

# A-magasinet i tre epokar

*Ein komparativ analyse av Aftenposten sitt helgebilag i  
1927, 1963 og 2005*



**Line Nagell Ylvisåker**

**Masteroppgåve i journalistikk**

**Institutt for medier og kommunikasjon**

**Universitetet i Oslo**

**Vår 2009**



## Samandrag

Eg undersøker på kva måte sjangertrekka og diskursane i dei journalistiske tekstane generelt, og reportasjesjangeren i A-magasinet spesielt, har endra seg over tid. Eg gjer ein komparativ analyse av A-magasinet frå 1927, 1963 og 2005, der eg ser magasinårgangane i høve til sin kontekst. Eg finn tre sentrale utviklingsliner. For det første utviklar journalistikken eit tydeleg skilje mellom fiksjon og fakta. Frå å ha eit uklart skilje mellom journalistikk og fiksjon, med journalistiske tekstar som spelar på diskursar frå underhaldningslitteraturen i 1927 og 1962, er skiljet mellom fakta og fiksjon klart i 2005. Vidare utviklar sjangrane seg frå å vera få og enkle i 1927, til å få økt kompleksitet og visa teikn til sjangerforvirring i 1963, og til å bli komplekse men tydelege og plasserte i bestemte malar i 2005. Det tredje utviklingstrekket er at journalistane flyttar seg frå å vera synlege aktørar i teksten til å bli skjulte i teksten men synlege i byline. På eit overordna plan viser undersøkinga at A-magasinet har gått frå å ha ein dominerande underhaldningsdiskurs til å få ein klar opplysningsdiskurs.

## Summary

This thesis explores how the genres and discourses in the journalistic text in general and in the reportages in A-magasinet particularly have changed over time. I have done a comparative analysis of A-magasinet from 1927, 1963 and 2005, and seen the volumes according to their context. I find three central evolution lines. Firstly the journalism develops a sharp distinction between fact and fiction. In the first two volumes it is hard to distinguish between journalistic texts with discourses from the light literature, and fiction. In 2005 the distinction is sharp. Further the genres are going from being simple in 1927, more complex and showing signs of confusion in 1963, to being complex but clear and put in fixed patterns in 2005. The last evolution line is that the journalists go from being visible actors in the texts to being invisible in the text but visible in the byline. In conclusion this master thesis shows that A-magasinet has gone from having a strong entertainment discourse to an information discourse.



## Forord

Å skrive denne oppgåva har vore ærerikt, frustrerende og ikkje minst artig. Det har gjeve meg mogelegheiten til å løfta blikket, til å sjå i nye retningar, sjå nye samanhengar og til å setja meg nærare inn i noko som eg tykkjer er verkeleg spanande.

På vegen har eg fått god hjelp av hovudrettleiaren min Gunn Enli og birettleiar Steen Steensen. Konstruktive tilbakemeldingar, tips og råd har kome særst godt med i jakta på den raude tråden. Viktige var også dei oppmuntrande tilbakemeldingane eg fekk då polarnatta var som mørkast og det meste virka håplaut. Det gav meg ein ny giv då eg trengte det mest.

Takk også til Lene Sogstrøm, reportasjeleiar i A-magasinet, som tok seg tid til å bli intervjuet og til å senda meg den informasjonen som var tilgjengeleg om arbeidet med dagens A-magasin.

Arbeidsgivaren min, Svalbardposten, sender eg også gode tankar for fleksibiliteten de har vist meg og for at eg fekk tre veker permisjon for å sortera materialet mitt i analysefasen.

Takk til Gudrun og Håvard for gode samtalar og idédrodling om kva denne oppgåva egentleg skulle ta føre seg, og for konstruktive tilbakemeldingar når det heile nærma seg slutten. Takk til Sigri for gode klemmar, lufting og lure tankar i kampen for å bli ferdig. Farmor og farfar fortener ein stor rosebukett for sine skarpe blikk for nynorsk-korrektur, og Kjersti og Karine for innspel på slutten. Alle samtalanene eg har hatt med dykk har gitt meg idear, motivasjon og energi til å gjera oppgåva betre. Eg vil også takka alle som har kome med tips, råd og oppmuntrande ord. Det har kome godt med.

Kjære Trond! Takk for alt du har gjort for meg. Du har stilt opp heile vegen og lagt til rette slik at eg nokre helgar har kunna kombinere oppgåvejobbinga med snøskuter- og båtturar til «hyttene våre». Å få gjennomført denne oppgåva har vore hard prioritering. Frå no av skal du og svalbardnaturen stå i første rekke.

Line Nagell Ylvisåker

Longyearbyen, 20. april 2009



# INNHALDSLISTE

<b>SAMANDRAG</b> .....	<b>3</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>3</b>
<b>FORORD</b> .....	<b>5</b>
<b>KAPITTEL 1 – EIN FORSMÅK</b> .....	<b>9</b>
1.1 AVISMAGASINA – EIN PRODUSENT AV RØYNDOMSBILETE .....	9
1.2 A-MAGASINET SOM FORSKINGSOBJEKT .....	11
1.3 REPORTASJAR I 80 ÅR .....	12
1.4 PROBLEMSTILLING .....	13
<b>KAPITTEL 2 – TEORETISKE PERSPEKTIV</b> .....	<b>14</b>
2.1 JOURNALISTIKKEN SITT VESEN .....	14
2.2 DISKURSANALYSE – TEKST I KONTEKST .....	15
2.2.1 <i>Fleire kontekstnivå</i> .....	16
2.3 DISKURS VERSUS SJANGER .....	18
2.3.1 <i>Avissjangrar</i> .....	19
2.3.2 <i>Den nordiske reportasjetradisjonen</i> .....	20
2.3.3 <i>Reportasjen – observasjon er kravet</i> .....	23
<b>KAPITTEL 3 – METODISKE VAL</b> .....	<b>26</b>
3.1 HISTORISK METODE .....	26
3.2 VAL AV MAGASIN .....	27
3.3 INNHALDSANALYSE - EIT OVERBLIKK .....	28
3.3.1 <i>Nokre avklaringar</i> .....	29
3.4 KVALITATIV TEKSTANALYSE .....	31
3.5 KVALITATIVT INTERVJU .....	32
3.6 SAMLA VALIDITET OG MOGELEGHEITER FOR Å ALLMENNGJERA .....	33
<b>KAPITTEL 4 – HISTORISKE LINER</b> .....	<b>35</b>
4.1 KULTURKONTEKST – FRÅ PAPIRPRESSE TIL DIGITAL RØYNDOM .....	35
4.1.2 <i>Profesjonen tek form – 1963</i> .....	36
4.1.3 <i>Inn i dataalderen – 2005</i> .....	38
4.2 A-MAGASINET – TRE EPOKAR .....	39
4.2.1 <i>Det siste forsøket</i> .....	41
<b>KAPITTEL 5 – EI REISE GJENNOM TID OG TAL</b> .....	<b>44</b>
5.1 DEN PERSONLEGE PERIODEN – 1927 .....	44
5.1.1 <i>Journalistiske tekstar - forteljinga i fokus</i> .....	46
5.1.2 <i>Reflekterande journalist</i> .....	47
5.1.3 <i>Personleg journalist</i> .....	49
5.1.4 <i>Eigne erfaringar</i> .....	49
5.1.5 <i>Skjult bak pseudonym</i> .....	51
5.1.6 <i>Ut i naturen</i> .....	52
5.1.7 <i>Teikningane dominerar</i> .....	53
5.1.8 <i>Diskursar og sjangertrekk – 1927</i> .....	54
5.2 DEN PERSONLEGE, NARRATIVE REPORTASJEN - 1927 .....	56
5.2.1 <i>Spenningskurve og aktantmodell</i> .....	57
5.2.2 <i>Klar rollefordeling</i> .....	60
5.2.3 <i>Personleg og open journalist</i> .....	61
5.2.4 <i>Språklege bilete</i> .....	62
5.2.5 <i>«Bjørnejakten» – trekk og tendensar i 1927</i> .....	63
5.3 DEN SJANGERFORVIRRA PERIODEN - 1963 .....	64
5.3.1 <i>Deskriptiv formidling</i> .....	65
5.3.2 <i>Reflekterande journalist</i> .....	66
5.3.3 <i>Implisitt journalist</i> .....	67
5.3.4 <i>Hentar frå seg sjølv</i> .....	67

5.3.5	<i>Kvinnene gjer sitt inntog</i> .....	68
5.3.6	<i>Kulturell inspirasjon</i> .....	69
5.3.7	<i>Musikk frå USA</i> .....	70
5.3.8	<i>Fotografia kjem</i> .....	70
5.3.9	<i>Den sjangerforvirra perioden – ei oppsummering</i> .....	71
5.4	<b>SIANGER UTAN FASTE RAMMER - 1963</b> .....	73
5.4.1	<i>Komposisjon med to fokus</i> .....	73
5.4.2	<i>Forfattaren trer fram</i> .....	75
5.4.3	<i>Få språklege bilete</i> .....	77
5.4.4	<i>Norsk arkitekt med fransk suksess - vår helt</i> .....	77
5.5	<b>DEN MALSTYRDE PERIODEN - 2005</b> .....	79
5.5.1	<i>Det deskriptive tek overhand</i> .....	80
5.5.2	<i>Intervjuet tek plass</i> .....	81
5.5.3	<i>Journalist på avstand</i> .....	82
5.5.4	<i>Kvinnene har overtaket</i> .....	84
5.5.5	<i>Vitskapen rår</i> .....	85
5.5.6	<i>Mindre utland</i> .....	86
5.5.7	<i>Store bilete</i> .....	87
5.5.8	<i>Den malstyrde perioden – sjangertrekk og diskursar</i> .....	88
5.6	<b>REPORTASJEN I 2005 – EIN KOMBINASJON</b> .....	90
5.6.1	<i>Opplysning gjennom underhaldning</i> .....	91
5.6.2	<i>Stemmer i teksten</i> .....	93
5.6.3	<i>Metode</i> .....	94
5.6.4	<i>Sceniske framstillingar</i> .....	96
5.6.5	<i>Ein modell for kompleksitet</i> .....	97
	<b>KAPITTEL 6 – EIN HELGETRADISJON I ENDRING</b> .....	<b>98</b>
6.1	<i>FRÅ FIKSJON TIL FAKTA</i> .....	98
6.2	<i>FRÅ ENKLE TIL KOMPLEKSE SJANGRAR</i> .....	100
6.3	<i>FRÅ ANONYM TIL PROFILERT KVINNE</i> .....	101
6.4	<i>FRÅ TEIKNINGAR TIL FOTOMONTASJAR</i> .....	102
6.5	<i>REPRESENTATIV REPORTASJE</i> .....	103
	6.5.1 <i>Sjangrar i endring</i> .....	104
6.6	<i>FRÅ UNDERHALDNING TIL OPPLYSING</i> .....	105
	<b>EPILOG</b> .....	<b>107</b>
	FINANSKRISE PÅ VEGEN VIDARE .....	107
	<b>LITTERATUR- OG KJELDELISTE</b> .....	<b>109</b>
	AVISKJELDER .....	111
	PERSONLEGE KJELDER .....	111
	<b>VEDLEGG 1 – ARTIKKELOVERSIKT</b> .....	<b>113</b>
	ANALYSERTE ARTIKLAR I A-MAGASINET 1926 OG 1927 .....	113
	ANALYSERTE ARTIKLAR I A-MAGASINET 1963 .....	114
	ANALYSERTE ARTIKLAR I A-MAGASINET 2005 OG 2006 .....	115
	<b>VEDLEGG 2 – KODEBOK FOR DEN KVANTITATIVE INNHALDSANALYSEN</b> .....	<b>118</b>
	<b>VEDLEGG 3 – INTERVJUGUIDE</b> .....	<b>122</b>
	<b>VEDLEGG 4 – REPORTASJEN – KVANTITATIVE DATA</b> .....	<b>123</b>
	<b>VEDLEGG 5 – BJØRNEJAKTEN 1927</b> .....	<b>127</b>
	<b>VEDLEGG 6 – NORSK ARKITEKT MED FRANSK SUKSESS 1963</b> .....	<b>131</b>
	<b>VEDLEGG 7 – DEN TAUSE TIDSKLEMMEN 2005</b> .....	<b>134</b>



## Kapittel 1 – Ein forsmak

«Molly» var skuffet idag. Over Oldermannen. For den røyken hadde hun frabedt seg mere end en gang. Da der kom en røksky til, protesterte derfor «Molly» med et: «Stakkars Molly!», hun krøp helt op i toppen av buret. Men oldermannen maatte, tænkte «Molly», av og til være besat av satan! Sendte han ikke op en tredje røksky. «Molly» blev harm. Den ufordragelige røken! Hun fik forsøke sit gamle middel. «Hands up!», ropte hun, og saa høit og klart: «Dra til helvede!» (Bergh, 1927)

Kva type tekstar har A-magasinet innehalde gjennom tida? Korleis var tekstane bygde opp metodisk og forteljarteknisk i 1927, då Bergh skreiv om papegøyen «Molly»? Korleis har måten å byggja opp tekstane på endra seg når kalenderen viser 2005? Kven kjem til orde? Kven vender magasina seg mot, og korleis kommuniserar dei med lesaren? Sjølv om mange har vakse opp med og fått eit forhold til A-magasinet, er det gjort sær s lite forskning på det. I verket *Aftenposten 100 år*, som kom ut i 1960, er A-magasinet sin eksistens knapt nemnt. I denne undersøkinga vil eg kartlegga magasinet. Eg vil sjå på kva måte A-magasinet har endra seg frå 1927 og fram til i dag gjennom å sjå kva diskursar og sjangertrekk som har vore rådande gjennom tida.

Det er naturleg for meg å nytta ei form for diskursanalyse, ettersom det hevar analysen til også å omfatta dei sosiale prosessane tekstane inngår i. Journalistiske tekstar er eit samspel mellom redaksjonelle prosessar, institusjonelle normer, økonomiske vilkår, forfattarane sine erfaringar og samfunnet sine normer og førestillingar. Ved å nytta eit diskursanalytisk perspektiv kan eg sjå sjanger- og diskursendringar i høve til kontekstane som til ulike tider har omgitt A-magasinet.

A-magasinet har kome ut i tre periodar, 1926-1942, 1963-1993 og frå 2005 og fram til i dag, 2009. Eg har ikkje høve til å ta føre meg alle årgangane innanfor ramma til ei masteroppgåve, derfor har eg valt å ta føre meg dei tre åra A-magasinet har vorte lansert eller relansert, 1926/27, 1963 og 2005/06.

### **1.1 Avismagasina – ein produsent av røyndomsbilete**

Få år etter at A-magasinet vart lagt ned i 1993, auka talet på avismagasin kraftig her i landet. Dagbladet var først ute av dei landsdekkande avisene med Dagbladet Magasinet i 1999. Seinare følgde A-magasinet og VG Helg i 2005, og Dagbladet har sidan utvida sitt magasintilbod med Dagbladet Fredag, Dagbladet Søndag og Dagbladet Sport. Seinare har også VG fått eit søndagsmagasin, VG7. I tillegg til dei landsdekkande avisene har også

Dagens Næringsliv laurdagsmagasin, som ein integrert del av avisa, og fekk fredagsbilaget D2 i 2007. Regionaviser som Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Adresseavisa har også laurdagsmagasin. Den kraftige veksten i talet på avismagasinet betyr at dei i større grad har blitt ein arena der folk sitt syn på omverda vert skapt.

Avismagasina inneheld i stor grad featurejournalistikk. Noko av det som tradisjonelt har vore viktige kjennemerke for featurejournalistikken er forteljande form, at journalisten kan farga teksten med subjektive skildringar og refleksjonar, og at sakene ofte er tidlause. Featurejournalistikken har vore dominert av tre diskursar. Ein opplevingsdiskurs (han gjev lesarane opplevingar), ein litterær diskurs (tekstane skal skrivast med litterære kvalitetar) og ein intimitetsdiskurs (journalisten søkjer det intime hjå kjeldene og er sjølv intim med lesaren). I avisene er den sosiale konteksten featuretekstane opptre i, magasin og helgebilag som oftast vert lesne på fritida (Steensen, 2009, s. 6).

Medan featurejournalistikken tidlegare har vorte sett på som eit tillegg til den langt viktigare nyhendejournalistikken, meiner fleire moderne teoretikarar at featurejournalistikken har fått høgare status dei siste åra. Kanskje til og med ein viktigare plass enn nyhendejournalistikken i vår tid (Garrison, 2004; Steensen, 2009). Den amerikanske medieforskaren Bruce Garrison meiner featurejournalistikken har fått auka status dei siste åra grunna konkurransen papiravisene har fått frå fjernsyn og internett. Dei nye media leverer nyhende i eit raskare tempo enn det som er mogeleg for avisene. Derfor har avisene i større grad byrja sjå etter andre måtar å halda lesarane til papiret på. Ifølgje Steensen ser det ut til at featurejournalistikken også i Skandinavia har blitt meir informativ, undersøkjande og nyhendeorientert med åra, med djuptgåande og kjelderik journalistikk (Steensen, 2009, s.7). Avisene har satsa sterkare på djupna og analyse i magasininform enn på nyhendejournalistikk. Garrison siterar professor William Rivers ved Stanford University som kallar denne trenden «magazining of newspapers» (Garrison, 2004, s. 12).

Pressa vert ofte omtala som «den fjerde statsmakt». Det er gjennom den folk skal få tilgang på fri, allsidig informasjon. Ein av paragrafane i Vær Varsom-plakaten, dei etiske retningslinene for norsk presse, legg spesielt vekt på pressa si rolle i samfunnet: «Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold». Etersom pressa vel ein viss ståstad, har ho også makt til å avgjera kva slags sanning lesarane får tilgang til. Avisene formar altså røyndomsbileta våre. Pressa sine val av tema medverkar også til folk si forståing av kva for problemstillingar det er legitimt og naturleg å engasjera seg i. Samstundes er avistekstane viktige signal om kva tema og tilnæringsmåtar pressa trur lesarane er opptekne av (Hågvar, 2007, s. 16).

Ettersom mykje tydar på at avismagasina og featurejournalistikken har fått ein viktigare posisjon i pressa og dermed som samfunnsaktør, er det viktig å undersøka kva magasin faktisk kommuniserar. I denne undersøkinga vil eg finna ut kva A-magasinet har kommunisert i tre historiske epokar, og dermed også korleis magasinet har endra seg over tid.

## **1.2 A-magasinet som forskingsobjekt**

Då A-magasinet kom med Aftenposten i 2005, etter å ha vore borte frå marknaden sidan 1993, var det mange forskarar som viste interesse for magasinet. Men det var ikkje A-magasinet i seg sjølv dei fann interessant. Det var den nye trenden – separate helgemagasin i avisene. Fleire bachelor- og mastergradsoppgåver gjer komparative analyser av Dagbladet sitt Magasinet, VG Helg og A-magasinet. Felles for avhandlingane eg har kome over er at dei analyserar magasinane i høve til si samtid. Ei av dei som samanliknar dei tre magasinane er Åse Torill Holten. Hennar semesteroppgåve har problemstillinga: Er helgemagasinane berre lett helgeunderhaldning, eller utvidar dei også kunnskapshorisonten vår? Holten konkluderar med at A-magasinet er «tyngre» og meir kunnskapsformidlande enn Magasinet og VG Helg. Dermed lever det opp til målsettinga Aftenposten hadde då dei starta opp i 2005, om at magasinet skulle vektlegga kunnskap framfor underhaldning, ifølgje henne.

Pressehistorikarane Henrik G. Bastiensen og Hans Fredrik Dahl meiner det openbart har vorte mindre naturvitskapleg opplysningsstoff i både aviser og vanlege vekeblad dei siste tiåra, sjølv om det alminnelege utdanningsnivået i befolkninga har stege monaleg og at aviser og vekeblad har fått konkurranse frå etermedia. På bakgrunn av det har dei formulert ei hypotese:

[...] jo mer et samfunn nærmer seg tilstanden av et «utdanningssamfunn», med lang skolegang fulgt av kontinuerlig oppdatering av profesjonskunnskap i yrkeslivet, desto mindre vil de mediene som retter seg mot folks fritidskonsum, bli preget av informativt lærestoff, og mer av opplevelser, fiksjon og underholdning. (Bastiensen og Dahl, 2003, s. 485)

Dersom Bastiensen og Dahl si hypotese stemmer for A-magasinet, vil eg finna at det var meir informativt i 1927 og 1963 enn i 2005, ettersom det norske samfunnet har blitt meir utdanna med åra.

Det er fleire forskarar som har nytta A-magasinet i pressehistoriske prosjekt. Elisabeth Eide har til dømes skrive avhandlinga *Down 'there' and up 'here'. Europe's Others' in Norwegian feature stories* (2002), der ho undersøker kva som kjenneteiknar framstillinga av indarar i A-magasinet i ulike epokar på 1900-talet. Felles for alle dei historiske avhandlingane

eg har kome over er at dei ser på ein sær s liten del av A-magasinet, ikkje på A-magasinet som heilskap. Mi oppgåve er derfor eit viktig bidrag til å skapa ei breiare forståing av kva A-magasinet og norsk magasinjournalistikk har vore gjennom tidene.

### **1.3 Reportasjar i 80 år**

I avismagasinet og featurejournalistikk er reportasjen ein mykje nytta sjanger, noko som er årsaka til at eg har valt reportasjesjangeren som eit av fokuspunkta i undersøkinga mi. Reportasjesjangeren har ei lang historie. Det har vore skriva fleire bøker, rapportar, hovudfags- og masteroppgåver om reportasjen. Jo Bech-Karlsen har skriva bøkene *Feature-reportasjen* (1988), *Reportasjen* (2000) og *Åpen eller skjult* (2007), og er kanskje den som har gjort mest på sjangeren her i Noreg. I 1998 skreiv Elisabeth Eide *Langdistanseløpet – En eksplorerende undersøkelse om reportasjen*. Der gjer ho ei kvalitativ analyse av eit utval reportasjar, og intervjuar forfattarane av reportasjane for å sjå korleis dei reflekterer over sjangeren og sin bruk av den. Elsebeth Frey følgde i 2007 opp med ei masteroppgåve i same tradisjon. Ho fann at nyhendereportasjane ho undersøkte i stor grad samsvarar med dei teoretiske idealane for reportasjesjangeren, men at sjangeren er under press målt i høve til redaksjonelt areal (Frey, 2007).

Felles for dei fleste prosjekta er at dei ser på reportasjesjangeren i eit samtidsperspektiv. Det finst ikkje noko utfyllande verk som tek føre seg reportasjesjangeren si utvikling i Noreg. Fleire bøker teiknar likevel opp historiske liner for sjangeren, peikar på typiske trekk og presenterar leiande reportasjefjournalistar som til ulike tider påverka reportasjeformane. Thore Roksvold tek med seg føre seg reportasjesjangeren i boka *Avissjangerer over tid* (1997), og Jo Bech-Karlsen tek kort føre seg reportasjehistorie både for Europa og Noreg i sine bøker.

Den svenske forskaren Lars Hultén har sett på reportasjen si utvikling i Sverige. Han kom i sine undersøkingar av reportasjar frå perioden 1960 til 1985 fram til at journalisten med tida hadde klatra ut av teksten. Han fann at det vart mindre bruk av observasjon og forfatarrefleksjonar med tida, at journalisten ikkje var like tydeleg til stades i teksten (Hultén, 1990, s. 125). I tillegg viser resultatane hans at referat og sitat overtok meir av reportasjetekstane, noko som førte til fleire summariske samandrag, færre konkrete detaljar og uttrykksfulle ytringar. Forfattaren set seg sjølv i bakgrunnen og let andre spela hovudrolla i reportasjen. Sjølv om intervjuobjekta får snakka direkte til lesaren vert dei lite skildra. Der

journalisten kunne ha synt det personlege språket og det karakteristiske ved hovudpersonen gjer han det sjeldan, og sitata er gjennomgåande skrivne i ei refererande form (Hultén, 1990).

Frey etterlyser fleire studium som følgjer opp Roksvold sitt arbeid med norske avissjangerar over tid (Frey, 2007). Min ambisjon er å gjere nettopp det. Eg vil i analysedelen av oppgåva sjå mine funn i høve til det andre forskarar har kome fram til, og vil med anna sjå om eg finn dei same utviklingstrekk i A-magasinet som Hultén fann i svenske aviser. Mine analyser av sjangertrekk i A-magasinet generelt og reportasjesjangeren spesielt, kan seinare nyttast som brikker i eit større pressehistorisk bilete.

### **1.4 Problemstilling**

Eg har valt å gjera ei komparativ analyse av den første årgangen i kvar av A-magasinet sine tre historiske epokar, 1927, 1963 og 2005. Gjennom å sjå kva diskursar og sjangertrekk som er rådande i A-magasinet i dei tre årgangane, kan eg også seie noko om kva endringar som har funne stad i magasinet generelt og dei journalistiske tekstane spesielt. Den konkrete hovudproblemstillinga mi kan delast i to:

- *Korleis har journalistikken generelt og reportasjen spesielt endra seg i A-magasinet frå 1927 til 2005?*
- *Kva sjangertrekk og diskursar er rådande i dei tre årgangane 1927, 1963 og 2005?*

Ved å sjå etter diskursar i magasinårgangane hevar eg analysen til å ta føre seg alle tekstane i magasinane, ikkje berre dei journalistiske. Eg vil sjå magasinårgangane i høve til sin kontekst, og dermed også ta føre seg magasinane sin sosiale funksjon, noko eg meiner styrker analysen.

Eg vil også testa Bastiensen og Dahl si hypotese om at journalistikken som rettar seg mot folk sitt fritidskonsum skal ha blitt meir prega av fiksjon, opplevingar og underhaldning med tida, ettersom samfunnet har blitt meir utdanna. Den set eg opp mot den motsette hypotesen, nemleg at magasin- og featurejournalistikken, ifølgje Steensen og Garrison, ser ut til å ha blitt meir informativ, undersøkende og nyhendeorientert med åra, med djuptgåande journalistikk rik på kjelder, og på den måten har fått ei viktigare rolle som forvaltar av ei seriøs offentlegheit.

Eg vil nytta meg av to hovudnivå i analysen. Først vil eg gå kvantitativt til verks og gjera ei innhaldsanalyse av eit større tal artiklar frå kvar årgang. Så vil eg analysera ein reportasje frå kvar periode i djupna for å visa korleis dei typiske sjangertrekka og diskursane kjem til uttrykk i tekstane.

## Kapittel 2 – Teoretiske perspektiv

Denne oppgåva er langt på veg basert på eit diskursteoretisk rammeverk. Diskurs og sjanger er to omgrep som ofte vert nytta i samanheng med analyser av journalistiske tekstar men kan vera vanskelege å få tak i. I dette kapittelet vil eg utdjupa kva eg meiner med diskurs, diskursanalyse og sjanger, og korleis eg vel å nytta meg av desse storleikane. Men først meiner eg det er på sin plass å definera kva journalistikk er, og korleis eg skal skilja journalistiske artiklar frå andre tekstar i A-magasinet.

### 2.1 *Journalistikken sitt vesen*

For å finna kva diskursar som er rådande i A-magasinet i dei ulike periodane, må eg først danna meg oversikt over kva tekstar magasinet inneheld på dei ulike tidspunkta. Det gjeld både for fiktive tekstar, journalistiske tekstar og annonser. Den britiske medieforskaren Brian McNair definerar journalistikk som: «Any *authored* text, in written, audio or visual form, which *claims* to be (i.e. is presented to its audience as) a *truthful* statement about, or record of, some *hitherto unknown* (new) feature of the *actual, social* world» (McNair, 1998, s. 4, forfattern sin kursivering). Altså er journalistikk tekstar som gjev seg ut for å vera sanne, og det er den definisjonen eg vil nytta meg av når eg silar magasinane for journalistiske artiklar.

Sanninga innan journalistikken har visse modifikasjonar. Ein vanleg karakteristikk på journalistikk er at han speglar røynda. Det å spegla røynda vert knytt til journalistiske ideal om faktaorientering, objektivitet og balanse (Allern, 2005, s. 47). Medieforskar Sigurd Allern kallar denne sjølvopfattinga for «naiv realisme». Han meiner journalistane og nyhendeorganisasjonane sin innverknad på journalistikken med dette vert oversett. Når ein som menneske oppfattar noko, oppfattar ein det i høve til den ståstaden ein ser det frå, sin eigen vinkel. Som journalist må ein heile tida gjere utval og utsnitt av røynda. Ein må velja fokus, stemmer, tolke og kategorisere verda, altså kan journalistikk sjåast som ein sosial konstruksjon av røynda. Det treng ikkje å bety at det som vert skrive ikkje er sant, eller at det er oppdikta. Medieforskar Odd Raaum kallar journalistikken sitt forhold og truskap til røynda for «reportasjeprinsippet». I det ligg det at dei journalistiske produkta skal vera sannferdige, noko som betyr at faktapåstandane skal kunne dokumenterast. Det er dette kjeldekritiske kravet som skil journalistikken frå både fiksjonsforteljingar og reklametekstar (Raaum, 1999, s. 170-171).

## **2.2 Diskursanalyse – tekst i kontekst**

Tekstar eksisterar ikkje i eit tomrom. Dei vil alltid vera del av noko større. For å skilja tekst som struktur frå tekst som ytring er det vanleg å kalla tekstytringar i kontekst for diskurs. Studiet av tekst som struktur går føre seg innan disiplinen tekstlingvistikk, medan studiet av tekstar som ytringar i sosial samanheng går føre seg innanfor disiplinen diskursanalyse (Svennevig, 2001).

Dei siste tiåra har omgrepet diskursanalyse funne vegen inn i mange ulike disiplinar som sosiologi, filosofi, litteraturforskning, lingvistikk og medieforskning. Problemet er at det har ulike meiningar innanfor dei ulike disiplinane. Forståinga endrar seg også over landegrensene. Diskursanalysen er utvikla av eit nett av forskarar og teoretikarar som har kome med ulike definisjonar, og som viser ulike måtar å nytta seg av nemninga på. Gjennom debattar teoretikarane imellom, vert det stadig utvikla nye forståingar (Wodak, 2006).

Eg vil ta utgangspunkt i omgrepet slik det er utvikla av den britiske lingvisten Norman Fairclough. Det er det sosiale aspektet ved språkbruk som er mest interessant for Fairclough. Han er oppteken av det diskursive elementet ved sosial endring, at endring i diskursiv praksis heng nøye saman med endring i sosiokulturell praksis. Fairclough har vore spesielt oppteken av å analysera journalistiske tekstar, noko som gjer han relevant for fokuset på denne oppgåva. Forståinga hans kviler på ein sosialkonstruksjonistisk språkfilosofi som hevdar at tilgangen vår til røynda alltid går gjennom språket. Ved hjelp av språket skapar me konstruksjonar av røynda som aldri berre er speglingar av ein allereie eksisterande røyndom. Teksten vert skapt av forfattaren og er dermed ein konstruksjon som dannar ei fortolking av røynda (Jørgensen & Philips, 1999, s. 17).

Ein diskurs er ifølgje Fairclough «constructions or significations of some domain of social practice from a particular perspective» (Fairclough, 1995, s. 94). Altså ein bestemt måte å snakka om og forstå verda på. Ein diskurs er eit sett med omgrep, problemstillingar og formuleringar som ligg nedfelt i språket og er gjeldande innan ein gitt kultur. Gjennom ulike diskursar vert sosiale identitetar, relasjonar og system av kunnskap konstruerte. Det som er sentralt i Fairclough si tilnærming er at han ser på diskurs som ei viktig form for sosial praksis som reproduserar og endrar kunnskap, identitetar og sosiale relasjonar. Samstundes vert diskursane forma av andre sosiale praksisar og strukturar:

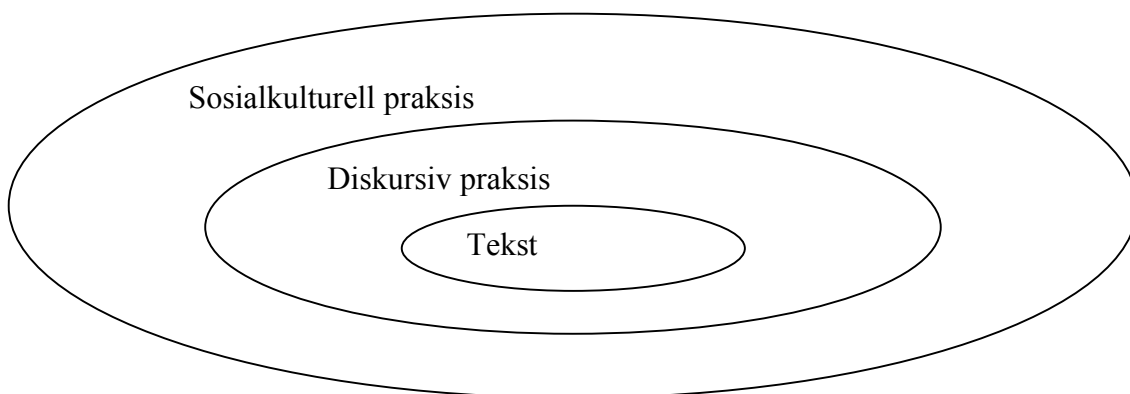
My approach to discourse analysis (a version of "critical discourse analysis") is based on the assumption that language is an irreducible part of social life, dialectically interconnected with other elements of social life, so that social analysis and research always has to take account of language [...] This means that one productive way of doing social research is through focus on language, using some form of discourse analysis. (Fairclough, 2003, s. 2)

Tekstar kan læra mottakaren noko nytt, gje han nye haldningar og meiningar. Dei påverkar også på lengre sikt. «Texts can also start wars, or contribute to changes in education, or changes in industrial relations, and so forth» (Fairclough, 2003, s. 8).

Av og til kan det vera vanskeleg å skilja ut diskursar og finna ut kvar grensene mellom dei går. Marianne Winther Jørgensen og Louise Philips argumenterar derfor for at ein i større grad bør sjå diskurs som eit analytisk omgrep, ein storleik ein som forskar trer over røynda for å skape ei ramme for si undersøking. «Hvis man ser afgrænsningen af diskurser som en analytisk operation, betyder det, at man opfatter diskurser, som noget man som forsker konstruerer, snarere end som noget, der findes færdigt afgrænset i virkeligheden, som man skal afdække» (Jørgensen og Philips, 1999, s. 149). Diskursane eg nemner i analysen min som «familiediskurs» og «underholdningsdiskurs» må lesast i denne forståinga, som analytiske kategoriar.

### 2.2.1 Fleire kontekstnivå

Metoden til Fairclough har fleire dimensjonar og legg vekt på at teksten er del av ulike kontekstnivå. «Kontekst er den sammenheng eller de ”omgivelser” en ytring inngår i. Dette omfatter ikke uten videre alt som omgir ytringa, men bare det som er relevant som bakgrunn for å produsere eller forstå den» (Svennevig, 2001, s. 82). Eit kvart tilfelle av språkbruk er ei kommunikatív hending som ifølgje Fairclough har tre dimensjonar som må skiljast analytisk og behandlast kvar for seg:



1. Eit indre rom som er tekst.
2. Utanpå tekstrommet kjem den diskursive praksisen som med anna inneheld produksjon og konsumering av tekstar.
3. Det yteste rommet, som er den sosialkulturelle praksis.



Yngve Benestad Hågvar har i boka *Å forstå avisa* (2007) teke utgangspunkt i Fairclough sin modell, men han har gjeve dei tre romma litt andre namn etter inspirasjon frå antropologen Bronislaw Malinowski. Hågvar kallar dei tre kontekstnivåa for tekstuell kontekst, situasjonskontekst og kulturkontekst.

Den ytste dimensjonen kulturkonteksten er, som namnet gjev uttrykk for, teksten sitt generelle kulturelle bakteppe. Den tek blant anna føre seg mediet, i mitt tilfelle A-magasinet, sin status i samfunnet, produksjonsvilkår og marknadsorientering. I tillegg er det relevant å sjå på journalistprofesjonen, eller i denne oppgåva sitt tilfelle, også mangelen på klare profesjonsnormer.

Den mellomste dimensjonen, situasjonskonteksten, er sosiale prosessar som er spesifikt knytte til teksten. I innhaldsanalysen min ser eg på kvar A-magasinårgang som ein tekst. Delar av situasjonskonteksten vil vera lik for alle årgangane. Dei kom alle ut i helga, var bilag til hovudavisa og inneheld tekstar som ikkje nødvendigvis er dag- eller vekeaktuelle. Forfattarane som skriv magasina jobbar også med ei anna deadline enn nyhendejournalistane som må produsera stoff som skal til trykk same dag. For einskildtekstane i den kvalitative analysen er også vektlegginga redaksjonen gjorde i høve til storleiken på oppslaget og kva sider artikkelen vart trykt på ein viktig del av situasjonskonteksten, ettersom det kan seie noko om redaksjonen si prioritering av saka. Kva posisjon den aktuelle teksten hadde i mediearket då han vart skriven er også ein del av situasjonskonteksten. Denne delen vil det vera vanskelegare for meg å setja meg inn i sidan nokre av tekstane er skrivne så langt tilbake i tid. For dei tekstane eg analyserar kvalitativt vil eg likevel freiste finne ut litt om kva posisjon det aktuelle temaet hadde i samtida. Lesarane sitt møte med teksten, tekstkonsumpsjonen, er også ein del av situasjonskonteksten. Å gå inn på korleis lesarane har oppfatta magasina til ulike tider ville ha blitt ein særskilt krevjande jobb som det ikkje har vore mogeleg for meg å gjennomføra innanfor ramma til denne oppgåva.

Den innarste dimensjonen, den tekstuelle konteksten, deler Hågvar i to. Samspel med koteckstar og anna tekstsamspel. Den første delen er den analyserte teksten sitt samspel med andre faktiske tekstar som omkransar artikkelen, såkalla koteckstar. Det kallar Hågvar tekstsamspel. Ein journalistisk artikkel i A-magasinet vil ha alle dei andre tekstane i same magasin som koteckstar. Dei journalistiske tekstane vil også samspela med andre tekstar som ikkje er direkte omgjevande. Dette samspelet kallar Hågvar «anna tekstsamspel» (Hågvar, 2007). Noko av det som er spanande med diskursanalysen er å undersøkje korleis ein konkret tekst spelar på tidlegare tekstar (intertekstualitet) eller hentar inn diskursar frå andre område

(interdiskursivitet). På den måten kan ein sjå korleis diskursane vert endra eller reproduserte (Fairclough, 1995, s. 61).

Eg vel å nytta meg av Hågvar sine definisjonar ettersom eg meiner han på ein god måte forklarar kva dei ulike kontekstnivåa inneheld. Eg har bygd opp diskursanalysen min slik at eg presenterar den kulturelle konteksten og situasjonskonteksten til magasinårgangane samt den tekstuelle konteksten, før eg tek til på innhaldsanalysen av dei journalistiske tekstane. På den måten kan eg drøfta funna mine i høve til konteksten dei har oppstått under.

### **2.3 Diskurs versus sjanger**

Som eg nemnde innleiingsvis er eit av måla med denne oppgåva å kartleggja kva sjangertrekk som utmerkar seg i dei ulike periodane, og spesielt korleis reportasjesjangeren har endra seg i A-magasinet frå 1927 til 2005. Både Fairclough, Jørgensen og Philips (1999) og Hågvar (2007) trekkjer inn omgrepet sjanger i sine analyser. Som diskursomgrepet har sjanger fleire tydingar, og det er blant nokre teoretikarar, som Fairclough, uklare grenser mellom sjanger og diskurs. Sjangeromgrepet vert nytta ulikt i ulike fagtradisjonar og endrar seg over tid (Berge & Ledin, 2001). Medieforskaren Steen Steensen siterar John Swales som seier: «The word is highly attractive [...] but extremely slippery» (Steensen, 2007).

Teoretikarar som John Swales og Berge & Ledin kjem alle fram til at den mest fruktbare forståinga av sjanger er nært knytt til den sosiolingvistiske tradisjonen som Fairclough også tilhøyrrer, der tekstlege bestanddelar vert sett i samanheng med sosiale og kulturelle praksisar. Ein må då leggje til side den tradisjonelle inndelinga i dramatiske, episke og lyriske sjangrar, og i staden sjå på sjangrar som dynamiske storleikar som ligg til grunn for all kommunikasjon. Sjangrar er kulturelt betinga og finst på fleire nivå. Språkbrukarar forhandlar heile tida om korleis sjangrane skal sjå ut. Derfor endrar dei seg over tid, akkurat som tekstnormene våre. (Ledin, 2001; Berge & Ledin, 2001).

Om ein bestemt kommunikasjonssituasjon oppstår gong på gong, vil kulturen utvikla ein eigen sjanger for korleis me skal snakka eller skriva i denne situasjonen. Nettmediet er døme på ein slik ny kommunikasjonssituasjon som har skapt nye sjangrar i grenselandet mellom privat og offentleg kommunikasjon. Nettavisene inkluderar bloggtenester, nettmøter og diskusjonsgrupper som avisene sine brukarar er sterkt involverte i (Steensen, 2009).

Dersom ein skal plassera omgrepa tekst, sjangrar og diskursar hierarkisk i høve til kvarandre vil tekst danna det inste rommet, i dimensjonen ovanfor kjem sjanger, med diskurs som den ytste dimensjonen (Ledin, 2001; Hågvar, 2007). Diskurs er altså noko som skjer på

eit høgare nivå enn sjanger. Diskurs handlar om kva perspektiv kommunikasjonen skjer ut frå, medan sjanger gjev perspektiva ei form det er mogeleg å kjenna att i ein sosial praksis. Ein diskurs kan dermed opptre i mange sjangrar, og fleire diskursar kan vera til stades i ein sjanger.

### 2.3.1 Avissjangrar

Vanlegvis sorterer ein, innanfor avisterterminologien, dei ulike tekstane i sjangrar som nyhendeartikkel, reportasje, leiar, portrett og notis. Dei aller fleste tekstar som vert publiserte i aviser i dag, vert skrivne etter ein mal som gjer at dei skal passa inn i dei ulike sjangerdefinisjonane. Men sjangeromgrepet er også innanfor avisjournalistikken noko ullent, og ein vil i mange tilfeller treffa på flytande grenser og hybridar. Thore Roksvold som har skrive om avissjangrane si utvikling over tid, frå 1700-talet og fram til 1990-talet, definerar sjanger slik:

Med sjanger forstår jeg en formidlingskode der bestemte valg av oppbygging, stil og fortellerteknikk er avstemt etter ulike typer innhold, arbeidsmetode og sosial kontekst. Valga følger bestemte mønstre, slik at resultatene har noen fellestrekk en kan kalle typiske. (Roksvold, 1997, s. 9)

Altså kan ein seie at sjanger vert bestemt av oppbygging, arbeidsmetode, språkleg stil, forteljarteknikk og sosial kontekst. Eg vel å ta utgangspunkt i denne forståinga vidare i analysen min, ettersom eg i innhaldsanalysen kan nytta meg av delane definisjonen er bygd opp av. På den måten kan mine funn lettare sjåast i høve til Roksvold sitt sjangerprosjekt.

Dei ulike stoffområda og sjangrane tener ulike formål i høve til lesarane. Ein historisk gjennomgang vil ifølgje Roksvold visa korleis formål og funksjonar har endra seg gjennom tidene. Medietekstar er ifølgje Fairclough «sensitive barometers of cultural changes» (Fairclough, 1995, s. 60). Om ein i ein tekst finn mange sjangrar og diskursar representert, kan teksten vera eigna til å seie noko om sosiokulturelle endringar i samfunnet. Å studera A-magasinet i desse tre periodane er derfor ikkje berre eigna til å seie noko om endringar innanfor journalistikken, men også om sosiale og kulturelle endringar i samfunnet.

Når eg skal analysere mitt materiale vil eg ikkje nytta avissjangrane som båsar, men analysere tekstane ut frå delane ein kan seie sjangrane er bygd opp av, etter Roksvold sin definisjon. Eg vil sjå på kva teksttype artikkelen tilhøyrer, kva metodar journalisten har nytta seg av, til dømes intervju, skildring, referat, kven som har skrive artikkelen og om forfattaren er synleg i teksten. Dette vil eg kalla sjangertrekk. Eg meiner det er meir fruktbart enn å

freista å plassera tekstane inn i sjangerbåsane som avisterminologien nyttar, ettersom sjangerbåsane er særst utflytande og endrar seg over tid.

De som prøver å sette opp en uttømmende liste over de sjangrene som faktisk brukes i papir- og nettaviser, vil fort oppdage at det er svært vanskelig, for ikke å si umulig. Grensene vil være så flytende at katalogen ofte blir vanskelig å bruke i praksis. (Hågvar, 2007, s. 29)

I tillegg til at lista over sjangrar som vert nytta i papir- og nettaviser er uttømmende, er sjangrane heile tida i utvikling, noko som vil gjera det vanskeleg å plassera tekstar frå 1927 og 2005 i dei same båsane.

Det er likevel ein sjanger eg vil definera og sjå nærare på, nemleg reportasjesjangeren. Det fordi eg reknar med at ein stor del av dei journalistiske tekstane i A-magasinet er reportasjar i alle dei tre periodane. Reportasjen er ein sjanger som er definert langt tilbake i tid, og det er ein sjanger som dominerar featurejournalistikken som avismagasina tradisjonelt har bestått av (Steensen, 2007).

