

Vi må lyse opp gråsonen!

*Eksponeringsproblematikk i
sportsjournalistikken*

Daniel Larsen



Praktisk-teoretisk masteroppgave i journalistikk ved
institutt for medier og kommunikasjon

OsloMet – Storbyuniversitet

Våren 2021

Lys opp gråsonen!

Eksponeeringsproblematikk i sportsjournalistikken.

© Daniel Larsen

2021

Lys opp gråsonen! Eksponeringsproblematikk i sportsjournalistikken.

Daniel Larsen

<http://www.duo.uio.no/>

Sammendrag

Denne masteroppgaven vil gi et svar på følgende problemstilling: Hvordan kan eksponering innen sportsjournalistikk styres av journalister og redaksjoner i bruken av longformat? I mediebedrifter over hele verden er det et stadig økende fokus på historien. Dette fører til at sportsjournalistene er på jakt etter de gode historiene. Eksempler på noen av de beste historiene i sportsjournalistikken handler om de unge talentene og de store drømmene. Men med et jag etter en god historie, følger faren om stor eksponering for et ungt individ. Denne oppgaven vil bestå av to deler. En praktisk del der jeg i reportasjeform formidler opplevelser rundt medieeksponering. I den teoretiske delen vil jeg reflektere over hvordan journalister og redaksjoner kan ta grep for å minske eksponering. I tillegg vil gjøre rede for hva slags følger eksponering kan ha for unge mennesker.

Abstract

This master thesis will provide an answer to the following topic: How exposure in sports journalism can be controlled by journalists and editorial teams in the use of longform? In media companies around the world, there is an ever-increasing focus on the narrative. Meaning, sports journalists are searching for the exciting stories. Examples of some of the best stories in sports journalism revolves around the young talents and the great dreams. However, with a rush for an exciting story, comes the danger of great exposure for a young individual. This assignment will consist of two parts. A practical part where I with a reportage convey experiences about media exposure. In the theoretical part, I will reflect on how journalists and editorial teams can act to reduce the exposure. In addition, I will explain what kind of consequences exposure may have for young individuals.

Forord

Etter to givende, lærerike og krevende år, er det på tide å sette et siste punktum med denne oppgaven. Det er 2021, og den globale pandemien er fortsatt ikke over, men likevel har jeg levert masteroppgave. Dagen som virket så fjern til tider har omsider kommet.

Familie, kjæreste og venner skal ha stor ære for at en oppgave har blitt ferdig. Uten deres støtte ville veien vært enormt mye lenger. Tusen takk.

En stor takk til veileder Maria Konow Lund (H20, V21). En motivator, mentor og til tider nesten som psykolog. Tusen takk for gode og lange veiledningstimer, interesse og gode tips du har gitt underveis. Både oppgaven og jeg er takknemlig for dette.

En stor takk rettes også til informantene jeg var så heldig å få lov til å intervju i forbindelse med prosjektet, til tross for at en pandemi herjet rundt oss. Tusen takk til Petter Belsvik som gledelig tok meg imot på Stabæk Fotball sitt treningsanlegg for en god fotballprat. Tusen takk til Luis Pimenta, som tok seg tid til å sette av tid til et digitalt møte. Uten dere ville ikke den praktiske delen av oppgaven vært mulig.

Til slutt, takk til medstudenter på OsloMet som gjorde starten på masterstudiet til en fornøyelse, til tross for at vi kun fikk rundt et halvt år med fysisk tilstedeværelse på campus.

Årnes, 14. mai, 2021.

Daniel Larsen

Innholdsfortegnelse

1. I SPORTSJOURNALISTIKKENS VERDEN - en introduksjon.....	s. 1
1.1. Sportsjournalistikk.....	s. 2
1.2. Press i ung alder - en prestisje for de utenforstående.....	s. 4
1.3. Er presset en del av gamet?	s. 5
1.4. Problemstilling.....	s. 6
2. TIDLIGERE FORSKNING OG TEORETISK RAMMEVERK.....	s. 8
2.1. “Å være i mediens kritiske søkelys. Enkeltindividenes erfaringer” og “Mestring av kritisk medieomtale”.....	s. 8
2.2. “Journalistikens etiske problem”.....	s. 10
2.3. Eksponeringsillustrasjon - eget bidrag.....	s. 11
3. SPORTSJOURNALISTIKK OG MEDIEPRESS - den enorme industrien	s. 14
3.1. Pengekjøret	s. 14
3.1.1 Stadig voksende interesse.....	s. 15
3.2. Ulik eksponerings på ulike plattformer.....	s. 16
3.2.1. Long format.....	s. 17
4. EN PERSONLIG REISE - muligheter og utfordringer med prosjektet.....	s. 19
4.1. Tema	s. 19
4.1.1. Muligheten til å fordype seg.....	s. 20
4.1.2. Å se muligheter til tross for lite erfaring.....	s. 20
4.2. Å skrive en masteroppgave under en global pandemi	s. 21
4.2.1. Når alt er usikkert - hele tiden.....	s. 22
4.3. Bratt læringskurve.....	s. 23
4.3.1. Å tenke er en fulltidsjobb.....	s. 24
5. “ORD OG BILDER ER MEKTIGE VÅPEN. MISBRUK DEM IKKE!”	s. 25
5.1. Global verden	s. 25
5.1.1. Eksponeringskraft	s. 26
5.2. Krigssone mellom journalister og eksponerte personer	s. 28
5.2.1. Å være journalist er ikke for alle	s. 30
5.2.2. Mindre kompetanse hos journalistene eller uprofesjonelle aktører i journalistikken?	s.31
5.2.3. Sportsjournalister som arbeider i andre avdelinger.....	s. 33
5.2.4. Jaget etter breaking news.....	s. 34

5.2.5. Å se mennesket.....	s. 35
5.2.6. - Vil ikke bidra til økt eksponering.....	s. 36
5.2.7. Hva skjer hvis vi mister våre største stjerner?	s. 38
5.3. Nye medier	s. 39
5.3.1. Longformat - en mer nedtoner plattform?	s. 40
6. SPORTSJOURNALISTIKKENS KOMPLEKSE VIRKELIGHET	
- diskusjon og avsluttende refleksjoner.....	s. 42
6.1. Bruken av titler, bilder og tekst.....	s. 42
6.1.1. Å fortelle gjennom sitater	s. 45
6.1.2. Det finnes fortsatt gråsoner.....	s. 47
6.2. Mindre eksponering i digitalisert sportsjournalistikk?	s. 49
6.3. Tillit har blitt satt på prøve	s. 51
6.4. Gjentakelse er vår største fiende - avsluttende refleksjoner	s. 52
Litteraturliste	s. 56

1. I SPORTSJOURNALISTIKKENS VERDEN - en introduksjon

“Tenk deg at du en tidlig morgen henter inn avisen og ser ditt eget navn og bilde dekke forsiden under overskriften *fiasko, løgner* eller *bedrager*. På mobilen lyser et titall tapte anrop og meldinger fra ukjente numre. Journalister fra de store avisene, TV-kanaler og radio vil ha din kommentar til dagens oppslag. Mobilen begynner å ringe igjen. Snart skal du på jobb og møte verden. Hvordan vil du reagere? Hva ville du føle og tenke, og hva ville du gjøre?” (Duckert og Karlsen, 2017:13).

I januar 2019 startet ferden min inn i sportsjournalistikkens verden. Dette var tiden jeg ble en del av medieapparatet til Kongsvinger IL Toppfotball. Fra tidlig av har jeg alltid hatt en fascinasjon av hvordan mediene fungerer, hvordan de jobber og ikke minst hvordan de fremstiller ulike personer. Hva er drivkraften til journalisten bak hvert spørsmål? Hvorfor disse eksakte spørsmålene? Hva er tanken bak å fremstille en sak på den måten som er gjort? Spørsmålene har alltid vært mange, og muligheten Kongsvinger IL Toppfotball ga meg har gjort det mulig å komme nærmere på feltet.

Som med mange andre, var alltid drømmen å bli profesjonell fotballspiller. Dessverre for min del var verken talentet eller treningsviljen stor nok til å kunne lage en karrierevei ut av det. Dette er i stor grad grunnen til at denne masteroppgaven blir skrevet i dag. Siden fotballferdighetene ikke var gode nok, ble målet tidlig å likevel kunne jobbe med sport og fotball. Derfor ble sportsjournalistikken det perfekte midtpunkt for mine store interesser. Et aspekt ved fotballen som alltid har hatt en plass i både hjertet og hode er hvordan unge talenter, både utvikler seg, men også takler det presset som blir lagt på dem. Dersom talentet er på plass, er det fra dag en forventning om at denne spilleren skal heve lagets prestasjoner og i stor grad alltid prege kamper. Her kan jeg også snakke om egne erfaringer. Er talentet godt nok og spilleren kommer seg til større klubber, blir også mediepresset en realitet.

Dette er en praktisk-teoretisk masteroppgave der jeg vil prøve å rette oppmerksomhet på et område det foreligger lite fokus og forskning på fra tidligere. Fremfor å se på statistikk og tallbaserte fakta, vil jeg forsøke å se den menneskelige siden ved temaet. I en mediebransje der

det stadig er økende fokus på de gode fortellingene, som gjerne inneholder unge idrettsfolk og de store drømmene, ønsker jeg å kaste et lys over de menneskelige sidene i presset som oppstår.

1.1 Sportsjournalistikk

Forut for dette masterstudiet i journalistikk har jeg en bakgrunn innen medievitenskap. Dette studieløpet gjorde det mulig å ha en bred oversikt over de ulike delene av mediebildet. Likevel, er mediebildet stadig i endring og det er et vanskelig område å konkret beskrive. I bunn kan alle i dagens samfunn kalle seg en journalist, noe som fører til at journalist er en ubeskyttet tittel. Dette uten å ha noen form for relevant bakgrunn eller utdanning. Enhver person kan utføre journalistisk arbeid. Derfor er det ekstremt viktig med relevans og kildekritikk innen journalistikken. I stor grad er dette en del av fascinasjonen min rundt mediene. Hvordan en kan jobbe med og mot å identifisere «juksemakerne» i bransjen, som er med på å gi yrket journalistikk til et frynsete rykte og en ubeskyttet tittel.

For å kunne snakke om sportsjournalistikk vil vi først se på journalistikk som begrep. Martin Eide i boken “Hva er journalistikk” (2013), illustrerer et mediebilde som på mange måter består av stor usikkerhet og endring. Han beskriver at “journalistikken vil gjerne fremstå som en vaktbikkje, men fremstår i praksis heller som en lausbikkje” (2013:93). I stedet for å ha kontroll på situasjonen, fremstår heller journalistikken som et kaotisk minefelt der den minste feil kan lede til et hylekor uten like. Likevel, er det en av tankene til Eide som griper tak i meg. Han beskriver journalistikken som et kreativt yrke “[...] men talentet må dynkes i kunnskap og tilsettes en god dose profesjonalitet” (2013:129). Her treffer Eide blink hvor han skiller yrket journalistikk, fra hobbyen journalistikk. Eide understreker igjen i “Journalistic Reorientations” i “Journalism Re-examined” at “decent journalism requires a decent journalistic institution” (2016:17). Her ligger det til grunn at det ikke kan stilles de samme kravene til en hobbyjournalist som ved yrket journalist som leverer kvalitetsjournalistikk. Samtidig er det viktig å peke på at journalistikk er et komplisert yrke; “Journalism is not a static profession and the media are constantly developing, both in terms of content and organisation” (Kartveit, 2017:1482). Selv om journalistikken som yrke er et puslespill i form av flere problemer og vanskeligheter, er det som

Eide påpeker viktig å ha et godt grunnlag av profesjonalitet i bunn for å kunne imøtekomme de stadige endringene journalistikken går igjennom.

I boken “Et kritisk blikk på sportsjournalistikk - medier og idrett i en globalisert verden” (2010), skisserer Gerd von der Lippe et interessant bilde. Der Eide har et stort fokus på et kaotisk mediebilde og å skille mellom profesjonelle og amatører innen journalistikken, trekker von der Lippe inspirasjon fra professor Garry Whannel, som i boken “Fields in vision: Television sport and cultural transformation” (1992), plasserer mediesporten i et skjæringspunkt mellom journalistikk, lett underholdning og drama. Whannel trekker videre frem hierarkisering, personifisering, narrasjon og kontekst som avgjørende for mediesporten. Von der Lippe trekker ut disse elementene og henter inspirasjon til å videre argumentere for at tabloidiseringsprosessene er sterkt knyttet til mediehusenes egne krav om økonomisk fortjeneste og kommersielle interesser. Igjen, ser vi likheter mellom forskjellige tolkninger rundt journalistikk. Martin Eide reiser videre opp spørsmålet: “Er journalistikken i ferd med å bli overflødig? [...] i en tid da journalistikkens samfunnsrolle er under reforhandling” (2013:86). Her stiller altså Eide det samme spørsmålet jeg har hatt siden oppstarten av min egen utdanning. Rundt meg har jeg sett stadig flere bli journalister - og lyktes med det - uten noe form for utdanning. Tanken om at utdanning er blitt mindre verdt har stadig fått mer plass i bakhodet. Eide svarer selv på sitt eget spørsmål, når han skriver “Journalistikken blir ikke mindre viktig i et nytt medielandskap. Den blir viktigere” (2013:123). Her understrekes det at vi trenger ulike typer journalister, og at det er behov for kunnskap og profesjonalitet som kan bidra til å fortsette og dra journalistikken i riktig retning. Samtidig kom en betydelig endring i hvordan sportsjournalister utførte jobbene sine da kringkasting utviklet seg til det vi ser i dag. Først gjennom radio, og deretter tv. Sportsjournalistene måtte bytte fokus og “Sports writing has become an adjunct to television, its primary role now to find the story behind the story” (Oriard, 1993). Radio og tv fikk på mange måter førsteprioritet på de faktiske hendelsene og referat fra sportshendelser og kamper, mens sportsjournalistens oppgave ble flyttet mer over på å en dypere analyse og fyldigere informasjon gjennom intervjuer av involverte rundt hendelsene (Moritz 2014).

1.2 Press i ung alder - en prestisje for de utenforstående

Ovenfor har jeg skissert en interesse for sportsjournalistikk og en fascinasjon av mediene og hvordan disse opererer. Det er også dette oppgaven i stor grad vil handle om. Likevel, vil jeg bruke et kapittel på å beskrive litt nærmere hva slags press fotballspillerne bli pålagt fra idretten selv.

