denne hendelsen markerer Frankrike i blått og har bilde av Napoléon på hest plassert omtrent midt i bildet. I 1805 danner Storbritannia, Østerrike, Russland og Sverige en militær allianse rettet mot det nye keiserdømmet til Napoléon. Slaget ved Trafalgar er også markert i kartet det samme året. Det påfølgende året er det gjort markeringer i nåværende Tyskland, da Napoléon seirer i Ulm og Austerlitz. I 1807 er det markeringer i kartet i Danmark, da britene angriper København dette året. I 1809 erobrer Russland Finland. Etter nederlaget blir svenske kong Gustav IV Adolf avsatt og etterfulgt av sin onkel, Karl 13. Han har ingen arving, og Sverige velger prins Christian August til tronfølger, som bytter navn til Carl August (Byermoen mfl., 2014). Denne markeringen i kartet avviker fra de tidligere markeringene ved at det her er plassert mange personer i kartbildet samtidig. De neste markeringene i kartet er forholdsvis lik markeringen fra 1809, ved at det i tillegg til fargemarkering i landene hvor hendelsene foregår, er plassert ut sentrale personer som har med hendelsen å gjøre. Den største endringen i kartmaterialet kommer i 1814. Kartet går her fra å være et kart over store deler av Europa til å bli et kart over Norge og det sentrale Østlandsområdet. Eidsvoll er naturlig nok markert som et vesentlig sted på kartet. Ved å skrolle nedover i kartet er det til sammen 28 ulike markeringer. Til forskjell fra tidligere hvor kartet har markert hendelser på årsbasis på Europa-kartet, er nå hendelsene knyttet til enkeltdatoer innenfor året 1814 og alle de markerte hendelsene foregår på det sentrale Østlandsområdet. I skrollelisten på høyre side er det for første gang brukt bilder fra vår tid. Tidligere har det kun vært brukt malerier av de omtalte hendelsene eller av personer knyttet til hendelsene.

Det analyserte kartet er et produkt hvor kartet i seg selv er hovedinnholdet. Det er ikke laget som et tilleggsprodukt til en nyhetsartikkel eller tilsvarende. Kartet og den visuelle fremstillingen kan sies å være hovedprodukt, den tekstbaserte infoen er tilleggsopplysninger. I de følgende avsnittene skal jeg se nærmere på kartet i lys av Engebretsens diskurser.

4.3.1 Velkomstdiskursen

Kartet skiller seg fra en ordinær nyhetsartikkel på VG-Nett. Det har ikke de samme rammene for utforming som nettavisens øvrige artikler, med en bred spalteform med annonser på begge sider og i toppen. Indekssiden viser hele innholdet i et og samme bilde, uten at leseren må bevege musepekeren eller skrolle nedover. Den informative dimensjonen er nedtonet på indekssiden, men kartet gir likevel tydelig informasjon om hva som er i vente. Den estetiske dimensjonen er betydelig vektlagt ved at kartet følger en egen mal som VG-Nett kaller ”fortellende kart”. Den sosiale dimensjonen er representert med muligheten for å kommentere i et underliggende kommentarfelt.

4.3.2 Aktualitetsdiskursen

Kartet er aktuelt ved at det er laget i forbindelse med 200-års jubileet for grunnloven, 17. mai 2014. For at denne diskursen skal oppleves som relevant er den nødt til å tilføre leseren ny kunnskap (Engebretsen, 2007, s. 51). Kartet kan sies å være i tråd med den oppfatningen leseren av nettmedier forventer. Hensikten er at leseren tar i bruk kartet på en aktiv og utforskende måte (Engebretsen, 2007, s. 53). Måten kartet er utformet på gir ikke leseren andre muligheter enn å skrolle gjennom fra topp til bunn. Disse mulighetene representerer er en del av de situasjonelle affordansene til sjangeren ”fortellende kart” som VG-Nett har valgt å kalle disse kartspecialene (Byermoen, 2015). Det er benyttet mange ulike historiske kilder i kartproduksjonen (Byermoen mfl., 2014), dette sammen med at det er gjort en grundig researchjobb i forkant, indikerer at det er lagt mye ressurser i produksjonen. Dette er en indikator som ofte blir brukt som et av flere mål på journalistisk kvalitet (Engebretsen, 2007, s. 57).

4.3.3 Opplevelsesdiskursen

Denne diskursen gir i dette kartet en parallell til feature- og reportasjestoff (Engebretsen, 2007, s. 69). Det er en kartproduksjon som fremstår som en egen sjanger, på denne måten er det ingen tydelige relasjoner til tradisjonelle medier. Kartet gir leseren muligheten til å komme tett innpå temaet og det gir en grundig innføring i de historiske hendelsene som i sum fører til Norges grunnlov. De kulturelle og tekno-semiotiske affordansene er etter mitt skjønn utnyttet på en god måte. Kartene er basert på åpen kildekode fra nettstedet Natural Earth som har vektorkart og rasterkart over Europa. Kartene er laget med QGIS² – et verktøy for å lage, analysere og jobbe med kart. Likevel er det vanskelig å si noe om hvorvidt dette svarer til leserens forventninger, da sjangeren er forholdsvis ny. Den situasjonelle affordansen innbyr til at leseren skal gjøre et dypdykk i kartet. Det er ikke mulig å navigere fritt i kartet, dette gjør at det ikke er mulig å lese kun bruddstykker. Ved å skrolle hurtigere enn vanlig lesehastighet gir kartet info i form av grafiske bevegelser over skjermen. Dette gir i seg selv noe informasjon, men det er ikke mulig å nyttiggjøre seg av denne uten å kjenne historien svært inngående, da få av hendelsene er navngitt direkte.

4.3.4 Kunnskapsdiskursen

Det analyserte kartet plasserer seg i kategorien temajournalistikk. Et kjennetegn på dette er at kartet henvender seg til leseren som en person med en interesse for norsk historie generelt og for foranledningen til Norges grunnlov spesielt. I motsetning til hva som er typisk (Engebretsen, 2007, s. 93), er ikke utelukkende den informative diskursdimensjonen i fokus her. Den estetiske dimensjonen er også sentral. Kartet som et selvstendig produkt gir en begrenset mulighet for leseren til å fordype seg videre innenfor temaet, men hyperlenken ”slik gjorde vi det” gir leseren en indikasjon på hvilke kilder som er benyttet. Dette virker således indirekte som en invitasjon til å søke mer kunnskap om ønskelig. Navigasjonen på siden fører leseren fra a til b, uten at det er noen klikkbare alternativer. Det er kun skrolling som gjelder, dette er hovedpremisset i kartproduksjoner som er laget med Skrollr – et javascript-bibliotek gir rom for animerte elementer på en nettside etterhvert som man skroller nedover (Byermoen

² Quantum geographic information system - et open source verktøy for å lage, analysere og jobbe med kart.

mfl., 2014). Kartet har en høy grad av brukerstyring ved at det ikke er noen automatisk flash-avspilling, det er leseren som må gjøre jobben.

4.3.5 Selskapelighetsdiskursen

Kartet inneholder ikke et eget kommentarfelt, men kartet har en egen presentasjonsside. Denne siden inneholder skjermdumper fra kartet og gjengivelser av intervjuer med noen av kildene som er benyttet i arbeidet med kartet. Denne siden er i likhet med kartet i kategorien temajournalistikk. På denne presentasjonssiden er det gjennom kommentarfeltet lagt til rette for at journalisten og leseren skal komme i et dialogisk forhold (Engebretsen, 2007, s. 154). Kartet innehar en foredragene rolle, men bidrar til konversasjon, ved at brukerne indirekte kan være medprodusenter (Bruns, 2006, s. 2). Dette betyr ikke at kartet er avhengig av bidrag fra leseren, men leseren inviteres til å bidra om det skulle være behov for det. Kommentarfeltet som befinner seg under hyperlenken ”slik gjorde vi det”, viser en korrespondanse mellom leser og journalist. Blant annet er faktafeil i kartet kommentert av leserne, disse henvendelsene er besvart og rettet opp av journalistene. På samme side er det også en mulighet for å dele saken i sosiale medier som Twitter og Facebook.

4.3.6 Delkonklusjon

Kartet er brukt på en innovativ måte, slik at det utgjør en egen sjanger som hos VG-Nett kalles fortellende kart, en sjanger som ikke er helt ulik digital historiefortelling. Selv om kartet bruker QGIS på en annerledes måte enn hva som er vanlig, er det likevel elementer av tradisjonell journalistikk i kartet. Selv om det finnes elementer av tradisjonell journalistikk i kartet, er etter mitt skjønn kartbruken så innovativ at det passerer som en egen sjanger. De sjangertrekkene som finnes fra mer tradisjonelle medier er tekstmengden. Med tanke på at dette produktet er utviklet for skjerm, er det forholdsvis mye tekst knyttet til kartet. Brukerstyringen er også relativt begrenset, det er leseren som styrer navigasjonen og hastigheten fra topp til bunn. Men kartet gir ikke rom for fri navigasjon slik at leseren selv kan bestemme rekkefølgen på de ulike hendelsene. Dette er bundet til den forhåndsdefinerte kronologiske rekkefølgen. Denne begrensingen kan tillegges Skrollr, snarere enn at det er symptomatisk for sjangeren.