### **2.3.2 Den nordiske reportasjetradisjonen**

I Noreg kan reportasjesjangeren trekkjast tilbake til islendingesagaene, kongesagaene og Snorre Sturlasons *Heimskringla* på 1200-talet, men det er ikkje mykje informasjon å finna om den nordiske reportasjetradisjonen før midten av 1800-talet, då den moderne reportasjen tok form. I boka *Avisssjangerer over tid* forklarar Thore Roksvold dette med at ei avis må ha mange medarbeidarar for å skriva reportasje. For å referera og klippa stoff frå andre aviser klarar ho seg med få. Redaksjonane fram til om lag 1850 var små, og redaktørstillinga kunne vera ei bistilling. Ei av redaktøren sine viktigaste oppgåver var å følgja med i andre blad og enten skriva av, oversetja eller gje att med eigne ord interessant stoff han kom over (Roksvold, 1997, s. 33).

På 1800-talet byrja ei rekke viktige føresetnadar for moderne journalistikk å bli oppfylt. Ytringsfridomen byrja få gjennomslag, fleire former for motoffentligheit endra og utvida det borgarlege, offentlege rom, og befolkningsauka var med på å skapa eit massepublikum. Med tekstannonsar vart også eit økonomisk grunnlag for avisdrift etablert. Gjennombrøttet til reportasjen fall saman i tid med nye litterære rørsler i Europa som realismen, naturalismen og impresjonismen. Reporterane skulle ut i røynda og rapportera om store hendingar og sosiale tilhøve. Mange diktarar var også journalistar og ynskte å realisera seg litterært både i bøker, tidsskrifter og aviser. Den viktigaste drivkrafta i perioden var ei ny og sterk interesse for røyndom og sanning (Bech-Karlsen, 2002; 2007).

Roksvold kallar Aasmund Olavsson Vinje den første reporter i moderne norsk journalistikk, og han peikar særleg ut *Ferdaminni fraa Sumaren 1860* som eit viktig verk. Der skildrar Vinje folk og natur, og reflekterar over det han observerar. Han vekslar mellom naturlyrikk og replikkveksling, og nyttar hovudsakleg seg sjølv som «eg» i tekstane. «Vinje har et bredt perspektiv, og bruker moderne virkemidler i samansatt observasjonsreportasje minst like fullkomment som skribentene i 1960-åras 'New journalism' tradisjon har gjort» (Roksvold, 1997, s. 43). Altså kan me seie at Vinje var før si tid. Roksvold kallar også Knut Hamsun for ein gamal norsk nyjournalist. I ei Amerika-reportasje frå 1885, *Fra en indianerleir*, har Hamsun skrivne ei forteljing i «eg»-form der han observerar, skildrar og bringar nye opplysningar til lesarane sine (Roksvold, 1997, s. 60). Ein annan forfattar Roksvold framhevar er Alexander Kielland i Stavanger Avis, som han meiner har laga den første undersøkjande reportasjen i norsk journalistikk, *De har tyranner, som de fortjener* i 1889.

På 1900-talet vart reportasjen oftare knytt til aktuelle hendingar, og det vart tydeleg at to reportasjeformer hadde utvikla seg. Nyhendereportasjen på den eine sida, og den klassiske eller litterære reportasjen på den andre. Nyhendereportasjar var forteljingar om hendingar som hadde funne stad kort tid tilbake, men var ofte skrivne med litterære ambisjonar. Dei klassiske litterære reportasjane fortalde om menneske sine liv, og var knytte til ein allmennlitterær forteljartradisjon (Bech-Karlsen, 2007). På denne tida var nyhendejournalistikken berre i si spede byrjing her i landet, og dei faste nyhendesjangrane med det raske nyhendespråket var ikkje oppdaga. Journalisten kunne skriva artiklane mest slik han ville, og rapporteringa av eit nyhende vart derfor ofte ein reportasje – oppsøkjande og personleg skildrande. Nyhendeomgrepet var også relativt, og det kunne fort ta nokre dagar frå noko hadde skjedd til det vart nemnd i avisene. Blant anna fordi det tok lang tid for journalistane å koma seg rundt (Bech-Karlsen, 2002). Kjende reportasjeforfattarar på denne tida var mellom andre krigsreporterane Nordahl Grieg (1902-1943) og Lise Lindbæk (1905-1961), begge kjende frå reportasjane om den spanske borgarkrigen. Bech-Karlsen trekkjer også fram Ivar Lo-Johansen som ein av dei fremste forteljande journalistane i Noreg.

Frå slutten av 1960-talet gjekk norsk journalistikk inn i ein litterær tørkeperiode. Nyhendetrekanten og prinsippet om fallande verdi vart overordna. På 70-talet, i overgangen mellom industrisamfunnet og informasjonssamfunnet stod reportasjen svakt. Då var det fakta, nyhende, informasjon og analyse som var på moten i journalistikken. «I de fleste aviser hadde fornuften ensidig forrang, og sanselighet og følelse var i vanry. Fortelling og skildring hadde magre kår» (Bech-Karlsen, 2002, s. 86). Aftenposten var likevel eit unntak frå regelen i og

med at «*A-magasinet* i denne perioden var et drivhus for nye reportasjeformer» (Bech-Karlsen, 2002, s. 87, forfatteren sin kursivering).

1960- og 70-talet var ikkje tørkeperiode for reportasjejournalistikken i USA. Der byrja ei gruppe journalistar å eksperimentere med litterære virkemidlar, og ein ny type journalistikk som vart kalla «New Journalism» utvikla seg. Journalisten og forfatteren Tom Wolfe beskriv i boka *The New Journalism* sjangeren ut frå fire grunnteknikkar. Scene på scenekonstruksjon, fullstendige dialogar, tredjepersons synsvinkel og å skildra avgjerande detaljar (Wolfe, 1975). Dei fire teknikkane stod i skarp kontrast til den etablerte måten å skriva på. Det var nytt at intervjuisitat skulle erstattast med dialogar, og det var nytt å reindyrka scenisk framstilling som i film. Det mest radikale, som vert sett på som mest problematisk av med andre Jo Bech-Karlsen, er bruken av personal synsvinkel og indre monolog. I boka *Åpen eller skjult; Råd og uråd i fortellende journalistikk* diskuterer Bech-Karlsen mellom anna det etiske aspektet til desse metodane, og han diskuterar trenden i høve til den norske og svenske forteljartradisjonen som i hovudsak har hatt opne journalistar.

Først på 1980-talet byrja det å bli klima for forteljande journalistikk att i Noreg. No byrja ein tala om feature, og Bech-Karlsen lanserte boka *Feature-reportasjen*.

Når jeg kalte det feature-reportasjer, og ikke bare feature, var det for å minne om at det er journalistenes jobb å gå ut i virkeligheten og observere livet. Telefon- og intervjujournalistikk hadde altfor lenge dominert i redaksjonene. (Bech-Karlsen, 2007, s. 73)

Ein ny generasjon journalistar har gjort sitt til å «modna» amerikansk litterær journalistikk, og ei ny rørsle kalla The New New Journalism, også kalla «narrative journalism», forteljande journalistikk på norsk, har oppstått rundt tusenårsskiftet. Fenomenet vert skildra av Robert S. Boynton som er leiar for magasinjournalistikk-programmet ved New York University, i boka med same namn. Gjennom forteljande journalistikk lever dei litterære teknikkane frå nyjournalistane vidare, men dei nye forteljande journalistane er ikkje like sære og eksperimentierende som nyjournalistane var på 1960-talet. Sjølv om dei påstår at dei gjer betre greie for kjeldene og metodane sine, og ikkje arbeidar i grenseland mellom journalistikk og diktning, slik nyjournalistikken gjorde, dyrkar også desse journalistane indre dialog, noko som kan sjåast på som eit paradoks (Bech-Karlsen, 2007). Bech-Karlsen meiner at det å nytta omtrentlegskap når det gjeld kva som har surra rundt i hovudet på personen ein skriv om, er å gå over til diktning. «Både metodisk og litterært sprenger dette hevdvunne grenser for hva som er journalistikk» (Bech-Karlsen, 2007, s. 182). Dei nye narrative journalistane tek føre seg andre tema enn forgjengarane. Dei er ikkje så opphengt i det eksotiske, men tek heller føre seg kvardagslege emne og miljø (Bech-Karlsen, 2007).

Bølgja av forteljande journalistikk har dei siste åra slått over Danmark der det mellom anna er skriva fleire lærebøker om emnet. Me ser også tendensar til forteljande journalistikk i Noreg, særskilt i Dagens Næringsliv sitt magasin på laurdagar, men også Aftenposten sitt A-magasin har trykt reine forteljande artiklar. Dansken Mikkel Hvid skreiv i 2002 ei lærebok i emnet *Fascinerende fortælling*, som omhandlar forteljande journalistikk i amerikansk tradisjon. Linda Dalviken har gitt ut ei lærebok, *Fortellende journalistikk i Norden*, som er sterkt prega av den danskamerikanske retninga. Ho ramsar der opp kjenneteikna til det ho meiner er ei fullblods journalistisk forteljing. Blant desse er at forteljinga ikkje inneheld sitat, berre dialog eller replikkar. Forteljinga skal gi innblikk i personane sine tankar og kjensler, noko som oppfordrar til bruk av indre monolog. Dalviken skriv også at journalisten som oftast er udramatisert eller skjult når ho gjenfortel historia (Dalviken, 2005, s. 54). Altså oppfordrar ho journalistar til å nytta sjangerkrav som kan vera problematiske i og med at forfattaren ikkje opent fortel lesarane korleis han har gått fram. Bech-Karlsen åtvarar mot at den amerikanske norma lett kan bli ei tvangstrøye i staden for det ho eigentleg var meint å vera, eit opprør mot nyhendetrekanten (Bech-Karlsen, 2007, s. 193).

Ettersom Hvid har vore i Noreg og halde kurs for norske journalistar på Institutt for journalistikk (IJ), og for journalistane i A-magasinet (Skogstrøm, 2008, intervju), reknar eg det som sannsynleg at eg finn spor av denne nye forteljartradisjonen i analyse materialet mitt.

### **2.3.3 Reportasjen – observasjon er kravet**

Kva kjenneteiknar så reportasjen? Ulike teoretikarar stiller ulike krav til sjangeren. Nokre krev ei personleg form, at hendinga skal ha skjedd for ikkje så lenge sidan eller at artikkelen skal vera produkt av eit særskilt redaksjonelt initiativ. Andre meiner ein reportasje må ha ei viss lengd og vera tid- og stadfesta.

Noko er likevel forfattarar som har sett på korleis reportasjesjangeren endrar seg over tid, samde om. Dei set som krav at ei reportasje må syne førstehands-på-staden-observasjon, forfattaren skal rapportera frå ein stad, og forfattaren sine augevitneskildringar skal synast i teksten (Bech-Karlsen, 2002; Hultén, 1990; Carey, 1987; Allern, 2001). Det vert diskutert i kor stor grad desse augevitneskildringane skal dominera teksten.

Plinius si skildring av Pompeis undergang etter vulkanen Vesuvus utbrott år 79 etter Kristus vert, i Michael Geisler sin monografi om den litterære reportasjen i Tyskland, foreslått som den første reportasjen i historia (Bech-Karlsen, 2002). Forslaget er interessant i høve til korleis reportasjen skal definerast. Plinius var ikkje sjølv vitne til vulkanen Vesuvus sitt utbrott.

Han støtta seg på onkelen sine nedteikningar. Plinius var i det aktuelle geografiske området under utbrotet, men han flykta for å redde livet og var ikkje vitne til mykje av det han skildrar. Kan ein likevel kalla skildringa for ein reportasje? Bech-Karlsen meiner det, ettersom teksten ikkje er skriven utelukkande basert på onkelen sine nedteikningar. Plinius har rekonstruert onkelen si siste reise på grunnlag av notatane, men har sett dei inn i ei autentisk ramme (Bech-Karlsen, 2002, s. 186). Bech-Karlsen meiner at tekstar som byggjer på andrehandskjelder også kan kallast reportasjar, dersom: 1. Reporteren set ei scene, ein historisk åstad eller eit miljø som på ein eller annan måte har med den rekonstruerte historia å gjera, og 2. Rekonstruksjonen må byggja på pålitelege kjelder og vera open om eventuelle usikre tolkingar (Bech-Karlsen, 2002). Altså må ein setja store krav til kjeldekritikk.

I *The faber book of reportage*, ei samling reportasjar frå år 430 før Kristus og fram til 1986, argumenterar også forfattern John Carey for at ein skilje andrehandsskildringar er reportasjar, sjølv om han eigentleg definerar reportasjen slik at han krev forfattern sin observasjon. Han skriv at unntaka frå augevitneregelen «seemed too good to miss, and must surely be based on facts of some sort, however garbled» (Carey, 1987, s. xxix). Forskaren og forfattern Lars Hultén, som har skrivne om svenske aviser si utvikling, er ikkje like open for unntak. Han krev at reportasjen skal skildra ein samtidig (ytre) røyndom som byggjer på førstehands på-staden-observasjonar og erfaringar som forfattern gjer seg. Hendingane må registrerast kort etter dei har utspela seg, og artikkelen må ha ei personleg form med tid og stad klart spesifisert. Det andre kriteriet han legg til grunn er at hendinga må vera prioritert, at ho er av spesielt redaksjonelt initiativ og spelar på hendingar og prosessar som er av meir generell, samtidig relevans (Hultén, 1990, s. 52). Hultén meiner altså at reportasjen må byggja på journalisten sine egne observasjonar. Han avviser at tekstar bygde på andre enn forfattern sine egne opplevingar og observasjonar, det han kallar andrehandstekstar, er reportasjar.

Sigurd Allern har i boka *Nyhetsverdier* teke utgangspunkt i Hultén sin definisjon, men han vel å opna for tekstar som byggjer på andrehandsobservasjonar gjennom desse minimumskrava:

- Artikkelen handler om en ytre, samtidig virkelighet.
- Journalisten har vært på stedet eller oppsøkt miljøet eller stedet som reportasjen handler om.
- Observasjoner og inntrykk brukes som en del av artikkelen. (Allern, 2001, s. 115)

Allern inkluderar artiklar som er baserte på intervjuutsegn og opplysningar frå kjelder. Slik kan reportasjar også gjerast i etttertid av ei hending. Han set, som Bech-Karlsen, krav til at journalisten også må ha gjort undersøkingar i miljøet eller på staden hendinga går føre seg, og



at dette skal synast i artikkelen. Eg vel å nytta meg av Allern sin definisjon når eg i analysedelen min skil reportasjane frå dei andre journalistiske tekstane. Eg meiner den vide definisjonen gjer det mogeleg for meg å vera open for å sjå kva eventuelle sjangerendringar som er i emning.

Eg skal sjå på alle tekstane i A-magasina eg analyserar, og vil der sjå både på sjangertrekk generelt og reportasjen spesielt. Medietekstar er, ifølgje Fairclough, særskilde komplekse tekstar der ofte fleire sjangrar og diskursar er representerte i ein og same tekst. Når eg skal sjå korleis reportasjesjangeren har utvikla seg vil nettopp sjangerhybridar vera viktige vitnesbyrd om at sjangerendringar er i emning. Dess meir komplekse tekstane er, di meir varslar dei slike kulturelle endringar.

## Kapittel 3 – Metodiske val

Denne undersøkinga har som mål å avdekka kva sjangertrekk og diskursar som har vore rådande i A-magasinet i tre historiske årgangar, og på den måten sjå korleis A-magasinet har endra seg. Som nemnt i førre kapittel har eg allereie teke eit metodisk val ved å velje eit diskursanalytisk perspektiv. Fairclough er særskilt oppteken av den lingvistiske tekstanalysen og kritiserar andre tilgangar til diskursanalysen for ikkje å utføre ei slik analyse. Han blir på si side kritisert for detaljrikdommen: «[...] med den detaljeringsgrad, han kræver, kan man ofte kun nå at analysere et fåtal af tekster i en konkret analyse» (Jørgensen & Philips, 1999, s. 152). Eg skal danne meg ein oversikt over A-magasinet i tre periodar som kvar strekkjer seg over omlag eit år. Det er ikkje mogeleg for meg innanfor rammene til denne oppgåva å gjera så detaljerte tekstanalysar som Fairclough rådar til i si tilnærming. For å få eit så rikt materiale som mogeleg har eg valt først å gjera ei breiare innhaldsanalyse av kvar av magasinårgangane, før eg gjer eit djupdykk i ei reportasje frå årgangen. I tillegg har eg gjennomført eit kvalitativt intervju med reportasjeleiar i A-magasinet, Lene Skogstrøm, for å danna meg bakgrunnsinformasjon om A-magasinet som kom i 2005 og dei redaksjonelle prosessane det har oppstått under. Ved bruk av fleire metodar får eg kasta lys på problemstillinga mi frå ulike vinklar.

Ifølgje Jørgensen & Philips er eit av problema med dei diskursanalytikarane som arbeidar med større tekstmengder at dei sjeldan gjer greie for kva reiskapar dei nyttar i analysen sin (Jørgensen & Philips, 1999, s. 153). Eg vil spela med opne kort, og vil i dei komande underkapitla gjere nærare greie for min metodebruk.

### 3.1 *Historisk metode*

Undersøkinga mi går føre seg innanfor disiplinen mediehistorie. Mediehistorie er medieforskning om fortida, medievitenskap på eit fortidig materiale, og vender seg til leivningar frå fortida (Dahl, 2004). Eg nyttar gamle A-magasin både som beretningar, altså historier om bestemte saksforhold, og som leivningar for å få innblikk i kva røyndomsbilete pressa har konstruert gjennom tidene (Tjelmeland, 2004).

Å jobba med historisk materiale har gjort noko av analysearbeidet vanskeleg. Eit av problema eg støyte på er kjeldetilfanget. Det er få skriftlege kjelder som fortel om A-magasinet. Eg har ikkje funne tak i rapportar frå Aftenposten eller andre kjelder som seier

noko om kvifor Aftenposten valde å starta A-magasinet i 1926 og 1963, bortsett frå det avisa sjølv har skrive om satsingane. Det har heller ikkje vore mogeleg for meg å finna opplagstala for A-magasinet i 1927, ettersom verken Aftenposten sjølv eller Mediebedriftenes Landsforening (MBL) har tala. Ifølgje MBL er grunnen at opplagskontrollen ikkje starta før i 1937/38. Ettersom det er over 80 år sidan A-magasinet vart lansert første gong, er det ikkje mogeleg for meg å gjera kvalitative intervju med dei som har vore med å starta det opp i kvar av dei tre epokane. Eg har likevel valt å intervju ei av dei som var med på å starta A-magasinet i 2005. Det fører til at eg får eit fyldigare bilete av 2005-magasinet sin kontekst enn eg gjer for dei to andre, men eg ser intervjuet som nyttig fordi det i tillegg til å fortelja om bakteppet for lanseringa i 2005, altså delar av situasjonskonteksten, kan vera med på å forklara nokre av funna mine.

Ei anna utfordring var å tyda magasinane på mikrofilm. Nokre av skanningane, som er gjort frå originalavis til mikrofilm, er så uklære at det var umogleg for meg å sjå om det var fotografi eller teikningar artikkane var illustrerte med. Tekstane klarte eg likevel å tyda. Sjølv om nokre ord var utdelege, klarte eg å setja saman kva meining setningane hadde, så det fekk ikkje store følgjer for analysane mine.

### **3.2 Val av magasin**

Ettersom eg innanfor ramma til dette forskingsprosjektet har avgrensa med tid og ressursar har eg, som nemnt innleiingsvis, ikkje høve til å ta føre meg dei journalistiske tekstane i alle magasinårgangane frå 1927 og fram til i dag. Eg har derfor valt å ta føre meg alle tekstane i fem av magasinane frå kvar av årgangane 1927, 1963 og 2005, årstala då A-magasinet vart lansert og relansert. Ved å nytta desse årgangane kan eg samanlikna funna mine med tankane og målsetjingane Aftenposten sjølv uttalte i framkant av lanseringane. Det er omlag like store tidssprang mellom dei tre periodane, 36 år frå 1927 til 1963 og 42 år frå 1963 til 2005. At tidsspranga er omlag like store er ein fordel når eg skal samanlikna årgangane, ettersom det gjev studien regularitet.

For å få eit utval tekstar som er representativt for heile årgangen har eg valt vekene strategisk. Eg har valt å ta føre meg det første magasinet i kvar årgang, ettersom stoffmiksen og utsjånaden på det magasinet truleg er nøye gjennomtenkt av redaksjonen, og fordi redaksjonen gjennom det første magasinet seier noko om kva magasinet er og kva det skal stå for. Dei fire andre magasinane er frå ulike tider på året for å sikra at eg fangar opp eventuelle sesongvariasjonar. Utvalet er fordelt slik at eg har eit magasin på nyåret, eit om våren, eit om

sommaren eit om hausten og eit om vinteren. Eg har teke sikte på å unngå temamagasin som julemagasin, og magasin som kjem ut midt på sommaren når det normalt er mange sommarvikarar på jobb. Eg enda opp med magasin frå vekene 1, 10, 20, 30 og 40 i kvar av årgangane bortsett frå 2005. Etersom det første magasinet i denne perioden kom ut 21. oktober, altså om hausten, valde eg å nytta meg av desse magasinane: 01/05, 01/06, 10/06, 20/06 og 30/06. Slik får eg eit utval som stemmer overeins med utvalet i dei to andre årgangane i høve til årstid og spreining over tid. Sjølv om den siste årgangen fordelar seg på 2005 og 2006 vel eg likevel å kalla han for 2005 i resten av teksten. På same måte kallar eg den første perioden for 1927, til tross for at det første magasinet kom ut i desember 1926.

Totalt har eg analysert 153 journalistiske tekstar (Vedlegg 1). Registreringa har eg gjort i Excel, i og med at datamaterialet ikkje var meir omfattande enn at eg kunne danne meg ei oversikt på eigahand på ein god måte. Alle magasinane frå 1927 og 1963 har eg henta frå mikrofilm. A-magasinet frå 2005 har eg fått digitalt frå Aftenposten. Ved å velja fleire magasin per årgang får eg tilstrekkeleg materiale til å kunne dra konklusjonar om tendensar og trekk for årgangane. Eg vinn på å gå i djupna, men tapar på breidde. Det vil jo vera stor skilnad på det A-magasinet som kom i 1926 og det som gjekk inn i 1942. På same måte vil det vera stor skilnad på A-magasinet som kom i 1963 og det som gjekk inn 20 år seinare. Ved å velja bort kontinuiteten er det ikkje mogeleg for meg å sjå når A-magasinet sine diskursar endrar seg. Analysen min vil likevel tydeleg visa endringane som har skjedd ettersom tidsspranga er store.

### **3.3 Innhaldsanalyse - eit overblikk**

For å danne meg ein oversikt over det journalistiske analyse materialet, har eg valt å nytta ein metode som ofte vert referert til som innhaldsanalyse i mediesosiologien. Med hjelp av innhaldsanalyse vil eg gjera kvantifiserande samanlikningar av førekomstar av visse element i artiklane, «nogot som t.ex kan vara av interesse om man vill studera förändringar över tid» (Bergström og Boréus, 2005, s. 18). Med hjelp av innhaldsanalysen ynskjer eg nettopp å avdekka tendensar og strukturar som seier noko om endringane av A-magasinet over tid. Artiklane vert analyserte med eit sett kodar som er utleia av byggjesteinane til sjanger og diskurs. For å kartlegga sjangertrekk opererer eg med anna med variablar som teksttype, metodebruk og forfattaren i teksten. I tillegg kartlegg eg kva tema magasinane tek føre seg, ettersom det kan seie noko om kven magasinet er retta mot både når det gjeld lesarar og annonsørar. Eg ser også på kven som skriv tekstane og dermed får setja agendaen, på kor

aktuelle artiklane er og på bruk av illustrasjonar. Saman meiner eg variablane kan fortelja om magasina sin diskurs.

Innhaldsanalysen skal vera systematisk, det vil seie at eg må formulera generelle reglar for korleis materialet skal handsamast og korleis dei ulike variablane skal forståast. Det er ei form for kvantitativ analyse, altså analyse av materiale som let seg behandla som tal eller som kan teljast. «Med (kvantitativ) innhaldsanalyse mener vi her dataregistrering og analyseteknikker som søker mot en systematisk, objektiv og kvantitativ beskrivelse av innholdet i et budskap» (Østbye m. fl. 2002, s. 215). At analysen skal vera objektiv tyder i denne samanhengen ikkje at ho fullt ut samsvarar med «røynda», men at eg må freista å redusera i kor stor grad kvar einskild forskar kan utøva skjønn, slik at resultata eg kjem fram til kan etterprøvast.

Trass i at dette er ei kvantitativ analyseform er ho ikkje eintydig kvantitativ. Fleire av variablane mine krev nemleg ei kvalitativ vurdering frå kodaren si side, for eksempel for å avgjera hovudtemaet i ein artikkel som har fleire tema. Altså vert kvalitative observasjonar omforma til kvantitative data. Allern, som sjølv nyttar seg av innhaldsanalyse, meiner metoden «i stor grad har inkludert forsøk på å få fram underliggende former og meninger» (Allern, 2005, s. 77).

Eit problem med innhaldsanalysar er faren for at kodingane opnar for vurderingar der kodarar kan koma fram til ulike resultat, og at reliabiliteten, det vil seie kor påliteleg analysen er når det gjeld kvaliteten på innsamlinga, tilarbeidinga og analysen av data, kan bli svekka. Det viktigaste hjelpemiddelet for å styrkja truverdet i kvantitative tekstanalysar er, ifølgje Allern, ei kodebok som utdjupar og klargjer korleis verdiane på dei ulike variablane skal forståast. Kodeboka mi ligg som vedlegg til oppgåva (Vedlegg 2).

Eg har ikkje hatt høve til å la ein annan kodar gå gjennom materialet mitt av forskingsøkonomiske årsaker, men eg har gått gjennom alle artiklane to gonger for å sikra at eg er konsekvent i forståinga av kodane. Ein gong i juni 2008 og den neste i oktober same året, slik at eg fekk artiklane på avstand før eg skulle analysera dei for andre gong. Eg har også konferert med andre der eg tykte det var naudsynt. Nokre av kategoriseringane eg har gjort vil eg utdjupa i neste delkapittel.

### **3.3.1 Nokre avklaringar**

Ein av variablane eg vil utdjupa utover det som står i kodeboka, er teksttype. Østbye m. fl. deler tekstar i tre hovudtypar: deskriptive, forteljande og argumenterande. (Østbye m. fl.,

2002, s. 71 – 72) Ein *deskriptiv* tekst legg vekt på romlege bindingar mellom elementa diskursen omhandlar. «Pulten står innerst i hjørnet på kontoret i fjerde etasje i næringsbygget», til dømes. Ei *forteljing*, eller ein *narrativ* markerer tidsmessig og kausale bindingar mellom elementa. Det vil seie at ei hending fører til ei anna, og at elementa heng saman i tid. I tillegg til kausale og tidsmessige bindingar, vert gjerne menneskeleg interesse også framheva i forteljingar. Det vil seie at ei forteljing er sentrert om eit subjekt som vil noko, eller som noko skjer med. Peter Aaslestad forklarar skilnaden på historia og ei forteljing i boka *Narratologi*: «*Historien* definerer vi som *det narrative innholdet*. *Fortelling* er selve *den narrative teksten*, det fortalte. Narrasjon er definert som *den produserende fortellehandling* og den reelle eller fiktive situasjonen som fortellerhandlingen finner sted i» (Aaslestad, 1999, s. 27, forfattern sin kursivering). Når eg snakkar om narrativer eller forteljingar i analysekapittelet mitt meiner eg altså det Aaslestad kallar sjølve den narrative teksten.

Ein *argumenterande* tekst freistar overbevisa mottakaren om noko. Eit kjenneteikn ved slike tekstar er at dei etablerar logiske samanhengar mellom elementa med ord som derfor, fordi, om – så.

Svennevig, Sandvik og Vagle opererar i tillegg med ein fjerde teksttype, *instruksjonar* (Svennevig, Sandvik og Vagle, 1995, s. 189 - 191). *Instruksjonar* er instruerande tekstar som bruksanvisingar og lær-deg-sjølvs-tekstar. Eg vel også å nytta denne verdien ettersom han rommar artiklar av typen: «Slik kan du få billigare bustadlån» og matoppskrifter, som eg reknar med å finna i mitt materiale.

Fleire av artiklane i analys materialet består av fleire teksttypar. Til dømes er mange av artiklane bygde opp av både deskriptive og forteljande element. I kodinga mi har eg valt å ta utgangspunkt i den dominerande teksttypen i kvar av artiklane. Narrative tekstar er tekstar med ei forteljing som det berande elementet, medan tekstar som opnar forteljande for så å sleppa forteljinga og gå over til å bli deskriptive vert kategoriserte som deskriptive.

Forfattern sine arbeidsmetodar har mykje å seie for teksten sitt uttrykk og måten røynda vert presentert på. Ved val av metode vel journalisten også til ein viss grad kva stemmer som skal vera synlege i artikkelen. Eg har valt å operera med metodane: *Observasjon*, *referat*, *intervju* og *direkte forfatterrefleksjon*, også desse verdiane vil eg forklara nærare. Med *observasjon* meiner eg det journalisten ser og opplever med egne auge. Skildringar av miljø, situasjonar, menneske, og scener journalisten har vore vitne til høyrer til her. Samtalar som går føre seg i scenene kallar eg dialogar. Om teksten referer til andre kjelder sine opplevingar, kategoriserar eg dette under metoden *referat*. *Intervju* er samtalar

mellom journalist og kjelde der rollefordelinga er klar, journalisten stiller spørsmål og kjelda svarer og snakkar til lesaren via sitat. Rekonstruerte scener er også ofte baserte på intervju. Dette gjeld scener journalisten sjølv ikkje har sett, men som han får skildra av intervjuobjekt. Med *direkte forfatterrefleksjon* meiner eg at journalisten tydeleg stiller spørsmål til og/eller reflekterer over det som kjem fram i teksten. Direkte forfatterrefleksjon kan førekomma i tekstar både med og utan bruk av ein «eg»-forteljar.

Journalisten vil alltid vera synleg gjennom kjeldeval, posisjonering for observasjon og vinkling. Den påverknaden vil eg ikkje måla i innhaldsanalysen min. I presentasjonen av resultatane mine vil eg nytta fleire eksemplar for å forklara funna og kategoriseringa mi i høve til dei ulike variablane og variabelverdiane.

### **3.4 Kvalitativ tekstanalyse**

Gjennom innhaldsanalysen har eg danna meg ei oversikt over overordna tendensar i analysematerialet, men eg kjem ikkje særleg i djupna på tekstane. Derfor meiner eg det er ein fordel å kombinera innhaldsanalysen med kvalitativ metode, noko også forskarane og forfatarane Göran Bergström og Kristina Boréus rådar til. Dei meiner at det å gå i djupna på ein del av tekstmaterialet, etter at ein har danna seg oversikt over innhaldet, og samstundes skaffa seg kjennskap om sjangrane og materialet sine diskursar, styrkjer metoden (Bergström og Boréus, 2005, s. 78).

Eg har valt å analysera ein reportasje frå kvar periode, som eg meiner er typisk ut frå resultatane etter den kvantitative analysen. På den måten får eg eksemplifisert dei viktigaste funna i innhaldsanalysen. Eg har også her valt å ta utgangspunkt i Hågvar sin guide for diskursanalyse av avisartiklar. Kulturkonteksten og delar av situasjonskonteksten og den tekstuelle konteksten har eg allereie gjort greie for i framkant av innhaldsanalysen. I den kvalitative analysen tek eg føre meg teksten sin komposisjon, metodebruk, stemmer i artikkelen og bruk av språklege verkemiddel. Til slutt forklarar eg tekstutforminga i lys av konteksten (Hågvar, 2007).

Ved også å gå kvalitativt til verks kan eg peika på fleire trekk ved artiklane som den kvantitative delen av analysen min ikkje fangar opp. Medan innhaldsanalysen legg vekt på å registrera materiale det er mogeleg å handsama som tal, produserar kvalitative studiar meir fleirtydig materiale. På den måten vert det mogeleg for meg å seie noko om til dømes kva som skjer med dei journalistiske tekstane når intervjuet som metode styrkar sin posisjon i journalistikken. Kvalitativ tekstanalyse vert blant enkelte kritisert fordi ein ikkje kan

produsera klare, eksakte resultat. Men fordelene med analyseforma er at ho opnar for nyansar og fleirtyding (Genitkow, 2005). Metoden er opent sjølvrefleksiv, og eg er samd med Genitkow i at det kompenserar for mangel på formaliserte, standardiserte konvensjonar.

Det vesentlege forskingsinstrumentet i kvalitative metodar er meg som forskar. Eg måler ikkje, men vurderar og fortolkar ut frå mine eigne kunnskapar. Desse fortolkingane er diskutabile (Genitkow, 2005). For å vega opp mot denne feilkjelda har eg heile vegen vurdert meg sjølv og vore sjølvrefleksiv. Eg har stilt meg sjølv spørsmål om metodane eg har nytta undervegs, og om eg får svar på spørsmåla eg i utgangspunktet stilte til teksten.

Av omsyn til tida og plassen eg har til disposisjon i arbeidet med denne oppgåva, har eg valt vekk å gjera ei djuptgåande analyse av layouten i dei kvalitative analysane, sjølv om også layouten er viktig for forståinga av teksten. Det er også utfordrande å finna eit analyseverktøy på layout som kan nyttast både på gamle og nyare avissider.

### **3.5 Kvalitativt intervju**

Ettersom det er særleg lite skriftleg materiale som tek føre seg A-magasinet, har eg valt å supplera med kvalitativt intervju. Eg freista få tak i strategidokument eller ein utredningsrapport som kunne seie noko om kva Aftenposten tenkte då dei på ny valde å satsa på A-magasinet i 2005. «Det finnes dessverre ingen utredningsrapport fra relanseringen som jeg kan vise til. Vi laget en del regnestykker, men de er selvfølgelig konfidensielle» (Løken Stavrum, epost februar 2008). Det har heller ikkje lukkast meg å få strategidokument frå dei tidlegare lanseringane.

Min informant er reportasjeleiar i A-magasinet Lene Skogstrøm, som var aktivt med i planlegginga av det nye magasinet. Eg har valt å gjera eit semistrukturert intervju der eg har definert tema på førehand (Vedlegg 3). Ved å ikkje laga for detaljerte spørsmål på førehand, gjev intervjuforma stor fleksibilitet ettersom det er mogeleg å stilla oppfølgingsspørsmål. Intervju med opne spørsmål innbyr informanten til å setja i gang tankane sine og produsera svar med eigne ord (Genitkow, 2005, s. 92-93).

Alle kjelder har sin eigen agenda. Kjelder er først og fremst leiarar og informantar som opptre på vegne av ulike institusjonar, departement og etatar, bedrifter og organisasjonar (Allern, 1997, s. 10). Eg har erfart at dette gjeld for forskning også. Leiinga i A-magasinet og Aftenposten er ikkje interesserte i å avsløra alle sine strategiske tankar, noko Skogstrøm også sa eksplisitt i høve til å lansera kva planar Aftenposten har for A-magasinet i tida som kjem.



Eg valde å reisa til Oslo og intervju Skogstrøm andlet til andlet. Genitkow føretrekker slike intervju ettersom det etter hennar erfaring produserar rikt materiale. Direkte samvær lettar forståinga av det den andre seier, det vert lettare å stilla spontane spørsmål og nærværet gjev rom for refleksjon, noko som gjev analyseforma høg validitet (Genitkow, 2005, s. 84). Etter intervjuet sjekka eg informasjonen eg fekk frå informanten opp mot informasjonen eg har funne gjennom å lesa aviser i lanserings- og relanseringsperiodane, for å sjå at informasjonen ikkje er motstridande. For å sikra meg at eg fekk med meg alle fakta, valde eg å ta opp intervjuet på band.

Informasjonen frå intervjuet knyter eg inn i analysekapittelet der eg meiner det gjev ei utfyllande forståing av funna mine.

### **3.6 Samla validitet og mogelegheiter for å allmenngjera**

Oppgåva sin validitet, det vil seie gyldigheit, går på kor relevante analyseformene og data eg har samla inn er for problemstillinga. At eg måler det eg sikter mot å måla (Østbye m. fl. 2002, s. 39). Eg har heile vegen sikta mot å gje oppgåva så god validitet som mogeleg, og har reflektert over operasjonaliseringane eg har gjort. Når eg valde variablar i innhaldsanalysen, vurderte eg kva relevans variabelen har i høve til problemstillinga mi. Omgrepet validitet refererer også til den fortolkande framgangsmåten som karakteriserar kvalitativ metode, ettersom også den er ute etter å produsera valid kunnskap for å nå sanningar (Genitkow, 2005). I tillegg til at eg har reflektert over eigen metode har eg på ulike nivå i analysen sett mine data i høve til ulike teoretiske perspektiv. Eg har også undersøkt om mine funn samsvarar med tidlegare forskingsfunn, noko eg meiner styrkjer validiteten.

Genitkow meiner ein kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ metode kan vera eit vakkert ideal, men at det sjeldan fungerer i praksis, ettersom materialet kan bli omfattande og vanskeleg å handtera (Genitkow, 2005, s. 36). Eg er samd med Genitkow i at materialet kan bli stort, men eg meiner at dersom ein gjer eit utval som er overkommeleg, er det godt mogeleg å kombinera dei to metodane. Som Bergström og Boréus meiner eg at innhaldsanalyser med fordel kan kombinerast med kvalitative metodar (Bergström og Boreus, 2005). Den kvalitative analysen gjer det mogeleg for meg som forskar å sjå nye samanhengar. Eg har sett fleire oppgåver som har kombinert kvantitativ og kvalitativ metode på ein god måte. Eksempel på det er Elsebeth Frey sin hovudfagsrapport *En analyse av nyhetsreportasjen i tre norske aviser* (2007) og Bibiana Dahle Piene si masteroppgåve *Et gudsførlatt land* (2006). Eg meiner at metodane utfyller kvarandre og gjer oppgåvene rikare.

Om ein kan generalisera til ei breiare gruppe er avhengig av mellom anna tal på einingar i utvalet, tal på konstruerte veker og kor mange kodingseiningar materialet består av. Eg meiner eg med utvalet mitt har fått eit godt bilete av dei ulike periodane, slik at eg kan peika på typiske trekk og tendensar i A-magasinet. Eg kan ikkje utan vidare overføra alle funna til andre medier og aviser, ettersom A-magasinet som helgemagasin har hatt ei særstilling i 1927 og 1963, og sidan dei ulike magasinane i 2005 ser ut til å ha ulike profilar og satsingsområde, som Holten påpeikar. Diskursane eg finn i dei ulike årgangane generelt er jo gjevne av alle tekstane eg finn i magasinårgangane, ikkje berre dei journalistiske. Eg meiner likevel at analysane mine gjev gode tidsbilete på sjangerutviklinga i dei journalistiske tekstane, og at desse funna kan nyttast som brikkar i vidare forskning om sjangerutvikling i journalistikken i Noreg generelt.

## Kapittel 4 – Historiske liner

Ettersom årgangane er produserte til ulike tider vil også magasinet sitt generelle, kulturelle bakteppe vera ulikt. For å forstå kva tilhøve A-magasina oppstod under er det viktig å kjenne til kva tekniske moglegheiter pressa hadde, kor langt profesjonaliseringa av journalistyrket var kome, kva konkurrentar pressa hadde og korleis avismarknaden fungerte. Her vil eg rissa opp det generelle bakteppet for kvar av dei tre magasinårgangane eg analyserar.

Vidare vil eg sjå nærare på A-magasinet si historie og det eg har funne ut om situasjonskonteksten for dei ulike årgangane, før eg i neste kapittel tek til på innhaldsanalysen og den kvalitative analysen for kvar einskilt magasinårgang.

### **4.1 Kulturkontekst – frå papirpresse til digital røyndom**

I tida før A-magasinet vart lansert fann den tekniske revolusjonen i pressa stad. Mellom 1860, då Aftenposten vart grunnlagt, og 1920 endra avisene i Noreg karakter frå småskrift til storindustri med store lesargrupper. Det hang blant anna saman med betre kommunikasjon og billigare avisproduksjon. Nye jernbanetrasear gjorde at avisene kunne transporterast over store avstandar. Telegrafien og telefonen gjorde at informasjon kunne innhentast like etter at ei hending hadde skjedd, slik at avisene kunne bringa aktuelle nyhende til lesarane (Bastiensen og Dahl, 2003). På slutten av 1800-talet gjennomgjekk også landet ein industrialisering- og urbaniseringsprosess. Behovet for underhaldningslitteratur auka i takt med desse prosessane. Store mengder menneske som søkte seg til byane for arbeid vart forbrukarar av underhaldningslitteratur for å kompensera for det sosiale livet og samtalesamfunnet dei hadde reist frå (Roksvold, 1997, s. 67).

Aftenposten var aktivt engasjert i Høgre fram til 1962 og hadde eit næringsliberalt ideal. Aftenposten var også ei forretning, noko som var avgjerande for kva samfunnsinteresser avisa fremma (Calmayer og Mathisen, 1974). A-magasinet hadde ikkje like sterke bindingar til partiet som moderavisa.

Several people, who worked with the magazine felt they were allowed a more liberal approach in their professional work than in the 'mother paper' itself. However at times conflicts would occur also about the content of the journalistic contributions. (Eide, 2002, s. 108)

Viktig for kulturkonteksten er det også at A-magasinet vart lansert før profesjonaliseringa av journalistyrket tok til for fullt. Det fanst ikkje nokon journalistutdanning, og fleire av

skribentane på denne tida var også skjønnlitterære forfattarar. Dei første journalistane vart tilsette på heiltid frå 1870 og utover. Fram til då var avisene stort sett einmannsbedrifter med redaktøren som den einaste tilsette. Politiske skiljeliner mellom høgre og venstre skapte konfrontasjonar innanfor journaliststanden i 1880-åra, og dei første journalistforeiningane var hovudsakleg politiske foreiningar. Den første tverrfaglege journalistforeininga var Den norske Journalistforening som vart danna i 1883, men foreininga vart nedlagt ni år etter grunna politiske konfrontasjonar. I 1910 vart Norsk Presseforbund etablert som ein paraplyorganisasjon for eigarar, redaktørar og journalistar (Ottosen, 2004). Først i 1936, mest ti år etter den første epoken eg studerar, vart etiske normer og retingsliner felt ned i Vær Varsom-plakaten. Denne har seinare blitt revidert mange gonger (Brurås, 2001).

Etter første verdskrigen vart det tøffare kår for avisene. Internasjonal økonomi vart råka av nedgang. Eit turbulent 1920-tal glei over i ei langvarig krise i 30-åra. På denne tida, under to år før Aftenposten valte å lansera A-magasinet, fekk pressa ein ny, stor konkurrent; nemleg radioen. Ved utgangen av kringkastinga sitt første år, 1925, hadde nær 35.000 nordmenn løyst lovleg lisens som radiomottakarar. Det gav radioen eit abonnenttal tilsvarande opplaget for dei større avisene i landet. Fem år seinare, i desember 1930, var lisenstalet 83.000, og radioen hadde gått forbi Aftenposten som var landets største avis. I 1935, to år etter etableringa av NRK, var abonnenttalet meir enn det dobbelte av opplaget til Aftenposten, 189.000 mot 84.000 (Dahl, 1999, s. 223).

Men det var ikkje berre radioteknologien som utvikla seg på denne tida. Det var i 1920-åra at det vart rydda plass til pausar i teksten. Med nyhendeavisene og introduksjonen av nye sjangrar som reportasjen, auka behovet for fotografi. Dei første fotografia i norsk dagspresse vart trykte i Aftenposten i mai 1905. På byrjinga av 1900-talet var likevel biletbuk sær sjeldan kost. Dels grunna produksjonstekniske utfordringar og dels fordi dagspressa hadde ein annan funksjon enn vekepressa som i større grad nytta seg av bilete. Dagspressa skulle først og fremst gi folk politisk informasjon, medan den illustrerte vekepressa skulle innfri eit underhaldningsbehov (Sivertsen, 1991, s. 6). Dei fleste bileta kom den første tida frå nyhendebyrå, først frå mindre byrå, men i 1932 vart biletavdelinga til NTB stifta og kunne levera bilete frå inn og utland per post (NTB.no).

#### **4.1.2 Profesjonen tek form – 1963**

Okkupasjonsåra vart ein stor belastning for dei fleste norske avisene. 114 av til saman 260 aviser vart enten nedlagde eller fusjonerte med andre aviser i løpet av krigen. Aftenposten var

ei av dei 146 avisene som heldt fram. Sjølv om det ikkje var populært blant folk at avisa let seg overta av nazistane, gjorde Aftenposten gode pengar på å holda det gåande under krigen, ettersom mange av lesarane ikkje gjekk tilbake til avisene som hadde vore stansa.

Aftenposten var landets største avis under målingar som vart gjort i 1950, 1954 og 1961 (Bastiensen og Dahl, 2003, s. 299). To år etter den siste målinga pusta Aftenposten nytt liv i A-magasinet. Då hadde allereie ein ny, stor konkurrent kome på banen. I 1960 opna nemleg kong Olav NRK Fjernsynet offisielt.