I fotball og idrett generelt ser vi tilfeller av at unge talenter forekommer i tidligere og tidligere alder. På fotballsiden her i Norge har vi det allmenne eksempelet med Martin Ødegaard som i en alder av 15 år spilte seniorfotball i Tippeligaen (i dag Eliteserien). Etter en sesong blant senioren ble han solgt til en av de største klubbene i hele verden, Real Madrid. Det blir stadig større press og prestisje fra toppfotballen å finne de største talentene rundt om i verden. Hvor dukket dette presset opp? I "Talent in sports. Some reflections about the search for future champions (2014:1) skriver Martinus J. Buekers, Pascal Borry og Paul Rowe at en årsak til dette kan være en økt interesse og press fra selve feltet. Her er det snakk om trenere, speidere, ungdomslag og så videre til de respektive klubbene. Her snakker vi om tidlig talentidentifisering, der de største talentene skal hentes inn til de respektive klubbene, for deretter å gi riktig støtte og trening for best mulig utvikling. Det er altså potensielt snakk om å gå inn i en tenårings liv, i stor grad oppfylle deres store drøm, men samtidig rive de ut av deres trygge liv og kaste de ut i et liv mange ikke er klare for. Store deler av familien, venner og alt kjent blir borte. Hverdagen blir helt ny og en ny kultur skal læres. Personlig har dette vært en drøm for undertegnede også, men på samme tid, i en voksen alder går tankene stadig i retning om en tenåring kan takle slike omveltninger i det som på mange måter er en av de mest usikre periodene i en persons levetid. Grunnet den skisserte situasjonen beskrevet ovenfor er talentidentifisering og utvikling over tid blitt til en egen bransje innenfor fotballen. Det har løftet seg til et høyere og mer intenst nivå i de senere år.

I det som på mange måter har blitt en intern kamp mellom involverte i fotball- og talentmiljøet, er det viktig å peke på at de samme personene som identifiserer talentene har et stort ansvar. Personene involvert i slike prosesser er ofte de samme personene som former drømmene til mange unge - dette både i form av at en drøm går i oppfyllelse, og at drømmer knuses: "How positive a selection process may be for those who succeed, the opposite is true for those who fail" (Buekers et al. 2014:8). Med dette som grunnlag er det ekstremt viktig å være noe varsom i

utvelgelsen og identifiseringen av talenter, da det er potensielle muligheter for å ødelegge eller bryte ned en potensiell meget god karriere innenfor et område. Derfor det ekstremt viktig å ha et talentidentifiseringsprogram der målet er å se potensialet som kan utvikles, fremfor å ekskludere barn og ungdom i ung alder. I denne sammenheng er det flere potensielle aspekter det kan være verdt å se nærmere på. Flerdimensjonal testing og utøverens kapasitet er eksempler på elementer som er verdt å bite seg merke i når det kommer til talentutvikling. Buekers et al. mener at “[...] talent detection is useless without a strong program to develop the available competences. Only when talent detection and talent development are considered as an inseparable twin pair the full potential of the young athletes will eventually blossom” (2014:8) og beskriver godt at talentutvikling er en flerdimensjonal prosess der flere ting skal klaffe for å få det beste ut av utøveren. Dette innebærer nærmere at det er et dårlig grunnlag å velge en spiller kun basert på få kompetanser. Spesielt i ung alder er det viktig å ta flere variabler i betraktning da alle mennesker utvikler seg i ulikt tempo. Dette er noe jeg opplevde selv i mine år som aktiv spiller, da jeg var et stykke foran spillere i min aldersgruppe i tidlige år. Etterfulgt av at dette gapet ble tatt igjen og gått forbi på grunn av min noe sene fysiske utvikling. Som Buekers et al. (2014:8) igjen beskriver, er viktigheten av godt balansert og tilpasningsdyktig kompetanse essensielt i talentutvikling. Og dermed også noe som kan gjøre det noe lettere å tilfredsstille det presset som alltid er til stede i talentutvikling.

1.3 Er presset en del av gamet?

Denne oppgaven handler i stor grad om hvorvidt presset på idrettsutøveren kan bli for stort for enkelte. Likevel, vil det være relevant å se på den motsatte siden av saken. Er dette presset en del av livet til en idrettsutøver? I en slik setting er det viktig å understreke at flere sporter ikke hadde vært like store om det ikke hadde vært for en enorm mediedekning, som har økt i styrke i senere år. Tar vi engelsk Premier League som et eksempel her, snakker vi om kanskje verdens største og mest populære liga, innen fotball vel og merke. En liga det finnes enorm interesse for her til lands også. Ser vi på TV-rettighetene til denne ligaen, skiftet de nettopp eier fra TV2 til NENT Group. NENT sikret seg dermed eksklusive rettigheter til Premier League i hele Norden. e24 melder, ifølge kampanje.com, at NENT samlet betalte 20 milliarder norske kroner for rettighetene for perioden 2022-2028 (Michalsen, 2020). Dette er penger som går til selve ligaen

Premier League, som igjen betaler ut en sum av TV-rettighetene direkte til klubbene. Med andre ord, det er enorme pengesummer som er i sving. Dermed kan det argumenteres for at et mediepress er en del av gamet til en idrettsutøver på toppnivå, der mediene er med på å betale lønningene til spillere. Ikke nok med det, all oppmerksomheten spillerne får gjennom mediene er med på å bygge merkevarer i form av spillerne, som igjen medfører økt profilering og større suksess utenfor banen. Er det derfor ok å si at fotballspillere og andre idrettsutøvere burde si seg privilegerte med posisjonen deres, fremfor å ytre misnøye med et press om å være på sitt beste til enhver tid?

Det vil alltid være positive og negative sider ved enhver situasjon og sak. Spørsmålet blir derimot om alt dette er nok til å veie opp for et press som får lite oppmerksomhet, både i pressen og i allmennheten. Er det verdt å ha et liv der du hele døgnet, hver dag i uken, tenker på at du må lete etter forbedringer som gjør at du kan yte bedre slik at en ikke blir hakkekylling som et resultat av dårlige prestasjoner og resultater? Eller er et eventuelt press urettferdig besatt, da det kun er snakk om menneskelige individer som i likhet med alle andre, er i stand til å begå feil? Samtidig er det viktig å nevne at fotball opererer både på lokalt, nasjonalt og globalt nivå. Oppmerksomhet innen fotball kan derfor, på svært kort tid, gå fra lokalt og nasjonalt nivå, til et globalt nivå av oppmerksomhet. Dette skal sportsjournalistikken ha æren for, da den ikke dekker “[...] konkurranser og prestasjoner, men også spillet i kulissene: Makt, penger, juks og konflikter. Idrettsutøvere er ikke bare atleter, men også kjendiser, reklameobjekter, næringsdrivende og interessante privatpersoner” (Duckert og Karlsen, 2017:138). Å være profesjonell idrettsutøver innebærer i dag å leve i mediens søkelys.

1.4. Problemstilling

I denne masteroppgaven vil jeg utforske den journalistiske verden, og hvordan eksempelvis denne blir utformet i fotballsammenheng. Primært vil fokuset mitt være på å utforske hvorvidt eksponering kan reguleres på ulike plattformer. Denne oppgaven vil derfor gi et svar på følgende problemstilling:

Hvordan kan eksponering innen sportsjournalistikk styres av journalister og redaksjoner i bruken av longformat?

Problemstillingen vil bli supplert med følgende forskningsspørsmål:

- Gir long format som plattform muligheter til å styre eksponering av omtalte personer?
- Hvordan kan mediepress bidra til å øke eksponeringen til et ungt idrettstalent?

Jeg vil søke svar på problemstillingen og forskningsspørsmålene gjennom praktisk reportasjeskriving og en praktisk-teoretisk drøfting. Det praktiske arbeide vil bestå av tre versjoner av den samme reportasjen i longformat, et rent journalistisk arbeid der målet er å utforske hvordan ulike tilnærminger i longformat kan lede til ulik grad av eksponering. Det teoretiske arbeidet er en refleksjon som bygger på det praktiske arbeidet, der det senere vil vises til en bredere refleksjon for hvordan ulike tilnærminger kan forhindre overeksponering av unge mennesker. Denne vil bygge på både teori og egne erfaringer. For å snevre inn studiefeltet, har jeg valgt å konsentrere meg om forskningsfeltet rundt sportsjournalistikk og longformat.

Jeg vil understreke at dette er en personlig masteroppgave. Problemstillingen fant sted i egne erfaringer og nysgjerrighet til å utforske et felt jeg personlig mener er lite rørt. Den baserer seg på min egen oppfatning av den tidligere skisserte situasjonen. Den praktiske tilnærmingen bærer også preg av personlige valg og egenskaper. En annen masterstudent kunne ha tolket problemstillingen på en helt annen måte, og endt opp med et resultat som skiller seg fra mitt eget.

Opgaven er strukturert på følgende måte. I kapittel 1 har jeg gjort rede for masteroppgavens problemstilling og introdusert sportsjournalistikk som begrep. I kapittel 2 går jeg videre inn på den tidligere forskningen på feltet, samt danner et teoretisk rammeverk for oppgaven. Kapittel 3 vil gå nærmere inn på sportsjournalistikken og mediepresset. Kapittel 4 vil ta for seg prosessen under det praktiske arbeide, og muligheter og utfordringer jeg møtte underveis. Kapittel 5 reflekterer rundt hvordan Vær Varsom-plakaten og presseetikken går overens med eksponering. Avslutningsvis i kapittel 6 følger konkrete eksempler på grep som kan regulere eksponering, med utgangspunkt i det praktiske arbeide, etterfulgt av avsluttende refleksjoner i tråd med oppgavens problemstilling.

2. Tidligere forskning og teoretisk rammeverk

I denne praktisk-teoretiske masteroppgaven ønsker jeg å studere hvordan eksponering kan reguleres ved å ta visse grep når det er snakk om utformingen av måten å bruke longformat, som det praktiske arbeidet i denne oppgaven vil basere seg på. Det finnes forskning på dette feltet, men jeg mener at det fortsatt er et hull i forskning og teori på nettopp longformat aspektet som er utgangspunktet for denne oppgaven. Derfor vil utvalget av teori og tidligere forskning hentes ut fra forskjellige studier og fagfelt, sydd sammen til å passe inn i det journalistiske perspektivet som er grunnlaget for denne masteren.

2.1. “Å være i mediens kritiske søkelys. Enkeltindividenes erfaringer” og “Mestring av kritisk medieomtale”

Det finnes studier og forskningsprosjekt gjort av Fanny Duckert og Kim Edgar Karlsen om følger og mestring av stor eksponering i mediene. “Å være i mediens kritiske søkelys. Enkeltindividenes erfaringer” og “Mestring av kritisk medieomtale” vil danne et solid grunnlag for min oppgave. Studiene bygger på intervjuer gjort med en rekke eksponeringsutsatte personer i ulike yrker, og derav deres håndtering av dette. I “mestring av kritisk medieomtale” heter det at “belastningen kan bli helseskadelig, særlig når medieomtalen angriper personlige egenskaper eller verdier” (Duckert og Karlsen, 2018). Dette skjer ofte når det ikke er mulighet til å nyansere den historien som er presentert i mediene. Likevel, pekes det på manglende kunnskap om hvordan en negativ eksponering blir håndtert, der funnene i stor grad baserer seg på informantenes egen opplevelse og informasjon. Til tross for at dataene i innsamlingen var noe ulik grunnet deltakernes forskjellige måter å mestre periodene med kritisk medieomtale, plasserte Duckert og Karlsen deltakerne under tre kategorier. Felles for alle var fokus mot håndtering av mediene, omgivelser og egne reaksjoner. Resultatet ble tre grovt kategoriserte grupper; “[...] *mediestrategier* (rettet mot selve mediesituasjonen), *atferds-strategier* (rettet mot øvrige omgivelser og livssituasjon og *mentale strategier* (rettet mot egne tanker og følelser)” (Duckert og Karlsen, 2018). Selv med konkrete strategier for å håndtere medieeksponeringen, var effekten varierende. Strategiene kunne fungere i en sammenheng, men kunne samtidig feile på en annen og effekten resulterte i smertefull omkostning. Mestringen resulterte ofte i usikkerhet der det

stadig dukket opp krevende dilemmaer, som til slutt krevde improvisasjon og endrede strategier for å kunne tilpasse seg nye utfordringer som dukket opp.

Duckert og Karlsen konkluderer med at noe av det mest oppsiktsvekkende med studien deres, var hvor vanskelig det kunne være å håndtere medieomtalen i praksis. “Selv deltakere med lang fartstid i krevende yrkesroller, formidlet stor usikkerhet omkring effekten av sine valgte strategier” (Duckert og Karlsen. 2018). For å forstå relasjonen mellom mediene og individenes omtale, ses det på makt og kontroll som nøkkelbegreper. Det var i stor grad mangel på kontroll over historien som ble fortalt som gjorde eksponeringsforløpet krevende. Samtidig var det preget av stadig vekslende, uforutsigbare og fremmede situasjoner. En av deltakerne i deres studie illustrerer en slik situasjon på følgende måte:

“Man må være veldig forsiktig med å avvise journalister, fordi de da hevner seg ved å gi en ytterligere negativ vri. Bare dette helt enkle om man “neker å uttale seg”. Det høres veldig skummelt ut, ikke sant? Man neker å snakke om noe. Hvorfor gjør man det? Jo, fordi man har noe å skjule” (Duckert og Karlsen, 2018).

Dette understreker hvilken uforutsigbarhet det er snakk om når det er snakk om medieeksponering. På mange måter kan det sies at journalister kan være tikkende bomber, der man som et medieeksponert individ aldri kan vite hva som dukker opp i mediene. Nok et utdrag fra studien til Duckert og Karlsen viser en usikkerhet mellom journalister og medieeksponerte personer:

“Jeg tok ingen telefoner, bortsett fra de som la igjen beskjed, da ringte jeg opp igjen. Jeg ventet til de hadde gitt beskjed og så kunne jeg ringe tilbake. Da var jeg i hvert fall litt mer forberedt på hva jeg skulle svare” (Duckert og Karlsen, 2018).

Med blant annet et godt utgangspunkt gitt fra studien til Duckert og Karlsen, gir det meg en god plattform til å kunne gjennomføre denne oppgaven. Dette gjør det mulig å bygge videre på et område der det er lite forskningsbasert materiale, og oppmerksomhet som jeg har vært inne på tidligere i innledningen.

2.2. “Journalistikens etiske problem”

Et annet bidrag jeg mener er til nytte og som jeg henter inspirasjon fra er boken “Journalistikens etiske problem” (1997) av Mats Ekström og Stig Arne Nohrstedt. Til tross for at den har rukket å bli gammel, presenteres det likevel flere perspektiver som gjelder også i dagens journalistikk. Her slås det tidlig fast at mediene utvider bevisstheten globalt, samtidig som moral ofte blir behandlet i mediene. Derfor er utgangspunktet for denne boken å studere hvordan “journalistikens epistemologiske osäkerhet och dess etik och moral behandlas i medierna” (Ekström og Nohrstedt, 1997:241). Bakgrunnen ligger i mediene som sosial institusjon og makten den har, samtidig som mediene ofte gransker hverandre fra et etisk-moralsk synspunkt. Ekström og Nohrstedt etterlyser i grunn at mediene i større grad skal kunne granskes fra andre enn bransjen selv.