Illustrasjoner – ”Kampen om tungtvannet”



Illustrasjon 8: Skjermdump fra VG.



Illustrasjon 9: Skjermdump fra VG.

4.4 ”Kampen om tungtvannet”

Kartet er en oversikt over hvor tungtvanns-sabotørene oppholdt seg før, under og etter tungtvannsaksjonene i Telemark. Kartet inneholder bare stedene som henger direkte sammen med tungtvannsaksjonene og flukten derfra. Hendelsene markert i kartet er i hovedsak fra Telemark, men også andre steder på Østlandet samt i Sverige er avmerket på kartet. Det digitale kartet er laget i forbindelse med at «Kampen om tungtvannet» på NRK ble en suksess. Kartet viser detaljerte inndelinger av fylker og dagens veinett og bebyggelse er inntegnet. Fylkesnavn og veinummer er ikke nevnt på kartet og det krever en viss geografisk kompetanse for å kunne bruke det på en hensiktsmessig måte. Alle steder av en viss størrelse og alle steder som er relevante for fluktrutene er markert med navn i kartet. Det er grunn til å anta at en del av markeringene i kartet er upresise da de omhandler bl.a. fallskjermdropp og overnattinger under åpen himmel over 70 år tilbake.

”Kampen om tungtvannet” har en indeksside som viser alle de 11 deltakerne i de forskjellige aksjonene i Telemark. Disse deltakerne er navngitt med fødselsdato og evt. dødsdato. Deltakerne er gruppert i tre ulike lag, merket med ”Grouse I”, ”Grouse II” og ”Gunnarside”. Disse lagene har fått ulike fargekoder for å kunne skille dem fra hverandre. ”Grouse I” er merket med gult, ”Grouse II” er merket med blått og ”Gunnarside” er merket med rødt. Bakgrunnen på indekssiden utgjør et kart over Rjukan-området med Hardangervidda i nord. Øverst i venstre hjørne er det en knapp som gir mulighet for å zoome inn i kartet. Dette gir ingen hensikt da bildet med de 11 mennene fortsatt ligger over og dekker kartet. Ingen av bildene av mennene er klikkbare og det tilføres ingen ytterligere info ved å bevege musepekeren over bildene. Nederst på indekssiden er det en startknapp. På sedvanlig VG-vis er denne i med hvit skrift på rød bakgrunn, akkurat som VG-logoen. Ved å trykke på denne knappen kommer man til neste side. Denne siden viser den første hendelsen i planleggingen av det som skal bli tungtvannsaksjonen på Vemork. Kartet viser hvor Einar Skinnarland som eneste deltaker i ”Grouse I” landet i fallskjerm 29. mars 1942. Kartet viser et bilde av Skinnarland og en pinpoint der han landet. Ved å klikke på bildet av Skinnarland kommer det opp info om ham:

”**Einar Skinnarland** (1918–2002) var den første av tungtvannssabotørene som ble sluppet i fallskjerm over Norge, allerede sen vinteren 1942. Han skaffet opplysninger om Vemork-anlegget. Senere ble han

telegrafist. Han ble i Norge helt til frigjøringen, og levde i tre år sammenhengende i skjul for tyskerne”(Engan, Engebretsen, & Byermoen, 2015).

Kartutsnittet hvor Skinnarland er pinpointet viser et område rundt Rjukan og så vidt bort til Veggli i nabofylket Buskerud. Nederst på siden er det mulighet for å navigere enten fremover eller bakover ved hjelp av to piler. Pilen som markerer fremover er rød og hvit, mens pilen som viser bakover er grå og hvit. Ved å navigere tilbake i kartet fra første side, kommer man ikke tilbake til indekssiden, men derimot til en ny side som inneholder mye av den samme informasjonen som indekssiden. Det er kun mulig å komme tilbake til indekssiden ved å oppdatere siden. Neste side i kartet er viet til ”Grouse II” og deres ankomst på Hardangervidda 10. oktober 1942. Droppstedet er pinpointet på samme måte som droppstedet på den forrige siden. I tillegg viser kartet at Skinnarland fra forrige side har flyttet seg fra droppstedet og ned til Møssvassdammen. Droppstedet er markert med en sort prikk, det nye stedet han befinner seg er markert med pinpoint og bilde av ham. Zoomfunksjonen har ingen begrensinger verken innover eller utover. Det er også mulig å fritt bevege seg sør-nord og øst-vest i kartet. Eksempelvis kan kartet brukes til å se på Mogadishu eller hvilken som helst annen by i verden på detaljnivå. Ved å zoome ut til ytterste nivå får man en kartvisning som i første omgang er et verdenskart. Ved å zoome enda et nivå får man et repetitivt verdenskart. På det ytterste zoomnivået vises alle verdensdeler fem ganger på en slags linje.

Bildet av alle de fire mennene som var med i aksjonen vises samtidig. Ved å klikke på et av bildene vises historien om alle mennene. Rekkefølgen later til å være tilfeldig, da den verken er lik som pinpointen, sortert alfabetisk, etter fødselsår eller dødsår. Bildene av de fire mennene har en blå ring rundt seg, for å markere at de tilhører ”Grouse II”. Ved å klikke på bildet står det å lese følgende:

”**Jens-Anton Poulsson** (1918–2010) var lederen for «Grouse», gruppen som ble sluppet over Hardangervidda høsten 1942. Etter tungtvannsakksjonen ble han nestleder for operasjon «Sunshine», som skulle hindre tyskerne å ødelegge norsk industri mot slutten av krigen”(Engan, Engebretsen, mfl., 2015).”

Teksten som handler om personene er skrevet som en sammenhengende tekst, under bildet av den personen teksten tilhører. Under Poulsson følger informasjon om nestemann, nemlig Arne Kjelstrup. Om han er det nevnt:

“**Arne Kjelstrup** (1913–1995) var nestleder for «Grouse». Under det tyske angrepet mot Norge i april 1940 ble han skutt, men reddet livet fordi en knipetang bremsset farten på kulen. Han levde med prosjektillet i kroppen resten av livet. Kjelstrup ble igjen i Norge til høsten 1943 for å organisere norske motstandsfolk”(Engan, Engebretsen, mfl., 2015).

Ved å skrolle videre nedover kommer det informasjon nestemann på lista, Knut Haugland:

“**Knut Haugland** (1917–2009) var en del av gruppen «Grouse». Han ble igjen på Hardangervidda i to måneder etter aksjonen. Høsten 1943 kom han tilbake til Norge. Han ble arrestert av tyskerne, men greide å rømme. En annen gang skjøt han seg ut da tyskerne fant radiosenderen hans. Deltok som telegrafist på Thor Heyerdahls «Kon-Tiki»-ekspedisjon”(Engan, Engebretsen, mfl., 2015).

Den siste fra “Grouse II” er Claus Hellberg, om han er det skrevet følgende:

“**Claus Helberg** (1919–2003) var en del av gruppen «Grouse». Han hadde den mest dramatiske flukten av alle etter aksjonen. Senere i krigen kom han tilbake til Norge som en del av operasjon «Sunshine». Etter krigen var han med på å bygge opp Den norske Turistforening, og var blant annet fast fjellguide for dronning Sonja og dronning Margrethe”(Engan, Engebretsen, mfl., 2015).

Disse tekstene viser at det er lagt ned en del arbeid i å fortelle en historie i tillegg til å bruke kartet aktivt. Tekstsitatene som er vist så langt i denne analysen er ment for å illustrere hvordan det er brukt, det er ikke hensiktsmessig å gjengi all tekst på denne måten i senere eksempler.