Fjernsynet vart ein farleg konkurrent for avisene, ettersom det i byrjinga ikkje var avklart om fjernsynet skulle få ha reklame. Erfaringar frå utlandet viste at TV-reklame tappa avisene for annonseinntekter i så stor grad at det kunne føra til avisdaude. Sidan slutten av 1950-åra hadde sterke krefter innanfor industri, næringsliv og annonsebransjen gått inn for TV-reklame. Pressa vann likevel fram, og fekk halda reklamen for seg sjølv (Bastiensen og Dahl, 2003, s. 403-407).

At avislesarane vart TV-sjåarar var noko avisene måtte ta omsyn til i spaltene sine. Avisene byrja mellom anna å trykkja TV-program og korte førehandsomtalar av programma. I tillegg til at fjernsynet til ein viss grad prega kva avisene skreiv om, vart fotografiet viktigare, noko også ny teknologi medvirka til. Mellom anna var telefotoutstyret som gjorde det mogeleg å overføra bilete frå ein stad til ein annan utvikla, og dermed vart det mogeleg for avisene å bli først ute med nyhende frå alle stader i verda. Aftenposten var, som på så mykje anna, først ute også med dette. 26. oktober 1947 mottok avisa telefoto som den første i Noreg. Tre bilete frå ein fotballkamp i Stockholm (Wasberg, 1960, s. 248). Pressa fekk også nye trykkemetodar som gjorde det lettare å nytta fotografi. Frå 1950 til rundt 1970 vart biletraten i norske aviser mest dobla frå 15 prosent til 30 prosent.

I etterkrigstida kom profesjonaliseringa av journalistyrket med ny styrke, og først i 1946 vart Norsk Journalistlag oppretta som den første varige foreininga for folk med journalistiske yrke. Journalistlaget var eit teikn på større sjølvmedvit i pressa. Sjølv om folk «kjempa mot kvarandre» i spaltene, var dei samde om at dei hadde same profesjonelle interesser. I 1950 fekk også redaktørane si eiga foreining, Norsk Redaktørforening som også vedtok redaktørplakaten som vart ei varig norm for norsk presse (Bastiensen og Dahl, 2003).

På denne tida vart det sett fokus på journalistane si utdanning. Mangelen på journalistisk utdanning var eit tema som både Norsk Presseforbund og fagbladet Journalisten brann for. Hausten 1946 vart det organisert eit seks månader langt deltidskurs for dagspressa sine journalistar. 89 personar søkte seg til kurset, 54 av dei fekk plass. Kurset gjekk kvart år fram til 1949. Då konkluderte ein komité med at det måtte opprettast eit «Journalistakademi»

i Noreg. Akademiet opna 5. september 1951, og medverka til å profesjonalisere journalistyrket.

For første gang fikk norsk presse altså tilgang på unge medarbeidere som hadde faglig utdanning i journalistikk. Det innebar en opprustning av avisene. Sammen med den nye tverrpolitiske organiseringen av både journalister og redaktører begynte avisbransjen i etterkrigstiden å bli mer profesjonalisert enn før, med særlig virkning for den nye journalistgenerasjonen. (Bastiensen og Dahl, 2003, s. 297-298)

Profesjonaliseringa førte med seg eit nytt syn på journalistikk og kva journalistane si oppgåve var. Nyhendetrekanten og prinsippet om fallande viktigeheit vart overordna, og ein tørkeperiode råka den litterære journalistikken i Noreg (Bech-Karlsen, 2002).

#### **4.1.3 Inn i dataalderen – 2005**

Då A-magasinet vart relansert i 2005, den siste perioden eg analyserar, har journalistyrket gjennomgått ein stor grad av profesjonalisering. Det er journalisthøgskule i Oslo, Volda, Stavanger og Bodø, i tillegg til at fleire private utdanningsinstitusjonar tilbyr faget.

Journalistrolla starta som eit underbetalt lågstatusyrke med relativt låg sosial prestisje. I 2005 er journalistikk eit motefag, og det krevst sær gode karakterar for å bli tatt opp ved studiet. Journalistfaget har utvikla seg i skjeringspunktet mellom dei akademiske institusjonane, teoribygging og yrkesorganisasjonen sine krav om dugleikar. Men sjølv om ein stor del av journalistane i denne perioden har journalistisk utdanning, er ikkje journalistikk ein godkjent profesjon. Utdanning er ikkje obligatorisk for ein journalist (Ottosen, 2004, s. 114).

I tillegg til å ha blitt meir profesjonalisert er arbeidssituasjonen til 2005-journalistane vorten digitalisert. Datamaskina er allemannseige og eit viktig arbeidsverktøy for redaksjonane. Fotokamera er vortne digitale, og behandling av bilete kan gjerast i enkle dataprogram. Med datamaskinene kom også internett, og i løpet av 1990-åra vart internett tilgjengeleg for dei fleste. 6. mars 1995, to dagar før Dagbladet, lanserte Brønnøysund Avis landets første nettavis. I 2004 var det heile 1803 nettaviser i Noreg (Krumsvik, Ottosen og Steensen, 2005, s. 9). Nettavisene får ein stadig større del av annonsemarknaden, og har etter kvart fått fleire lesarar enn papiirutgåvene. I 2004 gjekk mellom anna VG si nettutgåve forbi papiirutgåvene til Aftenposten og Dagbladet. Året etter var etterspurnaden etter annonseplassar større enn det nettavisene klarte å tilby (Krumsvik, Ottosen og Steensen, 2005).

Perioden frå 1980 og framover har vore prega av dereguleringar, kommersialisering og privatisering av media. I 1989 vart Aftenposten og VG sin utgivar Schibsted gjort om til eit AS, med alle aksjar eigd av familien. I 1992 gjekk selskapet på børs. Krysseigarskap er

vorte vanleg, og meir enn halvparten av avisopplaget i landet vert kontrollert av Schibsted, Orkla og A-pressen (Bastiensen og Dahl, 2003). John H. McManus viser i ein modell korleis annonsørar, investorar, eigarar og mediefirma har innverknad på avgjerder når det gjeld nyhende (McManus, 1994, s. 23). Han peikar på at mediehus er økonomisk avhengige av eigaren sin. Redaktøren lagar budsjett i høve til avisa sin økonomi, og normer og mål for avisa ut frå dette. Marknadsplanen som vert lagt til grunn kan indirekte vera med på å bestemma kva type «røyndom» avisa presenterar. Tidlegare kan ein seia at partia hadde denne rolla, og at avisa sin journalistikk til ein viss grad spegla partiet sine meiningar.

Medieeigarane tek ut utbytte frå avisene, som derfor har små sjansar til å spara opp midlar i gode tider. Avisene er derfor særst sårbare for svingingar i marknaden. Når det går dårleg for finansnæring og bedrifter, fell annonsetala og avisene får dårlegare økonomi, noko som igjen fører til nedbemanningar. Aftenposten har dei siste åra gått gjennom fleire nedskjeringsrundar. I 2004 vart det klart at Aftenposten måtte nedbemanna med i overkant av 100 årsverk (Geard, 2004).

Internett har på same måte som radio og fjernsyn bidrege til å endra vilkåra for papiravisene. Papiravisene må som følgje av nettavisene tenkja nytt for å halda oppe lesartala og opplaget. Ettersom lesarane kan få med seg heile nyhendebiletet på nettet er det ikkje lenger naudsynt å kjøpa avisa for å få tilgang på nyhender. I kjølevatnet av dette byrjar avismagasinet, som A-magasinet i relansert versjon, å poppa opp.

## **4.2 A-magasinet – tre epokar**

Det var først i desember 1926 at Aftenposten lanserte at dei skulle starta eit eige magasin som skulle koma ut på laurdagar. I morgonutgåva onsdag 15. desember 1926 informerte Aftenposten lesarane sine om nysatsinga:

Aftenpostens julenummer fremtreder iaar for første gang i form av et magasin. I format og utstyr vil det forøvrig tjene som mønster for det uke-magasin, som Aftenposten fra nytaar skal utgi, og som gratis skal sendes til alle abonnenter. (Aftenposten morgen, 15. desember, 1926)

Aftenposten fortalde lesarane at magasinet mellom anna skulle innehalda ein originalroman frå Sven Elvestad, julenøtter, ein artikkel om korleis Oslo ville ha sett ut under andre himmelstrøk og barnesider med Robin Hood. «Vi haaber, at det blir en julegave, som alle vil sætte pris paa.»

Same dag som Aftenposten gjekk ut og reklamerte for magasinet, gjekk fristen for å levera forslag til namn på det nye magasinet ut. Premien som var lova vinnaren var på 500

kroner. 16. desember kunne Aftenposten informera om at det var kome inn godt over 15.000 forslag til namn. Først 31. desember, dagen då julenummeret kom, fekk lesarane vita kva namn Aftenposten hadde valt. Det nye magasinet skulle heita A-magasinet, som ingeniør Erik Skogen frå Oslo hadde foreslått. (Seinare har redaksjonen veksla mellom å kalla magasinet A-magasinet og A-Magasinet. Eg vil nytta meg av den første forma i resten av avhandlinga.) Vinnaren vart presentert på førstesida til Aftenposten sitt morgonnummer med namn, bilete, full adresse og eit humoristisk, lite intervju:

Og mens fotografen igaar gjorde sit yderste, fik vi endnu nogen ord ut av vinderen: – En ulykke kommer sjelden alene, saadan sikkerlig ogsaa med lykken. Foruten allerede antydede følelse synes jeg bestemt at merke yderligere øket respekt fra min hustrus side. Hun sporer sikkert en statslønnet forfatterstilling, i by-, fylkes- og stationsnavner. Fra spøk til alvor: Jeg haaber at det nye magasin altid vil bli abonnentene like kjærkommet som det første nummer var mig, selv om det ikke blir dem overbragt med og av et saa hyggelig bud- - - (Aftenposten morgen 31. desember 1926)

Det første magasinet kom ut i 100.000 eksemplar 31. desember 1926 med H. Endsjø som redaktør (Aftenposten morgen 15. desember, 1926; Wasberg, 1960). Magasinet følgde ikkje med Aftenposten i laussal, så dei som ikkje abonnerte på avisa måtte kjøpa det i tillegg til Aftenposten (Aftenposten morgen, 31. desember, 1926).

Grunna krig og papirrasjonering måtte A-magasinet innstillast i 1942. Sjølv om magasinet utgjekk, freista Aftenposten så langt som råd å overføra noko av A-magasinet sitt underhaldningsstoff til hovudavisa sine spalter i laurdagsnummeret. Men det tok mange år før A-magasinet kom tilbake. Papirrasjoneringa vart oppheva i 1954, men A-magasinet vart det likevel ikkje blåst nytt liv i. I staden valte Aftenposten å gi ut eit underhaldningsbilag som vart kalla «De seks Søndagssidene» (Wasberg, 1960, s. 310). Først i januar 1963 kom A-magasinet tilbake. «Når vi tar opp igjen navnet med den gode klang, er det fordi Søndagssidene nu efterhvert har fått et format og et innhold som berettiger oss til å betegne det som et selvstendig ‘magasin’», skreiv A-magasinet på side 2 i den nye førsteutgåva. Magasinet skryter av hendigare format, betre utstyr og at delar av magasinet frå februar av også skal trykkjast på finare papir som gjev betre grunnlag for bilete. Magasinet skal framleis vera til hygge og underhaldning, slik som Søndagssidene var, men etterkvart skal det bringa stoff om hus og heim, born og familieliv, hushald og klede. Aftenposten vil også halda på dei mannlege lesarane: «For manfolk vil vi forsøke å bringe mer aktualitetspreget reportasje, idet vi vil legge an på å belyse «nyheten bak nyheten» på en måte som det ellers ikke er plass til i den ordinære avis» (A-magasinet nr. 1/1963). Magasinet spelar tydeleg på tradisjonelle kjønnsroller. Kvinner er opptekne av hus og heim, mannfolk vil ha tyngre stoff. I tillegg til



elementa som er nemnt over skal A-magasinet innehalda barnesider, noveller, kryssord og avisa sitt radio- og TV-bilag.

I ein periode gjekk A-magasinet særers bra økonomisk. Det var eit avansert blad utstyrmessig, og hadde åleine større annonseinntekter enn Dagbladet, som var den største dagsavisa utanfor schibstedgruppa (Calmeyer og Mathisen, 1974, s. 23). Men etter kvart gjekk det dårlegare, og i april 1993 var det slutt igjen. «Aftenpostens styre og administrasjon har for flere måneder siden vedtatt nedleggelse; vi koster for mye penger – noe vi visstnok alltid har gjort» (A-magasinet 1993 nr.13/14).

#### **4.2.1 Det siste forsøket**

Etter årtusenskiiftet vart marknaden for avismagasin betre, og Dagbladet Magasinet vart populært både blant lesarar og annonsørar. 19. mai 2005 annonserte Aftenposten Morgen at Aftenposten ville ha sin del av magasinmarknaden. I oktober ville dei koma med eit helgemagasin saman med morgonnummeret på fredagar. «Bakgrunnen for at vi gjør dette nå, er en kombinasjon av at våre lesere vil ha det, samtidig som vi tror formatet passer godt til våre journalistiske idealer. Dessuten ønsker vi å erobre mer av den tiden folk bruker på å lese Aftenposten», sa sjefredaktør Hans Erik Matre til avisa. Han grunnjev valet av utgjevingsdag med at Aftenposten ynskjer å være først ute til å møte helgelesarane.

Reportasjesjef i A-magasinet, Lene Skogstrøm, fortel at ein viktig årsak til at Aftenposten starta opp att A-magasinet var for å hanka inn nye annonsekroner. Annonserane magasinet appellerte til var store og det var ikkje dei same som dominerte elles i Aftenposten. I tillegg var det viktig for Aftenposten at abonnentane dei hadde skulle lika magasinet. A-magasinet har ikkje tradisjon for å vera laussalsavis, og noko av målet med relanseringa av A-magasinet var å halda på abonnentane (Skogstrøm, 2008, intervju).

Kjersti Løken Stavrum, som vart henta frå KK til Aftenposten året før for å utvikle featureavdelinga og som vart redaktør for A-magasinet, sa at helgemagasinet skulle bli noko nytt:

Dette blir et ukentlig magasin på glanset papir, men det blir ikke noe nytt A-magasin. Likevel vil vi videreføre de gode opplevelsene våre lesere hadde med A-magasinet, samtidig som vi vil utvikle det faglige innholdet. Folk går ikke lenger på pub bare for å drikke øl, man går også dit for å delta på quiz. Det er en trend at folk ønsker å vite mer. Derfor vil vi gi leserne en ny kunnskap- og leseropplevelse. (Haugen, 2005)

Sjefredaktør Matre hevda at det nye magasinet ikkje ville bli ei kloning av A-magasinet som gjekk inn i 1993, men at Aftenposten hadde registrert saknet etter det gamle

magasinet. Dei hadde leita etter kva som var så bra med det, og kome fram til at det å popularisere kunnskapsjournalistikken var ein av faktorane. For å finna sin nisje i konkurransen med dei andre helgemagasina, testa redaksjonen ut ulike prøveutgåver av A-magasinet på ei lesargruppe bestående av eit utval abonnentar. Desse ville, ifølgje Skogstrøm, ikkje ha kjendisar og artiklar som kunne passa inn i kvinneblad som KK, men aktuelle reportasjar. Etter kvart vart profilen klar. Då A-magasinet vart lansert fortalde Stavrum at målet var å laga eit magasin det skal vera lett å bli klok av. Medan Aftenposten sitt slagord var «Det er godt å vite», skal magasinet sitt vera «Det er gøy å vite». Stavrum lova at magasinet skulle formidla kunnskap og innsikt, men samstundes ivareta behovet for å kunne kosa seg med lesinga, ettersom magasinet skulle koma ut i helga. Dagen då A-magasinet kom ut, 21. oktober 2005, vart det presentert slik på leiarplass:

Når vi nå lanserer et nytt magasin, er det vanskelig å unngå sammenligningen med det forrige A-magasinet. Likevel er det ingen tvil om at dette er et nytt magasin. Våre ambisjoner med dette magasinet er å by på leseropplevelser og formidle innsikt og kunnskap. Vi har en målsetning om å lage et magasin det skal være lett å bli klok av. I så måte baserer vi oss på de beste verdiene fra Aftenposten og «det gamle» A-magasinet. (Stavrum, 2005)

Til Klassekampen fortalde Stavrum at A-magasinet skal vera urbant orientert «Verken kvinner eller menn skal være i fokus. Vi vil ikke rette oss mot verken kvinner eller menn som en målgruppe. Vi har i dag et produkt som leses av fifty-fifty. Leserne våre defineres mer av at de bor i by» (Haugen, 2005). Målgruppa var Aftenposten sine abonnentar som har høg utdanning og høg inntekt.

Trass i at magasinet skulle bli noko nytt og at det var gått nesten 80 år sidan A-magasinet fekk namnet sitt, valde Aftenposten å halda på det gamle namnet. Redaktøren for magasinet begrunna det slik:

Vi brukte lang tid på å bestemme oss for navnet; A-magasinet. Men vi hadde ingen gode konkurrenter. A-magasinet er et godt navn. Og til slutt kom vi til at magasinet sannsynligvis ville bli kalt A-magasinet, uansett om vi hadde kommet opp med et annet navn. (NTB 26.august, 2005)

Ifølgje reportasjeleiar Skogstrøm kom Aftenposten fram til at A-magasinet var ei så sterk merkevare at det ville vera dumt ikkje å nytta seg av det. Ho fortel at det viste seg å vera smart ettersom folk flest hadde positive kjensler ovanfor det gamle A-magasinet.

– I starten møtte me kanskje litt motbør ettersom lesarane ikkje tykte det nye A-magasinet likna det gamle, at det var annleis. Me fekk dei reaksjonane fordi folk trudde det

gamle A-magasinet skulle koma tilbake. Men me vart jo enormt godt mottekne, me har hatt enormt bra lesartal og dei har stege heile vegen, seier Skogstrøm (Skogstrøm, 2008, intervju).

Skogstrøm fortel at ein av måtane A-magasinet skulle skilja seg frå konkurrentane Dagbladet Magasinet og VG Helg på, var at artiklane i A-magasinet skulle vera betre formidla. Ho fortel at den nye redaksjonen la stor vekt på å skolera sine journalistar i det å skriva forteljande journalistikk, dei hadde med anna kurs med Mikkel Hvid.

– Målet er at tekstane i A-magasinet skal vera så godt skrivne at når ein først byrjar å lesa ein artikkel, skal ein lesa heilt til slutt, seier Skogstrøm.

Opplagstala til Aftenposten Morgen, som A-magasinet er eit bilag til kvar fredag, har auka for kvar av periodane eg undersøker. Verken Aftenposten sjølv eller Mediebedriftenes landsforening (MBL) har opplagstala for 1927, ettersom registreringa av opplagstal ikkje starta før i 1937/38. Dei første tala MBL har på Aftenposten er frå 1938, opplaget låg då på totalt 84.875 aviser (MBL, telefonsamtale). I 1963 har talet meir enn dobla seg til 181.582, medan opplaget i 2005 var på 252.716 (MBL).

Kva rommar så dei ulike magasinårgangane og kjennemerker dei? I neste kapittel vil eg gje ei grundig innføring i nettopp det.

## Kapittel 5 – Ei reise gjennom tid og tal

No vil eg ta dykk med på ei reise gjennom tid, tabellar, tal og tekststruktur. I dette kapittelet vil eg gå kvantitativt til verks og undersøka kva diskursar og sjangertrekk som kjenneteiknar dei ulike årgangane av A-magasinet. Eg har valt å analysera journalistiske artiklar med ein tekst som utgjer meir enn ei spalte. Eg vil likevel gi eit bilete på kor mykje fiksjonsstoff, småtekstar og andre element A-magasinet inneheld, ettersom det også er ein viktig del av kommunikasjonen mellom magasinet og lesarane, og ein viktig del av dei journalistiske artiklane sin tekstuelle kontekst.

Etter å ha danna meg ei oversikt over kva trekk og tendensar som kjennemerker dei journalistiske artiklane generelt og reportasjesjangeren spesielt, vil eg gå kvalitativt til verks og visa korleis desse trekka og tendensane artar seg i reportasjane når det gjeld til dømes teksttype, metodebruk, forfattaren i teksten og kjeldebruk. For kvar epoke vil eg drøfta funna mine opp mot gjeldande teori på området.

### 5.1 *Den personlege perioden – 1927*

Eg har valt å kalla den første perioden for *Den personlege perioden*. Det på bakgrunn av at analysane mine viser at journalistane i stor grad var til stades i tekstane, noko eg vil koma tilbake til seinare. Først vil eg gi eit innblikk i den tekstuelle konteksten til dei journalistiske artiklane eg har analysert.

Kvart av magasinane eg analyserar frå 1927 er på totalt 24 sider. Rundt to sider er sett av til romanseriar kvar veke. I dei fire første magasinane eg analyserar er det romanen «Hvorledes doktor Wrangel kom» av Sven Elvestad som får plass. Denne vert avløyst av ein ny romanserie, «Mr. Glawsons norgesfærd» som er skriven for A-magasinet av Øvre Richter Frich (A-magasinet nr. 40/1927). Den nye romanserien er tydeleg prioritert av redaksjonen, i og med at han også prydar framsida med ein stor illustrasjon og det første avsnittet frå romanen.

I tillegg til romanseriene og dei 53 journalistiske artiklane eg har analysert, inneheld magasinet mange humoristiske innslag i 1927. Både i form av karikaturteikningar, teikneseriar og små vitsar. Humoren er spreidd rundt i heile magasinet, og større teksttunge artiklar vert ofte brotne opp av vitsar med forholdsvis store illustrasjonar. Magasina har også eigne sider der vitsar vert miksa med kuriøse notisar frå røynda. Blant anna i nummer 30/1927 under vignetten ?-!, der eit fotografi viser møtet mellom «Atlanterhavsflyveren

Chamberlin og hans mor etter den spennende tur. Det bevægende møte fandt sted i England, hvortil moren hadde reist, men ikke fuldt så hurtig som sønnen». På same side står fleire småsaker med bilete til, samt vitsar som denne:

Første indbrudstyvs hustru: »Hvad skal lillegutten deres bli, naar han blir stor?«

Anden indbrudstyvs kone: »Jeg antar han kommer til at følge i sin fars fingeravtryk«.

Såkalla «vittighetsblad» med satire, vidd, poengterte replikkar og karikaturteikningar var sær populære på denne tida. «Gjennom humor, vidd og satire kunne vittighetsbladene oppnå en viktig rolle som den fjerde statsmakt. De har også hatt betydelig innflytelse på opinionsdannere – ikke minst gjennom den betydning bladets tegnere kunne få» (Bastiensen og Dahl, 2003, s. 219). Kanskje var det etter inspirasjon frå desse at Aftenposten krydra magasinet sitt med så mykje humor.

Borna får mykje lesestoff i denne perioden, tre sider i kvart magasin. Desse inneheld små eventyr og historier, samt oppgåver, teikneseriar og barnesidene *Lørdags-kroken*, som er retta spesielt mot «Aftenposten Magasins mindste læsere».

Magasina gjev også plass til annonser, men ikkje mange. I det første magasinet er det fire annonser som til saman fyller tre av i alt 24 magasinsider, og utgjør 12,5 prosent av innhaldet. Dei seinare utgåvene inneheld færre annonser. Dei vekslar mellom to og fire annonser som til saman fyller rundt ei halv side eller mindre, altså rundt to prosent av det totale innhaldet. Produkta det vert reklamert for er stort sett kjøkkenreiskapar, klede, sigarettar og mat, samt foto og avisa *Ukens Nyt*.

Ein mann og ein isbjørn har gått gjennom isen. Mannen klamrar seg til iskanten og ser skremd mot bjørnen, medan fem hundar står ved iskanten og flekker tenner mot bjørnen. Det er illustrasjonen A-magasinet serverar lesarane sine på førstesida av det aller første nummeret. Over biletet er magasinet sin logo: A-magasinet AFTENPOSTENS UKEBLAD. «Til en begyndelse saa jeg bare rædsel og sinne i bjørnens øine, men efterhvert...» «Se Knud Rasmussens beretning inde i magasinet», lokkar avisa. Alle magasina eg har analysert frå 1927 har det same uttrykket på framsida. A-magasinet sin logo, og ein stor teikna illustrasjon. Det er imidlertid berre to av førstesidene som har ein illustrasjon som er knytt til innhaldet i magasinet. Dei fleste har meir generelle illustrasjonar som viser til årstida dei vert publiserte. Ei framside har ei teikning av ei lettkledd dame som sit ved eit svaberg, ei av ein telemarkkøyrar og ei av ein bil som køyrer over fjellet. Det ser altså ikkje ut til at A-magasinet hadde behov for å nytta framsidene til å marknadsføra seg i særleg stor grad.

Når ein blar om er sidene teksttunge. Dei er delte inn i fire spalter med skiljestrekar mellom, og teksten er berre broten opp av små bilete. Der sidene ikkje har gått opp, kan ein artikkel slutta av brått med referanse til at han held fram mange sider lenger bak. Skriftpytpane som vert nytta i overskriftene varierar. Ofte vert dei akkompagnerte av bordar og små illustrasjonar som ser ut til å vera teikna for hand. Bordar og skiljeliner vert også nytta for å skilja ulike saker frå kvarandre. Magasinet har ikkje nokon stram, fast oppbygging, men felles for alle nummera eg har analysert er at dei opnar med ein lengre tekst. Om det er ein journalistisk tekst eller ein del av ein romanserie eller ei novelle, varierar. Fast er det også at barnesidene er plasserte sist i magasinet.

### 5.1.1 Journalistiske tekstar - forteljinga i fokus

Eg har analysert 53 journalistiske tekstar frå *Den personlege perioden*, 1927. Det første eg gjorde var å sjå kva teksttypar artiklane høyrer til, om dei er narrativer, deskriptivar, argumentasjonar eller instruksjonar.

Eg finn at det er to teksttypar som dominerar materialet. Som tabell 5.1 viser er 43 prosent av tekstane narrative og like mange deskriptive.

**Tabell 5.1:** Fordeling av artiklane i høve til teksttype.

Teksttype	Tal på artiklar	Prosentvis fordeling
Narrativ	23	43
Instruksjon	2	4
Deskriptiv	23	43
Argumentasjon	5	9
<b>Totalt</b>	<b>53</b>	<b>99</b>

I dei narrative tekstane er spenninga ofte den viktigaste drivkrafta. Fleire av historiene er henta frå artige hendingar i forfattarane sine liv eller menneske sine meir dramatiske møter med dyr og naturen, som i *Naar tømmerulven hylar av sult*:

Utpaa morgensiden vækket Gaupa mig, og jeg drog mig tomme for tomme ut av soveposen. Saa krøp jeg sammen bak baalet og grep øksen. Da smaldt det i stillheten. Det ene glimt før ut av pistolen efter det andet, og saa hurtig paa hinanden, at lyden gik i ett for øret. I samme nu sprang jeg over baalet og hugget løs. (De Viebe, 1927)

Denne teksten vert driven av ei forteljing med ei klar spenningskurve. Slike spenningskurver finn eg ikkje i dei deskriptive tekstane. Dei deskriptive tekstane set lesaren inn i ulike tema som teaterframføringar, historiske hendingar og naturvitskaplege fenomen. Der er det temaet og den informasjonen artikkelen gjev som er i fokus.

Det er ikkje faste spalter med argumentasjonar i avisa, og talet på argumentasjonar varierar frå magasin til magasin. Totalt høyrer ni prosent av tekstane til denne kategorien. Instruksjonar finn eg særst få av. Berre to totalt, noko som utgjer fire prosent av tekstane. Den eine instruksjonen inneheld detaljerte oppskrifter på korleis ein skal laga limonadar og andre sommardrikkar. Den andre tek føre seg korleis ein skal halda selskap:

Fremfor alt, undgaa de smaa border med lamper, som er forsynt med elektriske ledningsnører. Man risikerer at snuble i dem, og i det mest vellykede selskap kan en lampes fald bety en katastrofe. (De Castelane, 1927)

Gjennom artikkelen får lesaren mange liknande tips i oppskrifta på korleis ein skal sikra at eit selskap vert vellukka.

### 5.1.2 Reflekterande journalist

For å avdekka korleis journalistane har gått fram for å laga artiklane, har eg sett på kva arbeidsmetodar som kjem til syne i teksten. Variablane eg nyttar meg av er observasjon, referat, intervju og direkte forfatarrefleksjon. Metodane kan nyttast aleine eller kombinerast. Derfor har eg også sett på kor mange metodar journalisten har nytta seg av i dei ulike tekstane. Eg finn at referat er den arbeidsmetoden som er nytta mest. Som tabell 5.2 viser, inneheld heile 85 prosent av tekstane spor etter denne. Referatteknikken vert stundom nytta som einaste metode i artiklar som er baserte på skrivne kjelder, men opptrer oftast i kombinasjon med fleire metodar. Forfatarrefleksjonar finn eg i 72 prosent av tekstane. Journalisten er der med på å forma artikkelen direkte med eigne refleksjonar og meiningar. Han er synleg og deltakande. I kor stor grad forfatarrefleksjonane er dominerande i tekstane varierar mykje. I nokre tekstar er journalisten opent reflekterande frå byrjing til slutt. I andre tekstar er refleksjonane plasserte heilt til sist som ei punchline. Det varierar også om forfattaren er opent reflekterande med bruk av «eg», eller ikkje som i *Bygdene og byene skriver sin historie*, der journalisten nyttar forfatarrefleksjonar utan å nytta «eg»-form:

Og selv om resultatene ikke er like gode, er by- og bygdebøkene levende vidnesbyrd om at den historiske sans er i vekst, trangen til at knytte fortid og nutid sammen og til at lære fædrenes liv og levnet at kjende. Det er et godt tegn. (A-magasinet, nr. 20/1927)

Her fargar journalisten teksten og vinklar han positivt i form av forfatarrefleksjonar utan å vise til sitt eige «eg» som berar av desse meiningane. Observasjon vert også flittig nytta. I 58 prosent av tekstane viser journalisten at han har vore utanfor kontoret og sansa.

**Tabell 5.2:** Arbeidsmetodar som er synlege i artiklane. Det kan nyttast meir enn ein metode i kvar artikkel. Prosenttalet viser til kor stor del av artiklane som nyttar den einskilde arbeidsmetoden. N = talet på analyserte artiklar.

Metode	Samla funn i artiklane	Prosentvis fordeling
Intervju	6	11
Observasjon	31	58
Direkte forfatarrefleksjon	38	72
Referat	45	85
<b>Totalt</b>	<b>120</b>	<b>N=53</b>

Intervju er ein arbeidsmetode forfattarane berre unntaksvis nyttar seg av, elleve prosent av artiklane inneheld denne arbeidsmetoden. Det kan hengja saman med at intervjuet var ein forholdsvis ny arbeidsmetode i 1927. Det første journalistiske intervjuet er tilskrive James Gordon Bennett, for ein artikkel i New York Herald Tribune i 1836, men intervju vart lenge sett på som upassande fordi det nærgåande eksponerte einskildpersonar (Roksvold, 1997). I dei norske avisene Roksvold har teke føre seg i si historiske sjangeranalyse, vart intervjuet først vanleg i 1890-åra. I mellomkrigstida vart det meir utbygd, dels som eigen sjanger i presentasjonen og dels som arbeidsform i reportasjen. Den sparsame bruken av intervju heng nok også saman med at reporterar kring 1920 forstod rolla si slik at dei skulle opplysa folk flest gjennom å fortelja frå eigne erfaringar.

The reporter's role in this period seems to be to enlighten the public, by telling/showing the readers his/her experience(s) and knowledge; to a lesser degree is he/she actively approaching different (oral) sources... The reporter is a spectator and commentator; (s)he reflects and analyses, but seldom interviews other persons. (Eide, 2002, s. 118)

Dei journalistane som nytta seg av intervju på denne tida, baserte gjerne heile artikkelen på det. Døme på det er Barbara Ring sin artikkel *Tigereen frelste hendes liv*, der ho let artikkelen sin hovudperson, den oppdagingsreisande fotografen Lola Kreutzberg, fortelje si historie om møtet med Sumatra. Barbara Ring sine spørsmål synest i teksten, og Lola Krautzberg svarar gjennom sitat. Krautzberg får dominera teksten med sine opplevingar, refleksjonar og skildringar (Ring, 1927).

19 prosent av tekstane er baserte på berre ein arbeidsmetode. Metodane observasjon og referat er dei arbeidsmetodane som oftast vert nytta for seg sjølve, medan intervju og forfatarrefleksjonar i regelen vert kombinerte med andre metodar. I 36 prosent av tekstane vert det nytta to metodar, i 43 prosent av tekstane vert det nytta tre metodar og i fire prosent av tekstane finn eg spor etter fire metodar.



### 5.1.3 Personleg journalist

Korleis journalisten syner seg i teksten, kven han ser, omtalar og let tala har mykje å seie for kva inntrykk lesaren sit att med etter å ha lese ein artikkel. Som tabell 5.3 viser, er 53 prosent av dei analyserte tekstane skrivne i eg-form. Dei fleste av desse med ein tydeleg og aktiv journalist som er ute og snusar på verda. Eg-forteljaren er ein open journalist, skriv i første person eintal og er tydeleg til stades både som subjekt og aktør. Han kan tenkja og samtala ope med personar i teksten og med lesarane, og han nyttar ofte observasjon som metode. 15 prosent av tekstane har eit tydelig «me». I desse tekstane viser «me» til journalisten og fotografen eller «me» som A-magasinet. Også der står journalisten ope fram. Bruken av «me» kan opplevast som inkluderande av lesaren, dersom han vert fanga inn i ei historie, eller informert om eit tema han interesserar seg for.

**Tabell 5.3:** Denne tabellen tek føre seg korleis journalisten syner seg i teksten. Kvar artikkel kan ha fleire treff. Tabellen viser også i kor stor prosentdel av tekstane journalisten syner seg slik. N=talet på analyserte artiklar.

Forfattaren i teksten	Samla funn i artiklane	Prosentvis fordeling
Eg	28	53
Me	8	15
Ein	0	0
A-magasinet	0	0
Ladde uttrykk	21	40
Ikkje synlege kjelder	16	30
<b>Totalt</b>	<b>73</b>	<b>N=53</b>

40 prosent av tekstane inneheld ladde eller meiningsberande adjektiv eller anføringsverb. «← Jeg stusser, ligger denne skidne fæle avkrok i det skjønnne vidunderlige Paris?» skriv Erna Bang i *Et hattegeni* (Bang, 1927). Her viser Bang både kva ho meiner om smuget der hattemakaren held til og Paris som by. Ved å nytta ladde adjektiv skapar ho kontrast og stemning i teksten. Meiningsberande adjektiv finn eg både i tilknytning til eit tydeleg «eg», og i passasjar og tekstar der journalisten er ein «usynleg» skildrar. I 30 prosent av tekstane held forfattaren seg utanfor, som ein «allvitande forteljar». Dette gjeld hovudsakleg når referat er nytta som hovudmetode.

### 5.1.4 Eigne erfaringar

At journalisten er den viktigaste kjelda i over halvparten av tekstane, er med på å legitimera at eg kallar 1927 for *Den personlege perioden*. Som tabell 5.4 viser er 53 prosent av tekstane baserte på journalisten sine egne erfaringar, skildringar og/eller refleksjonar og meiningar. 25 prosent av hovudkjeldene er skriftlege, medan menn og kvinner til saman er hovudkjelder i

elleve prosent av tekstane. I ein like stor del av tekstane er hovudkjelda skjult, slik som i *Naar tømmerulven hylar av sult* (De Viebe, 1927). Den narrative artikkelen er skriven i eg-form og er spekka med skildringar sett gjennom eg-personen sine auger. Men eg-personen heiter Jon Bjelke og forfattaren heiter J.C de Vibe, altså er ikkje eg-personen og forfattaren same person. De Vibe fortel ikkje kvar han har opplysingane om Jon Bjelke frå, noko som gjer at dei ikkje kan verifiserast, og det er vanskeleg å seie om det som står i teksten er fakta, fiksjon eller begge deler. Eit anna eksempel på at ikkje skiljet mellom fiksjon og fakta var klart i 1927, er artikkelen om papegøyen Molly i nummer 40/1927, skriven av Reidar Bergh. I denne teksten, som ikkje er merka med novelle, skiftar Bergh mellom å vera fluge på veggen og å gå inn i hovudet på hovudpersonane Lodsoldermanden, frua og papegøyen:

«Molly kunde ikke huske, at hun nogensinde hadde oplevet maken. Hun ristet gang paa gang sine gule og røde fjær, var snart oppe, snart nede i buret. Like ilde overalt. Bevares vel, hvor vaat hun blev!»

Forfattaren nyttar indre monolog, noko som er ein diskutabel metode når rekonstruksjonen er basert på intervju med menneske. Fuglar er det umogeleg å intervjuja om kva dei tenkjer og føler, så dette er openbart diktning. Andre tekstar har eg vore meir i tvil om, og i desse tilfella har eg valt å ta dei med i materialet mitt. Tekstane over er eksempel på at skiljet mellom fiksjon og fakta var uklart i 1927 og at journalistane ikkje ser ut til å ha hatt dei same normene for sanningskrav som me har i dag.

**Tabell 5.4:** Denne tabellen viser korleis hovudkjeldene fordeler seg.

Hovudkjelde	Tal på artiklar	Prosentvis fordeling
Mann	5	9
Kvinne	1	2
Skriftleg kjelde	13	25
Journalisten sjølv	28	53
Ikkje synlege kjelder	6	11
<b>Sum</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

Analysane mine viser også at halvparten av artiklane i 1927 er baserte på berre ei kjelde. 39 prosent av artiklane viser til to kjelder eller fleire, medan elleve prosent av artiklane ikkje viser kvar informasjonen er henta frå. Talet på kjelder i ein artikkel kan nyttast som barometer for å vurdere det faglege, journalistiske nivået i produksjonen målt etter dagens ideal.

Og selv om enkelte artikler med to eller flere kilder er overflatiske og ensidige, er det innenfor denne kategorien vi i de fleste tilfeller finner det som måtte være av mer undersøkende journalistikk. Antallet kilder kan derfor, forsiktig tolket, fungere som en første indikasjon på informasjonskvalitet i journalistikken. (Allern, 2005, s. 163)

At eg finn så mange einkjeldesaker i 1927, heng truleg saman med at mange av tekstane er narrativar med forfattaren som einaste kjelde. Tekstane er hovudsakleg underhaldande, og det ser ikkje ut til at det har vore magasinet sitt mål å grava fram kritiske saker. At seks av artiklane ikkje har synlege kjelder gjer det vanskeleg å bedømme om det som står der er fakta eller oppdikta. Funnet må likevel setjast inn i ein historisk kontekst. I dag er det nedfelt i Vær Varsom-plakaten sin paragraf 3.1 at: «Pressens troverdighet styrkes ved at kildene for informasjon identifiseres, med mindre det kommer i konflikt med behovet for å verne kildene.» Denne kom først i 1936, ti år etter det første A-magasinet. Mine analyser viser at det var andre kvalitetskriterium i A-magasinet i 1927 enn i dag og truleg også då paragrafen kom i 1936.

### 5.1.5 Skjult bak pseudonym

Av dei 53 tekstane eg har analysert presenterar 46 prosent heile namnet på forfattaren. For mange av tekstane er det, som tabell 5.5 viser, berre initialar eller pseudonym som viser til opphavsmannen. Nokre tekstar er merka berre med etternamn, og 17 prosent viser ikkje til nokon avsendar i det heile. Det gjer det vanskeleg å seie noko om kven det er som skriv tekstane, kva agenda dei har og om dei kan ha interesser i høve til det dei skriv om.

**Tabell 5.5:** Tabellen viser kjønnet på journalistane som har skrive artiklane.

Forfattar	Tal på artiklar	Prosentvis fordeling
Mann	20	38
Kvinne	4	8
Både mann og kvinne	0	0
Etternamn	6	11
Pseudonym/Initialar	14	26
Heilt ukjent	9	17
<b>Totalt</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

Fram til kring 1960 var det stort sett avisa som heilskap som vart kreditert for artiklar og bilete. Ofte var verken forfattar eller fotograf namngjeven. Som følgje av Fotografiloven sin paragraf 2, som kom i 1960, vart det vanleg at fotografane fekk sitt namn på trykk.

Journalistane vart stort sett namngjevne ved pseudonym eller initialar, men smått om senn fikk også dei kreditering med fullt namn. Det førde truleg til at forfattarar og fotografar vart meir skjerpa og fekk eit større eigedomsforhold til arbeidet sitt (Sivertsen, 1991, s. 70).

Når eg ser på journalistane som er namngjevne finn eg ein sterk mannsdominans. Heile 85 prosent av namngjevne journalistar er menn. 20 artiklar er skrivne av menn medan

berre fire er skrivne av kvinner. Eg veit ikkje kva kjønn som gøymer seg bak initialar og etternamn, så fordelinga mellom menn og kvinner kan vera meir jamn enn dei namngjevne artiklane gjev uttrykk for. Men journalistikken har i utgangspunktet vore eit mannsdominert yrke. Så seint som i 1972 var berre 14 prosent av Norsk Journalistlag sine medlemmar kvinner, (Allern, 2005) noko som talar for at mannsdominansen i materialet er reell.

Også når det gjeld illustrasjonar er dei fleste bidragsytarane ukjende. I 72 prosent av dei artiklane som har illustrasjon er illustratøren heilt ukjend. Berre ni prosent av dei illustrerte artiklane har identifiserte illustratørar eller fotografar. Av desse er ei kvinne, resten er menn. Som for tekstane er nokre bidrag merka med etternamn eller initialar, desse utgjer 18 prosent.

### 5.1.6 Ut i naturen

Tematisk er det eit stort spenn i artiklane eg har analysert. Kulturartiklar utgjer 21 prosent av analysematerialet mitt, og er dermed den største temaverdien, sjå figur 5.6. Kulturartiklane omhandlar både film, musikk, sport og teater. Her finn eg blant anna ein artikkel der journalisten viser sin begeistring for Anna Pavlova som skal dansa i Oslo, og ein om ein skodespelar sitt møte med fiskarar i Nord-Noreg.

**Tabell 5.6:** Tabellen viser kva hovudtema artiklane fordeler seg på.

Tema	Tal på artiklar	Prosentvis fordeling
Mote	3	6
Mat og drikke	3	6
Kvardagsliv og familie	2	4
Kjendis	4	8
Teknologi, industri og forskning	1	2
Natur og friluftsliv	9	17
Kultur	11	21
Psykologi	3	6
Reise	9	17
Krig og kriminalitet	4	8
Politikk og samfunn	1	2
Diverse	3	6
<b>Totalt</b>	<b>53</b>	<b>103</b>

Som tabellen viser hamnar 17 prosent av artiklane i kategorien natur og friluftsliv. Dei fleste av desse artiklane handlar om menneske sine møte med naturen, men nokre er også faktaartiklar om ulike dyreartar. Like mange artiklar omhandlar ulike reisemål, dei fleste av desse er tradisjonelle reisereportasjar.

Eg finn også tekstar eg vil kategorisera som kjendisartiklar der fokuset er på kjendisen som person, ikkje kva han eller ho har fått til gjennom jobben sin eller andre posisjonar. Kjendisane var blant andre Edvard Grieg, den franske, kvinnelege skodespelaren Eve Lavalière og Marie Antoniette. Elles fordeler stoffet seg jamt over tema som mote, mat og drikke, kvardagsliv og familie, og krig og kriminalitet.

Størstedelen av tekstane vil eg seie rettar seg mot begge kjønn, men eg har funne nokre unntak. Nokre tekstar handlar om klesmote for kvinner. Andre handlar om jakt og ekspedisjonar, noko som hovudsakleg var mannlege sysler på denne tida. Eg meiner likevel begge kjønn kunne ha stor underhaldning av jakt- og ekspedisjonstekstane ettersom dei hovudsakleg er spanande forteljingar.

Til tross for at det ofte tok lang tid å flytta seg geografisk i 1927, er det fleire artiklar i A-magasinet som har henta handlinga frå utlandet enn frå Noreg. 50 prosent har tema henta frå utlandet, mot 39 prosent frå Noreg. Elleve prosent av tekstane er ikkje stadbestemte. Dette er artiklar som handlar om til dømes draumetyding og verdsrommet. Mange av tekstane frå utlandet er klassiske reisereportasjar, ettersom dei hovudsakleg byggjer på forfattern sin på-staden-observasjon og skildrar eksotiske møte med folk og natur. Mange av desse er merka med «reisebrev» og er truleg skrivne av medarbeidarar i Aftenposten eller andre skribentar som har vore på kortare eller lengre opphald i utlandet. Handlingane i tekstane går stort sett føre seg i Europa, særskilt Frankrike, men nokon er også henta frå afrikanske land. A-magasinet kom ut i tillegg til dagsavisa Aftenposten, og det er tydeleg at det er avisa som har romma dei tidsaktuelle artiklane. Eg finn ingen artiklar som er dagsaktuelle i materialet mitt, og berre ein artikkel er vekeaktuell. Den handlar om dansarina Anna Pavlova som var venta til Oslo. 42 prosent av tekstane er månadsaktuelle eller sesongbaserte. Dei resterande tekstane er så tidlause at dei kunne stått på trykk eit eller fleire år før eller etter dei vart publiserte.

Eit trekk som går att i artiklane er at dei sjeldan er tidfesta. Me får ikkje vita om hendinga gjekk føre seg for ei veke eller to år sidan, altså er tekstane tidlause, og nyhendetenking ser ut til å vera heilt fråverande.