Dersom publikum og allmennheten skal kunne ha større mulighet til å kunne ta stilling til kvaliteten på nyhetsjournalistikken, ligger et krav om større åpenhet fra mediene sin side. Det må være mulig for utenforstående å få innsikt i hvordan redaksjoner og journalister håndterer sine arbeidsoppgaver. Ekström og Nohrstedt mener det ikke er nok å bare lese en nyhetssak eller et innslag, men at publikum skal “[...] få möjlighet att kräva dokumentation av vilka avvägningar som gjorts under arbetet och vilka motiven varit” (1997:312). Den interne mediekritikken er ikke tilstrekkelig for øyeblikket når vi skal vurdere redaksjoner og journalister.

Selv om en ekstern gjennomgang av journalistikken skulle bli en realitet, kommer vi ikke utenom spørsmål som reises. Hvordan skal en slik gjennomgang fungere i tråd med ytrings- og trykkefrihet, samt med beskyttelsen av informanter? “Hur undviker man risken att ett nyhetsgranskninginstitut blir ett värn för intoleransen från sådant som institutets medlemmar av olika skäl tycker inte bör offentliggöras - en påtryckningorganisation för den sk moraliska majoriteten?” Ekström og Nohrstedt, 1997:313-134). Forslaget er at institusjonens aktiviteter bør fokusere på evaluering av bruken av objektivitetskrav. På den andre siden skal det ikke brukes på nyhetsevalueringen av objektivitetskravenes bruksområder eller nyhetsvurderinger og utøvelse av sensur og meningskontroll. Konflikter om institusjonens aktiviteter vil fortsatt forekomme, det samme med uttalelser.

2.3. Eksponeringsillustrasjon - eget bidrag

“Vårt forslag ska ses som en medelväg mellan impotent självsanering och statligt dikterad etik i en situation då allt fler börjar ifrågasätta vad journalistisk etik egentligen står for i praktiken.”

(Ekström og Nohrstedt, 1997:316).

Med bakgrunn i det forrige underkapittelet, og synspunktene til Ekström og Nohrstedt, vil jeg komme med mitt eget bidrag etter inspirasjon fra de nevnte. Selv om boken “Journalistikens etiske problem” (1997) er 24 år gammel i år, er dens synspunkter like relevant i dagens journalistikk. Vi har allerede Vær Varsom-plakaten, etiske retningslinjer for norsk presse. Oppgaven til Vær Varsom-plakaten er åpenbart å holde media innenfor visse rammer, samtidig som det skal beskytte. I punkt 1: Pressens samfunnsrolle, punkt 2: Integritet og troverdighet og punkt 3: Journalistisk atferd og forholdet til kilder, er det tre underpunkter jeg ser på som interessante i denne sammenheng:

1.5: “Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre”

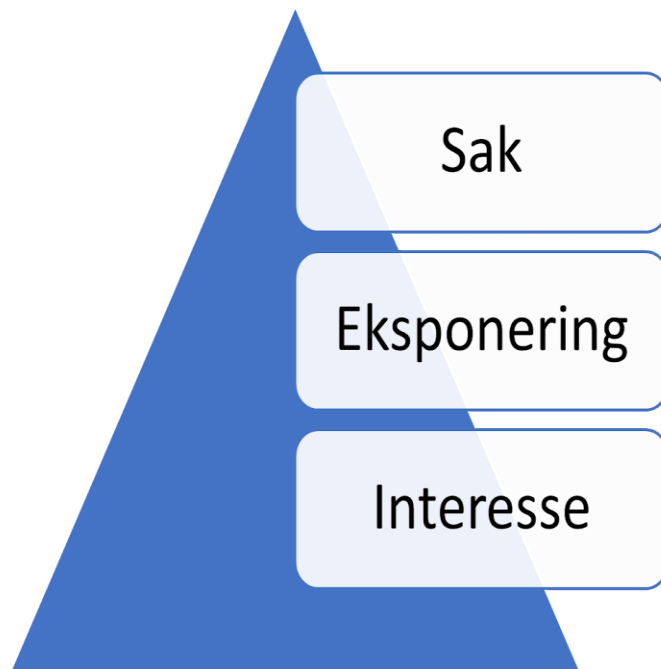
2.3: “Vis åpenhet om bakenforliggende forhold som kan være relevante for publikums oppfatning av det journalistiske innholdet”

3.9: “Opptre hensynsfullt i det journalistiske arbeidet. Misbruk ikke andres følelser, manglende medieerfaring, uvitenhet eller sviktende dømmekraft. Husk at mennesker i sjokk eller sorg er mer sårbare enn andre”

Alle disse tre innebærer beskyttelse og troverdighet for journalistene og opp mot kildene. Ordet eksponering blir aldri nevnt i Vær Varsom-plakaten. I stor grad skal Vær Varsom-plakaten fungere som pressens egen evaluering av media. Ekström og Nohrstedt pekte på at dette ikke var tilstrekkelig nok, og at det krevdes en form for utenforstående evaluering. Selv vil jeg ta dette litt videre og reise spørsmål rundt eksponering. Hvordan spiller etikken inn med tanke på eksponering av enkeltindivider? Blir det tatt hensyn til eksponering av personer i en evalueringsprosess som skal stille seg kritisk til redaksjoner og journalister? Etter min mening snakker vi her om en gråson uten verken retningslinjer eller føringer på hvordan redaksjoner og journalister skal arbeide etter.

Med dette som bakgrunn vil jeg komme med et forslag til at innarbeides nye krav og regler i redaksjonene, som stiller seg kritisk til etikk rundt eksponering. I tråd med dette har det blitt utarbeidet en etisk eksponeringsmodell, som vil illustrere interesse og eksponering. En viktig faktor i dette er interesse og dermed hvor stor eksponeringen blir. Oppgaven har kort vært inne på at fotball opererer både lokalt, nasjonalt og globalt. Altså blir eksponeringen også global. Ved en global interesse snakker vi om en enorm eksponering. Formålet med denne etiske eksponeringsmodellen er å kunne finne ut i hvilken grad et individ har blitt eksponert. Dette er på ingen måte jeg som stiller et krav til redaksjoner om å innarbeide min modell, men heller som et forslag til et verktøy som kan fungere som en påminnelse rundt den praktiske etikken i journalistikken. Ved å innføre et slikt redskap i en redaksjon, kan dette være en påminnelse til at den journalistiske atferden skal innebære en økt bevissthet på eksponeringen og dens følger. Altså, vil det bli mulig for den enkelte redaksjonen å kunne måle eksponering i enkeltsaker og deretter drøfte rundt mulighet til å se på andre løsninger som vil minske graden av eksponering.

Jeg har valgt å utvikle to ulike modeller, med samme tankeprosess i bakgrunnen. Modell A illustrerer et forenklet eksponeringsløp formet som en pyramide. Hensikten med dette er å trekke likheter til toppen av et isberg, som kan være vesentlig større enn det som vises på overflaten. I

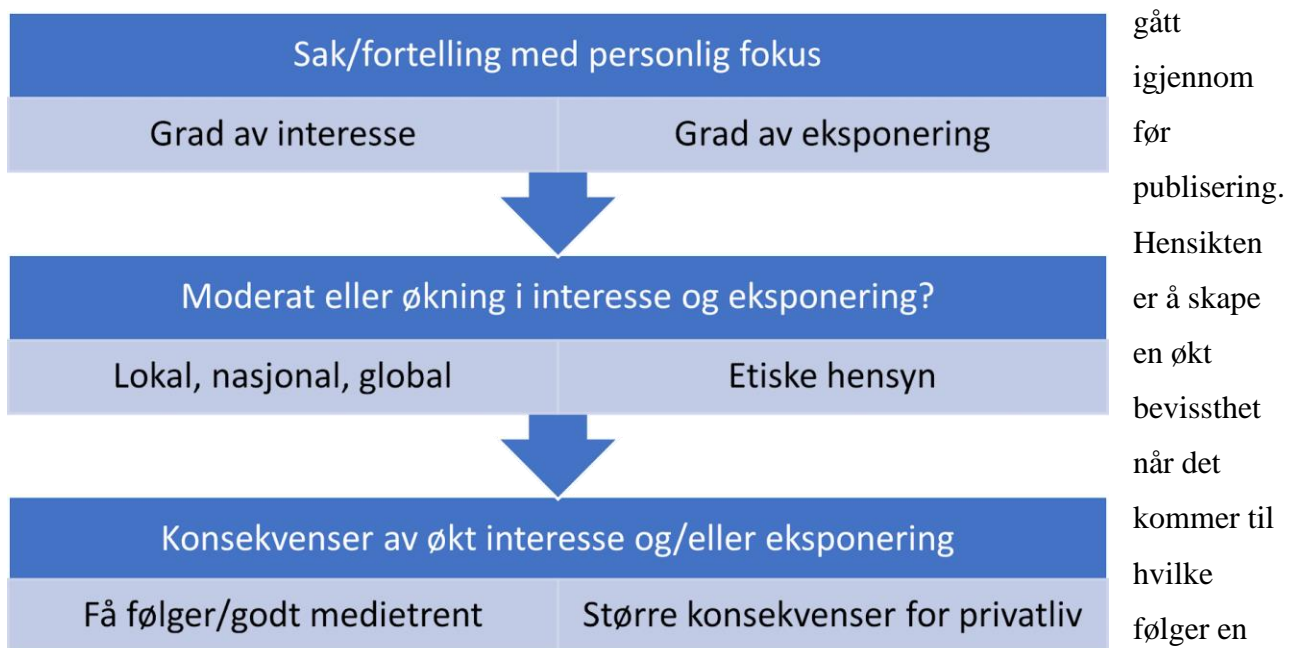


denne sammenheng vil selve saken med personlig fokus være toppen av isberget. Alene utgjør ikke saken nødvendigvis stor skade. Trekkes deretter inn punkt to, eksponering, som

gir mer volum til isberget, kan vi begynne å snakke om en større byrde og et press mot enkeltindividet saken handler om. Tredje og siste punkt i modell A innebærer hvor stor interessen blir for den aktuelle saken. En større interesse gir større eksponering, slik at disse to

ofte går hånd i hanske. Likevel, “[...] må journalister forholde seg til et stort register av etiske og metode fallgruver, som kan avspore, distrahere og i verste fall ødelegge andres liv gjennom hensynsløs, negativ og usann eksponering” (Duckert og Karlsen, 2017:16). Journalister og redaksjoner må med andre ord etisk vurdere de ulike alternativene og konsekvensene av sitt eget informasjonsansvar overfor publikum og skadevirkninger for den omtalte i det journalistiske arbeidet. Kort oppsummert vil eksponeringsmodell A gi en økt bevissthet om eksponeringsløpet til hver enkelt sak journalister og redaksjoner produserer.

Selv om eksponeringsmodell A kan gi et godt bilde og økt bevissthet på eksponeringsløpet til en sak med personlig fokus, kan den likevel bli noe simpel. Derfor har jeg utarbeidet en modell B som bygger videre på modell A. Som modellen viser, er det her mulig å se nærmere på grad av interesse og grad av eksponering, før man deretter i større grad kan gi en måleenhet og se på konsekvenser av hvordan økning i interesse eller eksponering kan påvirke individer i saker med personlig fokus. Modell B kan på mange måter ses som en sjekk- og eller punktliste som kan bli



historie med personlig fokus kan ha på et enkeltindivid. En sårbar kilde kan på mange måter legge livet sitt i hendene på en journalist eller redaksjon. Denne modellen vil bli tatt opp igjen senere i oppgaven, der den settes opp mot mitt eget praktiske arbeide.

3. SPORTSJOURNALISTIKK OG MEDIEPRESS - den enorme industrien

“Belastningen kan bli helseskadelig, særlig når medieomtalen angriper personlige egenskaper eller verdier, når omfanget blir stort, og når individet opplever manglete mulighet til å nyansere den presenterte historien om seg selv” (Karlsen og Duckert, 2018)

Dette er ordene til Kim Edgar Karlsen og Fanny Duckert, der mediepresset omtales som et negativt virke. Eksponering i media kan være “helseskadelig”, likevel er det mangel på kunnskap om hvordan en negativ eksponering blir håndtert av enkeltindivider. Psykologien har gjort sine studier der det tradisjonelt er vist at endrede tiltak for en stressende situasjoner er bedre egnet enn fokus på emosjonelle strategier (Aldwyn, 1994). Imidlertid, viser nyere forskning at en fleksibel bruk av ulike strategier som er tilpasset hver enkelt situasjon, er best egnet for hvordan en mestrer situasjonen (Park, Folkman og Bostrom, 2001). Hvorvidt en medieutsatt person har et støttekorps eller ikke i ryggen, ofte gjennom jobb har en innvirkning på hvordan omtalen håndteres. Dette vil utdypes nærmere i følgende avsnitt.

3.1 Pengekjøret

Som oppgaven tidligere var inne på betalte NENT om lag 20 milliarder norske kroner for rettighetene til å vise Premier League på norsk TV i perioden 2022-2028. Til sammenligning har TV2 nylig kjøpt tilbake rettighetene til norsk fotball for 4.5 milliarder norske kroner (Baardsen, 2020). Dette i perioden 2023-2028. Dette tilsvarer en enorm forskjell på rundt 15 milliarder norske kroner, men likevel enorme pengesummer i hvert sitt tilfelle. Her er det selvfølgelig en forskjell i interesse og hvilken kvalitet produktet har. Samtidig er det viktig å adressere at journalistikk er en institusjon. Martin Eide og Helle Sjøvaag poengterer følgende i “Journalism as an institution” i Journalism Re-examined:

“Journalism as a profession has always been portrayed in the sociology of news as a more or less constructive tug-of-war between effects of the restrictions that curb the vocational performance from editorial, financial, managerial and regulatory structures, and the mythological freedom and individualism inherent in practicing journalism.” (Eide og Sjøvaag, 2016:9).

Når forbrukere viser misnøye med høye priser for å se fotballkamper på TV, er det viktig å ha institusjonen i bakhodet. TV2s pressesjef prøvde i slutten av 2020 å forklare til VG hvorfor prisene stadig presses oppover: “Det skyldes ganske enkelt at rettighetene for å vise fotballen koster mye mer. Og når rettighetene blir dyrere, må vi sette opp prisen” (Tombra og Overvik, 2020) fortalte pressesjef i TV2 Jan-Petter Dahl. I Norge besitter kun rettighetshaver muligheten til å vise eksklusive fotballkamper, noe som gjør konkurransen høy når det kommer til kjøp av rettighetsperioder. Prisen presses stadig opp hver gang rettighetene er til salgs, noe som igjen fører til et større press fra mediehuset på selve produktet. Høye pengesummer fører med seg press på fotball som produkt og påvirker dermed til slutt individene og spillerne i enden av en slik tunnel. I hovedsak er spillerne og trenerne basisen i produktet og selve essensen til at produktet kan bli så stort og ettertraktet som det er i dag.