Ved å zoome litt utover i kartvisningen vises et større område og det er også mulig å se hvor ”Grouse I” med Einar Skinnarland befinner seg. På denne måten er det mulig å holde oversikt over en større del av nordre Telemark, samt nordre deler av Hordaland, deriblant Odda. Neste dag som er markert i kartet 24. oktober 1942. Denne markeringen viser bevegelsene til ”Grouse II”. De påfølgende seks neste sidene viser bevegelsene frem til 23. november 1942. Hver eneste punkt i kartet fra de foregående sidene er markert med en svart prikk i kartet. Disse prikkene er ikke klikkbare og de gir ingen info hvis man fører musepekeren over dem. Dette gjør at det er mulig å følge ruta ”Grouse II” har fulgt i svært grove trekk. Det er ingen nedtegninger om hvordan de har beveget seg fra et punkt til et annet, bare hvor de har overnattet en gitt dag. Neste side på kartet viser en hendelse som finner sted 19. desember 1942. ”Grouse II” beveger seg innover på Hardangervidda, kartet viser også at ”Grouse I”

gjør det samme. Neste markering i kartet viser ingen bevegelse på "Grouse II", men "Grouse I" slutter seg til førstnevnte og alle er dermed samlet Svendsbu. Den 17. februar er det en ny markering i kartet. Denne markeringen viser at "Gunnarside" lander på Hardangervidda, ca. 25 km fra de andre. 23. februar viser at alle med unntak av Skinnarland er samlet på Svendsbu. Etter dette viser de to neste sidene i kartet at den samlede gruppen med unntak av Skinnarland og Haugland beveger seg i retning Vemork og 26. februar 1943 overnatter dem i ei hytte like ved kraftverket på Vemork. Neste punkt viser hvilke rute gruppa beveget seg om kvelden 27. februar. Det spesielle med denne ruten er at den i motsetning til de foregående rutene er tegnet inn i detalj i kartet. Det samme gjelder fluktruten fra Vemork-anlegget og videre opp til Gvepseborg som er på toppen av Krossobanen. Etter dette følges gruppen over tre sider som kun er markert med svarte prikker frem til 3. mars 1943, gruppa er nå på samme punkt på Hardangervidda som "Gunnarside" landet to uker tidligere. Ved å klikke videre fra dette punktet kommer man til en valgmeny der man kan velge hvilken historie man skal følge videre. Alternativene er som følger: "Gunnarsides flukt til Sverige", "Helbergs flukt", "Poulssons flukt" og "De som ble igjen – Hydro aksjonen". Ingen av disse nye alternativene tilfører kartet noe nytt, det er bare mer av det samme som har vært vist på de foregående sidene. Likevel er det lettere å få oversikt da det er færre folk som beveger seg og de beveger seg over et større område. En kilde til forvirring er at de svarte prikkene fra sidene før valgmenyen dukket opp fortsatt er tilstede på kartet. Dette har ingen hensikt for de nye historiene og er således bare en kime til forvirring.

Det analyserte kartet er et produkt hvor kartet i seg selv er hovedinnholdet. Det er ikke laget som et tilleggsprodukt til en nyhetsartikkel eller tilsvarende. Kartet og den visuelle fremstillingen kan sies å være hovedprodukt, den tekstbaserte infoen er tilleggsopplysninger. I de følgende avsnittene skal jeg se nærmere på kartet i lys av Engebretsens diskurser.

4.4.1 Velkomstdiskursen

Kartet skiller seg fra en ordinær nyhetsartikkel på VG-Nett. Det har ikke de samme rammene for utforming som nettavisens øvrige artikler, med en bred spalteform med annonser på begge sider og i toppen. Indekssiden viser hele innholdet i et og samme bilde, uten at leseren må bevege musepekeren eller skrolle nedover. Den informative dimensjonen er nedtonet på indekssiden i form av tekst, men kartet gir likevel en tydelig visuell informasjon om hva som er i vente. Den estetiske dimensjonen er betydelig vektlagt ved at kartet følger en egen oppskrift som VG-Nett kaller ”fortellende kart”. Den sosiale dimensjonen er representert med muligheten for å kommentere i et underliggende kommentarfelt, det er også mulighet for leseren å komme med respons angående plasseringer i kartet som kanskje ikke er helt nøyaktig.

4.4.2 Aktualitetsdiskursen

Kartet representerer en aktualitet ved at det er laget av VG-Nett i forbindelse med NRK-serien ”Kampen om tungtvannet”. Utover dette er det ingen aktualitet i betydningen nyhetsaktualitet. Et tradisjonelt tegn på hvor mye ressurser som er lagt i et journalistisk produkt er antall kilder som er representert i produktet. Et annet mål er dybden i produktet (Engebretsen, 2007, s. 57). Disse målene fungerer på nettbaserte journalistiske produkter hvis sjanger i stor grad er overført fra trykte medier. Kvalitetsmålene er ikke like lett å måle for produkter som kun er tilgjengelig for en digital plattform. Målt etter antall ord vil dette kartproduktet bli beskrevet som produkt det er lagt forholdsvis lite ressurser i. For å lage dette produktet er det brukt fem ulike kilder, dette kan gi en indikasjon på at det er lagt ned en del ressurser i bakgrunnsarbeidet (Engan, Engebretsen, mfl., 2015). Et annet punkt som er relevant for aktualitetsdiskursen er medieteknologiske begrensninger. Sett med mine øyne er det ingen større teknologiske begrensninger i 2016. Det er stort sett mulig å få til det man ønsker innenfor rimelighetens grenser (Tse, 2016). Utfordringen er at det hos VG-Nett produseres for tv, pc, nettbrett og mobil. Dette er fire veldig ulike skjermstørrelser. Produkter som fungerer godt på den ene, fungerer ikke nødvendigvis optimalt på den andre. Et utslag av dette er at den begrensede tekstmengden gjør at fremstillingen preges av mye rom på alle kanter ved visning på stor skjerm. Kartet gjør nytte av en utstrakt bruk av hyperlenker, da som tilleggsinfo som dukker opp ved å klikke på ulike elementer på siden.

4.4.3 Opplevelsesdiskursen

Diskursen søker å finne svar på hvilke grad parallellen til avisenes feature- og reportasjestoff gjør seg gjeldende i nettavisene. Opplevelsesdiskursen skiller seg fra nyhetsdiskursen ved at hovedmålet er den gode fortellingen, ikke på hurtignyhetsformidling. Kartet i den analyserte nettproduksjonen bruker selve kartet som en egen fortellerteknikk (Byermoen, 2015). Kartet er tilesbasert, noe som gjør at man enkelt kan zoome inn på ulike verdensdeler, land, områder og byer (Microsoft, 2016). Kartmaterialet gir inntrykk av en innovativ bruk av de tilgjengelige teknologiske affordansene. Det er tatt utgangspunkt i et moderne kart fra Google Maps, men dette er tilpasset slik at det har fått et tidsriktig uttrykk (Byermoen, 2015). Indeks siden gir ingen egentlig indikasjon på at det er en innovativ kartbruk som skal vises, men nettadressen forteller at denne siden er i kategorien ”spesial”. Noe som fra mitt ståsted gir visse forventninger til innholdet.

4.4.4 Kunnskapsdiskursen

Det analyserte kartet plasserer seg i kategorien temajournalistikk. Et kjennetegn på dette er at kartet henvender seg til leseren som en person med en interesse for andre verdenskrig generelt, og for tungtvannssaksjonen på Vemork spesielt. I motsetning til hva som er vanlig (Engebretsen, 2007, s. 93), er ikke utelukkende den informative diskursdimensjonen i fokus. Den estetiske dimensjonen er også tillagt stor vekt. Kartet gir en begrenset mulighet for leseren til å fordype seg videre innenfor temaet. De hyperlenkene som er tilgjengelige på siden er alle knyttet til hovedmålet. Hyperlenkene viser enten planleggingen i forkant eller fluktruten til de forskjellige gruppene. Det er ingen hyperlenker som kan føre leseren videre til andre beslektede temaer. All navigasjon på siden er en sirkelkomposisjon som til slutt fører leseren tilbake til utgangspunktet. I følge Engebretsen vil all teknologiutnyttelse som styrker den pedagogiske tilretteleggingen av innholdet, være funksjonell (Engebretsen, 2007, s. 98). Kartet inneholder forholdsvis lite tekst, men mange visuelle elementer. Likevel fungerer ikke kartet som et fortellende element i seg selv. Hendelsene nedtegnet i kartet er avhengig av teksten for å fortelle historien.

4.4.5 Selskapelighetsdiskursen

I motsetning til en del andre artikler på VG-Nett fra samme tidsrom som kartet er laget, er det ikke et kommentarfelt tilknyttet det aktuelle kartet. Likevel er det lagt til rette for at journalisten og leseren skal komme i et dialogisk forhold (Engebretsen, 2007, s. 154). På indekssiden er det en hyperlenke merket kilder. Ved å klikke på denne kommer man inn på en underliggende side med diverse informasjon om hva kartet viser og litt om hvordan det er laget. Her er det også mulig for leseren å sende meldinger direkte til journalistene ved å trykke på en hyperlenke merket; ”send gjerne en melding”. Denne korrespondansemuligheten er tiltenkt lesere som kan stadfeste posisjoner og tidspunkter enda bedre enn journalisten har klart. På denne måten endrer kartet delvis posisjon fra foredrag til konversasjon, ved at brukerne kan være medprodusenter (Bruns, 2006, s. 2). Dette betyr ikke at kartet er avhengig av bidrag fra leseren, men leseren inviteres til å bidra om det skulle være behov for det. Utover denne funksjonene er det også en mulighet for å dele saken i sosiale medier som Twitter og Facebook. Det er likevel ikke noe kommentarfelt knyttet til kartet, slik at leserne kan eksponeres for andre leseres meninger om kartet.