### **5.1.7 Teikningane dominerar**

Sjølv om dei første nyhendefotografia vart trykte i Illustreret Nyhetsblad allereie i 1863 (Sivertsen, 1991), er berre 15 prosent av illustrasjonane i A-magasinet fotografi i 1927. Tabell 5.7 viser at over halvparten av artiklane har teikna illustrasjonar, medan 19 prosent av artiklane har både teikning og fotografi.

**Tabell 5.7:** Tabellen viser kva type illustrasjon artiklane har.

Illustrasjon	Tal på artiklar	Prosentvis fordeling
Teikning	28	53
Foto	8	15
Både teikning og foto	10	19
Ingen illustrasjon	6	11
Umogeleg å sjå	1	2
<b>Totalt</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

Elleve prosent av artiklane er ikkje illustrerte i det heile. Desse stod som oftast på sider som var krydra med illustrerte vitsar eller andre illustrerte artiklar. Grunna dårleg skanning frå avis til mikrofilm, er det ein illustrasjon som har gått heilt i svart som det ikkje er mogleg for meg å sjå om er teikningar eller foto.

Analysane mine viser at dei aller fleste illustrasjonane er illustrative, heile 67 prosent. Dei viser ikkje det som faktisk skjer i teksten, og eg ser ikkje teikn til at illustratøren/fotografen har vore på staden der hendinga går føre seg. Mange av illustrasjonane er enklare teikningar av gjenstandar, naturlandskap og menneske. Ni prosent av illustrasjonane er dokumentariske, dei viser konkrete episodar frå teksten. Dei fleste er fotografi, men nokre detaljerte teikningar har eg også tolka som dokumentariske. Ni prosent av tekstane har både dokumentariske og illustrative bilete til artiklane.

At mange av illustrasjonane ikkje er dokumentariske viser seg også når eg ser på om illustrasjonane høyrer til den offentlege eller private sfæren. For heile 40 prosent av illustrasjonane vil eg seie at dette er irrelevant. Grunnen er, som over, at mange av illustrasjonane ikkje viser menneske eller situasjonar. Dei viser daude gjenstandar og landskap. Av dei illustrasjonane som kan kategoriserast er dobbelt så mange offentlege som private. Det vil seie at dei fleste personane vert illustrerte i jobbsamheng eller i form av andre offentlege roller, ikkje privat.

### **5.1.8 Diskursar og sjangertrekk – 1927**

A-magasinet anno 1927 finn eg ein sterk fiksjonsdiskurs. Magasinet gjev nemleg, i tillegg til journalistiske tekstar og reklame, plass til både noveller, romanseriær og eventyr for born. Forteljinga står sterkt også i dei journalistiske tekstane i 1927. Ein stor del av artiklane er narrative med journalisten som open, observerande og reflekterande eg-person. Tekstane handlar oftast om ting journalisten har opplevd som privatperson, dei er ikkje produkt av særskilte redaksjonelle initiativ. Eit anna sjangertrekk ved perioden er at mange av tekstane er

baserte på berre ei kjelde, nemleg forfattaren sjølv. Eg vil seie at journalistikken i denne perioden er påverka av ein journalist-intimitetsdiskurs (journalisten er open og fortel ut frå egne opplevingar). Dei journalistiske tekstane spelar klart på diskursar frå fiksjonslitteraturen og stundom er det uklart kva som er fakta og kva som er fiksjon, ettersom journalisten ikkje er tydeleg på kvar han har opplysningane sine frå.

Intervjuet som metode vert mest ikkje nytta i denne perioden. Truleg heng dette saman med forfattarane si rolleforståing, at dei skal opplysa folk gjennom å fortelja frå egne erfaringar (Eide, 2002).

Dei mest omtala tema i dei journalistiske artiklane er kultur, natur og friluftsliv og reiser, og ein stor del av artiklane har handlinga henta frå utlandet. Journalisten fortel ofte om eksotiske eller kuriøse opplevingar han har vore med på. Temavalet for tekstane i denne perioden er prega av ein opplevingsdiskurs. Eit anna trekk for perioden er at størstedelen av tekstane ikkje er tidfesta. Me får ikkje vita når hendingane fann stad. Ingen av artiklane er særskilt kritiske, og eg finn ingen informasjon i artiklane om dei politiske konfliktane eller dei økonomiske problema som råda på 1920-talet.

Mest alt stoffet passar til både kvinner og menn, og for born er det egne barnesider med eventyr og oppgåver, altså kan eg seie at magasinet har ein tydeleg familiediskurs. Humordiskursen er også tydeleg med eit stort utval vitsar og karikaturteikningar som kan appellera til både vaksne og born. Eg finn også ein forbrukardiskurs gjennom annonser og journalistiske artiklar om kvinnemote som oppfordrar kvinnene til å kjøpa nye klede.

Sjølv om journalistane kommuniserar ope med lesarane gjennom eg-form, er det særskilt få artiklar som har byline. Forfattarane er stort sett anonyme eller gøymer seg bak pseudonym, noko som også gjeld for fotografane.

Alt i alt ser det ut til at A-magasinet i 1927 var eit magasin fritt for tungt stoff, og saker som kunne bekymra lesarane, og at ein underhaldningsdiskurs er dominerande. Kanskje vart magasinet av lesarane sett på som ein «pause» frå ein elles usikker kvardag, med humor, spennande forteljingar og kuriøse notisar.

## 5.2 Den personlege, narrative reportasjen - 1927

Sjangertrekka som kjenneteiknar reportasjane i *Den personlige perioden* er i stor grad dei same som kjenneteiknar dei journalistiske tekstane generelt. I materialet mitt fann eg 17 reportasjar i 1927 (sjå Vedlegg 4 for ein fullstendig oversikt over kvantitative data på reportasjesjangeren). Det vil seie at 32 prosent av dei journalistiske tekstane i *Den personlege perioden* er reportasjar og at kvar av dei fem magasinane eg analyserte frå denne perioden i snitt har minst tre reportasjar. Frå denne perioden har eg valt å analysere reportasjen *Bjørnejakten* av Knud Rasmussen (A-magasinet nr 1/1926, Vedlegg 5). I likskap med 14 av reportasjane denne perioden er *Bjørnejakten* narrativ og skriven i eg-form. Dette er ein reportasje eg meiner viser viktige trekk i A-magasinet sin journalistikk i 1927 når det gjeld metodebruk, kildebruk, komposisjon og språkleg oppbygging. Alle reportasjane i 1927, bortsett frå ein, har journalisten som hovudkilde, og over halvparten av reportasjane er baserte berre på ei kilde – nemleg journalisten. Eit trekk som skil reportasjane frå resten av materialet er at over halvparten av journalistane er kjente, som for denne artikkelen. Kanskje grunnar det i at reportasjesjangeren hadde høg status, og at journalistane også gav saka integritet og popularitet? Det kan i alle fall vera tilfellet med *Bjørnejakten* og Knud Rasmussen som eg vil presentere under. Før eg tek til på sjølve analysen vil eg kort gjera greie for artikkelen sin situasjonskontekst og tekstuelle kontekst.

At forfattaren Knud Rasmussen sitt namn vert nemnt allereie på framsida av magasinet *Bjørnejakten* vert trykt i, kan truleg forklarast med at han var ein kjend dansk-grønlandsk ekspedisjonsfarar. Rasmussen vart fødd på Grønland i 1879, og etter skulegang i København reiste han attende til Thule på Grønland der han oppretta Thule-stasjonen som fungerte som misjonsstasjon, handelsplass og utgangspunkt for sju Thule-ekspedisjonar ([www.krh.dk](http://www.krh.dk)). Polarekspedisjonar var populære etter den første verdskrigen, og mange polareventyrarar vart nasjonale heltar. *Bjørnejakten* stod på trykk under to år etter at Noreg fekk suverenitet over Svalbard, og få år før Noreg i 1931 okkuperte delar av Øst-Grønland, Eirik Raudes Land. Reportasjen er altså del av ein polar- og erobringsdiskurs.

Ein illustrasjon frå *Bjørnejakten* prydar framsida av A-magasinet. Berre to av fem framsider viste i denne perioden til ei sak i avisa, noko som kan tyda på at *Bjørnejakten* var prioritert av redaksjonen. Det var den artikkelen som skulle lokka lesarane inn i det nye magasinet. «Til en begyndelse saa jeg bare rædsel i bjørnens øine, men efter hvert-», står det under framsideillustrasjonen der Rasmussen klamrar seg fast i iskanten, medan han ser inn i



augo på ein isbjørn. Artikkelen held fram på side to og tre i magasinet, noko som i likskap med eksponeringa på framsida, tyder på at han er prioritert.

### 5.2.1 Spenningskurve og aktantmodell

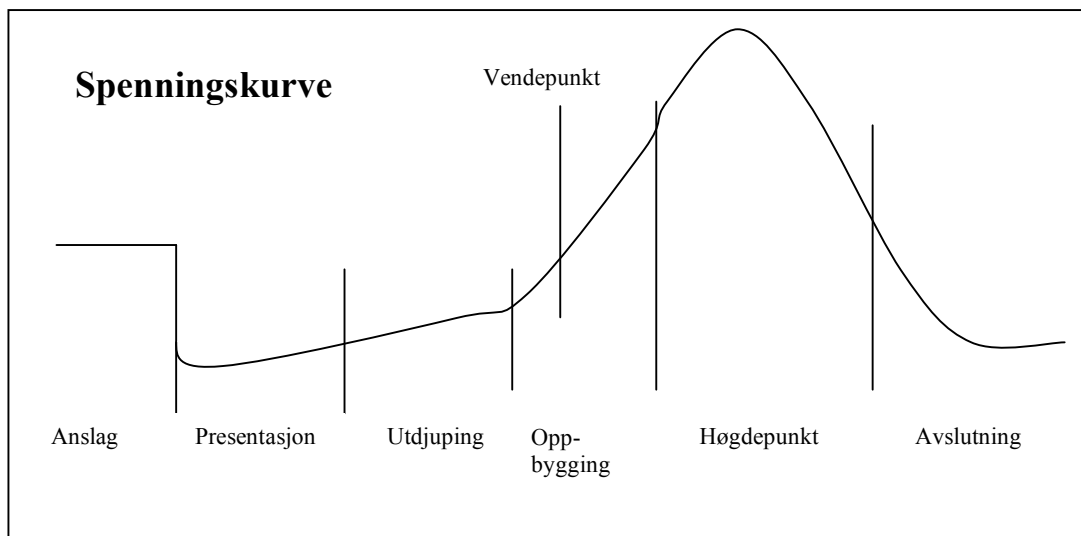
I korte trekk kan det som hende med Rasmussen, under den aktuelle bjørnejakta, oppsummerast slik: Rasmussen og eskimoen Qolutanguaq må ut og jakta, for dei er tomme for mat. Det einaste dyret dei kan jakta på denne tida av året er isbjørn. Dei set hundane for sledane, og finn isbjørnspor. Qolutanguaq sine hundar vert overivrige og set av garde i feil retning, medan Rasmussen og hundane hans når att bjørnen. Rasmussen slepp hundane sine laus for å halda att bjørnen og kjem sjølv etter med rifla. Bjørnen freistar hoppa gjennom isen for å koma seg unna, og idet den bryt gjennom går også isen Rasmussen står på, så dei hamnar begge i råka. Rasmussen kjempar for å halda seg flytande i det kalde vatnet, og er samstundes redd bjørnen. Men etter kvart føler Rasmussen at han skjønar korleis bjørnen tenkjer. Bjørnen er redd for hundane, så Rasmussen jagar dei vekk. Han ser at isbjørnen blir takksam, og lovar seg sjølv at han skal redda livet på bjørnen dersom han overlever. Eskimoen kjem til og får drege den uheldige mannen opp av vatnet. Rasmussen oppmodar Qolutanguaq til ikkje å skyta bjørnen. Så svimar han av. Når han vaknar, fortel eskimoen at bjørnen er flådd.

Det er likevel ikkje slik forfattaren har valt å fortelja historia i A-magasinet. Rasmussen nyttar fleire grep frå narratologien. Han har skrive ei forteljing med innleiing, midte og slutt. *Bjørnejakten* oppfyller, som ein stor del av reportasjane i 1927, krava i ein forteljarmodell som ofte vert kalla Hollywoodmodellen. Modellen er konfliktorientert, og har ein såkalla spenningsstruktur som har røter tilbake til Aristoteles sin poetikk og dei klassisistiske tragediane på 1600-talet (Roksvold, 2000; Bech-Karlsen, 2007). I slike forteljingar er:

- Forteljinga drivkrafta
- Hovudpersonen har eit mål
- Hovudpersonen støyter på motstand
- Det er eit satt persongalleri med helt, skurk, hjelparar og motstandarar
- Hovudpersonen gjennomgår ei utvikling

Oppbygginga av forteljinga har ei satt spenningskurve som grovt forklart har eit anslag, der det vert presentert kva teksten skal handla om. Så kjem presentasjonen av personar og miljø etterfølgt av ei utdjupeing og oppbygging mot eit vendepunkt. Etter vendepunktet kjem ei

konfliktopptrapping til det avgjerande slaget skal stå og forteljinga når sitt klimaks. Til slutt kjem ei uttoning og avslutning, som figuren under viser:



I anslaget til *Bjørnejakten* byrjar Rasmussen med å setja hendinga han fortel om i perspektiv.

»Aftenposten« har bedt meg fortælle om de mest spennende øieblikke i mit liv, og jeg skal forsøke derpaa, idet jeg tilstaar, at der er nok av elementære faremomenter at vælge imellem. Jeg har kjempet mot sult og paa et hængende haar været ved at bukke under. Jeg har løpet omkapp med drivende is og naad land i samme øieblik som alt bak mig blev et stort, brølende hav. Jeg er fart vild i snestorm som overvældet mig saaledes med kulde og utmattelse, at jeg var ved at miste viljen til at leve.

Rasmussen nemner halsbrekkande historier og skapar på den måten forventningar hjå lesaren. Om det han skriv om her er enda meir spanande enn dette, må det jammen vera nervepirrande! Etter anslaget presenterar han persongalleriet, miljøet historia går føre seg i og årsaka til at dei skulle ut og skyta bjørn akkurat denne dagen.

Det hendte i Melvillebukten paa en reise sammen med polareskimoen Qolutanguaq, en berømt storfanger fra Kap York. Det var i mørketiden, en ukes storm hadde holdt os uvirksomme i en snehytte, og da det endelig blev opholdsveir, hadde vi opbrukt al vor proviant. Der var langt til mennesker, og det eneste vildt, der kunde være tale om at jage paa denne aarstid, var bjørn, og vi hadde hver tolv sultne hunder, som vi hurtigst mulig måtte skaffe nogle at spise.

Rasmussen møter stadig på nye utfordringar, og fortel om dei i kronologisk rekkefølge. Me får vita at det er ein konkurranse mellom dei to jegerane om å nå først fram til bjørnen, ein erobringsdiskurs. Sjølv om Qolutanguaq er ein berømt storfangar, framstiller Rasmussen seg sjølv som mogeleg vinnar, altså ein god bjørnejeger. Qolutanguaq sine hundar blir overivrige og mister sporet, og Rasmussen når først fram til bjørnen. Men naturen byr også på utfordringar. Rasmussen må til dømes nå att isbjørnen før han når skruis som gjer det

vanskeleg å koma fram med sleden som han må balansera for å løysa nokre av hundane, slik at dei kan følgja etter bjørnen.

At Rasmussen heile tida møter motstand, men meistrar utfordringane, driv forteljinga framover. I utdjupinga følgjer me den fartsfylte og halsbrekkande jakta. Så dett Rasmussen gjennom isen, og historia når eit vendepunkt. Jakta går ikkje lenger føre seg på dei same premissane. I det iskalde vatnet er Rasmussen minst like mykje eit bytte som isbjørnen. Rollane er skifta om og konflikten vert trappa opp. Rasmussen kjempar for livet. Han kjem seg ikkje opp på isen og fryktar bjørnen som sym like ved. Eg meiner historia når sitt klimaks når Rasmussen seier at han ikkje lenger ser bjørnen som eit stykke storvilt som skal drepast, men som eit tenkjande og intelligent vesen som er i same naud som han sjølv.

Jeg [...] hadde aldrig før visst, at en bjørns øine kunde være så udtrykefulde. Til en begyndelse saa jeg bare sinne og rædsel i dem, men efterhaanden som den vænnet sig til mig paa samme maate som jeg hadde vænnet mig til den, holdt den op med at vise tænder. Nu betragtet jeg den endnu mer opmerksomt enn før. Og det slog mig, at jeg ikke længer saa paa den som et stykke storvildt, som skulde dræpes, men som et tænkende og intelligent væsen, der var i samme nød som jeg selv.

Rasmussen bestemmer seg for å gjera det han kan for å redda isbjørnen, dersom han kjem seg opp av råka i live. Så vert spenninga trappa ned, og forteljinga nærmar seg slutten. Rasmussen vert redda, og freistar overbevisa eskimoen om at han ikkje må drepa bjørnen. Men det går ikkje som Rasmussen håpa.

«Men bjørnen, - hvor er bjørnen?»

Eskimoen lo hjertelig. Han moret sig over, at den mand ikke altid blir bjørnens bane, som er først i bjørnens spor og først til at indhente den.

«Bry deg ikke om bjørnen», svarte han ertende, jeg har alt flaad den.

Her kjem ein romantiseringsdiskurs til syne. Rasmussen er den kvite siviliserte mannen som klarar å distansera seg såpass frå kvar maten kjem frå at han vil lata bjørnen leva. Eskimoen, som er eit urmenneske i eige miljø er meir pragmatisk og ler av den blauthjarta Rasmussen. I avslutninga kallar Rasmussen Qolutanguaq for eskimoen, for første gang i teksten. I det kan me tolka at Rasmussen ynskjer å framheva at Qolutanguaq handlar og tenkjer i høve til sin eskimokultur.

*Bjørnejakta* har både ei indre og ei ytre handling. Den ytre handlinga er det som går føre seg fysisk. Forfølginga av bjørnen, Rasmussen sin kamp for å koma opp av råka og Qolutanguaq som kastar ut ei line og reddar han opp. Men det er den indre handlinga som løyser ut klimakset, at Rasmussen sluttar å sjå bjørnen som eit bytte. Han gjennomgår ei

personleg utvikling, og får eit nytt syn på både seg sjølv og dyret han møter. Det er dette som løyser ut det romantiske synet på byttet.

### 5.2.2 Klar rollefordeling

Forteljinga har eit satt persongalleri, og Rasmussen som hovudperson er ute etter å nå eit mål. Aktantmodellen, som er ei analyseform utvikla av den franske språk- og litteraturforskaren Algirdas-Julian Greimas, vert nytta til å analysa handlingar i denne typen forteljingar. Modellen vart i utgangspunktet nytta på folkeeventyr, men har seinare vorte nytta til å analysa forhold mellom menneske og handlingar også i andre typar forteljingar. Modellen er bygd opp rundt eit subjekt som freistar nå eit mål, eller oppnå eit objekt. På vegen møter subjektet både hjelparar og motstandarar. Om aktantmodellen kan nyttast systematisk i analyse av journalistiske produkt, kan me konkludera med at produktet rommar ein sentral handlingsstruktur i journalistikken med faste aktørar, mål, konflikhtar og band mellom seg (Roksvold, 2000: Bech-Karlsen, 2007). *Bjørnejakten* vil kunna setjast opp slik i aktantmodellen:

<b>Avsendar</b> (Naturen)	⇒	<b>Objekt</b> ⇒ (Mat, isbjørn) ↑ (Prosjekt)	<b>Mottakar</b> (Rasmussen m.fl.)
<b>Hjelpar</b> (Hundane og Qolutanguaq)	⇒	<b>Subjekt</b> ⇒ (Rasmussen)	<b>Motstandar</b> (Naturkreftene)

Rasmussen er subjektet i forteljinga. Han er vår polarhelt og det er gjennom han me opplever jakta. Han må ha mat til seg, Qolutanguaq og hundane. Maten er altså objektet, og Rasmussen, Qolutanguaq og hundane er mottakarar. For å få tak i mat må Rasmussen sjølv jakta, og den einaste maten han reknar med det er mogeleg å få tak i på denne tida er isbjørnkjøtt. Under jakta støyter Rasmussen på motstand. Motstandarane er både havisen, kulda, og isbjørnen sjølv. Hundane hjelper Rasmussen med å koma på sporet av bjørnen og til å ta han att slik at Rasmussen kjem på skotthald. Også Qolutanguaq fungerer som hjelpar, han reddar Rasmussen opp av råka.

### 5.2.3 Personleg og open journalist

Eit tydeleg trekk ved reportasjane i 1927 er at dei fleste journalistane skriv i eg-form gjennom heile artikkelen. Dette er *Bjørnejakten* eit eksempel på. Historia vert fortald gjennom Rasmussen sine auge, og Rasmussen er synleg til stades som ein open og reflekterande forfattar med eit klart og tydeleg «eg». Det han fortel er sjølvopplevd, og Rasmussen kan derfor skildra scenene som fann stad. I nordisk journalistikk er det lang tradisjon for at forteljaren er til stades i teksten som eg-person (Bech-Karlsen, 2007). Eg-personen viser seg for lesarane, noko som gjev klare premissar for kva utsnitt av verda og historia me får sjå. Ein metode Rasmussen flittig nyttar seg av, i likskap med ein stor del av 1927-journalistane, er refleksjon. Rasmussen reflekterer over og forklarar lesaren blant anna korleis han vil løysa utfordringane han står overfor.

Jeg var fullstendig klar over, hvad bjørnens hensikt var; fra tidligere jakter var jeg saa vant til dette triek, at jeg bare nød skjønheten i denne kreftutfoldelse, uten at fæste mig ved, hvad der senere vilde ske. Jeg visste at den vilde dukke ned under vandet som en sæl og søke langt ind under isen for at svale sig; men det vilde ikke vare længe før den atter kom tilbage for at aande, og sa vilde det bli tid for mig til at fyre.

Rasmussen sine refleksjonar seier noko om han som person, kva referanserammer og kunnskapar han har, og korleis han tenkjer i ulike situasjonar. Det er heile tida Rasmussen som er i framgrunnen i forteljinga. Han nemner dei andre, Qolutanguaq, hundane og isbjørnen, men dei fungerer som bakgrunnsfigurar, me får ikkje vita korleis dei oppfatta situasjonen eller hadde det.

Det er observasjon som er Rasmussen sin hovudmetode. Han serverar lesarane detaljerte skildringar både av handlingar og naturlandskap. På den måten skapar han nærleik og intensitet i teksten. Som her: «De røde tunger stak ut av deres fraadedryppende mund, og næseborene stod vidtaapne mot vinden.» I skildringane appellerar Rasmussen til sansane. Han skriv om lukter, om lydar, om vakre ting han har sett og om kulde og tunge klede på kroppen. Bruken av sansane er med på å dra lesaren inn i opplevinga. Rasmussen nyttar seg, som dei fleste journalistane i denne perioden, ikkje av intervju. Den korte ordvekslinga mellom Qolutanguaq og Rasmussen til slutt i teksten er det einaste eksempelet på dialog. Rasmussen gjengir sin samtale i den situasjonen det vart sagt, ordvekslinga var ein del av hendinga. Sitata bryt opp teksten og gjer at me kjem tettare på aktørane.

## 5.2.4 Språklege bilete

Sams for reportasjane i 1927 er at forfattarane i tillegg til å nytta seg av dramaturgiske grep i stor grad nytta seg av språklege bilete for å farga teksten.

Språklige bilder definerer jeg som ord og uttrykk brukt i opplevd overført betydning eller i fruktbart overraskende sammenstillinger. Når vi opplever den overførte betydningen, assosierer vi bibetydninger fra den egentlige bruksmåten over til den overførte. Slik danner språket indre bilder og forestillinger som får oss til å oppfatte gjenstanden, situasjonen, mennesket, miljøet, emnet osv. på en ny måte. (Roksvold, 2000, s. 105)

Eit av dei språklege verkemiddela Rasmussen nyttar fleire gonger er samanlikning. «Med halene reiste som flyvende finner» og «En sterk varm lukt hadde streifet vor kurs, og nu gikk farten saa vild, at slæden ofte skjøt fremover med den ene mei frit svævende i luften, ganske som et skib, hvis ene ræling presses ned i sjøen under en strøm», er eksempel på dette. Han nyttar også metaforar som: «Straks fløi den løslatte hund fremover, en bundt av frigivne muskler, kun synlig i et par korte minutter, for saa helt at forsvinde, hvirvlet bort av sin egen lidenskap». Eksempel på besjeling er det også i teksten. Rasmussen skriv med anna om isbjørn som dansar og brølande hav. Journalisten fargar også teksten med bruk av meiningsberande adjektiv. Han skriv *halsbrekkande* jakt, *desperate* hundar og *bitter og dramatisk* kamp. Alle desse verkemiddela er med på å gjera forteljinga fargerik for lesaren, for å få han til å danna seg bilete av korleis dei ulike situasjonane som utspela seg såg ut.

Gjennom teksten nyttar Rasmussen også tempovekslingar for å gje teksten ytterlegare liv og spenning.

For siste gang halte jeg forremmen ind, og et eneste snit med kniven over skaglebundten slap alle hundene løs; halsende fór de avsted som en vind, mens slæden endnu fór hen over isen. Jeg grep mit gevær og fulgte etter.

Dette partiet med høgt tempo vert brote opp av eit rolegare, forklarande parti:

Det var nødvendig at skyte paa meget nært hold for ikke at ramme nogen av hundene. De hadde nu ganske omringet bjørnen, og da kan det hænde at en kule gaar like gjennom bjørnen og tar en hund med paa kjøpet. Og det gjaldt ikke at skjælte paa haanden. Skuddet maatte være dræpende; ti saasart jægeren viser sig, vet bjørnen, at han og ikke hundene er dens sande fiende. Dræpes den ikke med ett skud, slynger den hundene tilside og angriper.

Når tida det tek å fortelja det som hender er raskare enn den tida det tok å utføra handlinga i røynda, aksjonstida, går tempoet opp og spenninga stig. I omvendte fall går tempoet ned og spenninga vert trappa ned.

Forteljinga til Rasmussen er fortald i fortid, noko som var vanleg før i tida. «På 1950- og 1960-tallet kan det ha hatt den forklaring at den tids reportere ønsket å skrive *litterært*, og

sammenliknet sine reportasjer med episk diktning. Episke tekster ble først og fremst skrevet i fortid» (Bech-Karlsen, 2002, s. 199). Forteljinga om bjørnejakta vart skriven 20 år før perioden Bech-Karlsen nemner, men eg går ut frå at bruken av fortid var vanleg også då, ettersom ein stor del av artiklane i analyse materialet mitt er det. I dag derimot, vert norske reportasjar nesten utan unntak skrivne i notid for å skapa nærleik og intensitet i teksten.

### 5.2.5 «Bjørnejakten» – trekk og tendensar i 1927

I denne analysen har eg vist typiske sjangertrekk for reportasjane i 1927. Dei er narrative og oftast skrivne i eg-form, ut frå journalisten sine egne opplevingar. Reportasjane har ein gjennomgåande forteljarkomposisjon. Både hollywoodmodellen og aktantmodellen kan med hell nyttast i analysen av dei fleste reportasjane, som av *Bjørnejakten*. Dei to vert begge brukt til underhaldningsformål i film og fiksjonslitteratur for å skapa mest mogeleg spenning og driv. Språket i reportasjane er også litterært med mykje bruk av skildringar og språklege bilete, ein litterær diskurs rår. Det ser ut til at den forteljande journalistikken har høg status i denne perioden ettersom ein så stor del av reportasjane og dei journalistiske tekstane generelt er narrative. Eg ser tydelege teikn på interdiskursivitet ettersom journalistikken spelar på diskursar frå skjønnlitteraturen. Mange av reportasjane kan også seiast å vera «eventyr frå røynda».

Bech-Karlsen meiner at ein veikskap ved artiklar som er bygde opp etter Hollywoodmodellen er at dei ikkje handlar om noko utover seg sjølve.

Et av problemene med den amerikanske modellen er at den innsnevrer fortellingene til handling og personer, slik vi kjenner det fra realistisk fiksjonslitteratur og fra spillefilm fra Hollywood. Det er liten plass til bakgrunn, kunnskap og utvidede perspektiver på samfunn og kultur. Journalistikk er jo nettopp alt dette – ikke bare handling, men hva det *handler om*. (Jo Bech-Karlsen, 2007, s. 159)

Eg er samd i at tekstane i liten grad gjev bakgrunn, kunnskap og utvida perspektiv på samfunn og kultur, men dei gjev lesarane ei oppleving og eit høve til å drøyma seg bort til eit liv og ein røyndom ingen av dei truleg kjem til å møta. Det ser ut til at normene for journalistikken var annleis i 1927 enn dei er i dag, det viktigaste var at reportasjane skulle ha ei gjennomført dramaturgisk oppbygging og eit sanseleg språk.

For reportasjane, som dei journalistiske tekstane generelt, er opplevingsdiskursen sentral. Spannande og kuriøse opplevingar står i fokus når det gjeld val av tema. Reportasjane er i sær sers liten grad kritiske til samfunnet og set ikkje fokus på vanskelege tema. Alt i alt vil eg seie at hovudformålet til reportasjane er å underhalda lesarane.

### 5.3 *Den sjangerforvirra perioden - 1963*

Epoke nummer to i A-magasinet si historie har eg valt å kalla *Den sjangerforvirra perioden*. Det gjer eg fordi det ser ut til at journalistane ikkje heilt har funne ut korleis dei skal tilpassa seg nye journalistiske normer når det gjeld til dømes aktualitetskrav og metodebruk, noko analysane mine vil visa.

A-magasinet er i 1963 på 24 sider, og byr på mykje av det same som 1927-magasinet gjorde. Fiksjonstilbodet for vaksne held fram, det same gjer barnesida *Lørdagskroken*. Mykje av humoren som krydra A-magasinet i 1927 har derimot forsvunne. Vitsane og karikaturteikningane er det langt færre av. I staden er det i dei tre siste magasina satt av ei side til små kuriøse notisar med skråblikk på samfunnet. Ny er også teikneseriespalta *Fiks og Fomle*, med tips om til dømes oppussing og korleis ein skal laga linoleumssnitt og smykke. Det nye mediet, fjernsynet, har også gjort sitt inntog. Fire sider er sett av til meldingar av tv- og radioprogram, programoversikt og annonser kvar veke. Ei fast musikkspalte har også kome til, *Vi spiller plater med septim*. Spalta presenterer ulike jazzband, jazzkonsertar og jazzplater, hovudsakleg frå utlandet. I tillegg er det sett av ei side til kryssord og ei til sjakkprat.

Sidan førre periode har A-magasinet fått nye skrifttypar, og meir luftige sider. Det er ikkje lenger skiljeliner mellom spaltene, men «luft» som vert nytta for å skilje ulike delar frå kvarandre. Sidene er også reinare i og med at artiklar oftare får stå åleine, utan innsmett av vitsar eller karikaturteikningar. Nytt er det at dei fleste bileta har bilettekstar, og at nokre tekstar er utstyrte med ingress. Likevel er oppbygginga av bladet framleis litt hulter til bulter med tekstar som stoppar for så å halda fram fleire sider lenger bak, og på mange måtar liknar layouten i 1963 layouten i 1927.

Annonsane tek meir plass enn dei gjorde for 36 år sidan. Omfanget varierar frå rundt fire sider til under ei side og utgjer 4 -17 prosent av plassen i magasina. Fleire av annonsane dekkjer ei heil side, og side to vert ved fleire høve nytta som annonseside. Annonsane ser ut til å vera plasserte der dei passar best inn i høve til tema som magasinet tek opp. På TV- og radiosidene er det annonsar for fjernsyn, radio og reparatørar for apparata, noko som også viser fjernsynsmediet sitt inntog på marknaden. Ei annonse for Grøndahls plateforretning har fått plass på same side som *Vi spiller plater med septim*. I nummer 40/1963 har A-magasinet ein artikkel om kva ein bør gjera i København, og på same side ei annonse om ei bok om København som er laga av Aftenposten. Den første Tekstreklameplakaten kom allereie i 1925, og i 30-åra var det ein aktiv kamp mot å blande reklame og redaksjonell omtale. At annonsar om musikk står på musikkmeldarsider, og reklame for fjernsynsreparatørar står i



TV-magasinet, er truleg gjort bevisst, men det er ikkje tekstreklame ettersom redaksjonen ikkje skriv positiv redaksjonell omtale om vara det vert annonsert for (Bruås, 2001). Det er heller ei form for «strategisk» plassering frå avisa si side for å gjere det meir attraktivt å annonsere. Sidan førre analyseperiode har Aftenposten brote samarbeidet med Høgre og inntektene frå annonser har blitt viktigare. Dette er truleg noko av grunnen til at annonseplasseringa og storleiken på annonsane ser ut til å vera meir bevisst i 1963-nummera.

Det var langt færre artiklar å analysera i 1963-versjonen av A-magasinet enn i forgjengaren. Sidetalet er det same, men rommar både programblad, kryssord og meir for borna. Her kjem gjennomgangen av dei 39 journalistiske tekstane eg har analysert:

### 5.3.1 Deskriptiv formidling

Talet på narrative tekstar har hatt ein klar tilbakegang sidan 1927. No er det dei deskriptive tekstane som dominerar. Som tabell 5.8 viser utgjer deskriptive tekstar 62 prosent, medan narrative tekstar berre utgjer 21 prosent av materialet.

**Tabell 5.8:** Fordeling av tekstane i høve til teksttype.

Teksttype	Tal på tekstar	Prosentvis fordeling
Narrativ	8	21
Instruksjon	3	8
Deskriptiv	24	62
Argumentasjon	4	10
<b>Totalt</b>	<b>39</b>	<b>101</b>

Det kan verka som den narrative framstillingsforma har mista status, at tema har blitt viktigare enn forteljing. Nedgangen kan kanskje også forklarast med at mange av narrativane i 1927 var baserte på journalistane sine private opplevingar. Både kvardagslege hendingar og meir kuriøse opplevingar vart skildra kronologisk i narrativar, med forfattaren som open eg-person. I *Den sjangerforvirra perioden* ser det ut til at artiklane i større grad er skrivne ut frå eit redaksjonelt initiativ, at tema er bestemt på førehand og at temaet er i fokus, ikkje journalisten sine opplevingar.

Som i 1927 utgjer argumentasjonar og instruksjonar ein særst liten del av tekstmaterialet, ti og åtte prosent. To av instruksjonane er matoppskrifter, den tredje ei oppskrift på korleis ein skal trenast for å bli slank til påske. Når det gjeld argumentasjonar er det ikkje noko fast mønster verken for tema, lengd på teksten eller tal på argumentasjonar i dei ulike utgåvene.

### 5.3.2 Reflekterande journalist

Metoden journalistane nyttar seg mest av er framleis referat, sjå tabell 5.9. Av tekstane i materialet mitt har 85 prosent innslag av referat. Forfattarrefleksjonar scorar også høgt. I 79 prosent av tekstane reflekterar journalistane over det dei skriv om i større eller mindre grad. Journalistane er altså framleis tydeleg til stades i mange av tekstane ved at meiningane og tankane deira skin gjennom.

**Tabell 5.9:** Arbeidsmetodar som er synlege i artiklane. Det kan nyttast meir enn ein metode i kvar artikkel. Prosenttalet viser kor stor del av artiklane som nyttar den einskilde arbeidsmetoden. N = talet på analyserte artiklar.

Metode	Funn i artiklane	Prosentvis fordeling
Intervju	9	23
Observasjon	16	41
Direkte forfattarrefleksjon	31	79
Referat	33	85
<b>Totalt</b>	<b>89</b>	<b>N=39</b>

Observasjon er nytta som metode i 41 prosent av tekstane, men observasjon er sjeldan hovudmetoden i artiklane. Ofte er det berre små frasar som vitnar om at forfattaren har vore på staden. Dei store, litterære skildringane finn eg mest ikkje.

Sjeldne er også intervju. Sjølv om det i 1963 var lenge sidan intervjuet gjorde sitt inntog i journalistikken, inneheld berre 23 prosent av artiklane intervju. Intervjuet opptreir hyppigast i dei deskriptive tekstane som omhandlar konkrete tema som til dømes dyreartar og brukskunst. Intervjuobjekta i artiklane uttalar seg i regelen som ekspertar på sine felt. Bruken av «ekspertkjelder» som uttalar seg om eit tema i form av sin yrkeskunnskap. Det har truleg utspring i at fleire av artiklane er planlagde av redaksjonen og at journalistane har byrja endra synet på seg sjølve – dei ser det ikkje lenger som si rolle å informera folket ut frå eigne erfaringar, men innhentar i større grad kunnskap frå andre.

Langt færre tekstar er baserte berre på ein metode no enn i 1927, 10 prosent mot 19 prosent i den førre perioden. Det kan med anna henga saman med at intervjuet er vorte ein vanlegare metode enn tidlegare, og at metodar som forfattarrefleksjon og observasjon no sjeldan vert nytta åleine. Dei vert kombinerte med referat, intervju eller kvarandre. I 36 prosent av tekstane er tre eller fire arbeidsmetodar synlege, medan det er nytta to arbeidsmetodar i 54 prosent av tekstane.

### 5.3.3 Implisitt journalist

I ein stor del av artiklane talar journalisten direkte til lesarane gjennom eg- eller me-form. Tabell 5.10 viser at i 41 prosent av tekstane syner forfattaren seg som «eg», og i 21 prosent som «me». I nokre av tekstane kan eg-forma dukka opp berre ein gong, medan journalisten elles held seg skjult. Dette gjeld særskilt for dei deskriptive tekstane, medan eg-forma er meir gjennomført i dei fleste narrative og argumentative tekstane.

**Tabell 5.10:** Denne tabellen tek føre seg korleis journalisten syner seg i teksten. Kvar artikkel kan ha fleire treff. Tabellen viser også i kor stor prosentdel av tekstane journalisten syner seg slik. N= talet på analyserte artiklar.

Forfattaren i teksten	Talet på tekstar	Prosentvis fordeling
Eg	16	41
Me	8	21
Ein	3	8
A-magasinet	0	0
Ladde uttrykk	25	64
Ikkje synlege kjelder	5	13
<b>Totalt</b>	<b>57</b>	<b>N=39</b>

Nytt for *Den deskriptive perioden* er det at journalisten i nokre av tekstane skjular seg for lesaren ved bruk av «ein», som her i *Ikke russ i år*: «I mange år har man visst, at man likevel ikke er verdens midtpunkt når man er russ. Hver 17. mai siden den gang har man nikked klokere og klokere med hodet og tenkt at stakkar, de tror at det er det der som er LIVET» (A-magasinet nr. 20/1963). Gjennom bruk av «ein» skapar journalisten ein avstand mellom seg, lesarane og det ho fortel. Det ser ut til at «ein» er identisk med forfattaren som «eg»-person, men me veit det ikkje sikkert. Tekstar der forfattaren fortel gjennom «ein» nyttar i stor grad også ladde og meiningsberande adjektiv. I alt 64 prosent av artiklane inneheld ladde eller meiningsberande adjektiv eller anføringsverb. I 13 prosent av tekstane er forfattaren heilt skjult.

### 5.3.4 Hentar frå seg sjølv

Til tross for auka bruk av intervju og sjeldnare bruk av eg-form, er det også i 1963 forfattaren som oftast er hovudkjelda i artiklane. Journalisten hentar, som tabell 5.11 viser, opplysningar frå eigne erfaringar og opplevingar i 59 prosent av artiklane. Når han ikkje gjer det, vert opplysningane oftast henta frå menn. 15 prosent av artiklane har mannleg hovudkjelde, medan kvinner er hovudkjeldene i åtte prosent av artiklane. At ein større del av hovudkjeldene i denne perioden ikkje er identiske med journalisten, heng mest sannsynleg saman med at forfattarane i større grad enn tidlegare nyttar seg av intervju.

**Tabell 5.11:** Denne tabellen viser korleis hovudkjeldene fordeler seg.

Hovudkjelde	Tal på tekstar	Prosentvis fordeling
Mann	6	15
Kvinne	3	8
Skriftleg kjelde	4	10
Journalisten sjølv	23	59
Ikkje synlege kjelder	3	8
<b>Sum</b>	<b>39</b>	<b>100</b>

I ti prosent av tekstane er hovudkjelda skriftleg, medan journalisten ikkje synleggjer metodebruken i åtte prosent av tekstane.

Den eine av dei kjeldelause tekstane er narrativen *Monsieur Bonnevals hemmelighet* (Gallko, 1963). Den handlar om ein kokk som gjer alt han kan for å få stjerner i Michelins reisehandbok. Forfattaren gjer ikkje greie for kvar han har fått denne historia frå, noko som gjer at eg undrar på om teksten eigentleg er ei novelle. Tekstar som denne tydar på at skiljet mellom fakta og fiksjon ikkje er klart i denne perioden heller.

For dei tekstane som har synlege kjelder er over ein tredel, 38 prosent, basert på to kjelder, medan 21 prosent er baserte på tre synlege kjelder eller fleire. Talet på artiklar som har to kjelder eller meir har auka frå 40 prosent i 1927 til 59 prosent i 1963.

### 5.3.5 Kvinnene gjer sitt inntog

Framleis er identiteten til ein stor del av journalistane skjult for lesarane. Halvparten er kreditert med pseudonym, initialar, etternamn eller ikkje noko i det heile, som tabell 5.12 viser.

**Tabell 5.12:** Tabellen viser kjønnet på journalistane som har skrive artiklane.

Forfattar	Tal på tekstar	Prosentvis fordeling
Mann	15	38
Kvinne	4	10
Både mann og kvinne	0	0
Etternamn	6	15
Pseudonym/Initialar	8	21
Heilt ukjent	6	15
<b>Totalt</b>	<b>39</b>	<b>99</b>

Av forfatarane som har namnet sitt under artiklane er 79 prosent menn og 21 prosent kvinner. Det er eit forholdsvis stort tal kvinner, ettersom 14 prosent av Norsk Journalistlag sine medlemmar var kvinner i 1972, nesten ti år seinare (Allern, 2005). Talet artiklar i materialet er så lite at ein tekst frå eller til gjer store utslag. Dersom journalistane som ikkje er namngjevne også er menn, vil tala stemme betre overeins med medlemstala i Norsk

Journalistlag. Men det kan også tenkjast at fordelinga mellom kvinner og menn, som i dag, var ulik på dei forskjellige stoffområda, og at kvinner skreiv ein større del av tekstane i magasinet enn i Aftenposten elles. Då A-magasinet vart reintrodusert i 1963 vart det nettopp sagt at:

Hva innholdet angår er det vår hensikt at bilaget fortsatt skal være til hygge og underholdning, men samtidig vil vi også efter hvert bringe stoff fra sektorene hus og hjem, barn og familieliv, husholdning og klær og annet som angår våre kvinnelige lesere. (A-magasinet nr. 1/1963)

Med den målsettinga er det naturleg også å satsa på kvinnelege journalistar.

### 5.3.6 Kulturell inspirasjon

Kulturstoffet får mest plass i det nye magasinet, som tabell 5.13 viser. Noko av grunnen til at dette er temaet i 36 prosent av artiklane, er dei faste musikkmeldarspaltene som går kvar veke. I dei to første magasinane eg har analysert var det ei spalte for klassisk musikk og ei for jazz. I dei tre siste magasinane hadde den klassiske spalten falle frå. Resten av kulturartiklane fordeler seg mellom anna på teaterframsettingar, ungdomshus, festspel og sport.

**Tabell 5.13:** Tabellen viser kva hovudtema artiklane fordeler seg på.

Tema	Tal på artiklar	Prosentvis fordeling
Mote, design og arkitektur	3	8
Mat og drikke	4	10
Kvardagsliv og familie	6	15
Kjendis	0	0
Teknologi, industri og forskning	1	3
Natur og friluftsliv	3	8
Kultur	14	36
Psykologi	0	0
Reise	4	10
Krig og kriminalitet	1	3
Politikk og samfunn	0	0
Diverse	3	8
<b>Totalt</b>	<b>39</b>	<b>101</b>

Det nest mest omtala temaet er kvardagsliv og familie. Dette utgjer 15 prosent av artiklane. Dei består hovudsakleg av reflekterande tekstar der forfattaren set fingeren på kvardagslege ting, som korleis det er å bli vaksen og korleis ein skal kvitta seg med juletreet. Elles fordeler tekstane seg jamt på mote, design og arkitektur, mat og drikke og natur og friluftsliv. Når det gjeld artiklane som omhandlar reiser, er det ikkje lenger dei eksotiske reisereportasjeane eg finn. Reiseartiklane i 1963 er meir forbrukarretta enn dei var i førre periode. Den eine handlar

til dømes om korleis ein skal få mest mogeleg ut av pengane i København, medan ein annan informerar om Sørlandet som reisemål.

Også i 1963 er fleirtalet av tekstane skrivne for begge kjønn, med nokre unntak. Tre artiklar meiner eg er retta særskilt mot kvinner og to mot menn. Dei kvinnelege tekstane tek føre seg korleis ein kan bli slank til påske, korleis den nye moten ser ut og korleis det er for ei jente å plutsleg finna ut at ho er vorten kvinne. Ein tekst handlar om ein mann si beundring av ei kvinne, og eg vil tru denne er retta særskilt mot mannlege lesarar.