3.1.1. Stadig voksende interesse

Hvis forbrukerne viser misnøye med prissettingen av fotballen som produkt, hvorfor ikke bare avbryte abonnementet eller slutte å se fotball? Svaret på dette spørsmålet vil i stor grad avhenge av hvilken person som svarer på spørsmålet. En person uten fotballinteressen ville aldri nølt når spørsmålet om det er verdt å betale en månedlig sum for fotballunderholdning. En middels interessert ville vært mer usikker, mens en over middels interessert neppe klarer å leve uten. Det er en fotballinteresse som ligger i bunnen her - og den er voksende. I en rapport fra 1. juli 2017 levert fra Norges Fotballforbund kommer det frem at det er over 30 000 registrerte lag i Norge. Dette resulterer i 371 910 individer som i 2017 drev med organisert fotball (Norges Fotballforbund, 2017). Dette er tall basert på alt fra topp-, bredde- og barne- og ungdomsfotball. Tallene fra Norges Fotballforbund sin rapport gir et innblikk i en nasjon der en betydelig andel enten spiller og har spilt fotball selv, eller at de har en tilknytning til andre som spiller fotball. Interessen rundt fotballen som produkt blir dermed økende. I dagens situasjon med Covid-19 restriksjoner har mye av bredde- og barnefotball vært begrenset eller stengt i et år. Dette er også en medvirkende årsak til at fotball som tv-produkt blir mer attraktivt.

3.2. Ulik eksponering på ulike plattformer?

I et intervju med Thomas Wold, forteller Fanny Duckert en viktig melding til alle arbeidsgivere: “Hvis de ikke hadde ressurser fra jobben eller adekvat støtteapparat, så gikk det dårligere med dem” (Wold, 2017). Dette forteller hun i etterkant av å ha gitt ut boken “I medienes søkelys” som er et forsøk på å kaste lys over hvordan medieeksponering påvirker helsen. I boken ble en rekke personligheter intervjuet, der alle har blitt utsatt for medieeksponering. Informantene som her opplevde de større belastningene, kunne blant annet trekke frem søvnevansker, utmattelse, selvmordstanker og angstsymptomer som resultat av medieeksponering. Flere av disse ble sykmeldt, særlig de informantene som opplevde eksponeringen som ensidig. Her gikk kritikken på de som privatpersoner, fremfor deres yrke eller virke. Intervjuene viste at de som opplevde kritikk rettet mot deres yrke, slet mindre med helseplager i ettertid. Fellestrekket derimot, for de som opplevde sterk belastning, var at de falt ut av arbeidsplassen og dermed mistet støtteapparatet som førte med.

Samtidig er det verdt å nevne at vi ofte faller i to kategorier rundt medieomtalte personer: de som har oppsøkt en rolle selv og de som ufrivillig har blitt dratt inn i en medieomtale. Her kan det ligge til grunn for en ulik håndtering. Gjennom Duckert har jeg vært inne på at det kan skilles hvordan håndteringen av medieomtale foregår og håndteres. De eksemplene som selv oppsøker en slik rolle, har hatt større mulighet til å kunne forberede seg på en større grad av omtale, enn tilfellet for en person som ufrivillig blir omtalt i større grad. De som er bedre forberedt ser det gjerne som spennende og stimulerende i en økt medieomtale, mens de mindre erfarne på den andre siden, kan omtale medieomtalen med beskrivelser som å bli jaktet på eller å være beleiret. Kommentator og journalist i Dagbladet, Inger Merete Hobbelstad, stiller seg kritisk til nettopp denne situasjonen. I en kommentar skriver hun:

“Det er forståelig, men det er samtidig vanskelig å se for seg konkrete tiltak som kan dempe den følelsen. Der det er snakk om en sak av stor betydning og interesse, må den enkelte redaksjon kunne belyse det på sin måte. Det er umulig å se for seg en koordinering, der Dagbladet ringer VG og sier: “Dere tar den saken i dag, eller?”” (Hobbelstad, 2017).

Hobbelstad etterlyser et ideal som fremmer flere sider av samme sak, noe som i teorien skal være en lettere oppgave med tanke på at nettutgaver av aviser nå er førende. Fortidens papiraviser

gjorde det ikke mulig å produsere artikler i dagens lengder og hyppighet som vi ser i nettutgavene av avisene. Hobbestad snakker her om en forhåpning at denne retningen kan utvikles slik at det fremmes flere sider av samme sak. På en måte er jeg enig i hva hun sier. På denne måten blir det større sannsynlighet for at sannheter får se lyset, og at lesere både kommer tettere på og blir bedre kjent med de omtalte. Men, fører ikke dette til en enda større eksponering, slik at enda flere får et dårligere forhold til journalister og aviser og andre mediehus? Når det argumenteres for en sak, blir det viktig å ta et skritt tilbake og tenke over hva konsekvenser av hva argumentasjonen kan resultere i. Om det blir en større avstand mellom medieaktører og utøvere mediebransjen vil komme tettere på, vil det stadig bli mer vanskelig å få tak i de gode historiene. Dette fordi mediene kan miste troverdigheten sin om det stadig er tilfeller av vridde sannheter og press fra journalister ute i feltet. Et godt og troverdig forhold mellom journalistene og utøverne vil på sikt gagne alle parter, da det vil være lettere å få tak i de gode historiene som et resultat av at utøvere i større grad vil kunne stole på at de riktige historiene blir fortalt.

3.2.1. Long format

“The phenomenon of ‘online multimedia journalism production’ is no longer new, and as of late, it has been adopted in both parented print media’s online news sites and on broadcast media’s web editions” (Kartveit 2016:182)

Longformat som et journalistisk produkt har blitt mer vanlig å se i mediene de senere årene. Formatet er mer åpent enn en tradisjonell artikkel, der det stilles færre krav til utførelsen. Long format kombinerer gjerne ulike virkemidler som video, animasjoner og interaktive animasjoner, når historiene fortelles. Det åpnes for en større kreativ åpenhet fra journalisten som med frie tøyler kan benytte seg av ulike virkemidler for å fortelle historien på sin personlige måte. Som en følge av dette danner medieansatte seg nye ferdigheter (Bock 2012). Videre tillater dette ny eksperimentering med ulike typer av media, samtidig som det utvikles nye måter å videre utvikle journalistiske fortellinger på (Thurman & Lupton, 2008). Med andre ord; utførelsen av yrket journalistikk er en stadig i en læringsprosess og “[...] the phenomenographic research process can contribute to the understanding of how and why media employees carry their work out the way they do” (Kartveit, 2016:204). Kartveik peker på årsakene til at multimediajournalistikken stadig

ligger til grunn i kraftige økonomiske endringer og en rask utvikling rent teknologisk (2016:205). Feltet er i stadig utvikling, og endrer seg underveis i større studier og prosjekter, noe som gjør det til et vanskelig felt å studere. Derfor har jeg et ønske om å bidra til flere studier, gjennom min egen og personlige oppgave der det skal utforskes rundt sammenhengen mellom longformat og eksponering av unge fotballspillere.

I tråd med hvordan journalistikken har utviklet seg, har journalistiske sjangre i voksende grad blitt mer preget av å operere uten “deadlines” (Steensen, 2009a). Long format er et av disse resultatene, og som jeg har vært inne på tidligere gir longformat mulighet til å fortelle en og samme historie på en rekke forskjellige måter, ved enkle grep som endrer formatet. Dette er dermed hensikten min med å velge longformat i denne oppgaven, der jeg vil demonstrere hvordan longformat kan resultere i forskjellig grad av eksponering, kun ved hjelp av grep jeg som journalist tar i min fremstilling av historien. Samtidig er det viktig å nevne at de fleste nettartikler, og dermed også artikler som benytter seg av longformat i historiefortellingen, i dag blir lest på smarttelefon. Den amerikanske medierådgiveren Mario Garcia mener at det eneste en mobilskjerm har til felles med en avisside, er at den er firkantet (Garcia, 2019). Skjermen er imidlertid liten, og nesten alle holder mobilen i vertikalt høydeformat når de leser, og som et resultat av dette ser leseren kun en side om gangen, ikke flere som er tilfellet i en avis. Som leser aner man ikke hva som følger etterpå, og hvert bilde i en historie må invitere leseren til videre lesning. Normalbevegelsen på en telefon er å scrolle, ikke ta et initiativ til å skifte TV-kanal (Handgaard, 2020:303). På grunn av dette blir historiefortellingen og prinsippet med å fange leseren essensielt i et longformat som bygger på andre kriterier enn tradisjonell TV og nettartikkel.

4. EN PERSONLIG REISE - muligheter og utfordringer med prosjektet

Flere bekjente har fortalt meg at å ta en mastergrad er noe av det hardeste de har gjort. Det var en tøff periode, men på samme tid svært givende. Andre har fortalt at det ikke var ille, og de fullførte uten store utfordringer. Likevel, var resultatet deres samsvarende: grunnlaget for deres fremtidige muligheter i arbeidslivet ble lagt gjennom masterprosjekter. På grunn av dette visste jeg ikke helt hva jeg skulle forvente meg av mitt eget prosjekt. Jeg sitter nok igjen med litt blandede følelser, og kan trekke likheter mellom begge de to nevnte sidene. Det har vært en emosjonell berg og dalbane. I det ene øyeblikk svever man høyt, mens i det neste føles ting håpløst. Derfor er det viktig å se litt nærmere på utfordringer med prosjektet - både positive og negative.

4.1. Tema

Utgangspunktet for denne oppgaven er å se hvordan ulike longformat historier, kan regulere og variere eksponeringen med tanke på det omtalte individet i historien. Jeg ville egentlig fortelle historier om unge fotballspillere, og vise til ulik grad av eksponering ved bruk av tekst, titler, ingress, bilder, lyd og video. Formålet var å konkret vise, gjennom tre forskjellige longformat historier, hvordan journalisten bevisst kunne ta visse grep for å selv regulere hvilken eksponering den omtalte skulle utsettes for. Jeg hadde planer, avtalt med potensielle spillere som bidragsytere til oppgaven og en struktur for hvordan prosjektet til slutt skulle resultere i. Imidlertid kom Covid-19 og gjorde situasjonen betraktelig mer vanskelig. Dette hindret mulighetene mine til å møte spillerne, da reglene for toppidrettsutøverne i stor grad har vært enda strengere enn overfor resten av befolkningen. Jeg har selv hatt mine karantener grunnet nærkontakt med en smittet person, noe som svekket sjansene mine ytterligere til å møte spillerne. Det ble rett og slett umulig å komme tett på spillernes hverdag. Derfor måtte jeg revurdere valgene mine, og fikk tak i det nest beste, gitt den situasjonen vi er i. De digitale intervjuobjektene mine ble derfor Petter Belsvik, assistenttrener i Stabæk Fotball og Luis Pimenta, toppspillerutvikler hos Norges Fotballforbund og landslagstrener for Norge G18 og G19. På grunn av dette ble fokuset for det praktiske arbeide endret noe, til å i større grad utforske selve formatet longformat, med mindre fokus på historien og temaet talenteksponering. Derfor vil det i stor grad være vanskelig å love

bort en god historie, men noe jeg kan love er viktigheten og lærdommen som har funnet sted i min personlige reise.

Et naturlig spørsmål som reiser seg i denne sammenheng, er hvorfor fortsette å skrive en praktisk-teoretiske oppgave, fremfor å bytte over til en ren teoretisk oppgave? Dette spesielt rettet mot at det ville være vanskeligheter for å utføre et praktisk arbeide under en global pandemi. I stor grad skyldes dette at vi aldri hadde et perspektiv for lenge vi måtte leve med restriksjoner, uten sosial kontakt. Tidsperspektivet tilsa aldri om Covid-19 ville påvirke hverdagen vår i to måneder eller to år. Dermed ble planleggingsprosessen utfordrende, da det ikke fantes noe konkret info å forholde seg til. I starten av mitt prosjekt var det ingenting som tilsa at pandemien ville vare over en tilstrekkelig lang periode, noe som påvirket en beslutning om at prosjektet fortsatt var gjennomførbart. At det ville dukke opp muligheter for å kunne gjennomføre et praktisk arbeide på en tilstrekkelig måte, satt opp mot et visst tidsperspektiv.

4.1.1. Muligheten til å fordype seg

Selv om jeg som masterstudent har lite erfaring fra den praktiske siden av yrket journalistikk, fører dette også med seg ekstra muligheter. Ved et praktisk arbeide som en del av masteroppgaven gir dette meg muligheten til å fordype meg. I denne masteroppgaven har fokuset vært på en fordypning i longformat, der ønsket er å se på ulike former for eksponering innen ett og samme format. Måten dette gjøres på er å ha en historie som fortelles, men ved hjelp av longformat sin fleksibilitet, er det mulig å fortelle den samme historien på flere ulike måter. Utgangspunktet for mitt praktiske arbeid er å lage tre ulike format, der alle tre forteller den samme historien, men oppsett og bruk av virkemidler er forskjellig. Dette vil danne et tydelig bilde på hvordan eksponeringen kan variere ved bruk av ulike formater, selv om longformat formatet er eneste format i bruk.

4.1.2. Å se muligheter til tross for lite erfaring

Som en masterstudent var det en ny opplevelse å gjennomføre et stort prosjekt på et område jeg ikke var komfortabel på. På grunn at dette ville et masterprosjekt være en stor utfordring, som

også ville være tilfellet for mange andre. På den ene siden visste jeg at et masterprosjekt er krevende uavhengig av om det er en teoretisk oppgave eller en praktisk-teoretisk oppgave. På den andre siden ville jeg gi meg selv en ekstra utfordring i det jeg bestemte å skrive en praktisk-teoretisk oppgave. Fra tidligere utdanning har jeg en teoretisk bakgrunn og ville med dette supplere denne bakgrunnen med praktisk erfaring fra et prosjekt som dette. Hardt og målrettet arbeid har gitt meg mange muligheter, der erfaringene fra dette prosjektet uten tvil har styrket meg og min kompetanse.

Denne oppgaven har blitt skrevet under en global pandemi, noe som gjerne har gjort muligheten til å begrense seg grunnet en naturlig unnskyldning som er fullstendig utenfor min kontroll. Samtidig, gitt i denne oppgavens tema og mål, byr dette også på en mulighet til å teste ut om digitale løsninger kan føre til den samme eksponeringen som arbeid ute i felt. Eksempelvis vil intervjuformen bli noe annerledes. Dersom intervjuet foregår digitalt vil situasjonen føles noe mindre personlig i og med at kommunikasjonen foregår gjennom en datamaskin. På mange måter kan det bli en mer formell seanse, sammenlignet med det personlige preget en intervjusituasjon i form av et møte kan tilby. Et møte åpner også for mer småprat før og etter intervjuseansen. Imidlertid, kan en digital løsning gjøre intervjuet mer fokusert om selve temaet, fremfor å miste deler av essensen, grunnet småprat som kan oppstå. Dette gjelder ikke bare tilfellet med min oppgave, men også noe sportsjournalister over hele verden har måttet sette seg inn i. Flere og flere intervjuer blir gjort digitalt, og man har ikke lenger den samme nærheten til utøveren slik tilfellet var for et par år tilbake i tid.