4.4.6 Delkonklusjon

Kartet fungerer forholdsvis bra for å vise de ulike lagene som til sammen utgjorde troppen som stod bak tungtvannsaksjonene på Vemork og på Tinnsjøen. Det er et møysommelig arbeid som ligger bak, og kartet er basert på flere ulike skriftlige kilder, i hovedsak bøker skrevet av deltakerne i aksjonene. Historiker Ivar Kraglund er også intervjuet (Engan, Engebretsen, mfl., 2015). Dette viser at det ligger mye research bak. Kartet er brukt på en innovativ måte, slik at det etter mitt skjønn fungerer som en egen sjanger. Denne sjangeren kalles hos VG-Nett for fortellende kart (Byermoen, 2015). Det er lite tekst i kartet, noe som kan tilskrives at det skal fungere på samtlige plattformer som VG-Nett opererer på. En annen årsak er at det i hovedsak er et visuelt produkt. Det er noen svakheter ved navigasjonen i kartet, blant annet er det mulig å zoome ut i verdensdel-målestokk. Det er også mulig å nærlese kartet ned på gate-nivå i alle land i verden. Denne funksjonen har ingen hensikt og skyldes muligens at produktet er fremstilt som et forsøk på å ta del i NRKs suksess med sin serie ”Kampen om tungtvannet”. Dette har gjort at produktet er utviklet på en kortere tid enn hva som er vanlig for tilsvarende produkter fra VG-Nett (Engan, Engebretsen, mfl., 2015).

Illustrasjoner - ”Skutt og drept utenfor synagoge i København”

– Ikke trygt i København sentrum

Folk fikk tidlig natt til søndag beskjed om ikke å ferdes i sentrum.

– Pass på dere selv, skriver Rigspolitiet på [Twitter](#).

Samtidig oppfordret den danske Beredskabsstyrelsen folk som oppholder seg i indre København om å sende en tekstmelding til pårørende med beskjeden «jeg er okay» for å unngå unødig bekymring.

– Vi er til stede i hele byen og det er viktig at folk etterfølger våre anvisninger. Men det er ikke snakk om et generelt forbud om å ferdes i København, sier Allan Wadsworth-Hansen på pressekonferansen.



Illustrasjon 10: Skjermdump fra VG.

4.5 ”Skutt og drept utenfor synagoge i København”

Kartet viser en oversikt over deler av København. Stedet hvor hendelsen fant sted er markert i kartet. Markeringene i kartet er gjort på en eksakt adresse og denne adressen står synlig på kartet. Utsnittet er av en slik art at man ser en omkrets på 3-4 km rundt hendelsesstedet. Kartet er en del av en artikkel som omhandler et drap utenfor en synagoge i København. Kartet er publisert som en del av den første VG-saken som omtaler hendelsen. Denne saken ble publisert 15. februar 2015 kl. 02.29.

Indekssiden har et toppbanner med rullerende reklame. Dette banneret har stort sett forskjellig annonsør hver gang man går inn på artikkelen. Banneret inneholder ikke personlig adressert reklame på bakgrunn av søk, men inneholder reklame som rullerer i et fast mønster slik at den samme reklamen dukker opp igjen ved x-antall besøk. På høyre side av artikkelen er det et reklamebanner i stående format. Dette banneret fungerer på samme måte som toppbanneret og er derfor endret ved hvert besøk på siden. Anslagsvis var det 7-8 forskjellige annonsører på siden i løpet av den tiden jeg jobbet med den. Noen av annonsørene har annonser begge steder, men det forekommer aldri at samme annonsør vises på begge bannere samtidig.

Under toppbanneret starter det som er selve nyhetssaken med overskriften ”En skutt og drept i synagoge i København” under overskriften er det en punktliste med tre punkter. Det første punktet lyder ”TV2: Den døde var en jødisk vakt”, det andre punktet er ”To politibetjenter såret” og det siste punktet ”Massiv jakt etter gjerningsmannen” (Kumwenda mfl., 2015). Under disse tre punktene følger et videoklipp. Klippet har en varighet på 1m 52s og inneholder både bilder fra åstedet og fra en kort briefing med politiet i København. Selve teksten inneholder ingress og seks mellomtitler. I tillegg til mellomtitlene er teksten delt opp i 27 korte avsnitt. Omtrent midtveis i artikkelen er det på høyre side en faktaboks som beskriver angrepene som har vært i København. Både angrep fra en måned tilbake og det nåværende angrepet er beskrevet i faktaboksen. Omtrent halvveis i artikkelen er det nok en videosekvens. Denne videoen viser fullversjonen av politiets briefing. Denne videoen varer i 8m 21s. Nedenfor denne videoen brytes teksten av en bildekarusell. Denne bildekarusellen består av 20 bilder, alle tatt fra ulike hendelser i tilknytning til skyteepisoden. Bildene viser i hovedsak politiet enten i aksjon eller i samhandling med sivile. På den nederste delen av artikkelen er det et kart som viser hvor hendelsen har funnet sted. Dette kartet har et utsnitt

som viser området og 3-4 km i omkrets rundt. Siste del av artikkelen viser et bilde av to politimenn som stanser en bil og helt til sist i artikkelen er det to videoklipp. Det ene viser hvordan det ser ut på åstedet, denne videoen er 1m 57s lang. Den andre videoen viser et intervju med daværende statsminister Helle Thorning-Schmidt.

Denne kartreferansen er den eneste av de analyserte kartene som ikke er et rent kartprodukt. Kartet tilhører en nyhetsartikkel og er således ikke et selvstendig produkt slik som de andre kartene som er en del av analys materialet. Det gjør at ikke alle diskursene som blir anvendt i de følgende avsnittene vil være gjeldende for de andre kartene. Den kommersielle diskursen vil eksempelvis kun anvendes i denne analysen, da denne analysen tar for seg et kart som en del av et annet produkt, ikke som et produkt i seg selv. En annen del av dette produktet er annonser, noe som gjør den kommersielle diskursen mer anvendelig her enn på annet analysert materiale.

Kommentarfeltene har blitt snillere etter hendelsene 22. juli og det er også en strengere moderasjonspraksis i nettavisene (NRK, 2012). Artikkelen ”En skutt og drept utenfor synagoge i København” har ingen åpning for kommentarfelt, men det er muligheter for å dele saken ved hjelp av knapper for Twitter og Facebook. Det er også mulig å dele saken ved hjelp e-post.

4.5.1 Velkomstdiskursen

Som jeg gjorde rede for i teorikapittelet er velkomstdiskursen en diskurs som tar for seg det første som møter leseren. Artikkelen skal løse mange kommunikative oppgaver for leseren samtidig. Dette kommer til syne ved at leseren tilbys ulike modaliteter på den samme siden. Teksten er på flere områder brutt av enten videoinnslag, bilder eller bildekaruseller. Det er også annonser på siden som kjemper om leserens oppmerksomhet. Ifølge Engebretsen er det hensiktsmessig å dele velkomstdiskursen opp i tre grunnleggende diskursdimensjoner, nemlig den informative, den estetiske og den sosiale (Engebretsen, 2007, s. 29). Den informative dimensjonen i denne teksten er forholdsvis stor. Tekstproduksjonen i seg selv er ikke voldsom, men det er lagt mye ressurser i den ved at den er multimodal. En stor informasjonsmengde er i utgangspunktet et gode hvis den er strukturert på en hensiktsmessig måte. Denne utvidede informasjonen tjener til å gi leseren en mulighet til å skape sin egen

mening ut i fra det presenterte materialet (Engebretsen, 2007, s. 31). Et tidlig kjennetegn for den moderne nyhetsjournalistikken på nettet var at den var kortfattet med et innslag av visuelle hjelpemidler (Mediebedriftenes Landsforening, 2007). Dette kan sies å være tilfellet med denne teksten også.

Den estetiske rammen til nyhetssaken følger kjent VG-mal. I utgangspunktet er det brukt samme rødtoner i bylinen og i hyperlenker som det er brukt i VGs logo. Fargen på teksten er med unntak av byline og hyperlenker i løpende tekst i svart. Byline i teksten er også en hyperlenke. Ved å klikke på journalistens navn får man opp info om personen, samt hvilke temaer denne personen dekker.

Kartet med pinpoint over åstedet bryter den helheten som artikkelen ellers gir inntrykk av i form av annen fontbruk og fargetemperatur. Dette kartet er en innlimt skjermdump fra Google Maps. Kartet har også en statisk form ved at det ikke er skalerbart på noen måte. Det er kun et bilde av et kartutsnitt. Dette bryter med dynamikken som de andre klikkbare elementene på siden har. I følge Engebretsen brukes etisk identitet på vegne av sjangeren gjennom visuelle representasjoner av mediets fordeler. Eksempelvis kan dette være katalogisering fra bibliotekene, sosiale funksjoner som fremheving av debatter og kommentarfelt eller multimediefunksjonen som viser ikoner for lyd eller video (Engebretsen, 2007, s. 38).