### **5.3.7 Musikk frå USA**

Sjølv om det framleis er ein del tekstar som handlar om reiser, har dei fleste utgangspunkt i Noreg. Årsakene kan vera fleire. Mange av artiklane som i 1927 omhandla utlandet var såkalla reisebrev skrivne av personar som tilsynelatande budde i utlandet. Slike tekstar merka reisebrev finn eg ikkje i 1963. I 1963 har også fleire høve å reise, og ikkje alle reisemål er like eksotiske som dei var 36 år tidlegare. 36 prosent av tekstane har likevel handlinga henta frå utlandet, hovudsakleg frå Europa, men også frå USA. Særskilt tekstar som handlar om musikk viser til landet «over there».

Nytt for 1963 er det at tre av tekstane i magasinet, sju prosent, er dagsaktuelle. To av dei handlar om 17. mai som vart feira den aktuelle veka, og den tredje fortalde om olsok og slaget på Stiklestad. 28 prosent av tekstane er vekeaktuelle. Med det meiner eg at dei omhandlar hendingar som hadde skjedd for kort tid sidan, eller som skulle skje om kort tid. Det kan sjå ut til at nyhendetenkinga har byrja festa grepet i redaksjonen. I staden for å fortelja om ting dei har opplevd fleire år tilbake, som i 1927, byrjar journalistane å skriva om aktuelle tema. Men sjølv om magasinet byrjar å fyllast med artiklar som er aktuelle, er over halvparten av artiklane framleis tidlause. 54 prosent av artiklane kunne ha vore trykt ein månad før eller etter dei stod i A-magasinet. Ti prosent av tekstane meiner eg er så tidlause at dei kunne ha stått på trykk år før eller etter dei gjorde.

### **5.3.8 Fotografia kjem**

Nye trykkemetodar og nye medium som skapar større fokus på bilete gjer utslag i biletbruken til A-magasinet. I 1963 er 44 prosent av artiklane illustrerte med fotografi. Ein like stor del har teikna illustrasjonar. Berre åtte prosent av tekstane er heilt utan illustrasjon, som tabell 5.14 viser:

**Tabell 5.14:** Tabellen viser kva type illustrasjon artiklane har.

Illustrasjon	Tal på artiklar	Prosentvis fordeling
Teikning	17	44
Foto	17	44
Både teikning og foto	1	3
Ingen illustrasjon	3	8
Umogeleg å sjå	1	3
<b>Totalt</b>	<b>39</b>	<b>102</b>

Tala tydar på at illustrasjonar generelt og fotografi spesielt vert meir vektlagt av redaksjonen. Saman med bilettekstar og ingressar, som er nytt for perioden, er bileta med på å gjera budskapet i artiklane lettare tilgjengeleg for lesarane. Ved å lesa dei ulike komponentane saman, får lesarane fort innblikk i kva artikkelen omhandlar. I tillegg til at illustrasjonane ser ut til å vera høgare prioritert enn i 1927, er ein større del dokumentariske. Totalt har 25 prosent av tekstane dokumentariske illustrasjonar, medan 64 prosent har illustrative illustrasjonar. Dei dokumentariske illustrasjonane er ofte fotografi av menneske artiklane omhandlar, men også kulturelle hendingar, som skodespelet om slaget på Stiklestad. Dei dokumentariske bileta gjev lesaren høve til å sjå korleis stader og menneske som vert omtala faktisk ser ut. Dei fleste illustrasjonane, 42 prosent, er frå offentlege settingar, medan omtrent halvparten så mange er frå den private sfæren. I 27 prosent av illustrasjonane var problemstillinga irrelevant.

Heller ikkje i denne perioden er illustratørane namngjevne. Ukjente bidragsytarar står for 67 prosent av illustrasjonane. I ti av artiklane, 26 prosent, er det menn som har stått for illustrasjonane. Ingen av fotografane eller illustratørane som er kreditert i magasinet er kvinner. Det ser ikkje ut til å vera nokon skilnad på korleis teikningar og fotografi vert kreditert. Dei som har namnet til verket sitt er jamt fordelte på teikningar og fotografi.

### **5.3.9 Den sjangerforvirra perioden – ei oppsummering**

1963-årgangen av A-magasinet inneheld, som forgjengaren, romanseriar og noveller og har ein sterk fiksjonsdiskurs. Den har også ein klar familiediskurs med stoff både for vaksne og born. Magasinet har i tillegg fått ein ny funksjon i form av at det er programblad for radio og nyvinninga fjernsynet.

Mange av dei journalistiske artiklane handlar om opplevingar utanfor heimen, som teaterframføringar og reiser. Ofte er det ikkje kva forfattaren opplever, men kva lesaren kan oppleve som står i fokus. Mange av artiklane er retta mot kultur, særskilt musikk. Ein stor del

av tekstane hamnar også under kategorien kvardagsliv og familie, medan særskild få tekstar set kritisk lys på samfunnet. I denne perioden er ikkje opplevingsdiskursen så sterk. Tekstane er meir temabaserte. Journalisten gjev ikkje lesaren opplevingar i like stor grad som tidlegare, men fortel i staden kva lesaren sjølv kan gjera.

I 1963 er det langt færre tekstar som primært er narrative og fleire som er deskriptive enn i føregjengaren. Tema synest viktigare enn forteljing. Det ser også ut til at fleire tekstar er skrivne ut frå eit redaksjonelt initiativ. Dei har eit temafokus og handlar ikkje om forfattaren sine personlege opplevingar. At artiklane ikkje er like personlege som før viser seg også i forma artikkelen får. I staden for at forfattaren som eg-person er ein gjennomgangsfigur i teksten, viser han seg ofte berre ein eller to gonger. Men forfattaren er framleis til stades med direkte refleksjon og gjennom bruk av ladde og meiningsberande ord.

Observasjon vert også nytta meir sporadisk og sjeldan som hovudmetode, medan intervjuet har styrka sin posisjon utan at det ser ut til at journalistane har klart føre seg korleis dei skal nytta seg av det. Det ser ut til at journalistane ikkje har fått grep om korleis dei skal gripa an dei nye trendane med nyhendetrekant og informasjonsfokus, og tekstane er prega av sjangerforvirring. Dette vil eg visa tydelegare i den kvalitative analysen.



## 5.4 Sjanger utan faste rammer - 1963

Ut frå kvantiteten ser det ut til at reportasjen har svekka sin posisjon frå 1927 til 1963. Totalt er det sju reportasjar i materialet mitt frå 1963. Kvar av dei fem magasinane har ei reportasje, to av magasinane har to reportasjar. Mange av tekstane i 1963 er hovudsakleg deskriptive med synlege forfattarar som set sitt preg på teksten, utan sjølve å vera hovudpersonane. Tre av reportasjane i materialet mitt er deskriptive, medan fire er narrative. *Norsk arkitekt med fransk suksess* av Johannes Skancke Martens (A-magasinet nr. 10/1963, Vedlegg 6) er døme på ein deskriptiv tekst som syner den auka kompleksiteten i artiklane i 1963 og sjangerforvirringa som kjem til syne i denne perioden.

Teksten si hovudscene er flyplassen Orly som er under bygging i Paris, og hovudpersonen er Leif André Johannesen som jobbar der som arkitekt. Teksten handlar om ein nordmann som har gjort suksess i utlandet. At hovudpersonen er norsk er nok ein viktig grunn til at artikkelen får så stor plass. Når redaktørar og journalistar velgjer kva som skal fylla aviser og magasin, er nærleik eit av dei mest sentrale kriteriane. Nærleik i tid, geografi og kulturell nærleik, for at lesarane skal kunna identifisera seg med hovudpersonane i teksten (Allern, 2005).

Artikkelen har fått plass omlag midt i magasinet, på side åtte og ni, sidene før radio og tv-programmet. Sjølv om artikkelen er plassert såpass langt bak i magasinet er det berre ein journalistisk artikkel som er plassert lenger fram, den handlar om ein gamal mann sine bjørnehistorier. Dei to journalistiske artiklane får like stor plass. Ei dobbeltside kvar. Resten av tekstane som kjem før *Norsk arkitekt med fransk suksess* er kortare tekstar og reklame.

### 5.4.1 Komposisjon med to fokus

I motsetning til i *Bjørnejakten* er det ikkje noka gjennomgåande forteljing i reportasjen om den norske arkitekten Johannesen. Om eg skulle ha teikna ei spenningskurve, ville ho vorte heilt flat. Det gjeld for ein stor del av artiklane i 1963. I staden for å skriva ei gjennomgåande forteljing, vekslar journalistane mellom faktatung informasjon, skildringar, intervju og scener, slik som journalisten Johannes Skancke Martens har gjort i denne reportasjen. Ettersom artikkelen ikkje er bygd opp av nokon fast hendingsstruktur er det ikkje fruktbart å analysera han etter Hollywoodmodellen. *Norsk arkitekt med fransk suksess* er bygd opp av fem blokker:

- Innleiing - fakta om Orly
  - Orly er den åttande største flyplassen i verda.
  - 60 ulike flytypar landar på flyplassen.

- Ein landsby måtte rivast for å gi plass til flyplassen.
- No vert flyplassen i Orly bygd opp att og flyplassen Bourget som fly frå Noreg har nytta seg av dei siste åra, vert truleg lagt ned.
- Etter opninga av Orly året før har flyplassen blitt ein viktig severdighet.
- Presentasjon av arkitekten – blanding av fakta og skildring
  - Johannesen har ansvaret for to av seks etasjar i hovudbygningen.
  - Johannesen fekk NG i fransk, men var interessert i landet og reiste likevel til Paris i 1950. No snakkar han språket flytande.
  - Johannesen vart tilsett hjå sjefsarkitekten Jacques Warnery.
  - Johannesen gifta seg med ei fransk dame.
  - Han fekk jobb hjå hovudarkitekten for Orly – utan å ha søkt stillinga.
- Arkitekten sine bragder – blanding av fakta og skildring
  - Han har vore konsulent for arkitekten som skal byggja fjernsynshuset i Oslo.
  - Han fekk andreplass i konkurransen om Kong Haakons kyrkje i København.
  - Han skal vera ansvarleg for innreiinga av eit luksushotell på Korsika.
  - Han har overoppsynet med bygginga av 450 leilegheiter utanfor Versailles.
- Arkitekten sitt Orly gjennom journalisten sine auger
  - Det er dempa – mest hypnotiserande musikk overalt inne på flyplassen.
  - Det er for sterke lys og for lave tak.
  - Johannesen sin yndling er kapellet – journalisten meiner kapellet er lyst, kaldt og stemningslaust.
  - Journalisten likar mykje betre vip-området på flyplassen.
- Avslutning
  - Det har lukkast Johannesen å bli medlem av den franske haustsalongen for kunst sin «Commission artistique».
  - Han skal samarbeida med Carl Nesjar, oppfinnaren av naturbetong-metoden.
  - Han vil bli i Frankrike og etter kvart slå seg ned i Bordeaux-distriktet.

Gjennom heile den første blokka ser det ut til at den nye franske flyplassen Orly i seg sjølv er saka. I starten av artikkelen ramsar forfattaren opp fakta om flyplassen:

Franskmennene kan med rette være stolte av sin «aëroport» i Orly, ca. ti km syd for Paris. Den er Europas største etter London, den åttende i rekken av verdens flyplasser, i stand til å ta imot over seks millioner reisende i året, og ekspedere nærmere hundre tusen tonn gods til all verdens land.

Teksten opnar altså med ein klar informasjonsdiskurs. Det er i innleiinga temaet og stemninga i reportasjen vert etablert, og det er ofte den som avgjer om folk vil lesa vidare.

Big numbers are abstract, not concrete. Encountering them, the mind pauses, reflexively trying to translate the data into something it can picture. If too many abstracts assault it simultaneously, it gives up, and the rest of the story goes unread. (Blundell, 1988, s. 22)

Å ha ei oppramsing av fakta i innleiinga av teksten, og å venta med å presentera personen og temaet artikkelen handlar om, som Martens har gjort i denne reportasjen, bryt altså med dagens journalistiske normer.

Møtet med Johannesen, som ifølgje overskrifta er den artikkelen skal handla om, vert først presentert i blokk nummer to. «Ved en tilfeldighet hørte jeg at en nordmann som er ansatt på arkitektkontoret i hovedbygningen, er ansvarlig for to av hovedbygningens seks etasjer.» Forfattere oppsøker arkitekten, og byrjar skrive hans historie.

Det kan sjå ut til at forfattere har skrive teksten kronologisk i høve til sine eigne opplevingar. At tanken først var å skriva om den splitter nye, store franske flyplassen, men så møter han tilfeldigvis ein nordmann som jobbar som arkitekt på flyplassen, og vel å flytta fokus over på han. Til slutt, i blokk fire, knyter forfattere Orly og arkitekten saman ved å skildra Johannesen sine verk på flyplassen, før han fokuserar på kva arkitekten vil gjera i framtida. Det ser ut til at forfattere har problem med å vinkle saka og velje eit tydeleg fokus. At han skriv kronologisk etter det han opplever i staden for å gjera større grep om komposisjonen, vitnar om sjangerforvirring, noko som gjeld for fleire av artiklane i denne perioden.

#### **5.4.2 Forfattere trer fram**

Den første blokka i teksten bryt med forventningane overskrifta gjev. Han bryt også med forteljarstilen til resten av teksten. Innleiingsvis refererar forfattere faktaopplysningar utan å vise lesarane at han sjølv har vore på Orly. Han fortel heller ikkje kva kjelder han har opplysningane sine frå. Så, i blokk nummer to, trer forfattere fram med sitt eg. «Ved en tilfeldighet hørte jeg at...» Frå no av nyttar forfattere seg sjølv aktivt som kjelde i teksten.

Han er i stor grad til stades og skildrar det han ser og opplever. Martens viser også tydeleg kva han meiner om flyplassen og arbeidet Johannesen har gjort der:

Aller stoltest er den energiske nordmann over to av sine hovedprosjekter: Et ovalt kapell delt i to av en glassvegg, - efter min mening lyst, kaldt, stemningsløst. [...] Jeg likte bedre hans løsning av venteværelsene for den typen mennesker amerikanerne kaller «vip» - very important persons, - de meget viktige personer.

Dømet på forfatterrefleksjon er henta frå den fjerde blokka, der forfattaren går rundt og skodar over Johannesen sitt arbeid, og vidareformidlar det han ser til lesarane gjennom skildringar.

Synsvinkelen skiftar gjennom teksten. Etter at Martens har vist seg som «eg» i teksten, skiftar han mellom synsvinklane eg-person og Johannesen i tredjeperson. Johannesen slepp også til med totalt fire direkte sitat. Sjølv om ikkje sitata er mange utgjør dei rundt ein tredel av teksten fordi dei er lange:

– I et fransk tidsskrift i Oslo så jeg at sjefsarkitekten for slottet i Fontainebleau, Jaques Warnery lot fra fem til ti unge mennesker arbeide på sitt kontor, samtidig med at han underviste dem. Gjennom kulturattachéen i Norge kom jeg i forbindelse med den kjente arkitekten og ble antatt som eneste nordmann. Jeg begynte med tegnearbeider og ble tre år hos Warnery, en av Frankrikes ledende arkitekter, ikke så moderne, men en utmerket pedagog og et storartet menneske. Jeg fikk ingen lønn, men betalte heller ikke noe for undervisningen. Dette er et fransk system som praktiseres innen mange yrker. Warnery døde forøvrig for tre år siden. Han ble drept i en bilulykke.

Martens fortel om arkitekten i tredjeperson og let han fortelja om seg sjølv i førsteperson. Journalisten let altså Johannesen vera hovudpersonen, men er sjølv sterkt til stades gjennom bruk av eg-form og direkte refleksjonar.

Kva metodar forfattaren nyttar seg av varierar også frå blokk til blokk. Innleiingsvis nyttar Martens referat, for å gi lesaren faktaopplysingar om flyplassen og for å fortelja korleis han fann Johannesen. Så går han over til å nytta intervju som hovudmetode. Det verkar som om intervjuet vert nytta på ein nokså uklar eller ubevisst måte. Alt Johannesen seier vert gjenfortalt gjennom sitat, sjølv om mykje av det like gjerne kunne ha vore fortalt av forfattaren.

Etter at Johannesen har fortalt si historie, skildrar forfattaren flyplassen for lesarane, og nyttar observasjon som metode.

Etter lunsjen gir vi oss ut på vandring i hovedbygningen på Orly, forfulgt av dempet musikk som lyder overalt, selv i heiser – og på toalettene. Den hensetter antagelig mer ømfintlige sinn i en hypnotisk tilstand. Moderne danserytmer får ungdommene til å smile som i trance, mens de vrikker på hofter og skuldrer.

I tillegg til å observera, reflekterer forfattaren over det han høyrer, noko som gjer det lettare for lesaren å skjønna kva forfattaren opplever. Forfattaren går så over i eit nytt refererande parti før Johannesen på nytt får sleppa til med sitat.

Metodebruken i 1963 er altså meir kompleks enn han var i 1927, då observasjon gjennomgåande vart nytta som hovudmetode, i tillegg til referat og forfatarrefleksjon.

### 5.4.3 Få språklege bilete

Martens nyttar seg ikkje av like mange språklege virkemiddel som Rasmussen gjorde i *Bjørnejakten*, men skriv rett fram kva han ser og meiner. Han skriv at lyset er «for sterkt», at taka er «for lave» og at borda har «rare former». Men han forklarar ikkje korleis det han skildrar ser ut og kvifor han meiner som han gjer. I 1963 er ikkje den litterære diskursen like sterk som i førre periode.

Korleis framstiller så forfattaren flyplassen og Johannesen? Ei referentkjede knytt til Orly inneheld følgjande uttrykk: Den åttande største, det veldige anlegget og «severdighet» av rang. Forfattaren snakkar altså om flyplassen i positive ordlag. Det kan verka som at forfattaren beundrar flyplassen, i og med at han ramsar opp alle kvalitetane Orly har med bruk av store tal og ord. Også sjefane til Johannesen vert det nytta store ord om: Sjefsarkitekten, den kjente arkitekten, ein av Frankrikes leiande arkitektar, utmerka pedagog og storarta menneske, vert nytta om Warnery. Om Vicariot vert det sagt at han er «en av de største internasjonale autoriteter». Ved å framstilla Johannesen sitt prosjekt, sjefar og læremeistrar slik, gjer det at også Johannesen sine bragder ser sær gode ut. Orda som vert nytta direkte om Johannesen er energiske og utrettelige – som også er positivt ladde. Altså kan me seie at Martens bygg opp ein suksessdiskurs. Noko som også overskrifta indikerar at han skal.

### 5.4.4 Norsk arkitekt med fransk suksess - vår helt

Det er to fokus i *Norsk arkitekt med fransk suksess*, og slik eg ser det er det to diskursar som kjempar mot kvarandre om hegemoniet både når det gjeld tema i teksten og form.

Innleiingsvis er opplysningsdiskursen rådande, når Martens ramsar opp fakta om den nye flyplassen. Der gjev forfattaren lesarane ny informasjon som dei kan få bruk for dersom dei skal ut og reisa. Idet forfattaren trer fram i eg-form, og Johannesen vert presentert, vert ein norsk-suksessdiskurs leiande. Fokuset er no på kva norske Johannesen har fått til i Frankrike. Flyplassen Orly vert berre ei kulisser for å forklara dette. Truleg er teksten bygd opp slik fordi me nordmenn likar å lesa om oss sjølve, og om eigen suksess.

Komposisjonen viser at reportasjesjangeren har endra seg – og er i endring. Modellane som i 1927 vart nytta for å laga spenning og driv vert ikkje nytta i denne reportasjen. Ved fleire høve ser det ut til at 1963-journalistane freistar å bygga opp reportasjane på ein slik måte at dei får kombinert opplysningsidealet og den nye metoden intervjuet med observasjon og journalistrefleksjon, men at dei ikkje har funne ut korleis dei skal setja kompleksiteten i system. Det fører til at teksten, som i dette tilfellet, ikkje har nokon gjennomført komposisjon og får to fokus.

Reportasjane frå 1963 viser også at journalistrolla har endra seg sidan 1927. Journalistane legg større vekt på informasjon og opplysing i artiklane sine, og ikkje like mykje på eigne opplevingar. Det fører til at andre kjelder får vera i fokus, som arkitekt Johannesen i dette tilfellet. Likevel kjem journalisten ofte til syne i tekstane, noko som ikkje alltid ser ut til å vera eit gjennomført grep.

Fleire av tekstane i 1963 ser ut til å vera produkt av eit redaksjonelt initiativ. Denne artikkelen er forholdsvis aktuell, i og med at det er ein flyplass som er under bygging her og no. Det passar til ei av målsettingane A-magasinet hadde då det starta opp att i 1963, nemleg: «For manfolk vil vi forsøke å bringe mer aktualitetspreget reportasje, idet vi vil legge an på å belyse «nyheten bak nyheten» på en måte som det ellers ikke er plass til i den ordinære avis.» Magasinet spela sterkt på stereotypiar då det relanserte seg sjølv, men eg finn ikkje noko som tyder på at reportasjane i mitt materiale passar betre til menn enn til kvinner.

Innleiingsvis skreiv eg at norsk journalistikk gjekk inn i ein litterær tørkeperiode frå slutten av 1960-talet. Ifølgje Bech Karlsen var A-magasinet eit unntak frå regelen, for han kallar A-magasinet eit drivhus for nye reportasjeformer (Bech-Karlsen, 2002). Analysane mine viser at den litterære tørkeperioden har starta i A-magasinet også. Det ser ut til at nyhendekonvensjonane er på veg inn, og at desse konkurrerar med den litterære diskursen og opplevingsdiskursen, som var så sterke i den førre perioden. Slike kampar om hegemoniet varslar endringar (Fairclough, 1995). Det kan vera at A-magasinet var i ferd med å utvikla nye reportasjeformer men at desse ikkje har utkrystallisert seg i mitt analysemateriale frå 1963.

## 5.5 Den malstyrde perioden - 2005

2005-magasinet har ei stram oppbygging. Kwart magasin startar med ein introduksjon av innhaldet, ein leiar, samt ein presentasjon av bidragsytarane til dei viktigaste artiklane. Så kjem spalter, artiklar og notissider under faste vignettar på rekke og rad. Det er den stramme oppbygginga som er bakgrunnen for at eg gav epoken namnet *Den malstyrde perioden*.

Den første spalta som er med i mine analyser, *Nå*, er frå Aftenposten sine korrespondentar og tek føre seg eit aktuelt tema frå landet dei held til i. Så kjem spalta *Spørsmål & svar*, dei meiningsberande spaltene *Utfall Fredag* og *Ny viten*, som presenterar vitskapsfakta. Lenger ut i magasinet vert eit yrke presentert under vignetten *Mitt yrke*, så kjem matspalta *Kokkekok*. A-magasinet har også kvar veke invitert fagfolk til å skriva ein artikkel om kvifor me menneske er som me er under vignetten *Psykologi*.

Mellom dei faste spaltene får dei lengre hovudsakene plass. For å skilje desse større tekstane frå spaltene, vel eg å kalla dei hovudtekstar i analysen min vidare. Kvar veke er det fem eller seks lengre journalistiske hovudsaker. Omfanget for kvar av desse varierar frå to til ni sider. Kvar veke er det ein artikkel som handlar om menneskelege problem, om menneske som i ein eller annan samanheng er offer for andre menneske eller samfunnet sine handlingar, eller mangel på handlingar. Også blant desse artiklane finn eg eit fast mønster, og fleire av hovudtekstane har også vignettar. I kvart magasin er det to eller tre sider som handlar om mote under vignetten *Trend*, og fire av magasinerna har ein lenger artikkel under vignetten *Viten*. Like mange magasin har artiklar som handlar om ei merkevare, alt frå Helly Hansen til Dagbladet. Desse hovudtekstane vert skrivne under vignetten *Merkevaren*.

Tekstane under vignettane *Livet i familien* og *Leve sammen*, er ikkje med i mine analyser, ettersom eg ikkje reknar dei som journalistiske tekstar. Spaltene vert skrivne av ein familieterapeut og ein psykolog, og går begge ut på å løysa lesarar sine samlivsproblem ved å svara på spørsmål frå lesarane. Magasinet har altså teke på seg rolla som samlivsproblemløysar, noko som er nytt sidan 1963. Bakarst i magasinet vert lesarane sine reaksjonar på magasinet trykte under vignetten *Reaksjoner*. Der kan lesarane gi journalistane i magasinet tilbakemelding på tekstane dei har lese. Sida gjer det mogeleg for lesarane å påverka magasinet gjennom å fortelja redaksjonen kva dei er nøgde med og kva dei ikkje likar. Denne måten å kommunisera med lesarane på er ny. I dei to føregåande årgangane fanst det ikkje noko side for lesarreaksjonar.

Mange faste spalter har fått plass i 2005, men mange har også forsvunne sidan førre periode. Bornesidene finst ikkje lenger. Det gjer heller ikkje teikneseriar og eventyr. Med

andre ord er A-magasinet vorte eit magasin for vaksne. Fiksjonsdiskursen i magasinet har også forsvunne. Magasinet inneheld ikkje noveller eller romanseriær, med eitt unntak. Sommaren 2006 lét A-magasinet kjende personar presentera si favorittnovelle. Årsaka til at magasinet ikkje har fiksjon er, ifølgje reportasjeleiar i A-magasinet Lene Skogstrøm, at det er med på å underbyggja aktualitetspreget til magasinet. Ifølgje henne er det også vanskeleg å få tak i gode novelleforfattarar, og om ein skal nytta seg av dei som er verkeleg gode, så er det særskild kostbart (Skogstrøm, 2008, intervju).

Musikkanmeldarspalta *Vi spiller plater med Septim* er heller ikkje vidareført, og magasinet har ikkje TV- og radioprogram. TV- og radioprogramma er noko A-magasinet gjerne kunne tenkja seg å ha ettersom det ville ha gitt magasinet lengre levetid, men har likevel valt å la vera. Mellom anna fordi hyppige endringar i oppføringane aukar sjansen for feil, og at talet på fjernsynskanalar gjer oppgåva omfattande.

A-magasinet sitt sidetal har nesten tredobla seg med ein vekst frå 24 sider i 1927 og 1963 til 68 sider i 2005. Mange av sidene er annonsesider. Annonseomfanget varierar frå sju til 13 ¼ sider i dei fem magasinane. Dei fleste annonsane tek frå ei halvside til ei dobbeltside kvar, og mange av annonsørane ser ut til å vera ute etter meir pengesterke lesarar enn tidlegare. I kvart magasin er det meir enn ein bilprodusent som har inne ei heilsiders annonse. Kvar veke er det også fleire annonser for diverse feriereiser både for familiar og par. Fleire av annonsørane vil selja hushaldsartiklar, som i 1927 og 1963, og det er i tillegg annonsar for mat og klede.

Påfallande er det også at A-magasinet nyttar større og fleire bilete enn før, og at biletet på oppslagssida ikkje lenger berre er ein fin illustrasjon, men viser til ei av hovudsakene i magasinet. Framsida vert i 2005 nytta som ein plakat som skal selja i større grad enn tidlegare.

Til tross for at noko av auken i sidetalet vert dekkja av annonser, har det også vore ein sterk auke i talet på journalistiske artiklar. Heile 61 artiklar er gjenstand for analyse i dei komande underkapitla.

### **5.5.1 Det deskriptive tek overhand**

2005 er den perioden som har størst prosentdel deskriptive tekstar. Som figur 5.15 viser, er 64 prosent av tekstane deskriptive. Forfattarane skriv artiklar rundt tema, og nyttar opplevings- og ekspertkjelder til å setja lys på ulike sider av sakene dei tek opp.



**Tabell 5.15:** Tabellen viser kva teksttype artiklane høyrer til.

<b>Teksttype</b>	<b>Tal på tekstar</b>	<b>Prosentvis fordeling</b>
Narrativ	11	18
Instruksjon	5	8
Deskriptiv	39	64
Argumentasjon	6	10
<b>Totalt</b>	<b>61</b>	<b>100</b>

Fleire av dei deskriptive tekstane har narrative innslag, men berre 18 prosent av tekstane er hovudsakleg narrative. Dei narrative tekstane er ofte bygde opp av ei forteljing som er broten opp av informative parti som forklarar tema artikkelen tek opp. Narrative tekstar med utspring i forfattaren sjølv finn eg mest ikkje lenger. Unntaket er Kjetil S. Østli sin artikkel *Livet etter den siste olje*, som er ein av hovudartiklane i nummer 20/2006, der Østli fortel om si oppleving av plattformlivet i eg-form.

Argumentasjonar utgjer ti prosent av analyse materialet mitt. Dei finn eg først og fremst i dei personlege spaltene *Utfall Fredag*, der forfattarane argumenterar rundt ei sjølvvald problemstilling. Det er berre matspaltene som er instruksjonar, dei utgjer åtte prosent av materialet. Dei består av ein deskriptiv tekst som presenterar ein kokk og/eller ein matstad, men gjev også lesarane ei oppskrift på korleis dei kan laga maten heime. Eg meiner matspaltene vert lesne hovudsakeleg som oppskrifter og vel derfor å plassera dei i kategorien instruksjonar.

### **5.5.2 Intervjuet tek plass**

I 2005 har intervjuet som metode kome for fullt. Ved sida av referat er dette den mest brukte metoden. I 69 prosent av tekstane vert intervju nytta som metode. Intervjuet vert også nytta som einaste metode ved fleire høve, som i dei faste spaltene *Spørsmål & svar* og *Yrke*. Intervju er ein forholdsvis enkel og lite tidkrevjande arbeidsmetode å nytta seg av. Å laga ein artikkel som heilt og fullt er basert på intervju, krev lite tid både til gjennomføring og til utskriving, ettersom journalisten ikkje treng å gå utanfor kontoret. I andre meir kompliserte tekstar vert intervju nytta som ein av fleire metodar. Observasjon finn eg i 48 prosent av tekstane, som tabell 5.16 viser. Det er oftast hovudartiklane som inneheld observasjon, og då som ein av fleire metodar.

**Tabell 5.16:** Arbeidsmetodar som er synlege i artiklane. Det kan nyttast meir enn ein metode i kvar artikkel. Prosenttalet viser kor stor del av artiklane som nyttar den einskilde arbeidsmetoden. N = talet på analyserte artiklar.

Metode	Funn i artiklane	Prosent av tekstane
Intervju	42	69
Observasjon	29	48
Direkte forfatarrefleksjon	21	34
Referat	45	74
<b>Totalt</b>	<b>137</b>	<b>N=61</b>

Forfatarrefleksjonar finn eg i 34 prosent av tekstane, hovudsakleg i dei personlege spaltene *Utfall Fredag*, og *Psykologi*, men innimellom også i hovudartiklane. I fleire av dei personlege spaltene vert forfatarrefleksjon nytta som einaste synlege metode. Bruken av refleksjon er likevel på langt nær så utbreidd som i dei to føregåande periodane.

I 20 prosent av tekstane er det berre ein metode som er synleg, noko som er ein oppgang frå 1963. Det kan komma som følgje av at intervjuet vert nytta som einaste metode i fleire av spaltene, og refleksjon som einaste metode i andre. Dei fleste tekstane i 2005, 44 prosent, baserar seg på to synlege metodar, medan 36 prosent av tekstane nyttar tre eller fire metodar. Det er i hovudtekstane eg ser den mest utbreidde metodebruken.

### 5.5.3 Journalist på avstand

Når forfattaren syner seg i tekstane, viser han seg oftast gjennom ladde ord og uttrykk. I 38 prosent av tekstane får lesaren slike indirekte glimt av kva forfattaren tenkjer og meiner. I 23 prosent av tekstane viser forfattaren seg i eg-form, hovudsakleg i dei personlege spaltene. I fem artiklar, åtte prosent, viser forfattaren seg gjennom me-form, som figur 5.17 viser. I hovudartiklane er det sjeldan at forfattaren nyttar eg-form eller me-form. Forklaringa er truleg at det ikkje er forfattaren som er hovudpersonen i desse artiklane. I 2005 skriv forfatarane helst om andre personar sine opplevingar, ikkje sine egne. Ein annan grunn er at journalistane ofte føler det vert for intimt å skriva i eg-form. Forma vert ikkje nytta dersom ikkje journalisten si rolle er særskild viktig for forteljinga (Skogstrøm, 2008, intervju).

**Tabell 5.17:** Denne tabellen tek føre seg korleis journalisten syner seg i teksten. Kvar artikkel kan ha fleire treff. Tabellen viser også i kor stor prosentdel av tekstane journalisten syner seg slik. N= talet på analyserte artiklar.

Forfattaren i teksten	Talet på tekstar	Prosent av tekstane
Eg	14	23
Me	5	8
Ein	0	0
A-magasinet	1	2
Ladde uttrykk	23	38
Ikkje synleg	23	38
<b>Totalt</b>	<b>66</b>	<b>N=61</b>

Tabellen viser også at forfattaren ikkje set spor etter seg i heile 38 prosent av tekstane. Det gjeld både for hovudtekstar og spalter. I desse refererar forfattaren og let forskarar eller andre intervjuobjekt snakka til lesaren. Forfattaren sit i bakgrunnen og vel vinkling og kva utsegn dei ulike partane slepp til med.

Forfattaren er hovudpersonen i 28 prosent av artiklane, som tabell 5.18 viser. Årsaka til at talet vert så høgt, er dei personlege spaltene. Det er berre nokre særst få hovudartiklar som har forfattaren sjølv som hovudkjelde. Menn er hovudkjelder i 41 prosent av tekstane, medan kvinner er hovudkjelder i 26 prosent. Tre prosent av tekstane er baserte hovudsakleg på skriftlege kjelder, medan to prosent ikkje har synlege kjelder i det heile.

**Tabell 5.18:** Denne tabellen viser korleis hovudkjeldene fordeler seg.

Hovudkjelde	Tal på tekstar	Prosentvis fordeling
Mann	25	41
Kvinne	16	26
Skriftleg kjelde	2	3
Journalisten sjølv	17	28
Ikkje synlege kjelder	1	2
<b>Sum</b>	<b>61</b>	<b>100</b>

Dersom eg berre ser på tekstane som har nytta eksterne kvinnelege og mannlege hovudkjelder, får eg at 61 prosent av kjeldene er menn medan 39 prosent kvinner. Desse tala stemmer godt overeins med resultata Sigurd Allern fekk etter si undersøking av ti dagsaviser frå 1999. Der var 34 prosent av dei viktigaste og nest viktigaste kjeldene i avisene sine featureartiklar kvinner. Allern fann at talet på kvinnelege kjelder varierte etter kva type artiklar det var snakk om, og at talet på kvinnelege kjelder i featurestoff nesten var dobbelt så høgt som i nyhendeartiklane (Allern, 2005), noko som kan tyde på at redaksjonane satsar på kvinnelege lesarar i featurestoffet.

Tekstar med berre ei synleg kjelde er det mange av også i 2005. 26 prosent av tekstane viser berre til ei kjelde. Av desse utgjer *Spørsmål & svar*-tekstane, *Mitt funn* og matspalta ein stor del, altså tekstar som er baserte på intervju med ein person. Dette er dei same tekstane som oftast har spor berre etter ein metode. I ein like stor del av tekstane vert det nytta to synlege kjelder, medan det i heile 45 prosent av artiklane er tre synlege kjelder eller meir.

Det er i hovudtekstane eg finn bruk av flest kjelder, og det er også i dei eg finn bruk av flest metodar. Det kan sjå ut til at fleire av spaltene vert laga kjapt, med forfattaren på kontoret og intervju som metode, medan hovudtekstane er meir komplekse både når det gjeld metode- og kjeldebruk.

#### 5.5.4 Kvinnene har overtaket

Til tross for at det er flest mannlege kjelder i tekstane, er det kvinner som skriv flest artiklar. 57 prosent av tekstane er skrivne av kvinner medan 39 prosent er skrivne av menn. To av artiklane, det vil seie tre prosent, er skrivne i samarbeid mellom ein mann og ei kvinne som tabell 5.19 viser.

**Tabell 5.19:** Tabellen viser kjønnet på journalistane som har skrive artiklane.

Forfatter	Tal på tekstar	Prosentvis fordeling
Mann	24	39
Kvinne	35	57
Både mann og kvinne	2	3
Etternamn	0	0
Pseudonym/Initialar	0	0
Heilt ukjent	0	0
<b>Totalt</b>	<b>61</b>	<b>99</b>

At ein så stor prosentdel av artiklane er skrivne av kvinner heng truleg saman med at det dei siste åra har blitt fleire kvinnelege journalistar i Noreg. I 1995 var talet på kvinner i Norsk Journalistlag på 35 prosent, og i 2003 på nærare 40 prosent. I same periode var talet på kvinnelege journaliststudentar godt over 50 prosent (Ottosen, 2004, s. 75). Som eg nemnte for 1963, så har andre undersøkingar vist at det er fleire kvinnelege journalistar i featureredaksjonar enn i nyhenderedaksjonar, noko som kan vera med å forklara mitt funn.

I motsetning til i dei to førre periodane er alle forfatarane godt synlege med byline og nokre også med presentasjon fremst i magasinet. Artiklane er i 2005 også utstyrte med journalisten si epostadresse, noko som gjer det mogeleg for lesaren å gi direkte tilbakemeldingar. Tendensen har altså gått frå at heile avisa vart kreditert for artiklane, og at

journalistane kunne gøyma seg bak journaliststanden, til at journalistane sjølve har sin merkelapp på det dei lagar og til ein viss grad vert merkevarer i seg sjølve.

Mange går inn i journalistyrket for å utvikla eigne dugleikar og for å tilfredsstilla ein indre skapartrøng. Eit føremål er å dagleg ha sin plass på avissida som ei stadfesting av at ein «er noko» (Ottosen, 2004). Ottosen skriv også at kommersielt fjernsyn har skapt grunnlag for at nokre journalistar også blir ein del av marknaden. Det skjer ved at dei i kraft av si eiga eksponering vert eit kommersielt produkt. Eg meiner me også ser tendensar til dette i pressa. Journalistar vert eksponerte med bilete, får eigne spalter, fortel gjerne ein del om seg sjølv og byggjer på den måten opp eit image. Den siste tida har også journalistar vore nytta i radioreklamar for avisene og magasinerna dei skriv for. Slik vert journalistane sine namn ei vare avisene kan selje, og journalistane skapar seg eit namn dei kan nytta til å selja seg sjølve.

### 5.5.5 Vitskapen rår

Også når det gjeld tema skil A-magasinet i 2005 seg frå forgjengarane sine. Dei mest omtala tema finn eg innanfor kategorien teknologi, industri, forskning og utdanning, som mest ikkje har vore omtala tidlegare. Som tabell 5.20 viser gjeld det 20 prosent av tekstane. Kvar veke omhandlar minst ein av hovudartiklane eit tema som hamnar innanfor denne kategorien, i tillegg til at mange av artiklane under vignetten *Spørsmål & svar* hamnar der. Magasinet har også eit sterkare fokus på vitskaplege tema enn det som går fram av analysen min, ettersom fleire tekstar som er mindre enn ei spalte har vitskaplege tema. Med anna gjeld det den faste sida *Ny viten* med vitskapsnotisar som er fast i magasinet, og spalta *Mitt funn* som handlar om forskarar sine oppdagingar.

**Tabell 5.20:** Tabellen viser kva hovudtema artiklane fordeler seg på.

Tema	Tal på artiklar	Prosentvis fordeling
Mote	6	10
Mat og drikke	6	10
Kvardagsliv og familie	5	8
Kjendis	2	3
Teknologi, industri og forskning	12	20
Natur og friluftsliv	1	2
Kultur	8	13
Psykologi	6	10
Reise	2	3
Krig og kriminalitet	1	2
Politikk og samfunn	7	11
Diverse	5	8
<b>Totalt</b>	<b>61</b>	<b>100</b>

Kulturstoffet utgjør 13 prosent av tekstane og er jamt fordelt på dei ulike spaltene, men det er særst få hovudtekstar innanfor denne kategorien. A-magasinet har i 2005 ein del artiklar som hamnar innanfor kategorien politikk, og som set fokus på ulike samfunnsproblem. Desse utgjør elleve prosent. Når det gjeld kategorien psykologi, som utgjør ti prosent av tekstane, hamnar dei fleste artiklane under vignetten *Psykologi* der, men også tekstar som ikkje er skrivne av psykologar, mellom anna ein artikkel som handlar om vår frykt for farar. Tema mat og drikke utgjør ti prosent, det same gjer mote. Familie og kvardagsliv utgjør åtte prosent av tekstane, dei fleste av desse er hovudtekstar og set fokus på ulike problemstillingar. Eksemplar på slike er *Da hun hentet ham* (A-magasinet nr. 10/2006), som handlar om innvandrarkvinner som hentar ektemenn frå heimlandet, *Skal ikke åpnes*, (A-magasinet nr. 1/2005), som handlar om ei vaksen dame som får greie på at ho er adoptert når mora døyr og *Den tause tidsklemma* (A-magasinet nr. 1/2006), som eg vil analysere i djupna i neste kapittel. Resten av tekstane fordeler seg på kjendis, reise, krig og kriminalitet og natur og friluftsliv.

Som i dei førre periodane er det meste av stoffet i A-magasinet retta mot både kvinner og menn. Nokre motereportasjar utgjør unntaket. Dei fleste av desse er for kvinner, men ei omhandlar også herremote.

### **5.5.6 Mindre utland**

Artiklar frå utlandet ser ikkje ut til å vera høgt prioritert denne perioden. Berre 21 prosent av tekstane har handlinga henta frå ein stad utanfor Noreg sine grenser. Klassiske reisereportasjar, der forfattaren er ute og sansar og bringer tilbake opplevingar til lesaren, er særst sjeldne.

Ifølgje Skogstrøm har journalistar blitt sendt på fleire utanlandsreiser sidan relanseringa i 2005, men sjølv om reisebudsjettet er romsleg er det ikkje i nærleiken av kva det var i A-magasinet sin førre epoke. A-magasinet samarbeidar med Aftenposten sine utanriksmedarbeidarar, men store delar av A-magasinet sitt utanriksstoff vert innkjøpt frå frilansarar (Skogstrøm, 2008, intervju). Nedgangen i utanriksstoff kan også ha samanheng med at utlandet var meir eksotisk før, ettersom det ikkje var like lett for folk flest å reise. Det høge talet på saker som handlar om Noreg kan også sjåast i samanheng med at avisa i større grad enn tidelegare set fokus på «systemfeil» og vanskelegstilte grupper i Noreg.

Aktualiteten til A-magasinet sine artiklar varierar frå dagsaktuelle til årsaktuelle. Kvart av magasinane har nokre tekstar som er dagsaktuelle og vekeaktuelle, men også fleire

artiklar som er månadsaktuelle, eller som kunne ha vore trykt eit år før eller seinare. Dei dagsaktuelle artiklane utgjer åtte prosent av materialet mitt. Døme på slike er *Spørsmål & svar*, då intervjuobjekta der ofte er aktuelle den veka dei er på trykk. I ein av tekstane er divisjonsdirektør ved Folkehelsa, Camilla Stoltenberg, aktuell ettersom ho skal til London same veke og underteikne ein avtale om biobanksamarbeid med britane. 26 prosent av artiklane er vekeaktuelle, medan 49 prosent kunne ha stått på trykk innan ein måned før eller etter trykkedato. 16 prosent meiner eg kunne ha stått på trykk år før eller etter magasinet trykte dei. Døme på slike tekstar er hovudsaka i A-magasinet nummer 1/2005. Artikkelen handlar om Anne Hafstad som ikkje fekk vite at ho var adoptert før mora døydde. Hendinga ligg langt tilbake i tid. Ho er aktualisert ved at det er lagt fram ein statistikk om kor mange adopterte som søkte informasjon hjå Fylkesmennene om kven deira biologiske foreldre er, men denne statistikken kunne også ha vore laga fem år tidlegare eller fem år seinare. Altså er store delar av A-magasinet framleis høvesvis tidlaust, sjølv om nokre av dei berande sakene kvar veke er dags- eller vokesaktuelle.

### 5.5.7 Store bilete

Det vert lagt stor vekt på bilete og illustrasjonar i 2005, alle tekstane har ein illustrasjon i motsetnad til dei førre årgangane. 85 prosent av tekstane er illustrerte med foto, og fem prosent av tekstane har både foto og teikning, som figur 5.21 viser. Bileta boltrar seg ofte over ei heilside eller meir, og mange av sakene er illustrerte med fleire bilete. Magasinet har med jamne mellomrom også reine fotoreportasjar, der bileta fortel ei historie saman med ein hjelpetekst som oftast er skriven av ein journalist.

**Tabell 5.21:** Tabellen viser kva type illustrasjon artiklane har.

Illustrasjon	Tal på artiklar	Prosentvis fordeling
Teikning	6	10
Foto	52	85
Både teikning og foto	3	5
Ingen illustrasjon	0	0
Umogeleg å sjå	0	0
<b>Totalt</b>	<b>61</b>	<b>100</b>

Ti prosent av tekstane er illustrerte med teikningar. Alle spaltene under vignetten *Utfall Fredag*, har teikna montasjar som illustrasjonar. I tillegg har ein av tekstane under vignetten *Utfall nå* teikna illustrasjon. Teikningane gjer magasinet meir variert, også visuelt.