4.2. Å skrive en masteroppgave under en global pandemi

Uten å egentlig ville gå så mye inn på nøyaktig denne situasjonen som et problem, er det ikke til å komme utenom tiden som har påvirket alle liv det siste året. Et virus som har gjort det sosiale livet svært begrenset. Et virus som har gjort fremtiden vanskelig å planlegge. Et virus som har gjort alt usikkert.

Da jeg i 2019 søkte og fikk innvilget søknad på masterstudiet ved OsloMet hadde jeg på ingen måte sett for meg at store deler av min masteroppgave skulle skrives under en global pandemi. På en måte innebærer en masteroppgave timer på timer ved datamaskinen i form av

forberedelser, skriveprosesser, research og andre former for arbeid. Ikke ting som en global pandemi direkte påvirker. Derimot, som nevnt kort ovenfor, en global pandemi setter store begrensninger på den sosiale kontakten. Dette blir et problem når det er snakk om å møte intervjuobjekter, informanter og andre bidragsyttere til oppgaven. I og med at dette er en praktisk-teoretisk masteroppgave sier det seg selv at det absolutt beste produktet blir om det er mulig å fysisk treffe personene. En fortelling i longformat krever mer enn kun tekst. Det kreves bilder, gjerne også supplert med video eller lydfiler. Dette blir enda mer viktig når fokuset mitt for oppgaven er å undersøke hvordan man ved longformat kan justere eksponeringen ved bruk av ulike teknikker for å fortelle en historie.

4.2.1. Når alt er usikkert hele - hele tiden

Når vi først er inne på å skrive masteroppgave under en global pandemi, er det verdt å nevne usikkerheten den bringer med seg. Vi i Norge har vært heldig når vi ser på hvordan landet har klart seg sammenlignet med langt verre forhold i en rekke andre land. Likevel, vi har levd med stor usikkerhet også her. Landet, og spesielt hovedstaden Oslo, har omtrent stengt ned og åpnet opp hver andre uke, noe som har gjort planleggingsprosessene vanskelige. Det har vært vanskelig å få en forutsigbarhet i arbeidet, da det alltid har vært et mål å få til fysiske møter med bidragene til denne oppgaven.

Vi har sett at det stadig blir brukt digitale hjelpemidler nå under pandemien. Pressekonferanser og intervjuer blir i stor grad gjennomført over nett, men sluttproduktet blir ikke i nærheten av hva det er til vanlig. I størst mulig grad ville jeg personlig se på det digitale som siste løsning, i den tro at fysiske møter fører til et langt bedre resultat. Derfor besøkte jeg Nadderud, hjemmebanen til Stabæk Fotball onsdag 10. mars for å gjennomføre et intervju som hadde vært planlagt siden før jul. Gjennomføringen av intervjuet gikk knirkefritt, alle smittevernregler ble godt ivaretatt, og jeg var strålende fornøyd med utfallet av reisen til Nadderud. To dager senere, fredag 12. mars, satt jeg i karantene. Selv med alle mulige forhåndsregler og strenge regler i en fotballklubb, ble dette et skikkelig slag i ansiktet. Tema rundt usikkerhet hadde i stor grad vært noe distansert tidligere, men nå ble det plutselig en alvorlig virkelighet ut av det. Utover vinteren og våren har jeg stadig ventet på rett tidspunkt til å forsvarlig kunne gjennomføre intervjuer.

Stadig forskjellige bestemmelser av tiltak og opp- og nedstengning i kommuner og byer har gjort det svært vanskelig for en masterstudent å kunne planlegge frem i tid. I stor grad har den nasjonale situasjonen ført til at mitt prosjekt har vært preget av stor usikkerhet, planer som endres fra uke til uke og generelt hendelser som under vanlige omstendigheter setter kjepper i et hjul som allerede ruller sakte. For å gi et tydelig bilde på usikkerheten et år under en pandemi har vært, har jeg satt opp en enkel tabell som gjør det mulig å få en rask oversikt over eksempler på hendelser som har preget det siste året:

Tidsperspektiv	September (2020)	Oktober	November	Desember	Januar (2021)	Februar	Mars	April	Mai
Nedstengning av idrett/samfunn	Red	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
Tilgjengelighet spillere/intervjuobjekter	Red	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
Karantenetid (personlig - 10 dager)	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Red	Red	Green

Denne tabellen viser faktorer hvor åpent samfunnet har vært, graden av tilgjengelighet på spillere og intervjuobjekter og min egen tid tilbrakt i karantene. Fargen rød skisserer svært liten til ingen mulighet for gjennomføring. Gul indikerer at det er mulig, men at det fortsatt er strenge regler som gjelder, mens fargen grønn vil si at det er større rom for å gjennomføre ting.

4.3. Bratt læringskurve

Som de to foregående underkapitlene har vært inne på, har dette prosjektet bydd på muligheter og fordeler som kommer godt med. Likevel, på samme linje som mulighetene er mange, er også læringskurven bratt. I mange tilfeller er den beste læringsmetoden å kaste seg ut på dypt vann og lære underveis mens man svømmer tilbake mot land. Som en masterstudent ville alltid læringskurven bli bratt. Likevel, hadde jeg ikke i starten av prosjektet trodd at jeg skulle tvile på mine egne tanker og visjoner til oppgaven. Helt fra tankeprosessen rundt denne oppgaven var temaet klart og tydelig: Unge fotballtalenter og påvirkning fra mediene. Fra tidlig av ble det også foreslått eksponering som en viktig del av oppgavens ryggrad, som det i stor grad endte opp med å bli. Likevel, begynte jeg å tvile på om dette var rett vei, noe som var begynnelse på ukesvis og månedsvis med frem og tilbake på mulige problemstillinger og vinklingsmuligheter. Hele denne prosessen som kun resulterte i at det første utgangspunktet var det rette for meg. Til tross for at det midt i denne prosessen virket bortkastet, har den heller vært svært viktig sett i ettertid. Denne tiden har gjort meg enda tryggere på temaet og ordlyden i oppgaven, samt at det har gitt meg et nytt perspektiv i hvordan oppgaven skulle angripes. Det har gjort problemet med forskningsfeltet

mer tydelig. Det finnes et problem som er nødt til å bli tatt tak i. Hvis ikke vil vi ha et problem vi aldri blir kvitt.

Selv om læringskurven enkelte ganger føltes for å være i bratteste laget, er det ingen tvil om at min personlige utvikling har nytt godt av denne reisen. Et år, som på mange måter har vært både hardt og vanskelig, men som jeg nå har kommet ut av i en styrket versjon. Den amerikanske forfatteren Napoleon Hill er kjent for sin utsagn: “strength and growth come only through continuous effort and struggle” (Napoleon, 2013), noe som er godt beskrivende for mitt masterprosjekt. Det var aldri aktuelt å gi opp underveis i prosjektet, selv om det til tider krevde mye innsats og hardt arbeid. Reisen som innebar denne harde innsatsen og det harde arbeidet har resultert i en betydelig større egenskap i refleksjon, og har hjulpet med en stor personlig vekst på en kort periode på rundt et år.

4.3.1. Å tenke er en fulltidsjobb

En tankeprosess kan inneholde ufattelig mye. Den kan vare i et par minutter, timer, dager, uker eller måneder. For min egen del har jeg vært i en tankeprosess i godt over et kalenderår nå. Tankeprosessen er en viktig del av arbeidet, selv om den ikke alltid blir beskrevet i selve resultatet, som er den ferdige oppgaven. Det vil heller ikke i denne oppgaven bli lagt stor vekt på det, men jeg vil likevel sette av litt plass til en liten refleksjon rundt dette. Grunnen til dette ligger i at det er mye arbeid og tid som ligger bak i en tankeprosess som ikke kommer til syne i et masterprosjekt. Resultatet av tankeprosessen er i stor grad et mer konsentrert tema, mer relevant teori, relevante betraktninger og refleksjoner som blir brukt i masteroppgavens ferdige produkt. Min veileder Maria Konow Lund sa til meg tidlig i masterløpet mitt, at “du selv er den beste sensoren, ingen andre er en hardere dommer enn deg selv personlig”. Dette er med stor sannsynlighet de ordene som best beskriver den personlige reisen jeg har vært igjennom under arbeidet av denne masteroppgaven.

5. “ORD OG BILDER ER MEKTIGE VÅPEN. MISBRUK DEM IKKE!”

“Ord og bilder er mektige våpen. Misbruk dem ikke!” (Presse.no, 2020) er de avsluttende ordene til Vær Varsom-plakaten og godt beskrivende for hvilken makt media har. Resten av plakaten innhold er utbedringer av disse ordene. Hva redaksjoner og journalister skal gjøre og ikke. I utgangspunktet skal dette holde mediene i sjakk og unngå situasjoner der involverte, som ordlyden i plakaten selv tilsier, ikke skal bli misbrukt. Likevel, finnes det gråsoner, der ord og bilder likevel blir mektige våpen i negativ forstand. Eksponering finner vi ikke plass til i presseetikken. Gjennom et praktisk arbeid i longformat har jeg utforsket nettopp hvordan ulik bruk av bilder og tekst som virkemidler kan regulere eksponeringsgraden til en sak. For å understreke et slikt eksempel har det praktiske arbeidet resultert i en sak, gjengitt på tre ulike måter.

5.1. Global verden

Fotball er lokalt. Fotball er nasjonalt. Fotball er globalt. Uavhengig av hvilket nivå det spilles fotball på, strekker tilhørigheten til fotball seg over enorme avstander. Fotball som sport er enormt viktig for millioner, om ikke milliarder av mennesker. For å trekke frem et konkret eksempel på dette da Færøyene var først ut med å starte opp sin hjemlige liga. Da Covid-19 først fikk fotfeste på verdensbasis, da usikkerheten var på sitt største og smittetallene var høye, stoppet alt av organisert fotball opp. Både globalt, nasjonalt og lokalt var det tilnærmet null aktivitet innen fotballen. Dette foregikk over en lengre periode, og fotballentusiaster over hele verden lengtet etter sporten de elsket. Færøyene skulle vise seg å bli redningen, og TV2 kjøpte rettigheter til å vise den færøyske ligaen. Det var et hull i befolkningen de valgte å tette. 1. mai 2020 publiserte TV2 artikkelen om at de skulle bruke sine profilerte ansatte til å gi seere en profesjonell dekning av direktesendt sport igjen (TV2, 2020). En liten fotballnasjon som Færøyene hadde altså fått global interesse på grunn av mangelen på fotball i resten av verden. Nesten over natten fikk spillere på de forskjellige lagene omtale og eksponering i medier i andre land. Dette danner et bilde av hvilken effekt fotball kan ha både lokalt, nasjonalt og globalt. Ser vi dette opp mot eksponering og hvilken kraft eksponering kan ha i denne sammenheng, er det liten tvil om at det er snakk om en voldsom grad av eksponering. Uten riktig håndtering, kan en

slik håndtering få fatale følger. Derfor er denne oppgaven viktig, da den utforsker hvordan mediene selv kan regulere eksponeringskraften, selv om eksponeringen i seg selv fortsatt vil være stor.

5.1.1. Eksponeringskraft

Når vi vet at vi lever i en global verden, og spesielt eksponering innen fotballen innebærer en global eksponering, hvor stor vil eksponeringskraften være? Først og fremst er det viktig å påpeke at eksponeringen har blitt kraftigere som et resultat av digitalisering. Aldri før har nyheter, intervjuer, dekning av saker og så videre vært lettere tilgjengelig enn det er den dag i dag. Martin Ødegaard er kanskje det fremste eksempelet vi har i Norge. Selv om Ødegaard kun er 22 år gammel i dag, føles det ut som at han har vært en offentlig person i en mannsalder. Allerede som 15 åring ble Ødegaard et offer for eksponering. Han slo igjennom på seniornivå for Strømsgodset i Tippeligaen (nå Eliteserien), og viste seg som et av de råeste fotballtalentene Norge har sett noen gang. Dette vekket åpenbart interesse. Alle ville ha en bit av Martin Ødegaard. Den 15 år gamle gutten gikk fortsatt på ungdomsskolen da han ble verdenskjent over natten. Samme år ble Ødegaard solgt til en av verdens aller beste klubber, den spanske stormakten Real Madrid. Han skulle spille fotball med en av verdens beste fotballspillere gjennom tidene, Cristiano Ronaldo. Forventningene og presset var enormt.

I et intervju med Aftenposten ser Martin Ødegaard tilbake på tilstandene rundt sitt eget liv, da han gikk fra en vanlig ungdom til en av Norges mest kjente personer over en kort periode.

“Jeg vet ikke helt om jeg skjønnte at det var så mye kaos på den tiden. Jeg fokuserte ikke så mye på det, men spilte fotball og hadde det gøy. Når jeg ser tilbake, tenker jeg at det var mer kaos enn jeg følte det på den tiden. Jeg har vært igjennom mange opp- og nedturer. Jeg føler jeg har lært mye både av de tunge og gode periodene. Det handler hele tiden om å fokusere, ha tro på seg selv og jobbe hardt” (Røed-Johansen, 2021).

Til tross for all oppmerksomheten som var rundt han, klarte altså Ødegaard å fokusere på seg selv og fotballen. Han spilte fotball og hadde det gøy, akkurat det fokuset bør være hos en tenåring. Kanskje kan det spekuleres i at det var noe av redningen i det hele: At han som tenåring

ikke evnet å forstå alt som foregikk rundt ham. Det er mange spekulasjoner på hvorfor enkelte fotballspillere ikke takler presset, men Ødegaard har funnet retningen som fungerer for han, og dermed har tatt han dit han er i dag. Ødegaard har hele tiden hatt fokus på seg selv og egen utvikling, samtidig som han har vært flink til å koble av og fokusere på andre ting enn fotball når det har vært nødvendig. En kilde som jeg har vært i kontakt med bekrefter også dette i en e-post:

“Det er vel ingen som har fått så mye oppmerksomhet som han i så ung alder. Imidlertid taklet han det bra. Han bryr seg veldig lite og er flink til å ha fokus på det han skal ha fokus på - trene og spille fotball” (Anonym kilde, personlig kommunikasjon i e-post, 12. januar 2021).

Jeg mener dette kanskje er den største grunnen til at Martin Ødegaard ikke i stor grad har latt seg påvirke av den enorme eksponeringen han har blitt utsatt for. Han er fortsatt ung i dag, likevel har han nylig gjennomført en låneovergang til Arsenal i engelsk Premier League, samtidig som han har blitt utnevnt til ny kaptein på det norske landslaget av den nye treneren Ståle Solbakken. Allerede i en alder av kun 22 år har Ødegaard en imponerende CV.