Van Leeuwens modell for typologien i nettaviser kan også komme til anvendelse i dette tilfellet hvor det er en multimodal-avisartikkel. De ulike elementene i Van Leeuwens framing kalles for segregasjon, separasjon, integrasjon, overlapping, rim og kontrast (Van Leeuwen, 2005). "En skutt og drept utenfor synagoge i København" viser det Van Leeuwen kaller segregasjon. Det er et tydelig skille mellom det redaksjonelle innholdet og det er ingen tvil om hva som er redaksjonelt innhold og hva som er annonsørinnhold. Separasjon er benyttet for å skille faktaboksen fra brødteksten. Denne separasjonen består både av ulike fontstørrelser, luft og en sort ramme rundt faktaboksen. De ulike modalitetene i artikkelen fremheves gjennom det van Leeuwen kaller integrasjon. Teksten brytes av både bilder, kartutsnitt, bildekarusell og av flere videoklipp. Alle disse tilleggsmodalitetene benytter samme bredde, slik at teksten brytes totalt alle steder andre modaliteter vises. Unntaket er videoklippet som ligger plassert under overskriften dette bruker hele skjermbredden med unntak av annonseplassen på begge sider. Framing-mekanismen, overlapping er benyttet i

denne artikkelen. Dette er en mekanisme som sjelden blir brukt i norske nettaviser, da man vanligvis tildeler de ulike elementene en rektangulær plass uten overlapp (Engebretsen, 2007, s. 41). I denne artikkelen er dette brukt på hovedvideoen helt øverst. Her er det et bilde av reporteren innfelt i stillbilde av hovedvideoen. Rim brukes når den visuelle kvaliteten har en fellesnevner. I denne artikkelens tilfelle gjelder dette spaltebredden. Den går fra full bredde ved overskriften og den første videoen til vanlig en-spalte bredde i brødteksten, før den omtrent midtveis med faktaboksen går til full bredde og inn igjen til en-spalte i siste halvdel. Dette er et gjentakende visuelt mønster rim som oppfattes som med gjentakelse oppfatte som en visuell rytme (Engebretsen, 2007, s. 41). Artikkelen viser eksempler på kontrast ved at byline og hyperlenker i løpende tekst er markert med rødt. Dette bryter den visuelle flyten som den sorte brødteksten representerer.

4.5.2 Aktualitetsdiskursen

Denne diskursen gir en indikasjon på at det som foregår er aktuelt. Nettavisenes fordel mot trykte aviser er hurtig formidling og hyppige oppdateringer. For å få et bilde av hva som kjennetegner nettnyheter som nyttiggjør seg av kart, er det nødvendig å se på dens affordanser, eller rammebetingelser. Den er ingen tvil om at disse rammebetingelsene er i endring (Engebretsen, 2007, s. 53). Tidligere var nettnyheterne korte nyhetsoppdateringer. Den utvalgte artikkelen har en middels lengde (Engebretsen, 2007, s. 57) hva tekst angår med ca. 660 ord, men de ulike modalitetene som er representert gjør at det er tidkrevende å få med seg alt innholdet. Eksempelvis er det 22 bilder, et kart og til sammen 12m 10s med video. For å understreke aktualiteten i denne saken kan det nevnes at den er presentert for VGs lesere kl. 02.29 natt til søndag, under 1,5 time etter at hendelsen har funnet sted i København. Saken inneholder sju ulike kilder, noe som er uvanlig mange for en nettavisartikkel (Engebretsen, 2007, s. 57). Men kun to av kildene som er brukt i artikkelen er primærkilder. De andre kildene er gjengitt fra Ritzau, Ekstra Bladet og dansk TV2. Artikkelen inneholder både hyperlenker til andre nettsteder og til arkiverte saker innenfor samme tema fra eget nettsted. Kartet bidrar til å stadfeste hvor hendelsen har funnet sted, og understøtter derfor det som står beskrevet i teksten.

4.5.3 Opplevelsesdiskursen

Opplevelsesdiskursen vil si en diskurs som tar for seg hvordan brukeren eller leseren opplever sitt møte med nettavisen, en tanke er at man som leser skal oppleve en multimodal nærhet. Engebretsens hevder at opplevelsesdiskursen er den minst utviklede av nettavisenes mange diskurser (Engebretsen, 2007, s. 69). I mine øyne er ikke dette lenger tilfellet, men til Engebretsens forsvar skal det sies at hans studie er 10 år gammel. I et historisk perspektiv snakker vi om et intervall som i praksis utgjør nesten halvparten av internettets masseutbredelse i Norge (Nipen, 2013). Nettavisen har tidligere blitt oppfattet som et mindre estetisk attraktivt medium (Engebretsen, 2000). I den utvalgte artikkelen kan dette sies og fortsatt være gjeldende.

I utgangspunktet var hurtigheten nettavisens eneste fortrinn. Den journalistiske kvaliteten har måttet lide for at nyhetene skulle presenteres kjapt (Engebretsen, 2007, s. 69). Spørsmålet er på hvilke områder dette fortsatt er gjeldende? Det er mulig å gå artikkelen etter i sømmene å finne eksempler på journalistisk arbeid som kunne vært gjort annerledes, men det er ikke nødvendigvis ensbetydende med at det hadde blitt bedre. Publikums forventning er en hurtig nyhetsformidling, det leverer artikkelen. Den leverer også flere modaliteter over en og samme plattform. Det ligger mye arbeid bak artikkelen, likevel er den på nett bare 1,5 time etter at hendelsene har funnet sted. Etter hvert har kartet gjort sitt inntog i nyhetsartikler og har med det tilført en ny modalitet.

4.5.4 Den kommersielle diskursen

Den kommersielle diskursen er en diskurs som i utgangspunktet tar for seg det som kan defineres som kjøp og salg av varer. Men da i betydningen av annonser på diverse nettsteder. Annonnene er ikke mulig å overse i den utvalgte artikkelen. Derimot er det utfordrende og skulle analysere dem i forhold til den kommersielle diskursen. Annonnene er rullerende både ved at de endres for hver gang man besøker artikkelen. Noen av annonsene er også rullerende ved at de viser flere ulike produkter for samme annonsør. For å kunne si noe om annonsene i artikkelen har jeg i denne analysen forhold meg til en skjermdump og med det et statisk bilde av annonsene pr. 6. april 2016. Nettannonsenes funksjon er å føre leseren fra nyhetsoppdatering til handel, jo flere annonser jo mer penger i kassa. Men for mange

annonser i en artikkel, eller i en nettavis, tar opp plass i synsfeltet og virker forstyrrende på de andre diskursene nettavisen rår over (Engebretsen, 2007, s. 122).

I den analyserte artikkelen er det på analysetidspunktet to annonser som ligger oppe over artikkelen og en som ligger til høyre for den. Begge annonsene skiller seg fra det estetiske uttrykket til VG-nett. Denne kontrasten er med på å gjøre annonsen visuelt fremtredende. Et interessant aspekt er nettannonsens affordanser. Det er lite som tyder på at det er noen særlige begrensinger i hvilke modaliteter annonseskaperne kan benytte. To annonsere som er plassert i samme nettartikkel, og derfor er synlige samtidig for leseren, har ingen formlighet eller estetisk konformitet. Det benyttede kartet brukes i denne sammenhengen ikke på en kommersiell måte, men det er med på å bryte den estetiske konformiteten VG vanligvis bruker.

4.5.5 Delkonklusjon

Analysen av ”Skutt og drept utenfor synagoge i København” er den eneste av de utvalgte kartene som er en del av en nyhetsartikkel. Dette har medført noen tilpassinger i hvilke av Engebretsens diskurser som er brukt i denne artikkelen i forhold til resten av det analyserte materialet. Denne artikkelen er den eneste hvor ”den kommersielle diskursen” er anvendt, og det er den eneste hvor ”kunnskapsdiskursen” og ”selskapelighetsdiskursen” ikke er anvendt. Artikkelen er den eneste av sitt slag i denne avhandlingen, og den eneste som ikke har kartet som hovedprodukt. Kartet fremstår som nedtonet både i forhold til de andre modalitetene, men også i forhold til hvordan VG-nett tidligere har vist at de presenterer kart. Det er kun en skjermdump som ikke er skalerbar. Det er mange modaliteter representert i artikkelen, og det viser at VG-nett benytter mange av de mulighetene som finnes. Dette muliggjør et mangfold, man kan enten fordype seg ved å benytte alle modaliteter, eller man kan velge ut en eller to for å få en kjapp oversikt over den aktuelle saken. Det siste tilfellet viser at nettavisen fortsatt representere det kjappe og enkle, men at totaliteten er mer kompleks enn for 10 år siden. Artikkelen fremstår ikke som noen estetisk nytelse, det er en vanskelig øvelse for en multimodal produksjon.

5. Sammenligning og funn

Denne avhandlingen har hatt som utgangspunkt å undersøke hvordan digitale kart brukes hos VG-Nett, og å finne ut hvilke modaliteter disse medieproduktene inneholder. Det har også vært ønskelig å undersøke hvordan kartene opptrer i forhold til eventuelle andre modaliteter. Problemstillingen jeg formulerte for å gi svar på dette handler om hvilken funksjon de digitale kartene har hos VG-Nett, og gjennom det hvilke rolle de innehar og om utviklingen har kommet så langt at dette kan sies å være innenfor det Engebretsen kaller den tredje fasen i sjangerutviklingen (Engebretsen, 2007, s. 90). Problemstillingen forsøker også å svare på hvilken rolle det digitale kartet spiller i produksjoner fra VG-Nett. Avhandlingens teoretiske rammeverk er forankret i sosiosemiotikk og mediehistorikk, da særlig sjangerutvikling basert på Martin Engebretsens digitale diskurser. Metodene benyttet i denne avhandlingen er grunnet på elementer fra det kvalitative forskningsfeltet. Metodene er knyttet til tekstanalyse, og da forstått som tekstanalyse innenfor det utvidede tekstbegrepet som inneholder flere modaliteter.