Tekstar med dokumentariske illustrasjonar utgjer 34 prosent av illustrasjonane i materialet. 26 prosent av tekstane har både dokumentariske og illustrative illustrasjonar. Til saman inneheld altså over halvparten av tekstane eit dokumentarisk bilete, det er klart meir enn i dei føregåande periodane. Alle dei dokumentariske illustrasjonane er i denne perioden fotografi. 39 prosent av tekstane har illustrative illustrasjonar, her finn eg ei blanding av teikningar og fotografi. Dei fleste bileta, 44 prosent, er henta frå den offentlege sfæren, medan 29 prosent er private. 14 prosent av tekstane har ei blanding av offentlege og private bilete, medan elleve prosent av tekstane har illustrasjonar med motiv som ikkje kan kategoriserast verken som offentlege eller private. At 29 prosent av bileta er private kan indikera ein tendens til at magasinet byrjar bli meir personfokusert enn tidlegare.

Sjølv om kvinnene er dei som skriv flest artiklar, er berre fem prosent av illustrasjonane laga av kvinner. Ein like stor prosentdel har illustrasjonar laga av både kvinner og menn, medan magasinet har henta åtte prosent frå byrå eller bedrifter. Det er altså mannfolka som framleis dominerar på illustrasjonssida i 2005. Heile 79 prosent av illustrasjonane er det menn som står bak. Totalbiletet lesaren vert servert vert produsert av kvinner og menn i fellesskap.

Eg finn ikkje nokon god forklaring på at så få fotografar er kvinner. Kanskje heng det saman med at menn til no har dominert i tekniske yrker, og at det også gjer utslag på fotosida. Framleis er det nokre illustrasjonar som manglar kreditering, i denne perioden er talet tre prosent.

### **5.5.8 Den malstyrde perioden – sjangertrekk og diskursar**

I 2005 har A-magasinet eit klart journalistisk fokus. Fiksjonsdiskursen som har vore framtrekande i dei førre årgangane er ikkje vidareført, og magasinet har ikkje stoff for born. Etersom magasinet ikkje inneheld fiksjon vil eg seie at underhaldningsdiskursen generelt sett er langt mindre tydeleg no enn i *Den personlige-* og *Den sjangerforvirra perioden*.

Annonsemengda har auka jamt i dei tre periodane eg har studert. Frå 2-12,5 prosent i 1927 til 4-17 prosent i 1963 og til 10-19 prosent i 2005. Forbrukardiskursen i 2005-magasinet er særst tydeleg når ein ser annonsane i samanheng med dei faste redaksjonelle forbrukarspaltene *Best nå* og *Vidunderlige nye verden* som begge presenterar nye varer med pris for lesarane.

A-magasinet har ei stram oppbygging med faste vignettar. Når det gjeld tema, er vitskapsdiskursen leiande dersom eg ser på magasinet som heilskap. Teknologi, industri,



forskning og utdanning er den viktigaste temakategorien, og mange av dei faste spaltene og notissidene omhandlar dette. Artiklane tek føre seg forholdsvis samfunnsaktuelle tema og bringer lesarane ny informasjon. Magasinet som heilskap har eit større aktualitets- og informasjonspreg enn tidlegare.

Det er hovudsakleg «ekspertkjelder», som uttalar seg om ny forskning og teknologiske framskritt, og intervjuet vert ofte nytta som hovudmetode. Når det gjeld hovudsakene i magasinet er dei ofte samfunnskritiske og set fokus på vanskelegstilte grupper eller problemområde i samfunnet. Andre, klare tendensar denne perioden er at journalistane vert profilerte med namn og epostadresse, noko som gjer at lesarane kan ta kontakt med dei. I 2005 er også fleire tekstar skrivne av kvinnelege enn mannlege journalistar. Eg finn særst få artiklar som berre er retta mot eit av kjønna, så det ser ikkje ut til at overvekta av kvinnelege journalistar får særleg innverknad på stoffet. Målsettinga til A-magasinet då det starta opp i 2005 var jo også at magasinet skulle lesast av både menn og kvinner, og at fordelinga skulle vera 50-50.

Endringane i sjangerkonvensjonane held fram, og eg ser at det har vorte eit skarpare skilje mellom ulike typar artiklar og framstillingsformer. Journalistane ser ut til å vera medvitne om kva verkty dei har i verktøykassa si og nyttar journalistiske grep gjennomført. I personlege spalter viser dei seg ofte med «eg» og direkte forfatarrefleksjon, medan dei som regel berre er bak i kulissane i dei saksfokuserte artiklane. Når journalisten viser seg med eg-form gjennomfører ho i hovudregelen grepet, og er eg-person gjennom heile teksten.

I 2005 har intervjuet for alvor fått sitt gjennombrott, og vert nytta både som metode og framstillingsform. Talet på narrative artiklar har gått ned for magasinet totalt sett, men ein stor del av hovudtekstane er narrative. Desse vekslar vanlegvis mellom forteljing og informerande faktaparti, som reportasjen eg vil djubdeanalysera frå denne årgangen.

## 5.6 Reportasjen i 2005 – ein kombinasjon

I 2005 har reportasjesjangeren styrka posisjonen sin att, etter ein mager periode i 1963. Totalt inneheld dei fem magasinane eg har analysert 23 reportasjar, altså er det meir enn fire reportasjar i kvart magasin i gjennomsnitt. Sidetalet i magasinet auka kraftig frå 1963 til 2005, og det er tydeleg at fleire av ekstrasideane er sette av til reportasjar. At A-magasinet ikkje har fiksjonsstoff lenger kan vera ei av forklaringane på den sterke posisjonen til reportasjen. I alt er 33 prosent av analysetekstane frå 2005 reportasjar. Like under halvparten av dei er narrative, resten er deskriptive. Prosentdelen narrative reportasjar er høgare enn talet på narrative tekstar i A-magasinet generelt. Det er ofte reportasjar om familie, og krig og kriminalitet som er narrative, medan reportasjane som har forskning, teknologi og industri, eller mat som tema er deskriptive. Reportasjen eg skal analysere frå 2005-perioden, *Den tause tidsklemma* av Ingvill Bryn Rambøl, har eg kategorisert som narrativ (A-magasinet nr. 1/2006, Vedlegg 7). Teksten er bygd opp etter ein modell som eg finn mykje av i 2005, og som eg meiner på mange vis kjenneteiknar perioden. Reportasjen syner også korleis journalisten har trekt seg ut av teksten og gjev hovudrolla til andre, medan ho sjølv er regissør.

Då A-magasinet starta opp la leiarane i redaksjonen vekt på at journalistane i Aftenposten skulle skriva godt og forteljande. Dei tilsette vart kursa av danske Mikkel Hvid som er sentral i den danske bølga av forteljande journalistikk. A-magasinet la også vekt på at artiklane i magasinet ikkje berre skulle vera underhaldande, men også læra lesarane noko (Skogstrøm, 2008, intervju). *Den tause tidsklemma* er eksempel på ein tekst som følgjer ein av modellane i Hvid si lærebok, og kombinerar underhaldning og informasjon.

Reportasjen handlar om «tidsklemma» som har vorte eit innarbeidd omgrep dei siste åra. Folk føler at tida ikkje strekk til, foreldre stressar mellom jobb og born. *Den tause tidsklemma* er framsidesaka til A-magasinet fredag 6. januar 2006. I den vert tidsklemmeomgrepet nytta i ei ny setting. Nemleg om vaksne sine problem med å få nok tid til å vera til stades for og hjelpa gamle foreldre. Redaktør Kjersti Løken Stavrum skriv om tidsklemma i leiaren sin på side to i magasinet. Leiaren gjev eit innblikk i temaet artikkelen tek opp, og den tekstuelle konteksten saka vert skriven innanfor. I innhaldslista på side to vert saka presentert med bilete. På side tre vert forfattaren av artikkelen presentert med bilete. Kvar veke vert tre av journalistane og/eller fotografane som har medverka i A-magasinet presenterte slik.

Frilansjournalist **INGVILL BRYN RAMBØL** har mangeårig bakgrunn fra NRK, der hun har jobbet i Østlandssendingen, Dagsrevyen og Brennpunkt. Hun skrev sin første artikkel for Aftenposten som attenåring, er utdannet cand.mag. fra Blindern og har en mastergrad i kulturfag fra England.

Ved å gi forfatteren ein slik presentasjon, gjer Aftenposten det mogeleg for lesaren å vurdere teksten ut frå kven som har skriva han. Det er likevel ein særst liten del av journalisten lesarane får sjå, og presentasjonen vert nok gjort hovudsakleg som ei merkevarebygging av magasinet sjølv. Å ha meritterte skribentar å visa fram gjer at magasinet vert sett på som seriøst og gjev det integritet.

### 5.6.1 Opplysning gjennom underhaldning

*Den tause tidsklemma* følgjer ei oppbygging som vert kalla «Den tredje fortellermåte» (Hvid, 2007). Modellen gjev lesarane både informasjon og underhaldning og tek utgangspunkt i at det finst to måtar å lesa på og tre måtar å skriva på.

We read and write for information. We read and write for story. Language points us there. Language puts us there. So what is the third way: reading and writing both for information and story. (Clark, 1998, s. 5)

Den tredje forteljarmåten bind altså saman dei to måtane å lesa på, slik at ein vert underhalden samstundes som ein lærer noko. Modellen gjev lesaren ei forteljing, noko som gjev identifikasjon, innleving og (med)oppleving. Samstundes opplyser teksten gjennom faktaavsnitt, forklarar og set forteljinga i perspektiv. Artiklar som er komponerte etter denne modellen startar med ei scene, etterfølgt av eit faktaparti som Hvid kallar BBI «boring but important». Det er ikkje alltid scenepartia inneheld reine sceniske skildringar, slik me ser dei på film, men det er i desse partia me finn forteljinga i reportasjen. Artikkelen *Den tause tidsklemma* inneheld fire scener og tre BBI-parti:

**Scene 1:** Reportasjen startar med ei scene som illustrerar byrjinga på hovudpersonen Vidar Gon Larsen sitt problem. Vidar er på jobb. Telefonen ringjer, og Vidar får vita at faren hans går fremst i ein bilkø frå Oppsal til Tveita. Vidar hentar faren og tek han heim. Så går journalisten seks år fram i tid. Vidar trillar mor si i rullestol utanfor Hellerud omsorgssenter. Dit kom faren, og dit kom mora etter kvart, til avdelinga for demente.

**BBI:** I BBI-partiet vert abstraksjonsnivået heva. Me får vita at det stadig vert fleire gamle her i landet, og færre til å ta seg av dei. Mangelen på omsorgsarbeidarar kan bli stor, og mange

pårørende som ynskjer å stilla opp for pleietrengande foreldre opplever ei tidsklemme. Arbeids- og sosialdepartementet skal setja ned ei arbeidsgruppe som skal sjå på løysingar som gjer det lettare å kombinera gamle foreldre med arbeid.

**Scene 2:** «Knut Larsen var midt i 70-årene da han begynte å surre. Han sluttet å klippe plenen og passe blomsterbedene som alltid hadde vært hans stolthet.» Journalisten dreg oss så tilbake til forteljinga om Vidar Gon Larsen. Gjennom scener får me sjå korleis sjukdomen til faren utvikla seg, og korleis belastninga på Vidar stadig auka og at det enda med at han mista jobben.

**BBI:** Lesarane får vite at det er vanleg at pårørende til pleietrengande eldre møter lite forståing hjå arbeidsgjevaren, og at mange er utbrente. Demensforbundet ynskjer lovfesta fri frå arbeidet når omsorga for sjuke foreldre krev det.

**Scene 3:** «– De har stjålet strikketøyet mitt, Vidar. Og lommeboken. Det er moren som ringer hjem fra senteret på Søndre Land. Vidar kjører fra Sørumsund og finner strikketøyet i nattbordskuffen og lommeboken i safen. Neste dag ringer det igjen.» Journalisten tek oss med tilbake til Vidar og hans vanskelege kvardag. No er også mora, Gerd, blitt dement, og Vidar må sjå til begge foreldra. Han har store problem med å få hjelp, men til slutt får han faren på heim.

**BBI:** Førstiåringane er mest utsette for å bli utbrent, får me så vita. Forskar Svein Olav Daatland ved Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring seier at eldreomsorga i Noreg faktisk er avhengig av familiens innsats. Han har funne ut at nesten nitti prosent av vaksne born som har foreldre over 75 år har hjelpt foreldra.

**Scene 4:** Artikkelen vert avslutta med ei scene som viser korleis sjukdomen til Gerd utviklar seg. Heimesjukepleiarane gjev ho ikkje hjelpa ho har behov for, og Vidar strevar vidare. Han køyrer mellom mora og heimen sin. Til slutt får også ho plass på eit omsorgssenter og Vidar får nattesøvnen tilbake og kan starta på ei ny karriere.

Dei fire scenene utgjer til saman ei klassisk konfliktbasert forteljing. Me får ein introduksjon der me vert sette inn i problemstillinga og konflikten. Så kjem ei konfliktopptrapping og ein kamp mot systemet, før Vidar får plassert først faren, så mora på omsorgsheim, og konflikten

får ei løysing. Dersom me nyttar aktantmodellen på forteljinga vert Vidar Gon Larsen subjektet. Prosjektet hans er å få hjelp til faren og mora, objektet er forståing og ein sjukeheimsplass. Avsendaren er det norske helsesystemet, mottakaren Gon Larsen (og familien hans). Motstandarane er det norske helsesystemet, og hjelparane er imøtekommande legar.

Medan scenene underheld, og gjev moglegeheiter for innleving og medoppleving, er dei informative BBI-partia artikkelen sitt journalistiske alibi. Bech-Karlsen kritiserte Hollywoodmodellen fordi den innsnevrar forteljingane til handling og personar, slik som i realistisk fiksjonslitteratur og spelefilmar frå Hollywood. Han meiner journalistikk ikkje berre er handling, men bakgrunn, kunnskap og utvida perspektiv på samfunn og kultur. BBI-partia i reportasjen oppfyller desse krava, men det er ikkje alltid lesarane tykkjer BBI-partia er spanande å lesa. Forteljinga er drivkrafta medan BBI-partia bremsar flyten. Derfor er det viktig at journalisten lagar mjuke og glidande overgangar frå scene til BBI, slik at ikkje lesaren fell av.

### **5.6.2 Stemmer i teksten**

Vidar Gon Larsen er hovudpersonen i teksten, og det er han som eig hovudstemma i reportasjen. I dei sceniske partia vel forfattaren å fortelja historia hans ved å nytta 3. person synsvinkel. I scenene slepp Vidar også til med forklarande sitat. Med forklarande sitat meiner eg at det han seier ikkje er henta frå nokon scene. Vidar ser tilbake på det som har skjedd og kommenterar det i notid:

Det gikk ikke lang tid før Vidar ble kalt inn til salgsdirektøren. Han ble konfrontert med sitt høye fravær og sine manglende resultater. Og gikk med på en frivillig oppsigelse. – Det var først da jeg gikk ut døren at jeg tenkte på at jeg burde tatt en sykemelding eller søkt om omsorgslønn, sier han i dag.

Totalt slepp Vidar til med åtte slike sitat. Berre ein stad finn eg ein replikk frå Vidar. Det er i scena som viste kva som hende då Vidar bestemte seg for å finna ein sjukeheimsplass til faren:

Til slutt blir Vidar desperat. Han ringer legevakten i Oslo, får snakke med en lege og nærmest roper inn i røret: – Hvis du ikke kommer hit nå, binder jeg min far på hender og føtter, bærer ham inn i bilen og legger ham på trappa med en plakat på brystet der det står: «Jeg trenger hjelp». Og så kjører jeg. Så får dere gjøre hva dere vil.

Replikken er sterk og den forklarar kor desperat Vidar var. Situasjonen vert levande for lesaren. Mor og far til Vidar har biroller i forteljinga. Dei kjem med sitat i scener som

synleggjer sjukdomen deira og kva Vidar har å stri med. Foreldra vert nytta som illustrasjonar utan å ha ei eiga stemme.

I BBI-partia vekslar forfattaren hovudsakleg mellom bruk av aural forteljarstemme og ekspertkjelder som får koma til orde direkte og indirekte.

Allerede i dag gjør pårørende en stor innsats for å ta seg av sine gamle. Og det rødgrønne mannskapet som har overtatt departementsstyringen, ønsker å gjøre det lettere for dem som avlaster velferdsstaten på denne måten. – Jeg har selv fått telefoner fra mennesker som ønsker å stille opp for sine syke foreldre, men som opplever en tidsklemme, sier statssekretær Laila Gustavsen i Arbeids- og sosialdepartementet.

Totalt har Rambøl snakka med fem ekspertkjelder. Alle kjem til orde med sitat.

Ekspertkjeldene er alle einige om at det er dårlege vilkår for vaksne som skal passa foreldra sine her i landet. Dei meiner at noko bør gjerast og er med på å understreka at «den tause tidsklemma» er eit problem.

### 5.6.3 Metode

Sjølvs om reportasjen er bygd opp av mange scener, byggjer berre ei av dei på forfattaren sine observasjonar. Den einaste staden Rambøl viser direkte at ho har vore til stades er i andre avsnittet i teksten. «Inne på morens enerom ser vi på et ungdomsbilde av Gerd og ektemannen Knut. Den tynne, gråhårede kvinnen kjenner igjen den pene ungjenta.» Seinare i teksten er Rambøl berre synleg indirekte, gjennom val av rekkefølge på teksten, skildringar og forteljarstil.

Det meste av det som vert fortalt i scenene i teksten er henta frå fortida, og forfattaren har ikkje vore til stades då det skjedde, altså er fleire av scenene rekonstruerte.

Torsdag var moren Gerds badedag. Både hjemmehjelp og hjemmesykepleie kom til faste tider til den nye leiligheten Vidar hadde skaffet henne etter at ektemannen kom på sykehjem. Men da hjemmesykepleien ringte på døren den torsdagen, smilte Gerd og sa «Nei takk, jeg har badet allerede, ellers takk.» Hjemmesykepleien gikk sin vei og lot Gerd stå igjen i den illeluktende leiligheten. Hun hadde avføring på klærne, på tøflene og i sengetøyet. Hun hadde hatt diaré den natten.

Rekonstruksjon av scener er ein klar trend i 2005-reportasjen. Truleg heng dette saman med at journalisten ikkje lenger sjølv står i sentrum. Det er andre kjelder sine historier journalistane er opptekne av, og dei nyttar i stor grad intervju for å etterforska fram scener som dei ikkje sjølve har vore ein del av.

Bruk av rekonstruksjon er omdiskutert ettersom metodebruken ikkje er transparent. I *Den tause tidsklemma*, til dømes, kan me stilla spørsmål om korleis Rambøl veit nøyaktig kva Gerd sa. Korleis veit ho at Gerd hadde avføring på kleda, på tøflane og i sengetøyet? Korleis veit ho at Vidar hadde ringt nøyaktig 60 personar i det offentlege hjelpeapparatet utan å få hjelp? Me kan gå ut frå at det er etter intervju med Vidar, men Rambøl fortel oss det ikkje direkte. Kanskje snakka ho med fleire også? Rambøl skriv også om Vidar sin indre tilstand. «Vidar lå ofte oppe og grublet. ‘Hva gjør hun nå? Er hun oppe og vandrer, slik som far?’ og «Nå kjente Vidar at han ikke klarte mer. Han mistet kontrollen, kjente at han ble hvit i ansiktet.» Korleis kan ho vera sikker på kva som gjekk føre seg i hovudet på Gon Larsen? Bech-Karlsen meiner rekonstruksjon som framstillingsform ofte er uhaldbar og spekulativ.

I beste fall kan journalisten gå tilbake til åstedet og gjøre miljøresearch på de fysiske detaljene, men også det er usikkert; mye kan ha forandret seg på slike åsteder. Det runde bordet kan ha vært firkantet, de rutete gardinene ensfargete. Dialogene og relasjonene fra den gang er svunnet hen; journalisten må stole på andres erindring om hva som ble sagt og gjort og hvem som sa og gjorde hva. (Bech-Karlsen, 2007, s. 209)

Han meiner opplysingar om kva som føregjekk i hovuda på kjeldene er greitt dersom det kjem fram at det er noko intervjuobjektet hugsar. «Av kildekritiske hensyn er sitater nødvendige når man skal uttrykke noe om personers indre tilstander» (Bech-Karlsen, 2007, s. 207).

Mikkel Hvid er ikkje like opptatt som Bech-Karlsen av at metoden må vera transparent. Han meiner at dersom ein opplysning kan formidlast gjennom eit sitat frå ei kjelde, kan det også framstillast med subjektiv synsvinkel. «Det avgjørende er blot at man researcher opplysningene frem, og at læserne ikke er i tvivl om hvor synsvinkelen ligger» (Hvid, 2007, s. 38).

Det er ikkje berre i researchinga av scener Rambøl nyttar seg av intervju som metode. BBI-partia er baserte på intervju med ekspertkjelder. Gjennom dei får Rambøl svar på kor utbredt problemet med «den tause tidklemma» er, kva regjeringa har tenkt å gjera med problemet og korleis personar som må hjelpa eldre foreldre vert møtt på arbeidsplassen. Intervjubruken skil seg frå den i 1963 ved at journalisten i 2005 i mindre grad let intervjuobjektet fortelja til lesaren gjennom sitat. Det er journalisten som gjennom ei forteljarstemme fortel lesarane det han har blitt fortalt av intervjuobjektet. I dei tilfella intervjuobjektet kjem til med sitat, er sitata ofte kjenslefulle, eller ekstra viktige.

#### 5.6.4 Sceniske framstillingar

Eit av verkemidla Rambøl har nytta seg av er som sagt å skriva i scener. «Fordelen med scenisk beskrivelse er at den giver nærvær, den forankrer historien i et stykke konkret virkelighed, og som form virker den sceniske beskrivelsen åpen og antiautoritær, og det kan læserne godt lide» (Hvid, 2007, s. 29). Scenene er krydra med dialog, som ifølgje Tom Wolfe er eit av dei sterkaste verkemidla ein kan nytta seg av. «... realistic dialogue involves the reader more completely than any other single device. It also establishes and defines character more quickly and effectively than any other single device» (Wolfe, 1975, s. 46).

I den første scena vert også kontrastar nytta som verkemiddel. Gro Larsen er tynn og gråhåra. Det står i kontrast til barndomsbiletet av ho, «den pene ungjenta». Eksemplane på korleis Vidar har hjelpt mor si frå han var liten gut og fram til i dag, byggjer også på kontrast. Då Vidar var åtte år kjøpte han ein lepestift til mora. No, etter at ho er vorten gamal, må han hjelpa ho med å dusja når ho mistar kontrollen på avføringa. Desse to utgåvene står i sterk kontrast til kvarandre. Kontrastbruken gjer det tydeleg for lesaren korleis mora har endra seg. At forfattaren viser korleis mora var når ho var ung, gjer nok også at fleire kan identifisera seg med situasjonen. Ein gong vil også unge, pene lesarar bli gamle og grå og få behov for hjelp.

Rambøl nyttar også metaforar og samanlikningar, slik at lesaren lettare kan danna seg bilete av det som vert fortalt. Dei fleste er vanlege i daglespråket vårt, som «en lang hale av biler», «det rødgrønne mannskapet» og «som hvasket vekk fra minnet». Andre er meir uvanlege, og vert truleg lagt ekstra godt merke til: «Vi leverer ikke våre gamle til det offentlige som forvokste hittebarn.» Men dei store, litterære skildringane er det ikkje mange av.

Journalisten hoppar fram og tilbake mellom scener og BBI, men ho hoppar også fram og tilbake i tid. I den første delen av den første scena nyttar Rambøl historisk presens, for så å hoppa seks år fram i tid, til rommet til Gerd på sjukeheimen, der ho nyttar ho notid. I scene nummer to føregår handlinga i fortid «Knut Larsen var midt i syttiårene da han begynte å surre.» Til slutt i denne scena vert lesaren henta tilbake til notid gjennom eit forklarande sitat frå Vidar. Hoppinga fram og tilbake i tid aukar kompleksiteten i teksten, og det er viktig at journalisten heile tida er tydeleg på kvar i historia ho er for at lesarane ikkje skal detta av lasset. BBI-partia er skrivne i notid. Nokre av ekspertane snakkar om dagens tilstand, medan andre snakkar om korleis utviklinga vil bli framover i tid. At alle BBI-partia held seg i same tempus gjer det enklare for lesaren å hoppa mellom BBI og scener.



### 5.6.5 Ein modell for kompleksitet

Reportasjen *Den tause tidsklemma* tek føre seg eit samfunnsproblem. Gjennom artikkelen viser A-magasinet korleis ein samvitsfull familiefar må kjempa mot det norske helsesystemet for å få hjelp. Ein systemsviktdiskurs er sentral. Mange av hovudartiklane i A-magasinet set fokus på samfunnsproblem. Hovudsakleg frå Noreg, men også frå utlandet med tema som til dømes prostitusjon. A-magasinet går tett på menneske i vanskelege situasjonar og fortel deira historier. Historiene vert sette i perspektiv ved å knyta til faktainformasjon om bakgrunn og utbreiing. Reportasjane er resultat av redaksjonelt initiativ og er i stor grad tidkrevjande arbeid ofte med utstrakt metode- og kjedebruk.

Ei følgje av at det er intervjuobjektet sine historier A-magasinet fortel, ikkje forfattaren sine egne, gjer at mange av tekstane ikkje lenger har på-staden-observasjon som hovudmetode. Ofte, som i *Den tause tidsklemma* er det sær s få parti som syner at forfattaren har vore på staden, og journalisten held seg sjølv utanfor teksten. Scenene vert rekonstruerte ut frå skriftlege kjelder, eller oftast, etter intervju med dei som «eig» historia, opplevingskjeldene. Ofte går journalisten, som i tilfellet med Vidar Gon Larsen, tett på kjeldene sine, og tekstane vert prega av ein kjelde-intimdiskurs i staden for journalist-intimdiskursen som var rådande i 1927.

Journalistane er regissørar som nyttar til tider sær komplekse metodar og verkemiddel for å skru saman reportasjane. Ved å nytta modellar som «Den tredje fortellermodell», som tydeleg skil mellom forteljing og faktainformasjon, oppnår A-magasinet noko av det som var målsettinga deira, nettopp både å underhalda og informera lesarane på same tid. Store delar av reportasjane har i 2005 ei form som rommar både underhaldnings- og opplysningsdiskursen.

Den stramme oppbygginga med vignettar gjer at tekstane i denne perioden må skrivast på ein bestemt måte for å passa inn. Det gjer at magasinet vert sær forutsigbart og fører truleg til at journalistane tenkjer innanfor bestemte rammer når dei skal skriva ei sak og ikkje er så eksperimentelle som dei elles ville ha vore.

## Kapittel 6 – Ein helgetradisjon i endring

Målet med denne undersøkinga var å finna ut korleis journalistikken i A-magasinet generelt og reportasjen spesielt utvikla seg frå 1927 til 2005. Gjennom ei form for sjanger- og diskursanalyse, der eg har gått både kvantitativt og kvalitativt til verks, har eg avdekka fleire utviklingstrekk som eg vil presentera og diskutera nærare her. Eg byrjar med å gjera greie for nokre sentrale utviklingsliner, for så å diskutera funna mine i høve til hypotesane eg sette mot kvarandre innleiingsvis. Har A-magasinet blitt meir prega av fiksjon, opplevingar og underhaldning med tida, eller av meir djuptgåande, kjelderik, informativ og nyhendeorientert journalistikk?

### 6.1 Frå fiksjon til fakta

A-magasinet har utvikla eit tydeleg skilje mellom fakta og fiksjon både i magasinet generelt og når det gjeld dei journalistiske tekstane spesielt. I *Den personlege perioden*, 1927, inneheld magasinet noveller, romanseriar, vitsar, karikaturteikningar og eventyr for born, og har altså ein sterk fiksjonsdiskurs. I *Den sjangerforvirra perioden*, 1963, er mykje av innhaldet frå 1927 vidareført, medan 2005-årgangen, *Den malstyrde perioden*, skil seg kraftig frå forgjengarane. Frå å vera eit magasin med ei blanding av fiksjon og journalistikk, har A-magasinet vorte eit reint journalistisk produkt, om ein ser bort frå reklame og terapispaltene. Fråveret av fiksjonsstoff i 2005-magasinet heng truleg saman med auka journalistisk medvit, konkurransesituasjonen på avismarknaden, A-magasinet sit val av ein vitskapleg profil og at det er ressurskrevjande å kjøpa inn gode noveller og romanar.

Også teksttypene dei journalistiske artiklane i magasinet fordeler seg på, speglar til ein viss grad overgangen frå fiksjon til fakta. Dei narrative tekstane inneheld mange litterære verkemiddel og har dramaturgi henta frå fiksjonssjangerar som noveller, romanar og film. Deskriptive tekstar, derimot, er oftare temabaserte og informative. Tabell 6.1 viser at prosentdelen narrative tekstar vart halvert frå 1927 og fram til neste periode, 1963. Då ser det ut til at journalistane byrja bli påverka av nyhende- og informasjonsfokuset som prega journalistikken i Noreg på slutten av 1960-talet. Tema og sak er i fokus, ikkje forteljing, spenning og humor.

**Tabell 6.1:** Tabellen kva teksttypar dei journalistiske artiklane fordeler seg i prosent. N= tal på analyserte artiklar.

	Årgang	1927	1963	2005
<b>Teksttype</b>	Narrativ/forteljande	43	21	18
	Instruksjon	4	8	8
	Deskriptiv	43	62	64
	Argumentasjon	9	10	10
	<b>Artiklar totalt</b>	<b>N=53</b>	<b>N=39</b>	<b>N=61</b>

I 2005 er magasinet endå meir tema- og saksfokusert, og har fått mange nye spalter som ikkje har narrativ form. Mellom anna vert intervjuet i fleire av dei faste spaltene nytta som framstillingsform. Hovudtekstane i magasinet, oftast reportasjar, er dei som i størst grad er drivne av forteljingar, men også desse inneheld informative parti, som den kvalitative analysen mi viser.

Medan tekstane er godt merka og stramt strukturert med innhaldsliste og vignettar i 2005, er som nemnt skiljet mellom fiksjon og fakta stundom uklart i 1927 og 1963. I fleire av artiklane kjem det ikkje fram kvar journalisten har opplysingane sine frå og korleis han har gått fram, noko som bryt med reportasjeprinsippet som er den gjeldande norma for dagens journalistar. Fiksjon og faktatekstar vert plasserte om kvarandre, særskilt i 1927. Der kan journalistiske artiklar vera brotne opp av vitsar eller karikaturteikningar. I begge dei første periodane finn eg tekstar eg har vanskeleg for å vurdera om er fiksjon eller journalistikk. Desse tekstane er narrativar med ein tydeleg litterær diskurs og viser tydelege teikn på interdiskursivitet. Journalistane nyttar seg av skjønnlitterære diskursar og sjangertrekk i tekstane sine. Ut frå mine funn ser det ut til at det viktigaste for magasinjournalistane i *Den personlege perioden* var å fanga lesaren inn i ei forteljing og underhalda han, gjerne ved å visa han ei verd som han ikkje møter til vanleg. Slik kan lesaren drøyma seg bort til eksotiske stader eller skumle situasjonar som i *Bjørnejakten* som eg analyserte kvalitativt. Språket skulle vera biletleg og skildringane sanslege. Fleire av journalistane i 1927 skreiv jo både skjønnlitteratur og journalistiske tekstar. At det til tider er uklart kva som er fakta og kva som er fiksjon i dei gamle tekstane, heng truleg saman med at normene for kva som var god journalistikk i 1927 ikkje stemmer overeins med normene som gjeld i dag.

I 1963 ser det som nemnt ut til at fleire diskursar har byrja kjempa om hegemoniet i A-magasinet. Det er ikkje den sceniske, eksperimenterande ny-journalistikken som vert så populær i USA på denne tida som gjer sitt inntog, men det motsatte, nyhende- og informasjonskonvensjonen. Likevel heng noko av skrivetradisjonen frå 1927 att, og eg finn framleis narrative tekstar med uklære skilje mellom fiksjon og fakta.

I analysen av artiklane frå 2005, derimot, har eg ikkje vore i tvil om kva tekstar som er fiksjon og kva som er journalistikk. Tekstane er godt merka med byline, vignettar og paratekstar som fortel om bakgrunnen for artikkelen, og journalistane fortel i langt større grad kvar dei har opplysningane sine frå. Vignettane i 2005-magasinet gjer journalistikken i A-magasinet særst forutsigbar i motsetnad til journalistikken i dei to førre årgangane. Journalistane må skriva på ein bestemt måte for å få tekstane til å passa inn i sjanger-og vignettmalar, noko som truleg fører til at journalistane også vert slipte inn i ei form som gjer dei mindre eksperimentelle.

## 6.2 Frå enkle til komplekse sjangrar

Med åra har dei journalistiske sjangrane i A-magasinet gått frå å vera enkle til å bli meir komplekse. I 1927 er dei fleste hovudtekstane narrative og tek utgangspunkt i historier baserte på forfattaren sine eigne opplevingar. I desse tekstane forklarar journalisten opplevingane sine og hendingar ut frå sitt eige perspektiv og hentar i liten grad inn synspunkt og informasjon frå andre kjelder. Journalistane har sjølve opplevd det dei skriv om og fortel ofte i kronologisk rekkefølge. Nokre tekstar er også baserte hovudsakleg på skriftlege kjelder, som dagboknotatar.

I 1963 har sjangerkompleksiteten auka. Ei av årsakene er at journalistane nyttar intervjuet som metode meir aktivt enn før, og i større grad baserer tekstane sine på andre kjelder enn seg sjølve. Endringa av metodebruket er altså ein av faktorane som er med på å utvikla sjangrane. Bruken av intervju som metode har auka frå periode til periode, medan bruken av forfatarrefleksjonar har gått ned som figur 6.2 viser.

**Tabell 6.2:** Tabellen viser kva metodar som vart nytta i dei ulike periodane og kor stor prosentdel av tekstane dei ulike metodane vert nytta i. Journalisten kan ha nytta seg av fleire metodar i ein tekst. N = talet på analyserte artiklar.

	Årstal	1926	1963	2005
<b>Metode</b>	Intervju	11	23	69
	Observasjon	58	41	48
	Forfatarrefleksjon	72	79	34
	Referat	85	85	74
		<b>N=53</b>	<b>N=39</b>	<b>N=61</b>

Det er i 2005 journalistane nyttar seg av flest metodar per tekst og har størst tilfang av kjelder i tekstane. Tema vert i denne perioden ofte sett lys på frå fleire vinklar enn tidlegare. I tekstar der intervjuet vert nytta som metode intervjuar journalisten ofte fleire personar, spesielt i

hovudtekstane. Folk som har ulike syn på saka journalisten jobbar med, eller som har ulike kunnskapar om eit bestemt tema.

Eit anna tydeleg trekk er at bruken av forfatarrefleksjon har gått kraftig ned frå 1963 til 2005. Det er mest berre i personlege spalter at journalisten tydeleg reflekterer over det ho skriv i 2005. I reportasjar og lengre saksfokusererte artiklar held ho seg sjølv utanfor og let andre kjelder tala.

### 6.3 Frå anonym til profilert kvinne

Journalistane har flytta seg frå å vera synlege i teksten til å bli synlege i koteksten. I 1927 var forfatarane tydeleg til stades i teksten med sitt «eg», men då var dei ikkje namngjevne. I 2005 er journalistane skjulte i teksten, men synlege i byline og gjennom andre presentasjonsmåtar. At journalistane er vortne mindre og mindre synlege i teksten ettersom tida har gått viser også tabell 6.3. Bruken av eg-form har gått gradvis ned frå periode til periode, medan prosentdelen tekstar der forfattaren ikkje er synleg i det heile er størst i 2005.

**Tabell 6.3:** Tabellen viser korleis forfattaren syner seg i teksten i prosent. Forfattaren kan syna seg på fleire måtar i same tekst.

	Årstal	1927	1963	2005
<b>Forfattaren i teksten</b>	Eg	53	41	23
	Me	15	21	8
	Ein	0	8	0
	A-magasinet	0	0	2
	Ladde uttrykk	40	64	38
	Ikkje synlege kjelder	30	13	38
<b>Tal på artiklar</b>		<b>N=53</b>	<b>N=39</b>	<b>N=61</b>

At journalistane trekk seg meir og meir ut av teksten ser eg også på at dei sjeldnare er hovudkjelda i artiklane. I 1927 var forfattaren hovudkjelda i over halvparten av tekstane, i 1963 er journalisten framleis hovudkjelda i godt over halvparten av tekstane mot under ein tredel i 2005.

Eg finn altså, som Hultén, at journalisten med tida har klatra ut av teksten. Fokuset har flytta seg frå journalisten til kjeldene. Det ser eg også når det gjeld bruk av eg-form observasjonar og refleksjonar, noko som igjen resulterer i færre språklege bilete (Hultén, 1990). Intervjuet vert nytta som metode i langt større grad i 2005 enn i dei føregåande periodane, og journalistane let oftast intervjuobjekta vera hovudpersonane i tekstane, medan dei gjer seg sjølve til usynlege regissørar. Mine funn viser i tillegg at synleggjering av

journalisten gjennom byline har auka mest proporsjonalt med at journalistane har klatra ut av tekstane. Dei få journalistane som var namngjevne i 1927 og 1963 var i hovudsak menn. I 2005 har trenden snudd. Alle journalistane er namngjevne, og over halvparten av dei er kvinner.

Eg finn også at journalist-intimitetsdiskursen frå 1927 mest har forsvunne medan kjelde-intimitetsdiskursen har blitt særskild sterk i 2005. Journalisten har altså gått frå å vera intim på seg sjølv til å bli intim på kjeldene.

Frey kom i si undersøking fram til at reportasjejournalistane i 2003 framleis var tydeleg til stades i reportasjane (Frey, 2007). Ho har, i motsetning til meg og Hultén, berre analysert tekstar frå eit årstal, 2003. Truleg ville ho, dersom ho hadde sett på utviklinga over tid, også ha kome fram til at journalisten er mindre synleg i tekstane rundt år 2000 enn dei var hundreåret før. Men i kor stor grad journalistane i ei avis er personlege heng nok også saman med redaksjonelle haldningar og intern praksis.

#### **6.4 Frå teikningar til fotomontasjar**

Eg har ikkje djupneanalysert layouten til dei ulike årgangane av magasinet, men i innhaldsanalysen min avdekkja eg nokre utviklingstrekk når det gjeld bruk av illustrasjonar. Eg ser ein tydeleg endring frå bruk av teikningar til utstrakt bruk av fotografi. I 1927 og 1963 var det tekstar som ikkje hadde eigne illustrasjonar i det heile, medan alle dei journalistiske tekstane er illustrerte i 2005, som tabell 6.4 viser.

**Tabell 6.4:** Tabellen viser kva type illustrasjonar som vert nytta i artiklane. Tabellen viser kor stor prosentdel av tekstane som har dei ulike formene for illustrasjonar. N = talet på analyserte artiklar.

	Årstal	1927	1963	2005
<b>Illustrasjon</b>	Teikning	53	44	10
	Foto	15	44	85
	Både teikning og foto	19	3	5
	Ingen illustrasjon	11	8	0
	Umogeleg å sjå	2	3	0
<b>Tal på artiklar</b>		<b>N=53</b>	<b>N=39</b>	<b>N=61</b>

Ny teknologi både på foto- og trykkesida er ei viktig årsak til endringa. I 1963 var det mogeleg å senda bilete som telefoto, og presseteknologien gjorde det enklare å trykka fotografi. Då var også fjernsynet kome på bana, og biletet sin verdi som formidlar vart viktigare. I 2005 nyttar pressefotografane digitale kamera og kan senda bilete til redaksjonen

på få sekundar same kvar dei er i verda. Bileta kan enkelt handsamast og setjast inn på avissidene via dataprogram.

I tillegg til at fleire tekstar har vorte illustrerte med fotografi med tida, er også illustrasjonane vortne fleire og større med åra. I 2005 er ein stor del av bileta dokumentariske, i høve til dei førre periodane, og dei får meir plass i magasinet. Fotografi vert ikkje sjeldan slått opp på ei heilside eller ei dobbeltside, og det kan vera fleire store bilete per artikkel. Fotografia vert ofte nytta til å fortelja historier. Saman med bilettekstar og ingress får lesaren eit godt innblikk i kva sakene handlar om allereie før dei tek til å lesa brødteksten. Det har utvikla seg ein stadig sterkare visualiseringsdiskurs med tida. Bileta har gått frå å vera ein illustrasjon til teksten til å bli ei brikke i forteljinga.

## **6.5 Representativ reportasje**

Reportasjesjangeren har endra seg i takt med dei journalistiske tekstane i magasinet generelt når det gjeld graden av narrativitet, bruk av bilete, kjelde- og metodebruk. Eg vil seie at trendane i journalistikken generelt utkrystalliserar seg i reportasjesjangeren.

I den kvalitative analysen min viste eg eksempel på at reportasjane i 1927 vart komponerte med spenningskurve, sanslege skildringar og språklege bilete. Ein sterk litterær diskurs prega denne perioden. Reportasjane var personlege, med journalisten sjølv som hovudperson. I denne perioden stod reportasjesjangeren sterkt også når det gjaldt utbreiing. Ein tredel av tekstane i innhaldsanalysen min var reportasjar.

I den påfølgjande perioden, 1963, er berre ein femdel av analysetekstane reportasjar, og av dei er ein lågare prosentdel narrative. I *Den sjangerforvirra perioden* er ikkje lenger regelen at ei forteljing er drivkrafta i teksten. A-magasinet sine reportasjar skil seg derfor radikalt frå reportasjane i den amerikanske nyjournalistikken som dyrkar det forteljande og eksperimentelle. Det heng truleg saman med at nyhendekonvensjonane byrjar gjera seg gjeldande i Noreg. Statusen til reportasjen fell, og det ser ut til at tema og til ein viss grad aktualitet vert viktigare enn den gode forteljinga. Bruken av den nye metoden intervjuet vert kombinert med metodar og sjangertrekk frå 1927, som skildringar og bruk av forfatarrefleksjon. Eg ser teikn til sjangerforvirring, noko som tyder på at reportasjesjangeren er i endring, kanskje på veg mot nye former. Bech-Karlsen meiner jo at A-magasinet på slutten av 1960-talet kom med stadig nye reportasjeformer, og endringane eg ser kan vera starten på desse. Eg kan likevel ikkje seie at eg tykkjer det ser ut til at utviklinga går i ei meir litterær retning, ettersom det ser ut til at nyhendekonvensjonane byrjar å gjera seg gjeldande.

I 2005 inneheld reportasjane ofte både narrative, sceniske og informative parti for å gje lesaren både underhaldning og informasjon. Eg finn likevel færre reint forteljande reportasjar enn eg hadde forventa, ettersom Skogstrøm fortel at det å skriva forteljande er noko redaksjonen har lagt vekt på. Det ser likevel ikkje ut til at den forteljande trenden frå USA og Danmark har nådd A-magasinet med full styrke. Kan hende kjem det etter kvart, om det ikkje er eit viktig mål for A-magasinet at alle reportasjane både skal ha ein sterk informasjons- og ein underhaldningsdiskurs. Det er ofte vanskelegare å halda oppe informasjonsnivået i reint forteljande reportasjar enn i modellar som «Den tredje fortellermodell» (Hvid, 2007).

Intervjuet er mykje nytta som arbeidsmetode, for å få fram ulike sider ved tema, men også for å kunne gjera rekonstruksjonar. Medan det tidlegare var journalisten sine opplevingar som stod i fokus, er det hovudsakleg intervjuobjekta sine historier som ber forteljinga i 2005. Journalisten kjem ofte særst tett på intervjuobjekta, dei reportasjen handlar om.

Sjølv om reportasjane i 2005 ser ut til å vera skrivne etter faste modellar, og journalistane vert lærte opp i ei felles sjangerforståing, ser eg tydelege teikn på at reportasjesjangeren framleis er i endring. Underhaldningsdiskursen og informasjonsdiskursen i reportasjane slost om hegemoniet, og ulike miljø har ulike meiningar om kor forteljande reportasjane skal vera. Bølga med The New New Journalism frå USA har slått over Danmark og har til ein viss grad også nådd Noreg. Lærebøker basert på den nye trenden legg vekt på dei forteljande elementa i reportasjen, rekonstruksjon og scenisk framstilling. Bølga med dramatiske forteljingar der forteljinga i seg sjølv er i fokus, har byrja slå over Noreg. Bruken av rekonstruksjon som metode, graden av journalistobservasjonar, mangel på aktualitetsknagg og informasjon i ein del av desse reportasjane skapar diskusjonar allereie.

### **6.5.1 Sjangrar i endring**

Eg ser tydeleg at endringar har funne stad frå ein periode til den neste både når det gjeld dominerande diskursar og sjangertrekk. Ifølgje Fairclough er det mellom anna sosiokulturelle samfunnsendringar som tvinger fram endringar i kjende sjangrar og etablering av nye sjangrar. Ettersom eg har gjort tre tidssnitt, og ikkje følgd A-magasinet kontinuerleg over tid, kan eg ikkje seie når diskursane og sjangrane har endra seg og kva som har utløyst desse endringane. Eg meiner det må vera ei spanande forskingsoppgåve å ta føre seg magasinet sine tre periodar kontinuerleg og undersøka kva som løyser ut sjangerendringane. Når endrar diskursane seg og kvifor?



Eg vil også oppfordra nokon til å sjå på korleis layouten til magasinerna har endra seg over tid, og korleis det påverkar diskursane i A-magasinet.