Det finnes imidlertid ofte to sider av slike typer av fotballhistorier. Vi har også her et prakt eksempell i Norge på hvordan det kan gå dårlig dersom eksponering og press blir for stort på en enkeltspiller. Denne spilleren er Torstein Andersen Aase, også ansett som et meget stort talent i tidlig alder. Han debuterte på høyeste nivå i Norge allerede som 16-åring. Som 17-åring hadde han scoret sitt første mål. Samtidig ble han i 2006 kåret til “Norges største fotballtalent”. Andersen Aase hadde, i likhet med Martin Ødegaard, en meget lysende fremtid foran seg. Men, livet som fotballspiller var ikke ment for Aase. Som 20-åring valgte han å legge fotballskoene på hyllen, og sverget at han aldri skulle tilbake på toppnivå. Det ble rett og slett for mye.

Etter endt karriere har likevel Andersen Aase fått mye oppmerksomhet i mediene. Eksponeringen tok ikke slutt, men eksponeringen kan ikke sammenlignes på grunn av grunnlaget, mener Aase selv. Han er en av de første som åpent har delt sine erfaringer i media, der han har blitt møtt med hyllest. I et debattinnlegg i Vårt Land skriver han:

“**Mennesker.** Fotballspillere er som alle andre først og fremst mennesker. Jeg opplever noen ganger at fotballen og offentligheten glemmer det. Det er kanskje en del av det å være i søkelyset, å være god i noe.”

I mitt tilfelle virket det ikke som at noen skjønnte at jeg selv var min største kritiker. Dette har jeg fått inntrykk av at mange andre opplever. De stiller utrolig høye krav til seg selv, både på og utenfor banen. De er så bevisste og profesjonelle. Det skjønner ikke mange av de som vurderer og kritiserer ungdom. Ungdomstalenter er en gruppe som ikke har forutsetninger for å håndtere presset og forventningene.” (Aase, 2014).

En eksponering som ikke innebærer press, men åpenhet, kan i større grad være lettere å håndtere. Dersom den blir godt mottatt av publikum.

5.2. Krigssone mellom journalister og eksponerte personer

Med en mediebransje som stadig blir tøffere der kravene blir større og prestasjonsnivået heves, har dette konsekvenser for forholdet mellom journalister og eksponerte personer. Siri Hempel Lindbøe illustrerer et eksempel i boken *Lidelse på TV*. En kritisk analyse av fremstillinger og forteller i TV-aksjonen, der folk stadig oftere blir satt i eksponeringsorienterte situasjoner. “[...] det skjer ofte, at vi som tilskuere stilles overfor andres lidelse via en skjerm, enten det er på mobilen, på en datamaskin eller som mer tradisjonell TV-titting” (2019:11). Utgangspunktet for synspunktene i denne boken er tatt ut fra analyser og studier av TV-aksjonen, men likevel kan det trekkes likheter inn mot eksponeringstemaet for denne oppgaven. Særlig nyhetsprogrammer og dokumentarer, som Lindbøe trekker frem, er eksempler på fremstillinger av menneskelig, i hennes sammenheng, lidelse som eksponeres for et allment publikum. Ser vi dette i en mer journalistisk sammenheng, kan vi med hell trekke inn Svein Brurås (2012) som påpeker at journalister har muligheten til å manipulere publikum. Dette gjennom en rekke forskjellige virkemidler og valg fra journalistens side, som blant annet kan innebære redigering, bildebruk, språkbruk og retorikk, valg av og bruken av kilder. Derfor kan informasjonsbiter som isolert sett inneholder det samme, gi et skjevt og feil bilde av sakens opprinnelige sannhet. Dette forutsetter at viktig informasjon holdes tilbake. Pressen besitter stor makt, og av den grunn ha mulighet til å ødelegge mennesker, deres liv og fremtid. Pressens søkelys kan derfor oppleves svært utfordrende, nådeløst, hardt og brutalt. Likevel, Pressens Faglige Utvalg og Vær Varsom-plakaten skal fungere som etiske normer og en ekstra sikkerhet i de mest krevende situasjoner. Mediene må derfor til enhver tid vurdere de forskjellige alternativer og konsekvenser mellom det journalistiske oppdraget og hensyn til involverte individer.

I Vær Varsom-plakatens punkt 4 Publiseringsregler, underpunkt 4.1. heter det: “Legg vekt på saklighet og omtanke i innhold og presentasjon” (Presse.no, 2021). Et viktig stikkord her er presseetikken personvern. Rundt saklighet er det en oppfordring til å luke bort det spekulative, og derfor heller legge vekt på det vesentlige. Å vise omtanke legger vekt på å unngå krenkelse av menneskers følelser, som også ligger til grunn som et sentralt element i formalisert presseetikk som krever å unngå unødig skade på andre. Medieforsker Paul Bjerke (2009) mener at moralske betraktninger om konsekvensene av nyhetsrapporter skader enkeltpersoner, og ser ut til å være en sentral del av forståelsen av journalistikketikken fra journalister selv og i øvrig offentlighet.

Selv om det til dels er klare og tydelig retningslinjer for hva man skal og ikke skal gjøre, finner vi fremdeles gråsoner der partene ikke opprettholder de etiske normene som er satt. Som et ledd i studien til Duckert og Karlsen, gjennomførte de i 2002 et intervju med mangeårig personlighet innen norsk toppfotball, Tom Nordlie. Han beskriver et trøblete forhold til media, der virkeligheten og oppfattelsen gjennom media er stridende motparter av hverandre:

“Når jeg er ferdig med et foredrag, opplever jeg ofte at folk kommer bort til meg og sier at de ikke trodde jeg var sånn - og så blir jeg glad. For jeg veit at media har fremstilt meg litt som en klovn og sånn - som jeg egentlig ikke er. Så kjører jeg hjem fra det oppdraget og tenker: Åssen i helvete trodde de at jeg var? Først har de dannet seg et bilde av meg gjennom media, og så holder jeg et foredrag - og så oppdager de at jeg har kunnskap og er mye roligere. analyserende og filosoferende. Og så blir jeg glad for at de ser en annen side. Men jeg kjører hjem og blir lei meg likevel - for hvordan de i utgangspunktet trodde jeg var. Takket være media har mange et inntrykk av meg som en person som overhodet ikke stemmer med virkeligheten.” (Duckert og Karlsen, 2017:141)

Her beskriver altså Tom Nordlie et turbulent forhold til mediene, der ikke bare oppfattelsen av han er annerledes enn hans virkelige personlighet, men det er snakk om en eksponering som påvirker hans liv på en negativ måte. Dette underbygger Vær Varsom-plakaten der det sies at ord og bilder er mektige våpen, og dermed bør brukes med varsomhet. Spesielt i saker med sterkt personfokus. Funnene gjort av Duckert og Karlsen underbygger at deltakerne “[...] opplevde at den faktiske varsomheten i journalistarbeidet var langt mindre enn den burde ha vært” (2017:237). Det ble gitt flere eksempler fra pressens fremgangsmåter som resulterte i unødig sterk belastning på deres personlige liv. I innhenting av informasjon opplevde deltakerne at

metodene brukt av journalistene ofte overskred deres grenser med tanke på deres privatliv. Funnene deres indikerte videre at varsomheten burde få større oppmerksomhet i store mediasaker. Samtidig bidro mediernes siteringer av hverandre til å styrke spekulasjoner rundt sannheter. Journalister arbeider stadig under større press, der sterkt tidspres og produksjonskrav er en praktisk utfordrer til å sikre troverdigheten i materialet arbeidet er basert på. På grunn av den store belastningen og mediedrevet, foreslår Duckert og Karlsen at konsekvensene av dette i større grad burde være en større sak for Pressens Faglige Utvalg og Vær-Varsom plakaten.

5.2.1. Å være journalist er ikke for alle

Som oppgaven til dels har vært inne på, og som vil bli beskrevet ytterligere senere, er det en nerve på feltet jeg undersøker. Selv om forskningen har tatt seg opp på temaet de siste årene, er det fortsatt begrenset med forskning og studier på hva eksponering gjør med utsatte personer. Noe av grunnen bak ligger i at det er et problem som er vanskelig å ta tak i. Både fra fotballverden og medieverden. Det er funn, fra blant annet Duckert og Karlsen, som tyder på at journalister og utøvere ikke alltid går godt overens. Begge partene mener den andre er vanskelige å forholde seg til, og journalister kan ofte strekke seg langt i jaget etter den gode historien. Problemet er at i jakten på den gode historien, er det muligheter for at journalisten trår over en smertegrense hos utøveren som svekker troverdigheten mellom dem. Historien blir dermed vanskeligere å få tak i, noe som kan resultere i en form for utpressing. På grunn av dette, faller allerede her en del personligheter av når det er snakk om at å være journalist ikke er for enhver. Jeg mener ikke at alle journalister har denne væremåten, men på samme tid, journalist som yrke har blitt en hard bransje, der viktigheten av en god historie sannsynligvis aldri har vært større enn den er nå. I den grad kan dette gå utover utøveren som står midt oppi det hele, og viktigheten av å se mennesket blir i mine øyne større.

En journalist har et viktig ansvar overfor resten av samfunnet. Journalister har stor grad av påvirkningskraft, noe som krever at personen er i stand til å være reflektert. Spesielt om det er snakk om undersøkende journalister. De undersøkende journalistene er nødt til å “[...] forholde seg til et stort register av etiske og metodiske fallgruver, som kan avspore, distrahere og i verste fall ødelegge andres liv gjennom hensynsløs, negativ og usann eksponering” (Duckert og

Karlsen, 2017: 16). På den ene siden innebærer den etiske avveiningen for journalister og redaksjoner et stort informasjonsansvar overfor publikum. På den andre siden innebærer det de potensielle skadevirkningene for den omtalte personen. På grunnlag av dette bør det stilles høye krav til journalister, og spesielt gravende journalister på grunn av konsekvensene av dårlig bruk av etisk journalistikk.

5.2.2. Mindre kompetanse hos journalistene eller uprofesjonelle aktører i journalistikken?

Vi vil ikke ha journalister som ikke innehar nok kompetanse til å utøve journalistikken på en god måte, og dermed er med på å svekke journalistikkens omdømme. I de senere år har det blitt en økende grad av tidligere idrettsstjerner som får journalist- og tv-jobber. Mange av disse gjerne uten medie- eller journalist-bakgrunn som vil være en medvirkende årsak til at kompetansen senkes. Det skal sies at flere av disse tilbyr en enorm kompetanse og tilpasser seg tv og media på en god måte, men det er også tilfeller hvor navn og status utelukkende gjør en person aktuell til jobben. Er disse personene mindre drillet i etiske retningslinjer enn noen med relevant medie-bakgrunn eller utdanning? Satt i et sportsjournalistisk- og elitesportperspektiv, som er “one of the most enduring and mediasaturated forms of contemporary popular culture” (Boyle, 2017:468), snakker vi her om et område med enorm påvirkningskraft, og ikke minst om en stor virksomhet. I dag får sport så mye medieoppmerksomhet at vi kan trekke sammenligninger til å være et like kraftig verktøy, for det Tom Bradshaw og Daragh Minogue omtaler som global interconnection (Bradshaw og Minogue, 2019), som musikk, film og andre former for den moderne mainstreamkulturen har vært. Vi snakker altså om et område med så stor innflytelse, rolle og makt at det er nødt til å stilles krav til rollene innen sportsjournalistene. Journalistene har et stort ansvar. Uten riktig kompetanse kan denne rollen være svært skadende for publikum og generelt store interesseområder rundt sporten.

En økt andel av migrasjon fra de nevnte tidligere idrettsprofilene over til mediene, skaper bekymring for enkelte. Mihir Boyle, tidligere BBC Sport-redaktør, bekymrer seg for at det har gitt oppstandelse til et klisjefyllt innhold som kun er positivt for å øke publikums bevissthet på kvaliteten til sportsmaterialet (Bose, 2012). Rollene disse eks-idrettsutøverne har i sine jobber,

er kun en medvirkende årsak til å ytterligere komplisere rollen til den moderne sportsjournalisten. Boyle mener at sportsjournalisten kjemper en kamp på to fronter, der den ene innebærer kritikken og meningene til borgerjournalistene, mens den andre fronten det tunge skytset til en pensjonert idrettsutøver.

Publisert mening er ikke lenger et domene forbeholdt profesjonelle journalister. I dag har hver eneste person med mulighet for internettilgang og en konto på et sosialt medium, mulighet til å ytre sin mening rundt sportslige forhold. For det meste vil slik meninger være lite bemerkelsesverdige, noe vil ytre meninger uten tilstrekkelig kunnskap og kjennskap til det aktuelle området, mens noe vil være støtende. En andel av den publiserte meningen vil være innom alle de tre nevnte områdene, der noe av dette besitter et høyt nivå og inneholder gode formuleringer og argumentasjon. Spørsmålet som bør reises i denne sammenheng, i et mer åpent medielandskap, er hvor alle de forskjellige typene journalister vi har, egentlig passer inn medienes økosystem? Er de alle journalister, er de artikulerte medlemmer av et publikum eller blir de noe som svever midt imellom flere titler og yrker? Simon McEnnis (2017) har forsket på hvorvidt, eksempelvis bloggere, har forstyrret sportsjournalistenes arbeid, og i hvilken grad dette eventuelt har funnet sted. Gjennom intervjuer med britiske journalister er hans brede konklusjon at journalistene selv ikke ser på bloggere som en fare for deres egne profesjonelle egenart. Journalistene støttet seg i stor grad på at deres yrkesstatus var beskyttet gjennom medieakkreditering de mottar i sammenheng med sportsarrangementer. Samtidig var tilgangen til profesjonelle ressurser en viktig faktor. Spørsmålet som reiser seg her derimot, er hvor lenge de vanlige journalistene vil være beskyttet gjennom akkreditering som gjør at de har førsterett på begivenheter. Hvor lang tid tar det før populariteten til bloggere og influencere, som kan øke andelen og lojaliteten blant et yngre publikum, blir for stor til at sportsbegivenhetene ikke lenger er satt av til journalister beskyttet med yrkestittelen? I denne sammenheng, med stadige økonomiske kutt i sportsjournalistikken, vil det sette spørsmål rundt ressursene som settes av til vanlige journalister. Om denne utviklingen fortsetter, vil frafallet av de trente journalistene bli større, og kompetansen vil på sikt bli svekket.