De fem digitale kartene fra VG-Nett som ligger til grunn for denne avhandlingene er bygget opp på tre forskjellige måter. De tre basismodellene er animerte vektorkart ("Dette er NATOs historie"), bearbejdede kart ("Spillet om Norge") og tilesbaserte kart ("Derfor stopper toget", "Kampen om tungtvannet" og "Skutt og drept utenfor synagoge i København"). Selv om oppbyggingen av disse kartene er teknisk forskjellig, er ikke nødvendigvis brukeropplevelsen så veldig forskjellig. Sett med mine øyne, henvender kartene, med unntak av "Derfor stopper toget" og "Skutt og drept utenfor synagoge i København", seg til lesere som er historieinteressert og som vil fordype seg innenfor et bestemt tema. En fellesnevner for disse tre kartene er at de tar for seg hendelser som har vært av betydning for Norge. "Spillet om Norge" direkte ved at det handler om hvordan Norge ble til det Norge vi kjenner i dag. "Kampen om tungtvannet" handler om andre verdenskrighistorie utspilt på norsk jord. "Dette er NATOs historie" omhandler ikke Norge i så stor grad direkte, men Norge er absolutt en del av NATOs historie og noen av hendelsene er vi Norge direkte involvert i. "Derfor stopper toget" appellerer slik jeg ser det mer til lesere med en interesse for samferdsel, men det er også mulig å bruke kartet for å se på forhold knyttet til jernbanen i eget lokalmiljø. "Skutt og drept utenfor synagoge i København", er en tilleggsopplysning til en nyhetsartikkel med en rekke modaliteter representert.

5.1 Understøtte - funn fra andre artikler

Det er flere eksempler på at VG-Nett bruker digitale kart på en innovativ måte. Kartene som presenteres i dette avsnittet er ikke en del av analysen, men de tjener til å vise bredde innenfor sjangeren og kan gi en indikasjon på andre måter å bruke digitale kart. Kartet og nettartiklene som presenteres i dette avsnittet er ikke en del av hovedanalysen, da dette skiller seg såpass markant fra de andre kartene er jeg har presentert i avhandlingen. Likevel ønsker jeg å ha det med for å belyse noen andre sider av kartbruk og sjangerutvikling. Jeg har derfor gjort en kort analyse av innholdet i dette kartet. I kartet "Dette er Brannbil-Norge" har VG-Nett laget en oversikt over tilstanden til norske brannbiler. Dette kartet er laget i 2012 og er altså forgjengeren til de kartene jeg har analysert i denne avhandlingen. Saken skiller seg ikke veldig mye fra andre dybdesaker i nyhetsmediene. Den baserer seg på kilder fra Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap, en forholdsvis vanlig måte å drive informasjonsinnhenting ved denne typen saker. Saken følger en vanlig layout for nettartikler med en bred spalte, midtveis deles denne i to og den venstre siden er viet et forholdsvis bredt kommentarfelt med Facebook-innlogging. Kartet utnytter de teknologiske affordansene greit, men kartet er litt vanskelig å zoome inn på. Forklaringen til kartet ligger delvis oppå zoomknappen. Dette gjør an anvendbarheten ikke er helt på topp. Selv om kartet er noen år eldre enn de andre kartene som ligger til grunn for analysen i denne avhandlingen, inneholder det en del elementer som i mindre grad er tilstede i de andre kartene. Det legges for eksempel opp til brukerbidrag i mye større grad enn hva som er tilfellet for de andre kartene. Leserne bli invitert til å fremskaffe bildedokumentasjon fra alle de omtalte brannbilene. En kjapp oversikt på kartet viser at dette i mange tilfeller ikke er helt feilfritt. Mange av de opplastede bildene er åpenbart ikke de samme som er omtalt, i flere tilfeller er bildene av kjøretøy som er vesentlig eldre eller yngre enn det som står beskrevet i teksten. Det er ingen bilder av andre ting som er lastet opp, noe som indikerer en viss moderering eller at leserne er disiplinerte. Selv om det ikke er noen obskøne eller upassende bilder, er det likevel en del faktafeil i bildematerialet. At bildene er av brannbiler, men feil årsmodell eller type



Illustrasjon 11: Skjermdump fra VG. Den aktuelle bilen gikk ut av produksjon i 1996, opplastet som 2006 modell.

handler antakeligvis mer om dårlig kjennskap til de spesifikke bilmodellene, snarere enn at det er feilpostet med viten og vilje. Kartet kan sies å ha en høy grad av brukerstyring, selv om alt av det produserte materialet bruker Dsb som kilde, lempes mye av det som gjør det til et digitalt kart over på leseren. Uten innsendte bidrag fra leseren hadde ikke produktet fremstått på samme måte som det gjør. At det er såpass mange innsendte bidrag viser at det, hvert fall i 2012, var mulig å be om såpass stor brukerstyrt innsats. Hvorvidt dette skyldes at sjangeren er ny, temaet interessant eller om det er slik på generelt grunnlag er ikke mulig å si noe om. Til det er datagrunnlaget ikke tilstrekkelig stort nok. På generelt grunnlag er det mine øyne litt risikabelt å basere for stor andel av en nettproduksjon, være seg digitale kart eller andre ting, på brukerstyring og brukerbidrag. Slik jeg ser det, er det en viss fare for at leseren skal gå lei av å måtte bidra og at resultatet er da er at man er tilbake til start. Kanskje med det resultat at man har mistet lesere på veien. Det er heller ikke gitt at de innsendte bidragene er i riktig kategori, noe som igjen vil kreve ressurser til moderering, slik at det ferdige resultatet er noe avsenderen kan stå inne for. Hvorvidt man får se et større utvalg av slike saker i fremtiden er i følge Engebretsen avhengig av både lesersrespons og sjangeroppfatning, men også verktøyutvikling og produksjonsmessige rammevilkår er av betydning (Engebretsen, 2007, s. 91). Slike digitale produksjoner er forholdsvis tidkrevende å lage (Byermoen, 2014; Engan, 2014a) i en tid hvor det blir stadig færre lesere og mindre inntjening (NRK, 2016) er det kanskje naturlig at slike ressurskrevende kart blir viet mindre oppmerksomhet.

5.1.1 Oppdatering av kart

Kart brukt hos VG-Nett fortsetter å leve sitt eget liv etter at sakene er publisert. Sidene kartene oppdateres med data fra Google Maps, vil et kart publisert i en artikkel fra 2008 ha et kart som likevel er oppdatert i 2016. Nyhetsartikkelen ”De løp etter ham og skjøt” fra 2008 er et eksempel på det. Kartet er brukt som en referanse for å pinpointe et drapssted på Grünerløkka i Oslo. Kartet viser hvor hendelsen fant sted. Kartet har et utsnitt som viser noen kilometer i alle retninger fra åstedet (Ulekleiv, 2008). Ved å zoome inn på kartet er det tydelig å se at tomter som ikke var bebygget i 2008 er tegnet inn med dagens bygninger. Dette er en indikasjon på at kartet er oppdatert fra det først ble publisert.

5.1.2 Kommentarfeltets utfordringer

Den sosiale diskursen og brukerstyrt respons hos VG-Nett går ikke alltid problemfritt for seg. Et forholdsvis nytt eksempel som illustrerer utfordringene knyttet til kommentarfelt og med det brukerrespons på VG-Nett, er debatten og hetsingen i kjølvannet av Hadja Tajik innspill om å fjerne Kongen (Skarvøy, 2016). Hadja Tajik tok til ordet for å fjerne Kongen. 28 stortingsrepresentanter stemte sammen med Tajik da et grunnlovsforslag om å innføre republikk i Norge. Selv om ikke Ap-nestlederen er alene, verken i Stortinget eller Arbeiderpartiet om å ønske å avskaffe monarkiet, virker det som kritikken rammet henne hardest (Solstad, 2016). Faktisk rammet kritikken så hardt at kommentarfeltet på VG-Nett kokte. På en normal dag blir mellom 0 og 3 personer utestengt fra VGs kommentarfelt, i denne aktuelle saken ble et sted mellom 50 og 100 personer utestengt for godt (Solstad, 2016). Denne hetsen var av en veldig grov karakter og tjener til å vise noen av svakhetene ved et kommentarfelt og med det en større grad av brukerstyring. I følge Solstad var fellesnevneren for mange av kommentarene, i tillegg til å være rasistiske og grove, at de som fremsatte ytringene ikke hadde satt seg inn i lovverket som ligger til grunn. Det er anledning til å stemme ut kongen i Norge. Det står til og med i grunnloven hvordan det skal foregå om vi skal gjøre det (Solstad, 2016).