## **6.6 Frå underhaldning til opplysning**

Innleiingsvis sette eg opp Bastiensen og Dahl (Bastiensen og Dahl, 2003, s. 495) si hypotese om at journalistikken som rettar seg mot folk sitt fritidskonsum skal ha blitt meir prega av fiksjon, opplevingar og underhaldning med tida, ettersom samfunnet er meir utdanna, mot den motsette hypotesen. Den går ut på at magasin- og featurejournalistikken er blitt meir informativ, undersøkende og nyhendeorientert med åra, med djuptgåande og kjelderik journalistikk, og på den måten har han vorte ein viktigare og meir seriøs forvaltar av offentlegheita (Steensen, 2009; Garrison, 2004).

Undersøkinga mi viser at underhaldningsdiskursen i A-magasinet var langt sterkare i 1927 og 1963 enn i 2005. I den første perioden både fordi magasinet inneheldt mykje fiksjonsstoff og fordi ein stor del av dei journalistiske tekstane var underhaldande narrativar med ein sterk litterær diskurs. Desse tekstane gav også informasjon og presenterte ofte ein moral, men meir som eit eventyr eller ein skjønnlitterær tekst. Derfor vil eg seie at desse artiklane hovudsakleg var underhaldande. I 1963 har magasinet ein sterk underhaldningsdiskurs hovudsakleg grunna den store mengda fiksjonsstoff. I denne perioden er det færre narrative tekstar, og ein nyhende- og opplysningsdiskurs har byrja påverke magasinet. Tekstane omhandlar likevel forholdsvis lette tema. Til tross for at magasinet nokre gonger ser med skråblikk på samfunnet tek det ikkje rolla som samfunnskritikar. I begge dei første årgangane er det også mykje underhaldningsstoff til born, magasinet er altså meint som underhaldning for heile familien.

I 2005 har A-magasinet i langt større grad byrja å setja fokus på aktuelle samfunnsproblem og på vitskap. Hovudtekstane og reportasjane vert ofte drivne av ei forteljing, men inneheld informative eller opplysningspartiar som har til formål å gi lesaren ny kunnskap. I tillegg har magasinet faste sider for tekstar som omhandlar ulike former for vitskap. Slik gjev magasinet både opplysning og underhaldning i sterkare grad enn tidlegare.

Altså stemmer ikkje Bastiensen og Dahl si hypotese med mine funn, verken når det gjeld magasinet som heilskap eller journalistikken generelt. Funna mine stemmer betre overeins med hypotesen som er basert på Steensen og Garrison om at feature- og magasinjournalistikken i større grad enn tidlegare har blitt ein forvaltar av seriøs offentlegheit. Skiljet mellom fakta og fiksjon har vorte tydelegare, journalistane nyttar seg av

fleire metodar, fleire kjelder og viser ofte fleire sider ved sakene dei skriv om. Særskilt gjeld det for hovudsakene i magasinet. A-magasinet har gått frå å vera eit underhaldningsbilag til i større grad å bli ein stad der lesarane kan få innsikt og djupn i kombinasjon med underhaldning.

## Epilog

### ***Finanskrise på vegen vidare***

Kva så med framtida? Då denne oppgåva vert skriven har det nye A-magasinet bestått i over tre år. I den perioden har magasinet gått sær bra, sjølv om opplaget til Aftenposten generelt har gått ned. A-magasinet har medverka til at laussalet til Aftenposten har auka på fredagar. I veke 30 i 2005 selde Aftenposten omlag 20.000 fredagsaviser i laussal. I 2008 er talet omlag 35.000 for den same veka. A-magasinet er også det av helgebilaga som har størst vekst. I løpet av 2008 fekk A-magasinet 22.000 fleire lesarar, ein større vekst enn noko anna avis eller magasin dette året. Hovudkonkurrentane VG Helg og Dagbladet sitt Magasinet mista begge lesarar (Bjørkeng, 2009).

Men den rådande finanskrisa fører til at annonseinntektene til avisene byrjar å gå kraftig ned, i alle fall for dei landsdekkjande avisene. Aftenposten skjærer ned i talet på tilsette, og A-magasinet har mista ein av sju journaliststillingar.

– Det går jo bra med oss sjølv om det byrjar gå dårlegare med resten av avisa. Men me har allereie mista ein journaliststilling og eg veit ikkje korleis det vil gå om det blir nedbemanningar att, seier reportasjeleiar i A-magasinet, Lene Skogstrøm.

Ho fortel at ho ser føre seg at magasinet i 2009 kjem til å koma ut med same sidetal som hausten 2008, men at dei må velja artiklar som er mindre tidkrevjande enn før.

Internett blir stadig viktigare for fleire aviser, og Dagbladet har allereie lansert si eiga featureavdeling på internett. Skogstrøm trur likevel ikkje at A-magasinet kjem til å satsa på internett. Redaksjonen har oppretta ei prosjektstilling på nettet, men har ein bevisst haldning til ikkje å leggja ut alle sakene sine på internett.

– Me vel å ha ei nettside for å få meir kontakt med lesarane gjennom til dømes nettdebatt, og for å søkje lesarane sine eigne historier, seier Skogstrøm.

Ein eigen featureavdeling som produserar eigne saker på nett, slik som Dagbladet har, har ikkje vore diskutert grunna resursspørsmål, fortel ho.

Skogstrøm trur førebels ikkje A-magasinet vil få problem med å halda lesarar til papir, ettersom lesartala har auka fram til no. Men ettersom A-magasinet følgjer med Aftenposten, vil det gå nedover med A-magasinet, dersom det går dårleg med moderavisa. Om det vert fleire epokar på A-magasinet eller om det i framtida kjem til å halda fram utan stopp gjenstår å sjå. Om magasinet framleis held stand om nye 35 år vert det spanande å sjå i kva retning det har endra seg.



## Litteratur- og kjeldeliste

- Aaslestad, P. 1999, *Narratologi: En innføring i anvendt fortellerteori*, Cappelen akademisk forlag, Oslo.
- Allern, S. 1997, *Når kildene byr opp til dans*, Pax Forlag A/S, Oslo.
- Allern, S. 2001, *Nyhetsverdier*, 3. utg., IJ-forlaget AS, Kristiansand.
- Bastiensen, H.G. og H.F. Dahl 2003, *Norsk mediehistorie*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Bech-Karlsen, J. 1988, *Feature-reportasjen*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Bech-Karlsen, J. 2002, *Reportasjen*, 2. utg., Universitetsforlaget, Oslo.
- Bech-Karlsen, J. 2007, *Åpen eller skjult: Råd og uråd i fortellende journalistikk*, Universitetsforlaget, Oslo.
- Berge, K.L. og P. Ledin 2001, "Perspektiv på genre", *Rhetorica Scandinavia*, nr. 18, s. 4–16.
- Bergström, G. og K. Boréus 2005, *Textens mening och makt*, 2. utg., Studentlitteratur, Lund.
- Blundell, W.E. 1988, *The art and craft of feature writing: Based on the wall street journal guide*, Penguin Books USA Inc., New York.
- Bruås, S. 2001, *Etikk for journalister*, 2. utg., Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS, Bergen.
- Calmayer, B. og K.O. Mathisen 1974, *Aftenposten, solid bakgrunn for et avismonopol*, Pax Forlag A/S, Oslo.
- Carey, J. (red.) 1990, *The faber book of reportage*, 2. utg. Faber and Faber, London.
- Clark, R. 1998, *Two Ways to Read, Three Ways to Write*, Reprinted from Workbench: The Bulletin of the National Writers' Workshop, Vol. 4, tilgjengeleg frå: [http://www.poynter.org/dg.lts/id.5363/content.content\\_view.htm](http://www.poynter.org/dg.lts/id.5363/content.content_view.htm), [sjekka 18.4.2009]
- Dahl, H. F. 1999, *Hallo-Hallo! Kringkastinga i Norge 1920-1940*, Cappelen, Oslo.
- Dahl, H. F. 2004, *Mediehistorie: Historisk metode i mediefaget*, Damm & Søn, Oslo.
- Dalviken, L. 2005, *Fortellende journalistikk i Norden*, IJ-forlaget, Kristiansand.
- Eide, E. 1998, *Langdistanseløpet: En eksplorerende undersøkelse om reportasjen*, Høgskolen i Oslo, Oslo.
- Eide, E. 2002, "Down there" and "up here" "Europe's Others" in *Norwegian feature stories*, Høgskolen i Oslo, Oslo.
- Fairclough, N. 1995, *Media discourse*, Oxford University Press Inc., New York.
- Fairclough, N. 2003, *Analysing Discourse: Textual analysis for social research*, Routledge, London.
- Frey, E. 2007, *Ideal og realitet: En analyse av nyhetsreportasjen i tre norske aviser*, hovudfagsoppgåve i journalistikk, Høgskolen i Oslo, Oslo.
- Garrison, B. 2004, *Professional feature writing*, 4. utg., Lawrence Erlbaum Associates, publishers, London.
- Genitkow, B. 2005, *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*, IJ-forlaget, Kristiansand.
- Holten, Å.T. 2005, *Helgemagasina: - Lett helgeunderholdning, eller utvidar dei også kunnskapshorizonten vår?*, semesteroppgåve i journalistikk, Høgskolen i Volda.
- Hultén, L. J. 1990, *Reportaget som kom av sig*, Stockholms Universitet, Stockholm.
- Hvid, M. 2007, *Fascinerende fortælling: Den journalistiske feature*, 3. utg., Update – Center for journalistisk kompetenceudvikling, Århus, Danmark.
- Hågvar, Y.B. 2007, *Å forstå avisa: Innføring i praktisk presseanalyse*, Fagbokforlaget, Bergen.
- Jørgensen, M.W. og L. Philips 2006, *Diskursanalyse som teori og metode*, 5. utg., Roskilde Universitetsforlag.

- Knud Rasmussen Selskabet, 2004, bibliografi, tilgjengeleg frå: [www.krh.dk](http://www.krh.dk), [sjekka 18.04.2009].
- Krumsvik, A., R. Ottosen, og S. Steensen 2005, "Et historisk perspektiv på nattavispublisering og dens konsekvenser for endring av journalistrollen og redaksjonelle prosesser i en digital medieutvikling", paper presentert på KIM-konferansen på Jæktvoll, tilgjengeleg frå: <http://home.hio.no/~steen/KIM2005.pdf> [sjekka 18.04.2009 ].
- Ledin, P. 2001, "Genrebegreppet – en forskningsöversikt", Undervisningsmateriale Universitetet i Oslo, tilgjengeleg frå: [http://www.uio.no/studier/emner/uv/ils/NDID4010/h06/undervisningsmateriale/Ledin\\_rapp02-3.pdf](http://www.uio.no/studier/emner/uv/ils/NDID4010/h06/undervisningsmateriale/Ledin_rapp02-3.pdf) [sjekka 18.04.2009 ].
- McManus, J.H 1994, *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?*, Sage Publications Ltd., Thousand Oaks, California.
- McNair, B. 2006, *The sociology of journalism*, 2. utg. Oxford University Press Inc., New York.
- Mediebedriftenes Landsforening, "Opplag- og lesertall for MBLs medlemsaviser: Samletabell opplag 1950-1998", er tilgjengeleg frå, <http://www.mediebedriftene.no/index.asp?id=78404> [sjekka 18.04.2009 ].
- Mediebedriftenes Landsforening, "Opplag- og lesertall for MBLs medlemsaviser: Avisenes netto opplag 2005", er tilgjengeleg frå, <http://www.mediebedriftene.no/index.asp?id=78404> [sjekka 18.04.2009 ].
- NTB, "NTBs historie: Fra telegraf til internett", tilgjengeleg frå, [www.ntb.no](http://www.ntb.no), [sjekka 18.04.2009 ].
- Ottosen, R. 2004, *I journalistikkens grenseland: Journalistikken mellom marked og idealer*, IJ-forlaget, Kristiansand.
- Piene, B.D. 2006, *Et gudsførlatt land? Medierte bilder av Sudan i det 20. århundre*, masteroppgåve i journalistikk, Høgskolen i Oslo.
- Raaum, O. 1999, *Pressen er løs! Fronter i journalistens faglige frigjøring*, Pax Forlag AS, Oslo.
- Roksvold, T. 2000, *Retorikk for journalister*, 5. utg., J.W. Cappelens forlag, Oslo.
- Roksvold, T. 1997, *Avissjangerer over tid*, Institutt for journalistikk, Fredrikstad.
- Sivertsen, E. 1991, *Avisfotografiet - en truet autoritet: Fotojournalistikk i dagspressen En historisk introduksjon*, Institutt for massekommunikasjon, Universitetet i Bergen.
- Steensen, S. 2007, "Forvirrende feature: Diskurskollisjoner og sjangerutvikling på nett", Paper til Nordisk mediekonferanse i Helsinki i august 2007, tilgjengeleg frå, <http://home.hio.no/~steen/steen%20helsinki.pdf>, [sjekka 18.04.2009 ].
- Steensen, S. 2009, "Digital featurejournalistikk: En studie av samspill mellom diskursiv praksis og sjangerutvikling i en nettavis", akseptert for publisering i *Rhetorica Scandinavica* nr. 49, juni, 2009, del av doktorgradsavhandling, Høgskolen i Oslo.
- Svennevig, J. 2005, *Språklig samhandling: Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse*, 5. utg., J.W. Cappelens Forlag a.s, Oslo.
- Svennevig, J., M. Sandvik og V. Vagle 1995, *Tilnærminger til tekst: Modeller for språklig tekstanalyse*, Cappelen Akademisk Forlag as, Oslo.
- Tjelmeland, H. 2004, "Aviser som historisk kjelde", *Pressehistoriske skrifter*, nr. 3, Pressehistoriske skrifter, Universitetet i Oslo.
- Vær Varsom-plakaten, 2008, tilgjengeleg frå: [http://presse.no/Spesial/Skjulte\\_artikler/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=249;](http://presse.no/Spesial/Skjulte_artikler/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=249;), [sjekka 19.04.2009].

- Wasberg, G.C. 1960, *Aftenposten i hundre år (1860-1960)*, Chr. Shibsteds forlag, Oslo.
- Wodak, R. 2006, *Rewiew article, Dilemmas of discourse*, Cambridge University Press, s 596–611.
- Wolfe, T. og E.W. Johnson 1975, *The New Journalism*, Picador, London.
- Østbye, H, K. Helland, K. Knapskog og L.O. Larsen 2006, *Metodebok for mediefag*, 2. utg., Fagbokforlaget Vigmostrand & Bjørke as, Bergen.

## **Aviskjelder**

- Aftenposten Morgen, 15.12.1926, ”Aftenposten’s julenummer.”
- Aftenposten Morgen, 31.12.1926, ”A-magasinet”.
- Aftenposten Morgen, 31.12.1926, ”MagAsinet”.
- A-magasinet, nr. 1/1963, ”A-magasinet”, Aftenposten.
- A-magasinet, nr. 13/14/1993, leiar, Aftenposten.
- A-magasinet, nr. 20/1927, ”Bygdene og byene skriver sin historie”, Aftenposten.
- A-magasinet, nr. 20/1963, ”Ikke russ iår”, Aftenposten.
- Bang, E. (nr. 10/1927), ”Et hattegeni”, *A-magasinet*, Aftenposten.
- Bergh, R. (nr. 40/1927), ”Molly”, *A-magasinet*, Aftenposten.
- Bjørkeng, P.K. (18.03.2009), ”Aftenposten holder stand: Leses av over én million”, *Aftenposten morgen*, Aftenposten.
- De Castelane, M.B. (nr. 42/1927), ”Kunsten at holde selskap”., *A-magasinet*, Aftenposten.
- Gallko, P. (nr 10/1963), ”Monsieur Bonnevals hemmelighet”, *A-magasinet*, Aftenposten.
- Geard, K. 2004, ”80 årsverk bort i Aftenposten”, *Journalisten*, tilgjengeleg frå: <http://www.journalisten.no/story/26787> [lest 13.10.2005].
- Haugen, K. (13. 08, 2005), ”Kjøp, kvinne, kjøp”, *Klassekampen*, tilgjengeleg frå: <https://www.retriever-info.com/services/archive.html>, [lest 13.03.2008].
- Henriksen, A. (19.05.2005), ”Nå blir det magasin! Aftenposten med weekendmagasin på fredager”, *Aftenposten*, tilgjengeleg frå: [https://www.retriever--info.com/services/archive.html](https://www.retriever-info.com/services/archive.html), [lest 13.03.2008].
- Martens, J.S. (nr. 10/1963), ”Norsk arkitekt med fransk suksess”, *A-magasinet*, Aftenposten.
- NTBtekst, (26.08.2005), ”A-Magasinet skal hete A-Magasinet”, tilgjengeleg frå, <https://retriever-info.com/services/arcive> [lest 13.03.2008].
- Rambøl, I.B. (nr.1/2006), ”Den tause tidsklemma”, *A-magasinet*, Aftenposten.
- Rasmussen, K. (nr. 1/1926), ”Bjørnejakten”, *A-magasinet*, Aftenposten.
- Ring, B. (nr. 10/1927), ”Tigeren frelste hendes liv”., *A-magasinet*, Aftenposten.
- Stavrum, K.L. (nr. 1/2005) ”intro”, *A-magasinet*, Aftenposten.
- De Viebe, J.C. (nr. 10/1927), ”Naar tømmerulven hyler av sult”, *A-magasinet*, Aftenposten.
- Østlie, K.S. (nr. 20/2006), ”Livet etter den siste olje”, *A-magasinet*, Aftenposten.

## **Personlege kjelder**

- Skogstrøm, Lene, reportasjeleiar i A-magasinet kvalitativt intervju 16. oktober, 2008.
- Stavrum, Kjersti Løken redaktør i A-magasinet, epost 26. februar, 2008.





## Vedlegg 1 – Artikkelloversikt

### *Analyserte artiklar i A-magasinet 1926 og 1927*

Nr.	A-magasin nr.	Tittel
1	Nummer 1, 1926	Bjørnejakten (Reportasje)
2		Vintersind og solsind
3		Den sjette sans
4		Østraat (Reportasje)
5		Utlændingnes Paris og det virkelige Paris
6		Sirenene (Reportasje)
7		Da Hans rømte hjemmefra (Reportasje)
8		Efter Ungdomsteaterets start
9	Nummer 10, 1927	Naar tømmerulven hyler av sult
10		Abd-el-Krim fortæller om krigen i Riff
11		Madrid paa ski
12		Tigren frelste hendes liv (Reportasje)
13		Der er intet nyt under solen
14		Et hattegeni (Reportasje)
15		Skilpadden
16		Anna Pavlova
17		Paris forbereder sig til vaar- og sommersæsongen
18		Kvinden paa talerstolen
19		Da jeg blev arrestert i Würzburg (Reportasje)
20	Nummer 20, 1927	Fyrsten (Reportasje)
21		Bygdene og byene skriver sin historie
22		I regn og uveir
23		Sydafrikas napoleon Cecil Rhodes
24		Da Grieg skulde optræ i Wien
25		To "trolldoms"-saker for retten i Norge omkring 1840
26		Pariser-primadonnaen som forsaget denne verden
27		En liten dollarprinsesses dag, fra hun vækkes av musik for at ta fat paa dagens "byrder"
28		Afrikas forsvundne kultur
29		Musikken er halve maten
30		Tsarens virkelige datter lever
31		Paa turné i Nord-Norge (Reportasje)
32		En norsk lynchningsak fra 1839
33	Nummer 30, 1927	Dramaet paa van Kempels ø

34		Tiurleik (Reportasje)
35		Aron i New York
36		Monte Cassino (Reportasje)
37		Wien lacht wieder (Reportasje)
38		I Gudbrandsdalens Hollywood (Reportasje)
39		Fruktlimonader og andre sommerdrikker
40		Tilfjelds, tilfjelds! (Reportasje)
41		Drømme og drømmetydning (Reportasje)
42		Sportens hjemland
43		2000 smaa musikanter
44	Nummer 40, 1927	Fuglenes intelligens
45		Kunsten at holde selskap
46		Fra tyske filmateljere (Reportasje)
47		Tobakkens triumf (Reportasje)
48		Sydpolens første traadløse telegram
49		Det gule kor
50		Fisken, som gaar paa land
51		Prosjektiler fra verdensrummet
52		En forslagen tyveknekt
53		Sjøormen i romernes gamle literatur

### ***Analyserte artiklar i A-magasinet 1963***

<b>Nr.</b>	<b>A-magasin nr.</b>	<b>Tittel</b>
1	Nummer 1, 1963	Vi kjøper framskap (Reportasje)
2		Er det så farlig å være "banal"?
3		Grammofonen, Chopins mazurkaer
4		Vi spiller plater
5		Hvordan skal vi bli kvitt juletreet?
6	Nummer 10, 1963	I bjørnens rike (Reportasje)
7		Slank til påske
8		Norsk arkitekt med fransk suksess (Reportasje)
9		Monsieur Bonnevals hemmelighet
10		Grammofonen
11		Vi spiller plater med septim
12		Sett og hørt i USA
13	Nummer 20, 1963	Ikke russ iaar
14		Våren kommer med festspillene

15		Efter den søte maten
16		Det er aldri forsent –
17		Tre aktuelle linjer i år
18		Den siste vårnatt
19		Huset og vi løfter hodet igjen og puster
20		Utenfor allfarvei gjennom Bretagne (Reportasje)
21		Vi spiller plater med septim
22		Hvor lenge er tolv år?
23		Foto tips
24	Numer 30, 1963	Er de en god skipper? (Reportasje)
25		Kvinner i Valhall I og II (Reportasje)
26		Olsok-kveld på Stiklestad
27		Velkommen til Sørlandet
28		På skattejakt i ferien
29		Mat i båt
30		Vi spiller plater med septim
31		«Mareritt-komedie» med Peter Sellers i fire hovedroller
32	Numer 40, 1963	København serverer nu
33		Lemenår i fjellet
34		Brukskunst for hvermann
35		Brev fra en avdød
36		Hverdagens matpakke
37		Vi spiller plater med septim
38		Besøk hos natteravnen (Reportasje)
39		5000 år gammel kunst og rabbel

### **Analyserte artiklar i A-magasinet 2005 og 2006**

<b>Nr.</b>	<b>A-magasin nr.</b>	<b>Tittel</b>
1	Numer 1, 2005	Siste skrik for rikinger
2		«Skal ikke åpnes før etter min død» (Reportasje)
3		Med halve Norge i banken
6		Kan barn filosofere?
5		Ut av natten (Reportasje)
6		Slåss om de sultne (Reportasje)
7		Europas nye kaizere (Reportasje)
8		Utbyttertorsken
9		Cinema paradiso
10		Helt nøtt
11		Intens smak ved lav temperatur (Reportasje)

12		Tar det på følelsen
13	Nummer 1, 2006	Tøffe dager for sauene
14		Den tause tidsklemma (Reportasje)
15		Likestillings-detektivien
16		Totusenogsex
17		Først forsvant torsken (Reportasje)
18		Til værs uten sydvest
19		Kan Buddha reise seg igjen? (Reportasje)
20		Forsøkskuene (Reportasje)
21		Høyere IQ lekende lett
22		Farlig for fettet
23		Stramme klær for stramt budsjett
24		Kongen av krabbefettet
25		Kreativ galskap
26	Nummer 10, 2006	Horer og halliker overalt
27		Da hun hentet ham (Reportasje)
28		Enden er nær
29		Toleranse og ytringsfrihet
30		Stille før solen (Reportasje)
31		Frykten har vinger
32		Kamp om kruttsterke kopper (Reportasje)
33		Døde vitner lyver ikke
34		Katalogkvinnen
35		70-talls kameratene
36		Plastisk operasjon (Reportasje)
37		Ta drømmen på alvor
38	Nummer 20, 2005	Hovedstad uten stemmerett
39		Livet etter den siste olje (Reportasje)
40		Feminist-gitaristen
41		Innholdsleverandør, my ass
42		Kvinnen som mistet ansiktet (Reportasje)
43		Purk på hjul (Reportasje)
44		Vidunderlige Nora
45		Alltid bedre før (Reportasje)
46		Stjernestoff (Reportasje)
47		Den egentlige Narvestad
48		Fyrvokteren (Reportasje)
49		Lykke og behov
50	Nummer 30, 2005	Kronprins i utakt
51		Jo tettere vi er sammen (Reportasje)

52		Musikk over murene
53		Én krone for en tanke
54		Sexslaver på billigsalg (Reportasje)
55		Mormor i de åtte svingene (Reportasje)
56		Latskap – menneskets beste venn
57		Gatesjarmøren
58		Londons livvakt (Reportasje)
59		Sval hatt
60		Juliribben
61		Historier som gir livet mening

## Vedlegg 2 – Kodebok for den kvantitative innholdsanalysen

Eining = journalistisk artikkel med tekst som breier seg over eir enn ei spalte.

### Variablane med verdiar og definisjonar:

#### **VARIABEL: Teksttype**

##### **Verdiar:**

- 1 = Narrativ
- 2 = Instruksjon
- 3 = Deskriptiv
- 4 = Argumentasjon

#### **VARIABEL: Arbeidsmetode**

##### **Verdiar:**

- 1 = Intervju
- 2 = Observasjon
- 3 = Direkte forfatterrefleksjon
- 4 = Referat

#### **VARIABEL: Fortattaren i teksten**

##### **Verdiar:**

- 1 = Me
- 2 = Eg
- 3 = Ein
- 4 = A-magasinet
- 5 = Ladde uttrykk
- 6 = Ikkje i det heile

Med ladde uttrykk meiner eg ladde eller meiningsberande adjektiv og anføringsverb. Eg skil mellom «me» som journalisten og fotografen, og bruk av «me» som viser til lesaren, altså at «me er alle i den same båt», til dømes når det vert tala om «me nordmenn». Det er berre når «me» vert nytta i den første forståinga eg tek det med i analysen.

#### **VARIABEL: Hovudkjelder**

##### **Verdiar:**

- 1 = Mann
- 2 = Kvinne

3 = Skriftleg kjelde

4 = Forfattaren sjølv

5 = Ikkje synlege kjeder

**VARIABEL: Tal på kjelder**

**Verdiar:**

1 = Ei

2 = To

3 = Tre eller fleire enn tre

**VARIABEL: Forfattaren**

**Verdiar:**

1 = Mann

2 = Kvinne

3 = Både mann og kvinne

4 = Etternamn

3 = Pseudonym/initialar

4 = Heilt ukjent

**VARIABEL: Tema**

**Verdiar:**

<b>Tema</b>	<b>Forklaring</b>
1 = Mote	Klesmote, hårmote, interiør, design og arkitektur.
2 = Mat og drikke	Næringsinnhald i mat og drikke, tilbereding av mat, oppskrifter, vin og andre drikker.
3 = Kvardagsliv og familie	Artiklar som omhandlar kvardagslege hendingar som til dømes vasking av hus, samliv, eller barneoppdragelse.
4 = Kjendis	Tekstar som handlar om personar fordi dei er kjende, og som ikkje har fokus på kva personane har gjort.
5 = Teknologi, industri og forskning	Tekstar som handlar om ulike bedrifter, utvikling av teknologi innanfor fleire fagfelt, samt forskning og utdanning på høgare nivå.
6 = Natur og friluftsliv	Jakt, turar i skog og mark, ekspedisjonar og temaartiklar om dyr eller planter.
7 = Kultur	Teaterframsyningar, musikk/konsertar, meldingar/kritikk, film, media.
8 = Psykologi	A-magasinet i 2005 har ei eiga spalte som heiter psykologi og handlar om kvifor me er som me er. Desse tekstane hadde eg problemar med å plassere under andre temaverdiar, og oppretta derfor ein eigen for psykologi.
9 = Reise	Reisemål i inn og utland. Både reiseskildringar av forfattarar som har vore på tur, og artiklar som fortel at "hit kan du dra", med meir forbrukarretta informasjon.
10 = Krig og kriminalitet	Krigar, og ulike former for kriminalitet. Her tek eg både med saker som handlar om forbrytarar og offer, til dømes i artiklar om kvinner

	som ufrivillig prostituerer seg.
11= Politikk og samfunn	Ein samansatt kategori som vil romme tema som er knytt til mellommenneskelige relasjonar, sosiale grupper, institusjonar og samfunnsmessige eller sosiale problem. Her plasserar eg også tema som fordeling av goder i samfunnet, politiske parti og aktørar.
12 = Diverse	Tekstar som ikkje passar inn under andre verdiar.

### **VARIABEL: Tekstaktualitet**

#### **Verdiar:**

- 1 = Dag
- 2 = Veke
- 3 = Månad
- 4 = År

### **VARIABEL: Nasjonalitet**

#### **Verdiar:**

- 1 = Noreg
- 2 = Utlandet
- 3 = Irrelevant

### **VARIABEL: Illustrasjonar**

#### **Verdar:**

- 1 = Teikning
- 2 = Foto
- 3 = Både foto og teikning
- 4 = Ingen illustrasjon
- 5 = Umogeleg og sjå

Ettersom eg har henta dei fleste tekstane frå mikrofilm, og nokre av scanningane har vore dårlege, er det ikkje alltid eg har klart å skilja mellom foto og teikningar. Det er imidlertid særst få av artiklane dette gjeld så det vil ikkje gi store utslag på analysen.

### **VARIABEL: Illustrasjonen sin funksjon**

#### **Verdiar:**

- 1 = Dokumentarisk
- 2 = Illustrativ
- 3 = Både dokumentarisk og illustrativ

Dersom illustrasjonane viser hendingar og fenomen teksten fortel om, kallar eg dei dokumentariske. Om det er bilete av staden hendingane har skjedd på, men på eit anna tidspunkt enn då hendinga skjedde, vil eg kalla biletet illustrativt.



**VARIABEL: Illustrasjonen sin situasjon**

**Verdiar:**

1 = Offentleg

2 = Privat

3 = Både privat og offentleg

4 = Irrelevant

Bilete av ein person i jobbsamanheng vil eg kalla eit offentleg bilete. Om det er bilete av personen i ein familiær setting kallar eg illustrasjonen privat. Bilete av landskap, gjenstandar og dyr puttar eg i kategorien irrelevant.

**VARIABEL: Fotograf/teiknar**

**Verdiar:**

1 = Mann

2 = Kvinne

3 = Både mann og kvinne

4 = Byrå

5 = Initialar

6 = Ikkje oppgitt

## Vedlegg 3 – Intervjuguide

### 1. Etableringa av A-magasinet

- Kvifor valde Aftenposten å starta opp att A-magasinet i 2005?
  - Kven var målgruppa og kvifor?
  - Korleis analyserte de annonsemarknaden?
  - Kva hadde Dagbladet Magasinet og VG Helg å seie?

### 2. Slagordet – Det skal være gøy å vite.

- Kvifor denne vinklinga?
  - Kva meinte de med å popularisere vitskapsjournalistikk?
  - Kva hadde A-magasinet si historie å seie for oppbygginga av det nye A-magasinet?
  - Kvifor har ikkje A-magasinet programblad?
  - Kvifor inneheld ikkje magasinet stoff for born?
  - Kvifor har det ikkje noveller/romanseriar – annan type fiksjon?
  - Kva tenkjer de om portrett og kjendisar?

### 3. Tilsette

- Korleis tenkte de når de skule setja saman journaliststaben?
  - Kor mange av dei som skriv er fast ansatte/vikarar/frilansarar?
  - Kor viktige er fotografia og fotografane for A-magasinet?

### 4. Journalistikken si form

- Kva fokus har de på dramaturgi og språk?
  - Kva kjenneteiknar reportasjene til A-magasinet?
  - Kvifor valde de å ha Mikkel Hvid som kurshaldar? Har de hatt fleire kurshaldarar på dette?
  - Kvifor trur du de har så få reportasjar som er skrivne i eg-form?
  - Ein større del av artiklane dykkar er skrivne i Noreg no enn i 1927 og 1963. Kvifor?

### 5. Kva tenkjer du om A-magasinet si framtid?

- Korleis trur du A-magasinet kjem til å utvikla seg?
  - Kva er dei største utfordringane dykkar?
  - Trur du måten å skriva på vil endra seg?
  - Kva vil skje med reportasjesjangeren?
  - Korleis ser du på forholdet mellom opplysning og underhalding? Kva vert viktigast iframtida?
  - Kva innverknad har internett på dykkar produkt?
  - Korleis skal de halda lesarane på papir?

## Vedlegg 4 – Reportasjen – kvantitative data

(Alle tabellane viser prosent)

Tabellen viser korleis reportasjane fordelar seg på teksttype. N=reportasjar:

	1927	1963	2005
Narrativ	14	4	11
Deskriptiv	3	3	12
Argumentasjon	0	0	0
Instruksjon	0	0	0
Reportasjer tot.	N=17	N=7	N=23

Tabellen viser kva synlege metodar journalistane har nytta seg av. Dei kan nytta seg av fleire metodar i ein tekst. N=reportasjar:

	1927	1963	2005
Intervju	2	2	20
Observasjon	17	7	23
Dirkte forfatterrefleksjon	17	6	6
Referat	12	6	19
Reportasjer tot.	N=17	N=7	N=23

Tabellen viser kven som er hovudkjeldene i reportasjane. N=reportasjar:

	1927	1963	2005
Mann	0	2	14
Kvinne	1	0	6
Skriftleg	0	0	0
Journalisten sjølv	16	5	3
Ikkje synlege kjelder	0	0	0
Reportasjer tot.	N=17	N=7	N=23

Tabellen viser talet på kjelder i reportasjane. N=reportasjar:

	1927	1963	2005
Ei	9	4	2
To	4	1	4
Tre	1	2	4
Fleire enn tre	3	0	13
Reportasjer tot.	N=17	N=7	N=23

Tabellen viser på kva måte journalisten er til stades i teksten. Han kan vera til stades på fleire måtar i ein tekst. N=reportasjar:

	1927	1963	2005
Eg	15	5	4
Me	4	2	4
A-magasinet	0	0	2
Ladde uttrykk	10	4	14
Ein	0	1	0

Ikkje tilstades	0	0	4
Reportasjer tot.	N=17	N=7	N=23

**Tabellen viser kor tidsaktuell reportasjen er. N=reportasjar:**

	1927	1963	2005
Dag	0	0	2
Veke	1	1	6
Månad	6	4	13
År	10	2	2
	N=17	N=7	N=23

**Tabellen viser kjønnet på journalisten som har skrive reportasjen. N=reportasjar:**

	1927	1963	2005
Mann	8	4	10
Kvinne	4	1	12
Mann og kvinne	0	0	1
Etternamn	2	2	0
Pseudonym/Initialar	3	0	0
Ukjent	0	0	0
	N=17	N=7	N=23

**Tabellen viser kva tema reportasjane fordeler seg på. N=reportasjar:**

<b>Tema</b>	<b>1927</b>	<b>1963</b>	<b>2005</b>
Mote	1	1	1
Mat og drikke	1	0	4
Kvardagsliv og familie	1	1	3
Kjendis	0	0	0
Teknologi, industri, forskning og utdanning	0	0	6
Natur og friluftsliv	3	2	0
Kultur	4	0	1
Psykologi	1	0	2
Reise	6	2	1
Krig og kriminalitet	0	0	3
Politikk	0	0	0
Diverse	0	1	2
<b>Totalt</b>	<b>N=17</b>	<b>N=7</b>	<b>N=23</b>

**Tabellen viser korleis reportasjane er illustrerte. N=reportasjar:**

	1927	1963	2005
Teikning	10	3	0
Foto	3	4	22
Ingen ill.	1	0	0
Både teikn. og foto	3	0	1
Umogeleg å sjå	0	0	0
	N=17	N=7	N=23

**Tabellen viser kjønnet på illustratørane. N=reportasjar:**

	1927	1963	2005
Mann	1	3	18
Kvinne	1	0	2
Mann og kvinne	0	0	1
Pseudonym	0	0	0
Etternamn	3	0	0
Initialar	1	0	0
Byrå	1	0	1
Ukjent	9	4	1
Ingen illustrasjon	1	0	0
	N=17	N=7	N=23



# Vedlegg 5 – Bjørnejakten 1927

# A MAGASINET

AFTENPOSTENS · UKEBLAD ·

Nr. 1

Fredag 31te december 1926

I. Aarg.



Tejning af Gyrdaf Sørensen.

«Til en begyndelse saa jeg bare rødsel og alme i bjørnens sene, men efterhvert —  
Se Knud Rasmussens beretning inde i magasinet.



»Aftenpostens« har bedt mig fortælle om de mest spændende sieblikke i mit liv, og jeg skal forsøge derpaa, idet jeg tilstaaer, at der er nok af elementære faremomenter at vælge imellem.

Jeg har kjempet med snit og paa et hængende haar været ved at bukke under.

Jeg har løpet omkap med drivende is og naad laud i samme sieblik som alt bak mig blev et stort, brølende hav.

Jeg er fart vild i snestorm, som overvældet mig saaledes med kulde og utmattelse, at jeg var ved at miste viljen til at leve.

Og jeg har en mørk vinternat, halvnaaken og ubevæbnet kjempet en bitter og dramatisk kamp med en eskimo, som vilde stikke mig ned med en kniv.

Men er ikke alt dette eventyr, som er almindelige i farende mands liv?

Nei — skal jeg fortælle om den diendommeligste af alle mine oplevelser, betænker jeg mig ikke et sieblik paa at vælge en liten episode fra en jakt, hvor hastige og uforudsatte hændelser fik et saadant forløp, at jeg kom til at kjæmpe for livet sammen med en isbjørn.

Det hændte i Melvillebukten paa en reise sammen med polar-skimoen Qolutanguaq, en borsomt storfaenger fra Kap York.

Det var i mørketiden, en ukens storm hadde holdt os uvirksomme i en snehytte, og da det endelig blev opholdsveir, hadde vi opbrukt al vor proviant. Der var langt til mennesker, og det eneste vildt, der kunde være tale om at jage paa denno aarstid, var bjørn, og vi hadde hvedt tolv sultne hunder, som vi hurtigst mulig maatte skaffe noget at spise.

Vi startet ved dagry efter at ha spist vort siste maaltid. Vore slæder var tomme, og det samme vilde snart være tilfældet med vore maver. Intet under, at vi la ut med alle ønsker for en god jakt.

Uveiret hadde git hundene en god hvile, og de tok isen i fir-sprang. Med halene reiste som flyvende faner strosk de fremover med en kraft som viste, at deres instinkt fortalte dem, at dette ikke var en almindelig reiseslag med slit og slæp, men en jakt for føden. De anstøt op i luften, deres

## BJØRNEJAKTEN

FOR AFTENPOSTENS MAGASIN AV  
KNUD RASMUSSEN

orer dirret anspændt lyttende midt under løpet, og hver gang vinden fyldte deres næsbor med kjølnkt fra en søls sandchul, satte de yderligere farten op.

Vi var allerede langt fra vor leirplaz uten at ha set et eneste frikt spor. Dagslyset var ved at gaa helt over i tusmerke, og vi begynte saa smaat at frykte for, at natten skulde overraske os tomhændt. Men ut for en skneisvold gav hundene pludselig et saadant ryk i temmene, at vi tumlet hakover paa slædene. En sterk varm lukt hadde streift vor kurs, og nu gik farten saa vild, at slæden ofte skjøt fremover med den ene mei frit svevende i luften, ganske som et skib, hvis ene ræling presses ned i sjøen under en storm.

Bege vore spand var sammensat av bare svede bjørnehunder. De holdt sig tæt op ved siden av hinanden, det var kapløp, og vi visste, at kan en bjørn kunde op-hisse dem saaledes. Det varte ikke længe, for vi kjørte op i frikse spor, store, dype avtryk i den bløte sne. Men bjørnen hadde allerede hørt os; sporene ribet med sine lange sprang den flukt, som hadde baaret den hen i retning av nogen isfjeld, som laa et par mil øst for os, ikke langt fra indlandsisen.

Jagede bjørner søker alltid, naar heiligbet gis, reduing paa toppen av et steilt isfjeld, hvor hundene ikke kan følge dem. Selv om isfjeldet staar med lodrette, blanke murer, er bjørnens skarpe kler istand til at hugge sig fast. Kun en eneste gang har jeg set en bjørn miste fotfæstet næsten ved toppen; i faldet brak den sit ene baklaar, og dog var den istand til at slaa sig et hul gjennom isen og søke tilflukt under isfjeldet.

Nu gjaldt det for os hurtigst mulig at indhente bjørnen, mens den endnu befandt sig paa den jevne havs.

I samme sieblik hundene nagde os frem til sporene, gjorde de holdt og snøet, skjælvende i alle lemmer, luktet av byttet ind, som

for at undersøke, til hvilken side de skulde løpe. De røde tunger stak ut av deres fraed-dryppende mund, og næseborene stod vidt-aaene mot vinden. Her tapte Qolutanguaq hunder besindelsen av luttet ophisselse, de blev nervøse, og inden han kunde hindre det, satte de ind paa sporet i den gale retning.

Sultne hunder blir vilde dyr, i samme sieblik de lukter bjørn. Det gamle ulveinstinkt vaakner i dem, de kaster al disiplin bort og hører ikke længere kuestens tilrop. Saakdes her; alle tolv hunder kastet sig ind over de nærmeste skrøninger, og snart laa de i en stor levende dyng sprallende av forvirring med tømme haabløst viklet ind mellem isstykkene.

Jeg var omskapsfuld nok til at le av dette uheld; ti jeg var nu sikker paa at faa et saadant



forspraug, at denne bjørnejakt kunde bli min aelse. Og det var netop det, jeg ønsket. Alle jøgere er barn overfor storvildt, og enhver bjørnejakt er en utfordring mellem hundekusker. Det gjælder at være den første i sporene og den første til at skyte. Og nu vilde dette bli min bjørn. Jeg plystret mit bjørnesignal, og slædene slyngedes helt op i luften, idet 12 sultne og desperate hunder satte efter sin gamle ddsfiende.

En flyktende bjørn søker at hegge de flest mulige hindringer i veien for sine forfølgere. Helst søker den ut til iskanten, hvorfra den kaster sig ut i det aapne vand med en behendighet, som var den et havdyr, der søker tilbake til sit element. Men er der for lang vei ut, kan den ogsaa neies med utremkommelig skru-is, hvor slæde og hunder blir hængende fast. Heldigvis er hundene dog hurtigere, behendigere, og hvad der er endnu viktigere — langt mere ut-holdende. Og derfor indhentes den som regel.

Det første, jeg nu hadde at gjøre, var at løse fire av mine beste hunder. Og det var ikke let gjort midt i den flyvende fart henover den njevne is. Det gjaldt at passu paa, saa jeg ikke blev slynget av slæden. Uten at ha noget at støtte mig til, grep jeg forremmen, som samlet alle hundenes tanger i en stor knute av indfiltrede liner, og gav mig til at hale ind paa spandet, som nu løp med minst tredve kilometers fart. Min kniv hadde jeg paa trems i munden, og saasamt jeg kunde saa den hund, jeg vilde løse, slæp jeg taket i tangene med høire haand, soappet kniven ut av munden og skar tanget over. Straks fløi den løslatte hund fremover, en hundt av frigitve muskler, kun synlig i et par korte minutter, før saa helt at forsvinde, hvirvlet bort av sin egen lidenskap.

Jeg tænker mig, at den mest spændende situation i enhver bjørnejagers liv er, naar han ba-lanserer helt ute paa slædens yt-

terste tvertrær med hele sit vilde forspand i sin vonstro haand, mens han med sin høire haand lynnært skjærer tangene over. Hvis man kastes av, kan man ikke undgaa at falde foran de skarpe meier, og intet rop i verden kan stanse hunder, som har luktet bjørn.

En, to, tre, fire hurtige anit, kniven i munden igjen, og med begge hænder firte jeg nu atter tangene ut til sin fulde længde. De beste hunder var nu forfølger-



nes fortrøp, og selv om de ikke helt kunde stønne en gammel bjørn, vilde de dog opholde den saa meget, at vi andre snart kunde indhente den.

Bjørnehunder har sin egen taktik; de begraver sine tænder i bamsens fete bakked; det gjør maaske ikke saa ondt, men bjørnen finder spasen uverdig; den sætter sig paa den angreps legeomdel og vifter de narsvæ for nærmere fra sig med sine brede forpoter. Imens kommer jægeren nærmere.

Det store øieblik i hele denne halsbrækkende jakt var inde, da jeg gik bjørnen i sikte. Et vældig gult legeme, som danset rundt i den hvide sne; hundene aværmet omkring den som hadde de vinger, og de var saa paagaende, at bjørnen bare ganske langsomt og med hyppige ophold kunde arbeide sig hen mot isfjeldene, som vi nu hadde naad. For siste gang halte jeg forremmen ind, og et eneste snit med kniven over skagelbundten slap alle hundene løs; halsende for de avated som en vind, mens sleden endnu fór hen over isen. Jeg grep mit gevær og fulgte efter.

Det var nødvendig at skyte paa meget nært hold for ikke at ramme nogen av hundene. De hadde nu ganske omkringet bjørnen, og da kan det hende at en kule gaar like gjennem bjørnen og tar en hund med paa kjøpet. Og det gjaldt ikke at skjelve paa haanden. Skuddet maatte være dræpende; ti saasart jægeren viser sig, vet bjørnen, at han og ikke hundene er dens sande fiende. Dræpes den ikke med ett skud, slynger den hundene tilside og angriper.

Det var en ung han — ødemarkens kongelige vandrør, festlig straalende i en langhaaret, gullig pels, som gaistrer i sin nyfældede prakt — en kampt-rænet, grandvoksen kjæmpe, som kom ute fra Baffinbukens aapne hav, endnu med hvite, rastende istapper i de

gjorde op med en dødsfiende. Seenen var vild og praktfull.