5.2.3. Sportsjournalister som arbeider i andre avdelinger

Årene 2020 og 2021 har blitt annerledes-år. Vi har måttet tilpasse hverdagen vår rundt det som har skjedd rundt oss over hele verden. Dette gjelder også mediebransjen, og spesielt med tanke på sportsjournalistikken. Nærmest over natten, våren 2020, stengte all form for organisert idrett ned. Internasjonale toppligaer i fotball ble satt på vent. Et produkt sluttet å levere. Plutselig sto medier og rettighetshavere med skjegget i postkassen uten et produkt å levere og dekke i sine kanaler. Sportsjournalister mistet store deler av arbeidet sitt på kort tid. Noe måtte gjøres. Løsningen ble for mange mediehus å omplassere. Plutselig ble sportsjournalister satt til å jobbe med saker langt utenfor deres ekspertise og kompetanse. Naturlig nok ble mange av de omplasserte sportsjournalistene satt til å dekke den pågående korona-pandemien. Noe VGs sportssjef Eirik Borud bekreftet overfor Medier24 i mars 2020:

“Alle avdelinger på huset har kastet seg rundt og jobbet for at VG skal levere den beste koronadekningen. Jeg er glad for å ha kollegaer som så til de grader gjør alt de kan for å bidra i en sånn situasjon. Det handler om å fylle roller og utføre spesifikke oppgaver fremfor flytting av mennesker. Det som betyr noe er at vi jobber for VG og fyller de rollene det er behov for, enten det er en sportsjournalist som styrker VGTV-desken eller det er sportsjournalister som jobber med ikke-sportslige koronasaker” (Weiberg-Aurdal, 2020).

Det Borud beskriver her er at “muren” mellom de forskjellige avdelingene på mediehuset på mange måter ble slått ned. På grunn av den manglende sporten å dekke, og et økende behov andre steder, ble skillet mellom de rollespesifikke arbeidsoppgavene borte. På mange måter kan dette ha påvirkningen på hvordan journalister jobber i fremtiden. Fremfor å kun ha spesifikke roller basert på fagbakgrunnen til journalistene, kan de nå bli mer vanlig å se journalister arbeide på tvers av desker og avdelinger. Argumentasjon bak dette kan være en mer effektivisert bruk av ressurser for mediehusene, og i den sammenheng argumenteres for at det kan gagne mediene økonomisk.

Det har vært flere tilfeller av mediehus som har måttet omplassere sine journalister som en følge av Korona-pandemien. I enkelte tilfeller er det et økonomisk behov som er avgjørende, andre tilfeller har utgangspunkt i at journalistene mistet sitt område å dekke på grunn av nedstengelsen

pandemien ledet til, hvor sportsjournalister er et godt eksempel på dette. Konkrete eksempler, både i Norge og utlandet, på slike tilfeller kan vi finne her:

- [Sportsjournalister blir omplassert til å dekke koronakrisen:– Muren mellom avdelingene har falt \(m24.no\)](https://m24.no)
- [Sports Journalism Content When No Sports Occur: Framing Athletics Amidst the COVID-19 International Pandemic \(sagepub.com\)](https://www.sagepub.com)

Den første lenken, fra nettstedet medier24.no, beskriver hvordan ulike mediehus har måttet flytte om på sine journalister og omplasserer sine ressurser internt i mediebedriften. Blant annet har VG, Dagbladet og Aftenposten måtte praktisere dette som en direkte årsak av koronapandemiens påvirkninger på sportsjournalistikken. “Muren” og skillene mellom de ulike avdelingene hos mediehusene ble nærmest revet ned. Den andre lenken er en studie av Sean R. Sadri, Nicholas R. Buzzelli, Patrick Gentile og Andrew C. Billings som handler om skiftene i fokus mediene måtte gjennomføre da de fysiske konkurransene og arrangementene ikke lenger var et alternativ. Helse og sikkerhet ble et større fokusområde, slik at historiefortelling rundt sport ble et større fokusområde. Dette endret hvordan sportsjournalistikken måtte utføres, og er direkte overførbart til mitt eget prosjekt. Det skulle bli mer vanskelig å kunne møte utøvere på grunn av den økende styrken av fokus på helse, slik at mye av arbeidet en journalist gjør, måtte gjøres fra en datamaskin. Møter, intervjuer, reportasjer, alt måtte foregå bak en pc-skjerm. Sportsjournalistene møtte derfor på en utfordrende og ny hverdag når sport skulle dekkes. Nye metoder måtte utarbeides, og det ble vanskelig å få de gode historiene mange sportsjournalister lever av.

5.2.4. Jaget etter breaking news

Mediene drives ofte av breaking news og siste nytt i aktuelle nyhetssaker. Begrunnelsen for dette er nokså simpel; nyheter selger og vekker oppmerksomhet. Tilfellet en ofte ser i mediene er at en journalist eller mediehus er først ute med å publisere nyheten til folket. Deretter følger samtlige journalister og mediehus på denne nyheten og henger seg på det kommende mediekjøret. I grunn slik nyhetsbildet ofte fungerer. På mange måter kan det sammenlignes med en situasjon der vi ser for oss en form for leder med mye makt, med medhjelpere eller tilhengere som kun følger etter lederen uten å tenke sine egne tanker. På bakgrunn av dette ønsker jeg å rette

oppmerksomhet rundt spørsmålet, hvorfor hopper ingen av stormen og stiller spørsmål til opphavet? Når vi ser disse “siste nytt” hendelsene i mediene, er det ofte kun en side av saken som er dekket. Dette er i stor grad et resultat av at mediene kun blir med på vindkastet laget av den som først kom med nyheten. Hvorfor er det ingen som prøver å stå imot den sterke vinden for å gjøre et forsøk i og se saken fra en annen vinkel?

En mulig årsak til dette er en økning i antall nettredaksjoner og nettjournalister og at de aller fleste redaksjoner har fortløpende nyhetsdekning. Som en følge av dette har det derfor blitt en økt pågang på personer i mediens kritiske søkelys. “I mediehusenes kretsløp er nyheter i det ene nyhetsmediet umiddelbart en kilde til nyheter også i de andre” (Duckert og Karlsen, 2017:14), og i tråd med at publisering skjer over flere plattformer, går en nyhetssak ofte på en runddans gjennom mediene, dersom det er stor nok publikumsinteresse. Vi snakker om en hard kommersiell konkurranse om publikums oppmerksomhet, som gjør at kampen om å være først ute, i tråd med mulighet for lynrask publisering på nett, har økt risikoen for blant annet slurv, faktafeil, overflatisk sensasjonsjag og egne betraktninger (Østlyngen og Øvrebø 2000).

5.2.5. Å se mennesket

Jaget etter de gode historiene preger i en stor grad en journalistisk verden som stadig blir tøffere. Midt oppi dette er det viktig at jeg som journalist er i stand til å se mennesket. Det er viktig å se mennesket som skal fortelle historien. Et godt forhold til historiefortelleren vil gjøre historien bedre, enn om forholdet er særdeles dårlig. Jeg vil i underkapittelet under presentere mine egne funn da jeg samlet inn data til denne oppgaven. Her vil jeg imidlertid se litt nærmere på funnene gjort av Duckert og Karlsen i deres studie. En av deltakerne deres beskriver et personlig hat til media når den sier “Sånn til ytterpunktene, så kan du føle et ekstremt hat til media. Rett og slett. Jeg mener at media har gått så langt for at de skal kunne få saker, at de er mer skurker enn skurkene selv!” (Duckert og Karlsen, 2018). Her tydeliggjøres viktigheten av å ha et godt forhold mellom mediene og informantene, da det uten tvil vil være svært vanskelig å få de gode historiene og beste detaljene ut av en person som viser stor misnøye med media som yrke og bransje.

I “Individet i journalistikken. En introduksjon” argumenterer Harald Hornmoen for at fortellinger om mennesker, det han kaller “human interest-historier”, stadig har fått en større plass i journalistikken. (Hornmoen, 2015). Tidligere var mediernes søkelys ofte rettet mot enkeltes roller og samfunnsoppgaver. I nåtiden derimot, rettes det mer oppmerksomhet mot enkeltpersoners egenskaper og karaktertrekk (Christensen, Waldahl og Weisæth, 2007). Med andre ord blir press og eksponering på enkeltpersoner et viktigere tema når det er snakk om å ta hensyn fra redaksjoners og journalisters side. Samtidig, ser vi at presentasjonsformen har blitt mer nærgående. Her snakker vi i form av bilder, titler, tekst og kommentarer. Utviklingen av denne situasjonen har blitt forsterket i tråd med inntoget av nye og sosiale medier.

5.2.6. - Vil ikke bidra til økt eksponering

I det praktiske arbeidet ved denne oppgaven hadde jeg helt fra starten av et ønske om å ytre ordet til de fotballtalentene med mest eksponering. Jeg ville få frem personenes egne erfaringer med å være utsatt for stor eksponering. Fokuset var på ingen måte å øke eksponeringen, heller tvert imot, da ønsket var å sette fokus på at nettopp eksponering kunne være et problem og at dette praktiske arbeidet var en flott mulighet til å rette oppmerksomhet mot hvordan personen hadde det i midten av mediasirkuset rundt de. Derfor har jeg gjort flere forsøk på å få personer jeg anser som relevante med på dette prosjektet, uten det store hellen. Det har resultert i usikkerhet eller nei fra samtlige som er kontaktet i forbindelse med dette prosjektet. Grunnen er samsvarende mellom alle forespurte: vi vil ikke bidra til økt eksponering rundt oss. Jeg velger å holde personene som bidro til disse anonyme.

“Selv om jeg takler eksponeringen rundt meg bra og ikke bruker mye energi på hva andre mener og skriver om meg, ønsker jeg heller ikke å bidra til økt oppmerksomhet rundt meg. Det vil bryte med mitt fokus som handler om å trene og spille fotball” (anonym kilde, personlig kommunikasjon i e-post, 12. januar 2021).

Dette er sitert fra en e-post fra en mulig kandidat til dette prosjektet. Det er forståelig at personen vil benytte tiden på seg og sitt fokus fremfor å øke fokus og eksponering på seg selv. Samtidig mener jeg at dette kan ha blitt et problem. Fokuset i denne oppgaven er ikke å bidra til eksponeringsmengden i mediene, men heller å rette oppmerksomhet mot at vi har med et

eksponeringsproblem å gjøre. At personer i utsatte posisjoner avslår å bidra i et slik type problem mener jeg er et tydelig bevis på at forholdet mellom media og utøvere på mange måter har blitt svekket grunnet et stort eksponering på utsatte personer. I en studie gjort av professor Jonas Stier kommer noen av de samme resultatene frem. Det finnes bevis på det som kan tyde på et skadet forhold mellom eksponerte personer og mediene. Et utdrag fra studien av Stier viser et intervju av en tidligere eksponert idrettsutøver, som beskriver følgene av eksponering gjennom media:

“There were also down-sides to living a public life: I have to live with the negative side of fame for the rest of my life. If I sit at a bar and talk to somebody, I never know if somebody else is listening. If you are a public person like me, a lot of people will recognize you . . . therefore, I can never relax completely . . . There are so many maniacs out there, so I always try to keep an eye on what is going on around me. You have to be suspicious and ask yourself: ‘what do these people want?’ I think that, over the years, I have erected a wall around me. As a response to public exposure the players have tried to maintain or retain their privacy and individual integrity, by keeping the media, fans or curious average ‘Joes’ in the street, at arm’s length. As long as they were able to live up to the expectations of the present role, they remained loyal to it and did not give ‘posttennis life’ much consideration.” (Stier, 2007:103-104).

Disse funnene gjort av Stier viser konkrete eksempler på hva eksponering kan gjøre med et menneskeliv. Settes dette i perspektiv i mine egne funn, som på mange måter samsvarer med Stier sine, er det etter all sannsynlighet slike tilfeller utøvere vil unngå. Å være en offentlig person innebærer å til enhver tid bli gjenkjent på offentlige steder, der enkelte vil ha samme tankesett som beskrevet i utdraget over. Legges dette oppå personlige plager som depresjon, angst og lignende er det snakk om en betydelige følger som en direkte årsak av eksponering i mediene.

Derfor er det veldig viktig å ha personer rundt seg selv som kan hjelpe til med å ta noe av byrden. Men, på samme tid, er det viktig at de støttende personene ikke virker mot sin hensikt. En av deltakerne i studien til Duckert og Karlsen peker på viktigheten av dette:

“Også har det vært andre som har ringt meg for å være støttende: “Nå, har du sett hva de har skrevet nå? Det er jo helt forferdelig det de har skrevet nå, ikke sant, og nettavisene, også sånn...” Og jeg: Jeg vet ikke...)” Og når de først har sagt det, så har du jo gått inn og sett ikke

sant, og huff! Og det er folk som har prøvd å skulle være støttende, men som jeg egentlig har følt har hatt motsatt effekt” (Duckert og Karlsen, 2018).

Likevel, er viktigheten av å ha noen mennesker rundt seg større. Samme person forteller om en ekstrem sårbarhet hvis man er alene i en slik situasjon, og peker på at det er viktig å få hjelp til sorteringen (Duckert & Karlsen, 2018). En er bedre enn ingen, og det er essensielt som en eksponert person å kunne dele noe av byrden. Bare et annet syn på saken, eller hjelp til å sortere hva som skal ta fokus kan være viktig for å unngå og havne i de dypeste daler av skader som medieeksponering har ført med seg.

5.2.7. Hva skjer hvis vi mister våre stjerner?

Hva skjer om vi faktisk hadde mistet de største stjernene vi har innen idretten? Det er ingen måte å være sikker på mulige følger av dette, men i denne oppgaven vil jeg sammenligne Norges største stjerner med oljen Norge besitter. Her tenkes det i retning av verdi, og hva denne betyr for Norge som nasjon. Oljen er Norges viktigste næring, og har siden oppstarten gitt landet en verdiskaping på nærmere 15 700 milliarder norske kroner (Regjeringen.no 2021). Dermed kan vi si at oljen utgjør en stor andel av norsk økonomi. Om oljen en dag skulle ta slutt, har den viktige næringen likevel bidratt til at Norge har kunnet spare opp betydelige summer slik at landet skal kunne fortsette en normal drift. Med andre ord, oljen har og er svært viktig for Norge. Men hva med våre største idrettsstjerner?

Det er flere idretter vi i Norge gjerne assosieres med. Vinteridrett er spesielt et område der norske utøvere kjemper i verdenstoppen år etter år. Eksemplene er mange på idrettsutøvere som har preget norsk og internasjonal sport. Martin Bjørgen, Ole Einar Bjørndalen, henholdsvis tidenes mestvinnende vinterolympier og “kongen av skiskyting”, er bare to eksempler på enormt gode norske idrettsutøvere som har satt sitt preg på Norge. Som kort nevnt, ønsker jeg i denne sammenheng å se på idrettsutøvere, som Bjørgen og Bjørndalen, som en nasjonal olje rundt sporten. Det er en enorm verdi at slike utøvere representerer ditt land. Men, på samme tid, selv om disse to har hatt helt enorme resultater svært få kan måles opp mot, er det ett navn i langrennssporten som har fått enda mer oppmerksomhet: Petter Northug Jr. Selv om ikke Northug Jr. er helt på nivå med de to nevnte ovenfor, har han likevel hatt en meget god karriere

med mange triumfer. Likevel, han har satt et spor i sporten med sin uforutsigbarhet og rappe kommentarer. Han har ofte vært midtpunkt i ulike situasjoner, både på godt og vondt, og dermed også opplevd et enormt press og eksponering i mediene. Nettopp fordi Petter Northug Jr. er en ettertraktet personlighet. Slike resultater, slik oppmerksomhet rettet mot landet, har en stor verdi. Hva skjer derimot om mediene bryter de ned? Hva mister Norge nasjonalt?