Kommentarfeltet fyller 20 år i år, noe NRK feiret med en egen sending om temaet i P2-programmet Kurér (Wang-Naveen, 2016). I sammen moment har Dagbladet valgt å fjerne sitt kommentarfelt. Debatten flyttes med dette over i sosiale medier. Der avisene kan tilby uoversiktlige debatter som etter 60–70 innlegg blir vanskelig å følge, kan Facebook tilby et engasjerende nettverk med en bedre brukeropplevelse (Wang-Naveen, 2016). Dette kan fra mitt ståsted sees i sammenheng med det Engebretsen kaller brukernes sjangeroppfatning og leserspons. Dette i samhandling med verktøyutvikling og øvrige rammevilkår er retningsgivende for hvilket produkt som tilbys til forbrukeren (Engebretsen, 2007, s. 91).

5.1.3 Ressurskrevende produksjoner

Bruken av digitale kart er både ressurskrevende og tidkrevende for leseren å komme igjennom. Det er derfor vesentlig at innholdet i størst mulig grad er tilgjengelig for leseren ved å bare skrolle nedover siden. Archie Tse som utvikler digitalt innhold i NY Times, mener

at det må skje noe ekstraordinært, før man kan kreve at leseren skal klikke seg videre fra hovedsiden (Tse, 2016). Videre sier han at "If you make a tooltip³ or a rollover⁴, assume no one will ever see it. If content is important for readers to see, don't hide it" (Tse, 2016). En av utfordringene med å lage interaktivt innhold er at det er dyrt i seg selv, å få det til å fungere på alle plattformer er enda dyrere. Selv om VG har tanker om at mobilen er fremtidens medium for dem (Byermoen, 2015), er det fortsatt slik at bruken varierer veldig gjennom døgnet. På dagtid er desktop størst, på morgen og kveld er mobil og tablet størst (Solstad & Johansen, 2016). Alt som lagers er derfor responsivt, og kan se litt forskjellig ut, avhengig av hvilken plattform som brukes. Spådommen er at det fremover blir mindre grafisk materiale inkorporert i vanlige artikler, men mer visuelle historier som forteller en historie i seg selv (Tse, 2016). Dette medfører en del endringer, blant annet mener Tse at det vil bli mer statisk innhold, mer redigering og mer tekst. Er det behov for animasjon eller bevegelse bør dette trigges av skrolling (Tse, 2016). Trenden både internasjonalt og i VG er å er å lage mer statisk grafikk, og mindre interaktive historier (Byermoen, 2015).

5.1.4 Kart i skjult annonsering

En annen utfordring når det gjelder digital kartografi er at nettavisene nå også har fått det de kaller "innstikk" og "reklamebilag", det vil si annonser som likner redaksjonelt innhold. Disse reklameartiklene merkes ikke godt nok, og kan dermed forveksles med vanlige artikler som skal skrives uavhengig av økonomiske interesser. Men fenomenet må tas på det største alvor, skjult reklame er i ferd med å bli et betydelig problem på nettet, spesielt fordi den når så mange. Med skjult reklame menes reklamebudskap som ikke fremstår som reklame, men som er reklame likevel. Den kommer i mange former, men har den samme effekten: Du forstår ikke selv at du har blitt utsatt for annonsering. Dette er i direkte strid med den norske markedsføringsloven. Det siste innenfor såkalt skjult annonsering er å ta i bruk digitale kart i annonseøyemed. I en



Alarmen gikk ved 17.30-tidene og politiet valgte å aksjonere for å være på den sikre siden.

Finnmarksgata og et stort område på begge sider ble sperret av, mens politiets bombegruppe etter en stunds venting kjørte sin fjernstyrte robot inn mot den mistenkelige gjenstanden.

Illustrasjon 12: Skjermdump fra Dagbladet - kart over Petersborgkvartalet i en nyhetssak om et bombefunn i nærheten.

³ Boks med mer informasjon som dukker opp når musepekeren føres over

⁴ Knapp som skaper interaktivitet mellom en bruker og en nettside

annonse er for Petersborg-kvartalet, et nytt boligprosjekt på Ensjø i Oslo, er annonsen utformet på en slik måte at den dukker opp i tilknytning til nyhets saker som er relatert til hendelser i nærheten av området hvor det nye boligkvartalet er i ferd med å ta form. Det er for det første ikke lett å skille denne typen kart fra kart brukt som redaksjonelt stoff, for det andre er det ikke spesielt heldig for annonsøren at annonsen i dette tilfellet dukker opp på en sak som handler om et bombefunn rett i nærheten.

5.2 Svar på problemstillingen

Denne avhandlingen er bygget opp rundt følgende problemstilling: **Hvilke funksjoner kan kart ha i nettavis-saker, og hvordan samspiller det med verbaltekst og andre semiotiske ressurser i framstillingen av nyhetssaker?**

Avhandlingen viser at de digitale kartene hos VG-Nett brukes på litt ulike måter. Det er ingen entydig måte digitale kart brukes på, dette varierer på bakgrunn av flere faktorer. Hvilken historie som skal fortelles er av betydning for valg av kart. Kartmaterialet viser at det skjer stadige endringer i hvordan VG-Nett bruker digitale kart. En fellesnevner for flere av kartspesialene som er analysert i denne avhandlingen er at de er laget i forbindelse med markeringen av større hendelser. Analysen har vist at VG-Nett bruker digitale kart som en egen sjanger kalt digital historiefortelling. Som jeg nevnte i teorikapittelet, opererer Engebretsen med tre ulike sjangernivåer. Den første fasen kjennetegnes ved at den overfører trekkene fra kjente eldre medier forholdsvis direkte uten spesielle tilpassinger, bortsett fra de som er strengt nødvendige ved overgangen fra en analog til en digital plattform. I den andre fasen utforskes det nye mediets muligheter, men det er fortsatt synlige spor etter de gamle mediene. Den siste og tredje fasen kjennetegnes ved at den fremstår som en egen sjanger som ikke uten videre kan reverseres til de mediene den har utviklet seg fra (Engebretsen, 2007, s. 90). Etter mitt skjønn er det litt forskjell på de ulike kartene hvor langt de har kommet i retning det Engebretsen kaller fase tre i sjangerutviklingen. ”Dette er NATOs historie” og ”Skutt og drept utenfor synagoge i København” befinner seg på det nivået Engebretsen kaller fase to. Altså et nivå der det er tydelige gjenkjennbare trekk fra tidligere sjangere, samtidig som nye trekk er i ferd med å implementeres. ”Derfor stopper toget”, ”Spillet om Norge” og ”Kampen om tungtvannet” er et nivå høyere og er i ferd med å befestet seg på det nivået Engebretsen kaller fase tre. Denne fasen kjennetegnes ved at den fremstår som en egen sjanger som ikke uten videre kan reverseres til de mediene den har utviklet seg fra. Analysen av de ulike kartene viser i større grad en helhet enn enkeltkomponenter. Det multimodale samspillet som er vist i det analyserte materialet vil nok også oppleves ulikt for lesere. Alle de analyserte digitale kartene, kan leses ganske overfladisk, samtidig som det er mulig for leseren å fordype seg hvis ønskelig.

5.3 Avslutning

Det er vanskelig å skulle konkludere med at VG-Nett er inne i det som Engebretsen kaller den tredje fasen. Men min analyse indikerer at de er mye nærmere enn tredje fase, enn hva som var tilfellet for 10 år siden. Denne avhandlingen har lært meg at det er litt skummelt å operere med sjangerbegrepet, og at dette er et ganske debattert tema. Likevel vil jeg driste meg til å si at VG-Nett med sine kart ”Kampen om tungtvannet” og ”Spillet om Norge” er i nærheten av å operere innenfor en sjanger som ligner mye på digital historiefortelling. Dette er en innovativ måte å ta i bruk ny teknologi på i avissammenheng. Med dette arbeidet tar VG i større grad bruk den digitale teknologien for å gi leseren en dynamisk og multimodal presentasjonsform. VG utnytter i større grad enn tidligere sine medieaffordanser til å styrke journalistikken.

Digital historiefortelling har jeg mye erfaring fra gjennom skolen, men da på et mye enklere nivå enn det VG opererer med i de analyserte kartene. Slik jeg ser det er fagfeltets styrke at det kan brukes som pedagogisk virkemiddel i nyhetsmediene, på samme måte som man gjør det i skolen. Det er likevel ikke noe som tyder på at bildespråk vil overta for verbalspråk med det første, men som i nye medier for øvrig vil det slik jeg ser det, i større grad bli en sammensmeltning mellom bildespråk og verbalspråk. Kanskje vil den nye sjangeren finne sin form ved at blir mer statisk innhold, men visuelt fremstilt. På denne måten imøtekommes trenden internasjonalt, samtidig som man kan holde produksjonene på et fornuftig nivå kostnadmessig.

6. Litteraturliste

Alvesson, M. (2008). *Tolkning och reflektion : vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod* (2. oppl.). Studentlitteratur.