I samme øieblik bjørnen opdaget mig, rystet den hundene av sig og reiste sig paa bakkebene, endnu vældigere og akjansere end før, som den stod der i sin fulde høide og stirret paa mig. Den blev staaende nogen sekunder, indtil den hadde fyldt lungene med sin luft, saa kastet den sig i et gigantisk sprang høit over hundene og lot sig falde ned over isen med hele sit legemes vekt og al den kraft, som var i dens muskel-spændte forlabber.

Den utførte alle bjørners yndlingsmanøvrer, naar de befinder sig paa nyta. Den vilde bryte sig en vaag, hvor den kunde bli klar av mig og klar av hundene, for den visste, at vi maatte holde os til det faste foifæste paa isen, mens den selv hadde alle fordelene i vandet.

Jeg var fuldstændig klar over, hvad bjørnens hensikt var; fra tidligere jakter var jeg saa vant til dette trick, at jeg bare nedskjønheten i denne kraftafledelse, uten at fæste mig ved, hvad

samme øieblik bjørnen splintret isen under sig, slog den revnet i alle retninger, og inden jeg kunde springe tilside, var jeg i vand til halsen.

I min første ophisselse glemte jeg fuldstændig bjørnen. Min eneste tanke var at komme op igjen. Med geværet i venstre haand, lot jeg holt over mit hode, arbeidet jeg mig hen til iskannten og forsøkte at kravle op. Men nyisen var nu vaat og glat, og der var intet at faa fat i; for hver gang jeg fik brytet presset op over kanten, gik isen istykker under mig.

Jeg var kledd i polareakimoesens sædvanlige vinterdrakt: lange støvler og bukser av bjørneskind og pels av reaskind; neppe var de tunge, langhaarede, skind gjennemtrængt av vand, før jeg hadde vanskelig for at holde hodet ovenvande. Samtidig presset den sterke strøm mig mer og mer ind under isen.

For at fri begge armer, saa jeg kunde komme til at svømme, forsøkte jeg at kaste mit gevær ind over isen, men mine fingrer var allerede for valne, bassen gled ut av hænderne paa mig og gik tilbunda. For første gang vendte mine tanker sig nu mot bjørnen, som svæmet omkring i samme trange bassen som jeg selv.

Jeg var ganske hjælpeløs, og alt, hvad jeg kunde gjøre, var at

op og utmaattet mig selv. For hver bevægelse, jeg gjorde, holdt jeg nemlig med bjørnen; jeg indrømmer ærlig, at jeg var dødsens angst, for jeg ventet hvert minut at den skulde fly paa mig. Den saa heller ikke hyggelig ut; hver gang jeg rørte mig, skar den tænder og knurret, som om den ventet, at ogsaa jeg skulde angripe den.

Min ophisselse varte dog ikke længe; det kolde vand kjølnet snart mit blod, en besynderlig rofaldt over mig. Og uten at jeg egentlig kunde forklare mig hvorfor, gav jeg mig opmerksomt til at studere min søslomme kammerat. Tiltrøds for den farlige stilling, jeg var i, fattet jeg en levende interesse for den, og min bjørnearbeidet hurtig og nærmet.

Jeg, som bare var vant til at dræpt, hadde aldrig før vist, at en bjørns øine kunde være utrykfulde. Til en begyndelse saa jeg bare sinne og rædsel i dem, men efterhaanden som den vænnet sig til mig paa samme maate, som jeg hadde vænnet mig til den, holdt den op med at vise tænder. Nu betraktet jeg den endnu med opmerksomt end før. Og det alog mig, at jeg ikke længer saa paa den som et stykke stordvilt, som skulde dræpes, men som et tænkende og intelligent væsen, det var i samme nød som jeg selv. Det var næsten som om jeg kunde læse dens tanker. Med sine øine skiftevis paa hundene og paa mig syntes den at undre sig over, hvorfor ogsaa jeg var sprunget i vandet. Den visste nu, at jeg ikke vilde den noget ondt. Men hvad saa? Mon saa ikke ogsaa jeg hadde søkt vaagen for at undgaa hundene? Selv kunde den med et eneste sæt heve sig op av vandet og kaste sig langt ind over isen, hvis den blot turde gjøre det for alle de halsende bæster, der vilde flenge i dens skind med sine skarpe tænder. Og naar jeg ikke gjorde det, var det saa ikke fordi vi begynte kjæmpet den samme kamp mot de samme fiender, hundene?

Da jeg var kommet saa langt i min tankelesning, hadde jeg næsten en fornemmelse av, at bjørnen forstod mig og følte med mig. Men jeg gik endnu videre i mine slutninger. Jeg saa at bjørnen la merke til, at mens hundene avbrutt plaget den og snappet efter dens anute, saa ofte de kunde komme nær nok, holdt de sig borte fra mig, som om de var reddes for mig. Kunde det mon ligge i, at jeg mere end den var situationens herre, at jeg var sterkere, farligere?

Nu vendte den ganske rolig hodet mot mig, og jeg kunde ikke undgaa at legge merke til, at dens uttryk var vænlig. Og til min store forbløffelse begyndte den ganske langsomt at arbejde sig hen

(Forts. side 11).

fine, bølgende bukhaar. Nu var den paa veien ind for at jage de fete fjordsæier, som holder til i revnene ved de store bræer.

Den var et vakker bytte.

Jeg var neppe seks meter fra den da den opdaget mig. Varme, dampende kropper fløi om mellem hinanden, og man herte den hastige, blaaende lyd av arbeidende lunger. Hissige bjef ledsaget hvert angrep og besvartes med en dyp, rullende anerven. Tolv hunder

der senere vilde øke. Jeg visste at den vilde dukke ned under vandet som en sæl og søke langt ind under isen for at svale sig; men det vilde ikke være længe før den atter kom tilbake for at ande, og saa vilde det bli tid for mig til at fyre.

Altting skulde imidlertid denne gang faa et helt andet forlop. Isen var tyndere end jeg hadde trod, og der gik en meget sterk strøm her mellem isfjeldene. I

holde mig i den længst mulige avstand fra den. Til min beroligelse opdaget jeg hurtig, at den var likesaa bang for mig som jeg for den. Vi var begge fanget i den samme vaag, og den eneste forskjel mellem os var, at hundene hadde samlet sig i en klynge omkring den, men lot mig i fred.

Nu da jeg hadde begge hænder fri, forsøkte jeg paany at kravle op, men bare med det resultat, at jeg brøt mer og mer is



vedbygningen, hsest og beseende. En fuldblodet aristokrat i sit entle ltt fremmedartetet utseende. Det hse taarnet har middelalderens sterke, steuete præg, men dobbelttrappen med det fine smie-jerngitteret og den aslebaarne forhal fortæller om det syttende aarhundredes sprødfende fest-glede.

Men — — — arsløgangens er borte, og det meste av det, som gav borgen sin eiendommelige skjønhed. Herjet og ode ser her ut med nakne, brandsvarte murer. Hovedbygningen ydre er restaurert, saa der ikke er synderlig spor at se efter ødelæggelsen, men i det indre er alt i ruiner. Kalkmalerier, kammer og al anden pryð er borte, og overalt ligger hauger av bordstumper og nedfalden murgrus. Her under ridder-salen skal bordkapellet ligge, og vi gaar derind, saa er det bare et eneste stort, øde rum det hele. Der er ikke lagt gulv i salen oven-paa, bare tverbjelkene er sat ind, og det er aapent helt op til restet. Men just dette bringer os til at

huske paa, at vi staa i fru Ingers gamle kirke, som blev bygget ind i den nye borgen. Bak disse samme murer har der i aarhundredet været sanget messer til jomfru Maria og den hellige Olav, og her har fru Inger selv knælt foran den utvalgte jomfrus billede og bedt, bedt, om hvad? Om tilgivelse? Nei, om fremgang for sine planer og om makt for sig og sin øt. Men enten vilde hun ikke hjelpe, eller ogsaa var det maadt, som munken 4 Wittenberg sa, at hun ikke kunde. Og lysene foran billedene i den gamle kirke blev slukket, og det blev mørkt baude i kirken og i landet.

Et aarhundrede gik, og det begyndte saa smaat at gry mot en ny dag, kirken blev ikke bare kirke, den blev riddersal ogsaa. Lavt under taket blev kapellet, og istedetfor hse, gotiske vinduer kom der smaa gluggede lysaapninger, men det blev prydet med utskjeringer og ornamentter, som saa kirker i landet hadde maaket til. De hse kirkestoler i hel-øst blev smaa kunstværk i træskje-

værarbejde, og der kom alterkar og staker av mæssigt sølv. Men var han den samme, den bleke, lidende Kristus paa altertavlen som det smilende barnet paa Marias knæ? Hun sat endda derborte i kroken, skjent menneakene ikke længer kjendte hende og talte haarde ord om katolsk kjæteri.

Salem ovenpaa blev borgens staaeligste rum. Herinde traadtes dansen av damer i stive tølletter og kavalierer med sporer og klirrendesabler, og prægtig mas den ha' tat sig ut med sin sorte mormorkamin og sine billedsmykkede vægger under det blafrende skin fra kjæterne. Ja; fastginden stod helt i de dage, og ikke en tanke ofret de vel hende, som sat fængslet ned i taarnkjelderen og øyde og øyde ved det veste lysst fra tyrispiken.

Tilslut gaar vi en liten tur ind i likhvælvingen, det er det eneste rum, som ikke er blit beskadiget av branden. Herinde fandtes engang prægtige begravelser over Ove Bjelke og hans familie sammen med en av gaardens senere

ejere. En som har set kistene fortæller om Bjelkes, at den var trækket med sort fløid, prynt med sølvkvester paa sidene, og at der i den var indslaat flere hundre søm med store, feggyldte hoder. I hvert av disse sømhoder var hans adelige skjold indgravet. Men borte er det alt sammen, for det brændte sig en gang i 1670-arene, at det blev saa traagt om minnerum paa Østtraat, at sølv ikke de dede fik ligge i fred. Den daværende eier fik bruk for gravkammeret til potetkjelder. Den maatte friste en haard skjæbne, Ove Bjelkes vakre borg. Intet var saa hel- lig, at det ikke blev krænket, selv kapellet blev en tid brukt som hønsehuse. Nu ligger den der igjen bak os, herjet og ødelagt, sømt for alle sine smykker, med vinden syngende sin evige, enstøuige sang mellem de gamle, graanedes murer. Den er barn av et lysere himmelstrøk og ligner ingen av de andre døgnets nytteplanter, derfor blev dens skjæbne saa haard.

Yngvar Hauge.

# BJØRNEJAKTEN

AF  
KNUD RASMUSSEN

(Fort. fra side 3).

imot mig som for at søke beskyt- telse.

Den var bare et par meter fra mig, men selv om jeg til en viss grad fclte mig tryk for den, blev jeg dog pludselig angst igjen. Hundens stadige angrøp kunde bringe den i den grad ut av like- vekt, at den kunde la et raspi- anfeld gaa ut over mig. Fulgende en pludselig indskydelse ropte jeg derfor av mine luugens fulde kraft til hundene; jeg kommanderte dem tilbage. Jakten hadde nu vart ena lmsge, at de igjen kunde sanse; jeg hadde atter makt over dem, og skjnt det varto noget, adled de. Kourrende av skuffelse trak de sig længer tilbake paa isen og blev staaende i nogen av- stand.

For første gang siden jakten begyndte var bjørnen helt over- latt til sig selv, og nu hændte der noget, som jeg aldrig skal glem- me. Den fortoed, at jeg hadde skremt dens angripere tilbake, og den vendte hodet om imot mig; denne gang kunde jeg ikke ta feil: der var et uttryk av taknem- lighet i dens øine. Det var det samme uttryk, som jeg saa ofte hadde øst hos mine hunder, naar jeg klappede dem eller gjorde no- get, som de blev glade for.

Det er ikke let at beskrive et rovdrys ansiktsuttryk, men ingen

som er vant til at omgaaas dyr vil være i tvil om, at selv vilde dyr kan vise taknemlighet. Denne bjørn, som kunde ha drept mig, skaanet ikke bare mit liv, men møtte mig i det kolde vaag som en ven, der hjalp den.

Det er neppe ualmindelig, at menneker, som kjemper en fortvilet kamp for livet, i sin avmakt fyldes med gode forset og gir løf- ter, som de lover sig selv at holde, hvis de reddes fra døden. Saalde gik det mig. Jeg lovet, at hvis jeg slap fra dette eventyr med livet, saa skulde jeg gjøre alt hvad der stod i min makt for ogsaa at redde bjørnens liv. Mens jeg hakket tænder av kulde, lovet jeg mig selv, at hverken jeg eller nogen anden skulde drepe denne bjørn; stod det til mig, skulde den faa lov til at vende tilbake igjen til de vældige jaktmarker, den var kommet fra.

Jeg hadde neppe været i xan- det længer end et halvt ønes mi- nutter, men det var 25 graders kulde, og ethvert minut syntes en evighet. Jeg kunde ikke holde mig oppo ret meget længer, og hvis hjelpen ikke kom snart, vilde mine armer slappes, og jeg vilde gli ind under isen.

Jeg hadde næsten opgit haabet, da Qolutanguaq pludselig dukket op av skruisen nogen fns hunder

meter borte. Ikke saa snart hadde han øst mig næsten skulder mot skulder med den store bjørn, med hundene et stykke borte fra os, tillymelatende uten nogen interesse for vildtet, for han blev saa op- hisset, at han udslette et høit brøl, sprang av sin slæde og fordoblet sin fart. Jeg forstod at jeg var frelst. I løpet av et minut eller to vilde jeg være oppo av vaagen. Nu var det tid at tenke paa mit løfte, og idet jeg samlet mine siste krefter, ropte jeg til Qolutan- guaq:

«Skyt ikke bjørnen — skyt ikke bjørnen.»

Jeg hakket tænder saa ropet blev til et uartikulert hyl. Jeg maatte gjenta mine ord flere gan- ger, for han forstod det. Forst var han som lamslaat. Han trodde jeg var blit gal, men tilslut syntes han at gjetste sig til mening og ropte tilbake:

«Nei, selvfølgelig — jeg vil først hjelpe dig.»

Saa slap han alle sine hunder los, og mens de styrtet hen mot iskannten for at kaste sig over bjørnen, grep han en lang harpun- line, som han hadde paa slæden, knyttet den fast til svapen sin og kaaet den ut til mig. Linen naad- de mig, og jeg grep den. Jeg vend- te ryggen til iskannten og haket min nakke fast til den, og idet jeg saaledes fik begge hunder fri, bandt jeg linen om livet. Saa var

det bare et øieblikk øak for Qol- tanguaq at hale mig op.

Det sste, jeg saa av bjørnen, var et spang den gjorde ind mot isen, som for at holde den nye fiende borte. Men hundene staa- set den, og den gled atter ut i vaagen.

Neppe var jeg oppo av vandet, for kulden slog mig med en saa- dan voldsomhet, at jeg mistet be- vinstheten. Jeg forsøkte at tale, men ordene døde bort mellem læ- bane som en hvilsen:

«Skyt ikke — — — skyt ikke — — —» og saa blev alt sort om- kring mig.

Da jeg kom til mig selv igjen, las mine vaate klær stivfrosne paa isen ved siden av mig; selv las jeg nøken, men varm og spillevend- de i min sovepose. Qolutanguaq stod smilende foran mig med en dampende kop te, som han holdt frem for mine læber.

Min første tanke gjaldt bjør- nen.

«Men bjørnen — hvor er bjør- nen?»

Bskimoen lo hjertelig. Han moret sig øver, at den mand ikke altid blir bjørnens bane, som er færet i bjørnens spor og forst til at indhente den.

«Bry dig ikke om bjørnen,» svarto han ørtende, «jeg har alt ffaad den.»

Knud Rasmussen.

Vedlegg 6 – Norsk arkitekt med fransk suksess 1963





Monument av Picasso, utført i naturbeløng. Monumentet står plassert i en have i Paris. Til høyre sees kunstneren Carl Nesjar, som oppfant enaturbetong-metodens.

vel over 20 da han kom til Frankrike.

#### DET BEGYNTE MED EN ARTIKKEL I ET TIDSSKRIFT

— I et fransk tidsskrift i Oslo så jeg at sjefsarkitekten for slottet i Fontainebleau, Jacques Warnery, lot fra frem til ti unge menn arbeide på sitt kontor, samtidig med at han underviste dem. Gjennom kulturattachéen i Norge kom jeg i forbindelse med den kjente arkitekten og ble antatt som eneste nordmann. Jeg begynte med tegnearbeider og ble tre år hos Warnery, en av Frankrikes ledende arkitekter, ikke så moderne, men en utmerket pedagog og et storartet menneske.

Jeg fikk ingen lønn, men betalte heller ikke noe for undervisningen. Dette er et fransk system som praktiseres innen mange yrker. Warnery døde forsvrig for fire år siden. Han ble drept i en bilulykke.

#### EN SJELDEN ÆRE, EN STOR OPPGAVE

— Warnery bygget en rekke militære flybaser, fortsetter Johannesen og skåler i en fin, gammel bordeauxvin. — Mens jeg var hos ham fikk jeg flere personlige oppdrag, det hører med til systemet at dette er tillatt. Jeg giftet meg med en fransk dame og var ansatt på forskjellige kontorer til jeg fikk spørsmål fra hovedarkitekten

## Norsk arkitekt med fransk suksess

FRANSKMENNENE kan med rette være stolt av sin «Europorb» i Orly, ca. ti km syd for Paris. Den er Europas største etter London, den åttende i rekken av verdens flyplasser. Istand til å ta imot over seks millioner reisende i året, og ekspandere nærmere hundre tusen tonn gods til all verdens land.

Over 2000 mennesker er fast ansatt ved det veldige anlegget, som nu kan nåes fra Paris' sentrum i løpet av 25 minutter, takket være autostradaen som ble åpnet ifjor. 60 forskjellige flytyper lander på og forlater Orly, hvor en landsby ble rasert for å gi plass til en rekke baner, flere over tre km lange, og bygninger med en gulvflate på 7400 kvadratmeter. Herav benyttes 2400 kvadratmeter til kontorer. Det kan nevnes at de franske Caraveller er den mest benyttede flytypen, fulgt av DC 3. Boeing 707 ligger forelsbig langt etter...

#### FLYPLASSEN

##### ER EN TURISTATTRAKSJON

Det fantes en mindre flyplass i Orly fra årene etter den første verdenskrig, men alle installasjoner ble bombet ønder og sammen i årene 1939-44. I 1949 ble den autonome «Aéroport de Paris» opprettet ved et regjeringsdekkret. Under dette navhengs, men statsstøttede foretagende, sorterer både Orly, Bourget, og en rekke små flyplasser i en radius av 50 km rundt hovedstaden. Det er meningen at Bourget, hvor så mange

skandinaver har landet eller er reist fra Paris, skal forsvinne eller flyttes.

Siden general de Gaulle ifjor offisielt åpnet hovedbygningen på Orly flyplass, er den blitt en severdighet av rang. Parisere og folk fra provinsen drar i tusentall ut for å sitte på de lange terrasser og se flyene lande eller stige opp.



arkitektkontoret i hovedbygningen, er ansvarlig for to av hovedbygningens seks etasjer. Etter å ha kjørt med bussen, som går hvert kvarter fra Invalidestasjonen i Paris, blir jeg møtt av den lange, lyshårede Leif André Johannesen, som under lunsjen i en restaurant i en av hans

Arkitekt med fransk suksess: Leif André Johannesen, Paris.

Leif André Johannesen har deltatt i utbyggingen av flyplassen Orly. Neste oppgave er luksushotell på Korsika.

etasjer, den tredje, forteller om seg selv og sitt arbejde:

At han fikk «Ng» i fransk til artium tok han som en utfordring. Johannesen var interessert i fransk historie og i landet, og etter å ha studert det vanskelige sproget på egen hånd, og lært en del om arkitektur, både gammel og ny, reiste han til Paris i 1950. I parentes sagt, er han én av de meget få skandinaver som taler fransk uten enhver antydning av aksent, til tross for at han var

for Orly, monsieur Vicariot, om jeg ville bli en av hans assistenter.

Jeg hadde ikke søkt stillingen, så det var en sjelden ære, og av stor interesse for meg, da jeg kom hit mens de fremdeles holdt på med grunnarbeidene.

Vicariot, som er født i 1910, har vært ansatt ved «Aéroport de Paris» fra dette nasjonaliserte fore-

tagendet ble stiftet. Han er idag en av de største internasjonale autoriteter når det gjelder flyplasser og flyhavn.

Mitt kontor er her i hovedbygningen, og det er en fordel da vi ser hvordan alt fungerer, oppdager det som kan forbedres, og lever i en atmosfære av moderne flytrafikk.

#### FJERNSYNSHUSET OG KONG

##### ...HAAKONS KIRKE — OG LUKSUSHOTELL PÅ KORSIKA

Liksom hos Warnery i Fontainebleau, er Johannesen fri til

ank-

FT Oslo slott-ques inge ilor, iste n i med an- Jeg ble nk-så da- alte gen. som ker. Ar bil-

R

mi-an-mel hos pp-net aeg an- Jeg ten

om ter. , så stor hit ned

har Pa- re-

lag ale ly- yg- , vi pp- og rne

G iA on- til

på egen hånd å delta i konkurranser og akseptere oppdrag som ikke griper for sterkt inn i hans arbeidstid på Orly.

Han forteller at han har vært konsulent for arkitekt Holter som skal bygge Jernsøyhuset i Oslo. Han vant annen premie i konkurransen om Kong Haakons kirke i København — det stod på én stemme om han skulle få første — betror han meg. Johannesen fikk også en premie for sitt forslag til Den høye skole i Narvik, og har fått tredjepremie i en stor konkurranse om det nye slaktehus som skal bygges i Villette, ved Paris' bygrense.

— Jeg er interessert både i skoler, fabrikker, boliger og ... vindkjellere, sier Johannesen. — Igår undertegnet jeg kontrakt om innredningen av et luksushotell på Korsika — skål! — der blir det egen båthavn, tennisbaner, basseng og alt annet den velstående turist krever. For tiden har jeg overoppsynet med reisningen av 450 leiligheter utenfor Versailles.

#### EN FLYPLASS HVOR DER HVISKESS

Ø Etter lunsjen gir vi oss ut på vandring i hovedbygningen på Orly, forfulgt av dempet musikk som lyder overalt, selv i heiser — og på toalettene. Den henetter antagelig mer søvnfulle stunn i en hypnotisk tilstand. Moderne danserytmer får ungdommen til å smile som i trance, mens de vrikker på hofter og skuldre. Det er ikke tale om pauser. Hvert annet minutt gir en behagelig, dyp damestemme opplysninger om flyenes ankomst og avgang. Hun taler dvelende, som om hun er halvt i drømme, og arkitekten forklarer

at dette er det nye amerikanske «whispering system» — alt hviskes frem, innsmigrende, fortrolig og — trettende. Jo, vi er i siste halvdel av det 20. århundre.

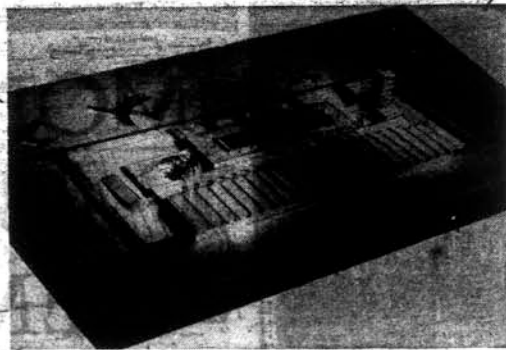
Leif Johannesen peker på innredningene av «lounge» og venteværelser; restaurantene, som har det karakteristiske for sterke lys, og for i a ve tak; mange barer, kiosker hvor det selges trykksaker og tobakksvarer, trapper som er åpne mellom trinnene, stoler og sofaer som er for lave, bord i merkelige fasonger, med platene noen få sentimeter fra gulvet, glassveggene mot landingsfeltet, hvorfra man knapt kan høre noen støy.

Aller stoltest er den energiske nordmann over to av sine hovedprosjekter: Et ovalt kapell delt i to av en glassvegg, — etter min mening lyst, kaldt, stemningsløst. Den ene halvdel benyttes av katolikker, som ofte sier en bønn for dem som er reist, den andre halvdel kan brukes av protestanter, jøder, muhammedanere og andre trossamfunn.

Jeg likte bedre hans løsning av venteværelsene for den typen mennesker amerikanerne kaller «vip» — very important persons, — de meget viktige personer. Rundt en sentralhall, smykket med et relieff i metall av Ikaros, (mannen som ville fly, men falt ned!) — har de største flyselskaper hver sin salong.

#### HAR PLANER OM ET SAM- ARBEIDE MED CARL NESJAR

Undet en hvil i en bar, nevner Johannesen at han i flere år lrevet for at den franske høstsalongen for kunst burde ha en avdeling for arkitektur. Det lyktes ham både å bli medlem av salongens «Com-



Ett av arkitekt Johannesens prosjekter: Utkast til flyhava i Østen.

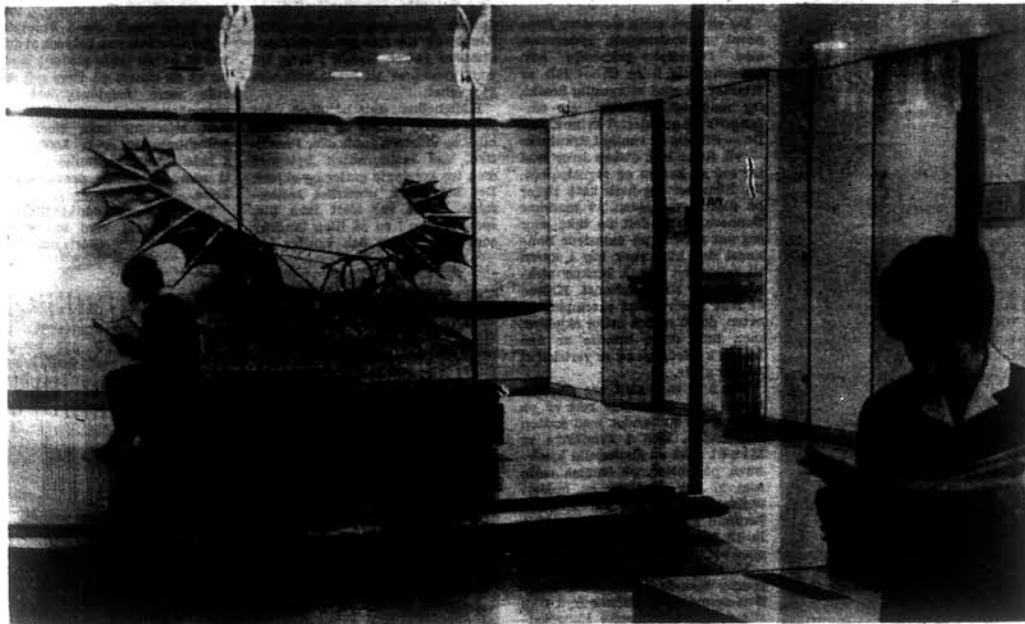
mission artistique» — og få gjennomført sin idé ihøst. For første gang stilte ingeniører og arkitekter nå sammen med malere og billedhuggere. Det var funnet plass til en mindre modellleilighet, planlagt av den norske arkitekten, og i en stor hall var kjempefotografier av nye hus og modeller av planlagte boligkaserer og kontorbygg.

Den utrettelige Johannesen, som bemerker at han er glødd fullstendig inn i det franske miljø, i så høy grad at hans kolleger knapt er seg bevisst at han er utlending — forteller også om sine planer om et samarbeide med Carl Nesjar, oppfinneren av metoden «naturbetong», som har hatt suksess i Frankrike.

Nesjar tok Johannesen med på et besøk hos vennen Picasso, som bevertet dem med en helstekt smågris på stranden ved Middelhavet. «Min eldste sønn bor i Norge», hadde Picasso sagt med et nikk mot Nesjar.

— Jeg besøker jevnlig Norge, sier Johannesen til sist, — men Frankrike har gitt meg store muligheter og når jeg blir gammel vil jeg slå meg ned — på et slott — i Bordeauxdistriktet. Der vil jeg opprette en arkitektskole. I Frankrike kan man se og røre ved fortiden, det er interessant og inspirerende, også for moderne mennesker. I Norge mangler vi konkrete minner fra eldre tider, det lille som finnes er overrestaurert.

Johannes Skancke Mariens



Relieff av Ikaros, utført av kunstneren Juvin, plassert i sentralhallen for flyselskapenes private venturum.

## Vedlegg 7 – Den tause tidsklemma 2005





© A. MAGGIORI 6. JUNIUM 2010

I løpet av tre år opplevde småbarnsfaren Vidar Gon Larsen (47) at begge hans foreldre fikk Alzheimer. Omsorgen for foreldrene kostet ham nattesøvnen – og til slutt jobben.

Tekst: INGVIll BRYN RAMBØLL Foto: STEIN J. BJØRGE

#### FORELDREPLEIE

Mange sifter seg ut på å pleie sine syke foreldre. Ofte svikter det offentlige.



**HAN ER PÅ JOBB** når telefonen ringer. I den andre enden er det en bekjent som snakker: – Det er kø fra Oppsal til Tveita, sa han. – Og din far går først i køen. Vidar Gon Larsen slipper det han har i hendene og kjører av gårde. Midt på Ringveien finner han sin 78 år gamle far ruslende med hendene på ryggen, med en lang hale av biler bak seg. Han får ham rolig inn i bilen, kjører ham hjem, og forstår at faren aldri vil bli som før igjen. Men ennå forstår han ikke hvor mye hans eget liv vil forandres.

Seks år senere triller Vidar sin mor Gerd i rullestol gjennom den nakne eplehagen utenfor Hellerud omsorgssenter i Oslo. Dit kom faren etterhvert, og dit kom moren dagen etter at faren døde. Også hun til den skjermede avdelingen for demente. Inne på morens enebolig ser vi på et ungdomsbilde av Gerd og ektemannen Knut. Den tynte, gråhårede kvinnen kjenner igjen den pene unggenta. – Det er meg, det. Og så er det sønnen min, smiler hun. Ektemannen Knut er som visket vekk fra minnet. Men Vidar er der. – Han har bestandig vært så snill, sier hun og sender



**EKTEPAR.** Gerd og Knut Larsen giftet seg i 1952. I 1958 fikk de sønnen Vidar.

sønnen et takknemlig smil. Vidar, som kjøpte leppestift til henne i presang da han hadde tjent sine første penger på potet-veiling som åtteåring. Som sørget for å sende henne bort da omsorgen for hennes demente ektemann holdt på å ta knekken på henne. Og som hjalp henne i dusjen da medisinerne førte til at hun mistet kontrollen på avfaringen. Det blir stadig flere gamle her i landet og færre til å ta seg av dem, og i fremtiden kan mangelen på omsorgsarbeidere bli stor. Allerede i dag gjør pårørende en stor innsats for å ta seg av sine gamle. Og det rødgrønne mannskapet som har overtatt departementsstyringen, ønsker å gjøre det lettere for dem som avlaster velferdsstaten på



**DEMENT:** 84 år gamle Gerd Larsen husker ikke lenger ektemannen Knut ved siden av henne på bildet. Men sønnen Vidar kjenner hun alltid igjen når han kommer på besøk.

denne måten. – Jeg har selv fått telefoner fra mennesker som ønsker å stille opp for sine syke foreldre, men som opplever en tidsklemme, sier statssekretær Laila Gustavsen i Arbeids- og sosialdepartementet. Rett før jul nedsatte hennes departement en arbeidsgruppe som skal evaluere de støtteordningene som finnes for privat omsorg i hjemmet. Målet er å finne løsninger

som gjør det lettere å kombinere omsorg og arbeid.

**For sønns hjelp.** Men det betyr ikke at Regjeringen vil overlate til de pårørende å fylle huller i den offentlige eldreomsorgen, sier statssekretær Rigmor Aarud i Helse- og omsorgsdepartementet. – Selvsagt er familiene viktige, men vår politikk er å styrke den offentlige omsor-





gen, sier Aasrud, og holder frem målet om å skaffe 10 000 nye par hender i omsorgssektoren. For Vidar Gon Larsen kommer de nye hjelperne uansett for sent.

Knut Larsen var midt i syttilårene da han begynte å surre. Han sluttet å klippe pienen og passe blomsterbedene som alltid hadde vært hans stolthet. Han sluttet å interessere seg for annet enn avisen, som han

til gjengjeld studerte ned til det minste sidetal. Han tok på seg lusekofte om sommeren og gikk ut i bare skjorteermene om vinteren. Lenge trodde sønnen Vidar at det handlet om nerveproblemer. Knut Larsen bar på tunge krigsopplevelser og slet med et høyt alkoholforbruk. Først etter mange år fikk han diagnosen Alzheimer.

– Det aller tyngste var å se hvor-

dan mamma ble helt nedkjørt, forteller Vidar. – Far gikk i skjortene på henne hele tiden.

For at moren skulle komme seg litt bort, fant sønnen et avlastrings-senter på Søndre Land der hun kunne være noen uker av gangen. Og mens Gerd var bortreist, forsto Vidar for alvor hva hans mor hadde å slite med.

Hver morgen etter å ha levert

barna, reiste han innom faren i barndoms hjemmet på Hellerud. Han sjekket at faren hadde stått opp og fått seg litt mat og kaffe. I lunsjpausen dro han ofte innom igjen. Og så en tur til på vei fra jobb. Hjemme i Sørum ventet en aktiv to-åring og en ni-åring som var vant til at pappa stilte opp med leksehjelp og som lagleder på fotball-laget. Om kvelden ➔

## Da faren blir fraktet bort, knytter han neven mot sin sønn og roper «Din jævel»

➔ gikk turen igjen fra Sørum til Hellerud for å sjekke at det sto til liv.

**Jobben led.** – Pappa hadde første-prioritet, sier Vidar når han tenker tilbake. Og etterhvert begynte omsorgen for foreldrene, ved siden av tilværelsen som småbarnsfar, å gå utover jobben som provisjons-lønnet selger i et større IT-firma. 40-åringen var nødt til å få salgene unna, men selv om han ofte tok natten til hjelp for å ta igjen det tapte, ble det lengre mellom dem. Resultatene uteble. En dag brøt Vidar fullstendig sammen på jobb. Den natten var han blitt oppringt for tredje gang på kort tid. Nå var det Securitas, som hadde sett faren hans vandrende rundt i bare helsetøy. Vidar satte seg i bilen og kjørte til Hellerud. Han lette gjennom boligfeltet og i skogen, og sammen med vekterne fant han sin demente far i god behold. Men innen Vidar var vel hjemme på Sørum igjen, var det på tide å dusje og komme seg på jobb, etter nok en søvnløs natt. Nå kjente Vidar at han ikke klarte mer. Han mistet kontrollen, kjente at han ble hvit i ansiktet. Inne på kontoret til en kollega brast han i gråt.

Det gikk ikke lang tid før Vidar ble kalt inn til salgsdirektøren. Han ble konfrontert med sitt høye fravær og sine manglende resultater. Og gikk med på en frivillig oppsigelse.

– Det var først da jeg gikk ut døren at jeg tenkte på at jeg burde tatt en sykmelding eller søkt om omsorgslønn, sier han i dag.

– Pårørende til pleietrengende eldre møter liten forståelse på arbeidsplassen, sier Ellen Lundh

Berner, som driver Demenslinjen til Nasjonalforeningen for folkehelsen. Hun får 2000 telefoner fra pårørende hvert år. Mange av dem ringer med spørsmål om sin syke mor eller far, men i løpet av samtalen kommer det frem at de selv er totalt utslitt.

– Når jeg spør dem hvordan de har det selv, og de bryter ut i gråt, forstår jeg at de er utbrente, sier Ellen Lundh Berner, som av og til ser seg nødt til å be den pårørende om å gå til lege for å få en sykemelding. Hun mener det ville vært lettere for disse menneskene hvis de møtte bedre forståelse hos arbeidsgiver. – Det trengs en holdningsendring på linje med den vi har sett for småbarnsforeldre, sier hun. For mens småbarnsforeldres tidsklemme har vært gjenstand for høylytt debatt de siste årene, er det ganske stille rundt pårørende som tar seg av sine pleietrengende eldre. De opplever en tause tidsklemme, mener Lundh Berner.

**Ikke lik rett.** Mens småbarnsforeldre har krav på ti ekstra sykedager i året for å ta seg av syke barn, har ikke arbeidstagere med pleietrengende foreldre noen tilsvarende rettighet. Og det er sjelden noen hever øyenbrynet hvis en småbarnsfar kommer sent på jobb på grunn av podens legebesøk eller Lucia-frokost i barnehagen. Men ber man seg fri for å følge sin syke mor til lege, er det vanskeligere. Demensforbundet ønsker lovfestet rett til fri fra arbeidet når omsorgen for syke foreldre krever det.

Og nå kan foreningen hente inspirasjon fra Danmark. I romjulen fortalte danske medier at Ældresagen, som jobber for de eldres ret-

tigheter, foreslår å innføre en slik sykedag. De får støtte fra fagbevegelsen, som gjerne vil gjøre en sykedag for å pleie eldre foreldre til en del av avtalen mellom partene i arbeidslivet.

**Vil ikke hjelpes.** – De har stjålet strikkesøyet mitt, Vidar. Og lommeboken.

Det er moren som ringer hjem fra senteret på Søndre Land. Vidar kjører fra Sørum og finner strikkesøyet i nattbordskuffen og lommeboken i safen. Neste dag ringer det igjen.

– Det mangler en høre i hønsegården. Moren er fortvilet og Vidar, som har lært seg å kjenne symptomene, forstår at hun også er på god vei til å bli dement. Moren er ikke lenger i stand til å ta seg av faren, og faren er ikke i stand til å ta seg av seg selv. Vidar, som nettopp er blitt arbeidsløs, bestemmer seg for å bruke oppsigelsestiden på å skaffe faren en sykehjemsplass.

Han ringer 60 personer og institusjoner. Alle svarer det samme: – Dette kan ikke vi gjøre noe med. – Hvis din far ikke selv ønsker hjelp, er det ingenting vi kan gjøre.

Til slutt blir Vidar desperat. Han ringer legevakten i Oslo, får snakke med en lege og nærmest roper inn i røret:

– Hvis ikke du kommer hit nå, binder jeg min far på hender og føtter, bærer ham inn i bilen og kjører ham til legevakten og legger ham på trappa med en plakat på brystet der det står: «Jeg trenger hjelp». Og så kjører jeg. Så får dere gjøre hva dere vil. – Ok, da, sukker en oppgitt lege i den andre enden. – Jeg kommer om tyve minutter.

De 20 minuttene tilbringer Vi-

dar hjemme i stuen med en illsint far, som slår med skapdørene og sier: – Hva faen er det du tillater deg, jeg er ikke sjuk og trenger ingen lege. Når legen endelig kommer, må Vidar holde faren fast i kraven på strak arm, for å unngå at han går til angrep på gjesten. Og etter å ha forklart sin fortvilte situasjon for 60 personer i det offentlige hjelpeapparatet, opplever Vidar endelig å bli forstått: – Nå skjønner jeg hva du mener, sier legen, snur i døren og kommer tilbake med tre uniformerte politimenn. Da faren blir fraktet bort, knytter han neven mot sin sønn og roper «Din jævel».

– Da hadde jeg mest lyst til å falle på kne og grine, forteller Vidar.

**Store krav.** – Førtiåringene er nok aller mest utsatt for å bli utbrent av å gi omsorg til foreldrene sine, fordi de er i en fase av livet der det stilles store krav til dem på mange fronter, sier professor i trygdemedisin Bjørgulf Claussen. Han har vært almenpraktiserende lege i mange år, og har sykmeldt mange pasienter med muskelpager og mavesmerter som skyldes belastningen det er å ta seg av gamle foreldre, hjemmeboende barn og en krevende jobb. Claussen mener at bedre hjemmetjenester og flere korttidsplasser ved sykehjemmene ville hjelpe dem som havner i en slik dobbelt tidsklemme. – Det er jo grenser for hvor snille vi kan være!

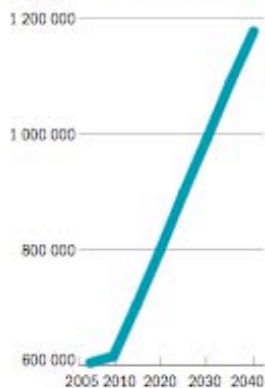
For selv om vi bor i en velferdsstat, er vi snille mot våre nærmeste. Vi overlater ikke våre gamle til det offentlige som forvokste hittebarn når de blir syke. – Eldre- ➔



**SVIKTER IKKE:** Vidar kommer stadig på besøk hos sin mor på pleiehjemmet.

## DOBLING AV ANTALL ELDRE

Over 67 år



KILDE: SSB

➔ omsorgen i Norge er faktisk helt avhengig av familiens innsats, mener forsker Svein Olav Daatland ved Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring, NOVA.

Ved å intervju 1200 nordmenn over 25 år har han og kollegene hans funnet ut at familien står sterkt i den norske velferdsstaten. Halvparten av de eldre over 75 år treffer barna sine en eller flere ganger i uken, og nesten nitti prosent av de voksne barna som har foreldre over 75 år, sier de har hjulpet foreldrene sine på en eller annen måte det siste året.

– Spådommene om familiens fall var betydelig overdrevet, konkluderer Daatland. Som er overbevist om at de pårørende i en stor grad fyller inn hullene i den offentlige omsorgen. For selv om tallet på sykehjemsplasser ikke har gått noe særlig ned de siste årene, mener han at de hjemmebaserte tjenestene er blitt mindre tilgjengelige. – Og det merker familiene ganske fort.

**Begredelig.** Torsdag var moren Gerds badedag. Blide hjemmehjelp og hjemmesykepleie kom til faste



**LETTEELSE:** – Da mamma fikk plass på sykehjem, fikk jeg sove om natta igjen, forteller Vidar Gon Larsen. I flere år pleiet

tider til den nye leiligheten Vidar hadde skaffet henne etter at ekte mannen kom på sykehjem. Men da hjemmesykepleieren ringte på døren den torsdagen, smilte Gerd og sa «Nei takk, jeg har badet allerede, ellers takk.» Hjemmesykepleieren gikk sin vei og lot Gerd stå igjen i den illeluktende leiligheten. Hun hadde avføring på klærne, på tøflene og i sengetøyet. Hun hadde hatt diaré den natten. Det var medisinerne som gjorde det.

– Kunnskapsnivået hos hjemmesykepleierne er utrolig varierende, sier Vidar. Det var han som måtte

se til at fagfolkene ga moren medisiner til faste tider og ikke gikk igjen når hun takket nei til hjelp. Igjen kjørte han skytte trafikk mellom barnehage, skole, fotballtrening og en dement forelder. Men nå hadde han byttet ut den krevende IT-jobben med vikartimer på sønnens skole, og hadde mer tid til omsorgsarbeidet. Nå var nettene verst. Vidar lå ofte våken og grublet: «Hva gjør hun nå? Er hun oppe og vandrer, slik som far?»

– Jeg vurderte mange ganger å sette meg i bilen midt på natten og kjøre for å se om det var bra med

henne, forteller Vidar. – Først da hun også fikk plass på sykehjem, fikk jeg sove om natta.

Nattesønnen kom tilbake, men det skulle ta fire år før Vidar fikk fast jobb og kunne starte på en ny karriere. De verdifulle årene mens barna var små kan han aldri ta igjen, og være den tålmodige, energiske pappaen han ønsket å være. Likevel er ikke Vidar i tvil.

– Det var helt naturlig å stille opp for foreldrene mine. Jeg hadde egentlig ikke noe valg.

amagasinet@aftenposten.no



han sine demente foreldre hjemme.

## FAKTA Demens

### Rettingheter for pårørende:

**Omsorgslønn:** Pårørende som har særlig tungende omsorgsoppgaver i hjemmet, kan søke kommunen om omsorgslønn. Lønnen tilsvaret den hjemmehjelpere får. Ca. 7000 personer mottok omsorgslønn i Norge i 2004.

**Pleiepenger:** Den som pleier en nær pårørende i hjemmet i livets sluttfase har rett til pleiepenger under fravær fra arbeidet. Størrelsen beregnes som sykepenger og kan gis i inn til 20 dager for hver pasient.

**Sykefravær:** Ingen ekstra sykedager i forbindelse med syke foreldre slik det er for syke barn. Foreldre har krav på ti ekstra sykedager for syke barn, og ti dager ekstra for barn med kroniske sykdommer. Pårørende som selv blir syke av for store omsorgsoppgaver, kan bli sykmeldt.

### BARN SOM HJELPER FORELDRE OVER 75 ÅR:

	Norge	England	Tyskland	Spania	Israel
Emosjonell støtte	71%	62%	74%	65%	69%
Transport/innkjøp	58%	45%	49%	26%	41%
Vedlikehold hus/hage	48%	31%	31%	21%	22%
Husarbeid	27%	29%	34%	22%	18%
Personlig pleie	9%	5%	9%	16%	12%
Økonomisk støtte	4%	14%	7%	18%	23%
Minst én type hjelp	87%	76%	83%	70%	74%

KILDE: INOVA, 2004

## «Eldreomsorgen er avhengig av familiens innsats»

Svein Olav Daatland ved Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring

A-MAGASINET 6. JANUAR 2006 13

(Alle utklippa frå A-magasinet er trykte med godkjenning frå Aftenposten.)