Andén-Papadopoulos, K. (2000). *Kameran i krig: den fotografiska iscensättningen av Vietnamkriget i svensk press*. Brutus Österlings bokförlag Symposion.

Askeland, N., Otnes, H., Skjelbreid, D., & Aamotsbakken, B. (2007). *Tekst i tale og skrift*.

Barthes, R. (1994). *Roland Barthes*. University of California Press.

Barthes, R. (2007). *The Rhetoric of the Image. I Image, Music, Text*. London: Fontana Press. Hentet fra http://98.131.80.43/home/wp-content/uploads/2011/06/barthes_rhetoricofimage.pdf

Bastiansen, H. G., & Dahl, H. F. (2008). Norsk mediehistorie. Hentet 30. april 2016, fra <https://www.ark.no/ark/books/Bastiansen-Henrik-G-Dahl-Hans-Fredrik-Norsk-mediehistorie-9788215013534#.VyS12z9cQ4A>

Bruns, A. (2006). Towards Prodisage: Futures for User-Led Content Production. Hentet 12. april 2016, fra http://eprints.qut.edu.au/4863/1/4863_1.pdf

Byermoen, T. (2014). Slik gjorde vi det: Spillet om Norge. Hentet fra <http://innsiden.vg.no/slik-gjorde-vi-det-spillet-om-norge/>

Byermoen, T. (2015, juli 9). Bruk av digitale kart i VG.

Byermoen, T., Engan, Ø., & Eisenträger, S. (2014, mai 14). Spillet om Norge. Hentet fra <http://www.vg.no/spesial/2014/spillet-om-norge/>

De nasjonale forskningsetiske komiteene. (2010). Kvalitative og kvantitative forskningsmetoder – likheter og forskjeller. Hentet 8. februar 2016, fra <http://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/Medisin-og-helse/Kvalitativ-forskning/1-Kvalitative-og-kvantitative-forskningsmetoder--likheter-og-forskjeller/>

Engan, Engebretsen, D. K., & Byermoen, T. (2015, februar 15). Kampen om tungtvannet - slik skjedde det. Hentet 25. februar 2016, fra <http://www.vg.no/spesial/2015/tungtvannskart/>

Engan, Ø. (2014a). Slik gjorde vi det: Tungtvannssabotørene. Hentet fra <http://innsiden.vg.no/slik-gjorde-vi-det-tungtvannssabotorene/>

Engan, Ø. (2014b, mars 9). Dette er NATOs historie. Hentet fra <http://www.vg.no/nyheter/utenriks/ukraina/dette-er-natos-historie/a/23287168/>

Engan, Ø., Byermoen, T., Nilsen, S., & Engebretsen, D. K. (2015, april 14). Derfor stopper

toget. Hentet fra <http://www.vg.no/spesial/2015/togstopp/>

Engebreetsen, M. (2000). Nettavisen og brukerne : en panelstudie med fokus på nettavislesernes vaner, preferanser og medieforståelse. Hentet 4. februar 2016, fra <https://www.tromso.folkebibl.no/cgi-bin/m?tnr=77749>

Engebreetsen, M. (2001). *Nyheten som hypertekst: tekstuelle aspekter ved møtet mellom en gammel sjanger og en ny teknologi*. Bergen: Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen.

Engebreetsen, M. (2007). *Digitale diskurser: nettavisen som kommunikativ flerbruksarena*. Kristiansand: Høyskoleforl.

Engebreetsen, M. (2010). *Skrift/bilde/lyd: analyse av sammensatte tekster*. Høyskoleforl.

Hayles, N. K. (2012). *How we think: digital media and contemporary technogenesis*. Chicago: University of Chicago Press.

Johansen, G. S. (2012). Spår papiravisens død før 2025. Hentet 30. april 2016, fra <http://journalisten.no/2012/09/spar-papiravisens-dod-2025>

Jørgensen, M. W. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Roskilde Universitetsforl/Samfundslitteratur.

Kind, H. S. (2014). Video på nett – en studie av det multimodale samspillet i nyhetsartikler på VG Nett. 86. Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/217607>

Kress, G. (2003). *Literacy in the new media age*. Routledge.

Kress, G. (2010). *Multimodality : a social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge.

Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2015). *Reading images: the grammar of visual design*. London: Routledge.

Kumwenda, V., Mikkelsen, M., Gustavsen, Ø., Oddstad, G., Haugland, W. N., & Alsaker-Nøstdahl, E. (2015, februar 15). En skutt og drept utenfor synagoge i København. Hentet fra <http://www.vg.no/nyheter/utenriks/danmark/en-skutt-og-drept-utenfor-synagoge-i-koebenhavn/a/23396257/>

Lerøen, M. O. (2014, mai 7). Papiravisenes inntekter stuper. Hentet 30. april 2016, fra <http://www.nrk.no/hordaland/papiravisenes-inntekter-stuper-1.11705048>

Løvland, A. (2010a). anne-lovland.pdf. Hentet 28. januar 2016, fra <http://www.videnomlaesning.dk/media/1607/anne-lovland.pdf>

Løvland, A. (2010b, juli 3). Multimodalitet og multimodale tekster. Hentet 1. mai 2016, fra <http://docplayer.no/2969-Multimodalitet-og-multimodale-tekster.html>

- Malamed, C. (2009). *Visual language for designers: principles for creating graphics that people understand*. Rockport Publishers.
- Mediebedriftenes Landsforening. (2007, november). Avisenes troverdighet smitter til nett - Mediebedriftene. Hentet 2. mai 2016, fra <http://gmlmediebedriftene.laboremus.info/index.asp?id=76017>
- Medienorge. (2015a). Lesertall for norske aviser - resultat. Hentet fra <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis/273>
- Medienorge. (2015b). Lesertall for norske nettaviser - resultat. Hentet fra <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis/253>
- Microsoft. (2016). Bing Maps Tile System. Hentet 12. april 2016, fra <https://msdn.microsoft.com/en-us/library/bb259689.aspx>
- Nipen, K. (2013). 20 år siden world wide web kom til Norge. Hentet 6. april 2016, fra <http://www.aftenposten.no/share/article-7198698.html>
- NRK. (2012, januar 3). – Snillere nettdebatt etter 22.7. Hentet 4. april 2016, fra http://www.nrk.no/norge/_-snillere-nettdebatt-etter-22.7.-1.7937252
- NRK. (2014, januar 31). Stormfullt januarvær i Rogaland. Hentet 14. mars 2016, fra <http://www.nrk.no/rogaland/stormfullt-januarvaer-i-rogaland-1.11510338>
- NRK. (2016, april 14). Nettavis-bruken synker. Hentet 14. april 2016, fra <http://www.nrk.no/kultur/nettavis-bruken-synker-1.12900526>
- Omdahl, J. (2010). For 15 år siden fantes ikke nettaviser i Norge. Hentet fra http://www.dagbladet.no/2010/03/09/kultur/tekno/tv_og_medier/data_og_teknologi/internett/10769311/
- Røssaak, E., & Sverdljuk, J. (2014). Fra nærlesing til fjernlesing. Hentet fra [https://fronter.com/hihm/links/files.phtml/1816694417\\$535381430\\$/Arkiv/2014-2015/2M336+DIGITAL+HUMANIORA/diverse+litteratur+/R_prcent_F8saak+DH+kronikk](https://fronter.com/hihm/links/files.phtml/1816694417$535381430$/Arkiv/2014-2015/2M336+DIGITAL+HUMANIORA/diverse+litteratur+/R_prcent_F8saak+DH+kronikk)
- Samferdselsdepartementet. (1999). NOU 1999: 26 [NOU]. Hentet 30. april 2016, fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-1999-26/id142106/>
- Sheperd, M., & Watters, C. (1998). The Evolution of Cybergenres - evolution.pdf. Hentet fra <http://web.cs.dal.ca/~shepherd/pubs/evolution.pdf>
- Skarvøy, L. J. (2016, juli 4). Ap-Tajik vil fjerne Kongen. Hentet 1. mai 2016, fra <http://www.vg.no/a/23653568>
- Solstad, Ø. (2016, august 4). Reagerer på Tajik-hets: Ta dere sammen, folkens! Hentet 1. mai 2016, fra <http://www.vg.no/a/23655651>

Solstad, Ø., & Johansen, A. (2016, august 3). Redaksjonelt regnskap 2015: Intern selvjustis. Hentet 5. mai 2016, fra <http://www.vg.no/a/23628240>

Svensson, P. (2010). The Landscape of Digital Humanities, 4(1). Hentet fra <http://digitalhumanities.org/dhq/vol/4/1/000080/000080.html>

Tse, A. (2016). Why We Are Doing Fewer Interactivities. Hentet 5. mai 2016, fra <https://github.com/archietse/malofiej-2016>

Ulekleiv, M. (2008, mars 24). De løp etter ham og skjøt. Hentet 1. mai 2016, fra <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/artikkel.php?artid=501709>

Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. Routledge.

Wang-Naveen, M. (2016, april 30). Derfor døde kommentarfeltet. Hentet 1. mai 2016, fra <http://www.aftenposten.no/article/ap-8449739.html>