Idrettsstjerner er på mange måter frontfigurer for en nasjon, på samme tid som de kan samle folket på en måte svært få andre ting kan. På mange måter kan det trekkes paralleller til en folkebevegelse, der store deler av befolkningen trekker i samme retning og “alle” finner en interesse for sport, i denne sammenhengen langrenn. Det kan med stor sannsynlighet også trekkes inn en rekke politiske synspunkt på dette, men det vil ikke jeg gå nærmere inn på i denne oppgaven. Likevel, velger jeg å anse våre største idrettsstjerner som en enorm nasjonal verdi. På mange måter kan vi kalle de nasjonale skatter. De er et produkt, navn som assosieres med Norge. Vi kan argumentere for at idrettsstjernene våre er god reklame for Norge. Om mediene over tid skulle bryte ned våre største stjerner mister vi alt dette. Vi mister de navnene som representerer Norge på en god måte. Vi mister nasjonale skatter.

5.3. Nye medier

Vi har større tilgang på medier enn noen gang tidligere. Sosiale medier har for alvor marsjert inn i mediebildet, og fører med seg mer intensitet og uoversiktligheit. Personlig uthenging og kommentarer fra flere fronter blir mer vanlig. Det gjelder også direkte trusler fra enkeltstående personer og grupper. De nye mediene senker terskelen på hvem som kan ytre seg, og på hvilken måte dette skjer. I grunn en positiv ting, da dette ytrer ytringsfriheten vi har. Personlige kommentarer i sosiale medier kommer vanligvis fra nyhetsoppdrag eller andre offentlige debatter, og omvendt, ettersom pressen i økende grad henviser til uttalelser fra sosiale medier. Denne interaksjonen gir et mer intenst og uoversiktlig mediebilde, og skillet mellom privat og offentlig blir i større grad visket ut. Duckert og Karlsen (2017) poengterer at siden vi gjennom deltakelse på ulike sosiale medier, er vi alle aktører og potensielle ofre for å motta offentlig kritikk, og at dette bidrar til økt risiko for trakassering og trusler som strekker seg langt utover de presseetiske rammene.

Som en følge av dette har skillet mellom massemedier og sosiale medier blitt betydelig svakere, der offentlig debatt og nyhetsformidling i større grad sammenveves med sosiale medier og gjennom digitale debattformer. De tradisjonelle massemediene bidrar gjennom omtale og tilrettelegging av eget stoff, der aktuelle nyhetssaker blir fulgt opp i sosiale medier, gjennom deling kommentering (Haugseth 2013). Det finnes ytterligere eksempel på informasjonskanaler som utfordrer skillet mellom massemediene og sosiale medier. Blogger, har samme lavterskel for personlige ytringer som sosiale medier har, samtidig som det står utenfor organiserte redaksjonelle systemer. I tillegg har de ofte et bredere nedslagsfelt som en følge av åpen publisering på nett. Det er her snakk om en radikal økning i kommunikasjonskanaler, samtidig som det aldri har vært større mulighet for at enhver kan ytre sine egne meninger og spre informasjon.

Men, hva har dette å si for eksponeringen? Mye. Det er flere faktorer å se på her. La oss starte med omfanget av eksponering. På grunn av en stor pågang og tilgang på informasjon og spredning av informasjon gjennom ulike kommunikasjonskanaler, er det vanskelig å si nøyaktig hvor utsatt man kan bli i et eksponeringsperspektiv. I denne sammenheng vil det være nyttig å trekke inn at fotball er globalt. Som vi har sett på tidligere, er fotball lokalt, nasjonalt og globalt. En blogg eller en sak om et enkeltindivid som var ment for et lokalt individ, kan ende opp med å bli eksponert i langt større grad enn først antatt. Grunnet spredning av informasjon gjennom eksempelvis sosiale medier, kan selv den minste sak ende opp med enorm interesse. Samtidig, når informasjon i så stor grad er lett tilgjengelig, og mangelen på kildekritikk og kritisk tenkning fra flere aktører på markedet, er det imidlertid lite som skal til før spredning av feilinformasjon sprer seg. Intervjuet med Tom Nordlie i kapittel 5.2. beskriver et bilde mediene hadde plassert under det offentlige navnet Tom Nordlie. En beskrivelse han selv bekreftet ikke stemte. Dette er bare et av mange eksempler på hvordan mediens makt kan manipulere publikums egne meninger.

5.3.1. Lonformat - en mer nedtonet plattform?

I tråd med de nye mediene, og et økt fokus på telefon som et viktig verktøy i hvordan mediene skal presenteres og vises, har vi i det senere år blitt kjent med en ny måte å drive

historiefortelling. Denne kommer gjennom bruk av longformat, som på mange måter er en hybrid mellom den mer simple fortellingen av sak og en mer avansert form for fremstilling av saker og historier gjennom TV og videoreportasje. Longformat gir mulighet for historiefortelling gjennom bilder, video, lyd og tekst i en visuell oppsetning som skiller seg fra det vi forbinder med en vanlig internettside. Ved å bruke longformat til å formidle historiefortelling gir det redaksjonene og journalistene i større grad mulighet til å forme innhold etter deres ønske. Samtidig kan det bidra til mindre eksponering enn det som er eksempelet i TV, der eksponeringen er på sitt største. På mange måter kan vi si at longformat er en middelvei, der resultatet og opplevelsen for tilskuere i seg selv ikke er langt unna opplevelsen fra TV.

Longformat kan, ifølge Brynjulf Handgaard være “[...] framtidens web-fortelling” (Handgaard, 2020:307), men understreker samtidig at de fleste nettartikler fortsatt hviler på teksten, der ord er symbolske. Longformat er en multimodal historiefortelling sammensatt av samspillet mellom video- og lydklipp, skjermdumper og tekst. På grunn av dette blir ikke longformat et direkte avtrykk av verden utenfor, slik tilfellet gjerne blir gjennom TV der bilder og lyd spiller viktige roller. Derfor står journalister mer fritt til å selv velge hva du vil fortelle om i teksten, enn det lyd og levende bilder tillater. Likevel, er det viktig å ta i betraktning at mange av web-fortellingene i dagens moderne mediesamfunn leses på mobiltelefoner. Derfor, er det nødvendig at bildebruken er svært bevisst. Handgaard understreker at “alle bilder har en funksjon i fortellinga, enten som nødvendig informasjon, som stemningskapere eller som bildebevis” (Handgaard, 2020:326). Det er stor viktighet i at visuelle elementer i historien spiller sømløst sammen med teksten, og dermed virker som et middel for å bringe handlingen videre. Samtidig viser Handgaard til at man skal være varsom med bruken av video, diagrammer, grafikk og lenker i tekstene (Handgaard, 2020: 326). Dette er elementer som kan ødelegge leseflyten, eller lede lesere ut av teksten. Dette tatt i betraktning, har jeg gjort et valg om å ikke inkludere slike elementer i mine egne praktiske arbeider. Mitt fokus vil være rettet mot bilde og tekst, spesielt sammenhengen mellom disse, dermed vurdere hvordan ulike tilnæringsmetoder rundt dette kan resultere i ulike grader av eksponering.

6. SPORTSJOURNALISTIKKENS KOMPLEKSE VIRKELIGHET

- diskusjon og avsluttende refleksjoner

“Den enkelte har aldri med et annet menneske å gjøre uten å holde noe av dette menneskets liv i sine hender. Det kan være svært lite, en forbigående stemning, en oppstemthet en vekker eller får til å visne [...] Men det kan også være skremmende mye, slik at det simpelthen er opp til den enkelte om den Andre lykkes med livet sitt eller ikke” (Løgstrup, [1956] 2000:37).

Bruken av grafikk. Bruken av tekst, titler, ingress og ordvalg. Bruken av bilder, video og andre visuelle virkemidler. Hvordan journalisten oppfører seg i arbeidsprosessen, valgene den tar. Ting som skjer i etterkant av publisering. Alt har på forskjellige måter en innvirkning på hvordan eksponeringen er. Journalister og redaksjoner kan ta enkelte valg i de journalistiske arbeidene som har konsekvenser, samtidig som det er umulig for en redaksjon å vite eksakt følgene en publisering kan ha. I saker med sårbare kilder, kan det minste feiltrinn ha store følger for et individ. I den sammenheng er det viktig å ivareta kildens sensitive ønsker, men det betyr ikke at redaksjonene og journalister har fritt frem når det gjelder bruken av tekst, titler, ingress, bilder, video og andre virkemidler som vi gjerne ser i dagens journalistikk. “Video, animations and interactive graphics have been gradually implemented in more traditional written online journalism outlets” (Karlsson og Clerwall, 2012), og som en følge av dette vil eksponeringen av omtalte personer avhenge av hvordan ulike virkemidler blir brukt. Dette kapittelet vil se nærmere på konkrete eksempler på hva ulike tilnærmingen kan gjøre med eksponeringen, gjennom mine praktiske arbeider. Her vil valg som gjøres av journalisten og redaksjonen selv ligge til grunn i diskusjonen rundt eksponeringsgraden. Samtidig vil det komme forslag på hvordan eksponeringen i større grad kan styres og begrenses, også gjennom eksempler på de praktiske arbeidene.

6.1. Bruken av titler, bilder og tekst

Det første man som leser blir møtt av i en artikkel er et hovedbilde/forsidebilde, tittel og ingress. Fenger ikke sammensetningen av disse leseren, vil man i de fleste sammenhenger miste leseren allerede før den har kommet i gang med selve teksten. Dette er også en av årsakene til at vi i mediene har sett en økende andel av “clickbait”-relaterte overskrifter, nettopp for å skape

nysgjerrighet og klikk på saker og historier. Et slikt tilfelle er mer relevant når det er snakk om nyhets saker, fremfor dette tilfellet hvor historiefortellingen er en essensiell faktor. Den svenske forfatteren Göran Rosenberg mener at “[...] kan det ikke fortelles, eksisterer det ikke” (Rosenberg, 2004:18). En god historie må ligge til grunn i longformat formatet som denne oppgaven har tatt utgangspunkt i. Likevel, hovedbilde, tittel og ingress må skape interesse hos leseren, og de må henge sammen. Hvert element i en fortelling må ha en mening bak hvorfor det er plassert akkurat der og hvorfor det er formulert på den måten. Og dette starter ofte med bruken av hovedbilde, tittel og ingress-

La oss dykke ned i de praktiske arbeidene som er gjort i forbindelse med denne praktisk-teoretiske masteroppgaven. Først vil jeg understreke at innholdet i de forskjellige praktiske arbeidene er det samme. Likevel, er de forskjellige i hvordan de både ser ut og oppfattes av en leser. Eksempel 1 er et forslag på hvordan en artikkel kan løses med en mindre grad av eksponering. Eksempel 2 er et forslag der eksponeringen er høy, der det bevisst er tatt grep for å øke eksponering på enkelte steder. Eksempel 3 derimot, er en eksperimentell artikkel som forteller den samme historien. Til forskjell fra de to andre tillater denne at leseren kommer tett på personene i historien, uten en stor påvirkning av journalistens arbeid. Hvordan eksempel 3 er laget og hvorfor den er blitt gjort på denne måten, vil bli nærmere forklart i kapittel 6.1.1.

I eksempel 1 blir leseren møtt med et hovedbilde av kunstgress på nært hold. Tittelen på historien er et direkte sitat hentet fra en av personene i historien som fortelles. “Han var så dårlig at han aldri kunne bli noe”. Til nå er det få eller ingen føringer på hvem denne teksten handler om. Bildet er valgt på det grunnlag av det gir liten til ingen eksponering på de omtalte personene i teksten. Det er ikke et stort hovedbilde av en enkelt person, som vi er vant med å se i nyhetsbildet. Et bevisst valg som resulterer i mindre eksponering. Et slikt bilde, med en tilhørende overskrift vil allerede her kan gjøre et individ eksponeringsutsatt. Ved å bruke et bilde av kunstgress, som er tilfellet i eksempel 1, minskes eksponeringen på den omtalte personen. Samtidig er det viktig å trekke frem at ved å bruke hovedbilde og tittel som på ingen måte indikerer hvem som hovedperson i saken eller fortellingen, kan det fra start oppstå forvirring i hvem som er hovedpersonen. Fortellingen må påbegynnes før indikasjoner om hvem hovedpersonen er kommer frem. Imidlertid er dette et bevisst grep for å vise hvordan eksponeringen kan styres. I eksempel 2 derimot, er den samme tittelen brukt. Til forskjell fra

eksempel, bruker eksempel 2 et nærbilde av Petter Belsvik, som er hovedpersonen i alle de tre eksemplene. Her ser vi med en gang at det er snakk om en større eksponering på Belsvik, der hans ansikt er det første en leser vil se. Kun et enkelt grep som to ulike bilder har allerede stor innvirkning på det vi kan fastslå som liten og stor eksponering i de to respektive eksemplene. En stor andel av eksponeringen som skjer, er det som møter leseren ved første blikk. Dette er hva alle lesere som har en form for interesse ved den aktuelle historien. Mange lesere vil kun se på starten for deretter å klikke seg ut av historien igjen, mens andre vil lese igjennom hele. På grunn av dette er starten av artikkelen i stor grad punktet hvor eksponeringen er på sitt største. Derfor har jeg i de to nevnte eksemplene valgt å kun endre hovedbilde for artikkelen, for å understreke at et lite valg som dette kan ha stor betydning for eksponeringen. Ofte vil også dette nevnte bildet, være det samme bildet som blir brukt i en forhåndsvisning på eksempelvis en forside i en nettavis.

Tidligere i denne oppgaven har jeg argumentert for at longformat er en fin middelvei mellom den tradisjonelle nettjournalistikken og tv-journalistikk. Og at det gjennom longformat er mulig å kombinere de ulike journalistiske metodene. Her snakker vi bilder, tekst, lyd og video. I sammenheng med mine praktiske arbeider, har jeg tatt et valg om å ikke inkludere lyd eller video. Dette var en opprinnelig tanke jeg hadde, men etter nærmere ettertanke og vanskeligheter med å få gjennomført dette på grunn av koronapandemien, tok jeg valget om kun å forholde meg til samspillet mellom tekst og bilde. Dersom det hadde vært eksempler med video i mine arbeider, ville det vært mulig å skape et enda tydeligere bilde på hvordan en journalist kan styre eksponeringen, når vi tenker på at video er en av dem, om ikke den kraftigste formen for eksponering et individ kan bli utsatt for. Noe av den samme effekten kan dukke opp gjennom å blåse opp bilder eller enkelte deler av en tekst. Dette har blitt gjort i begge eksemplene, der det eksempelvis har blitt gitt større oppmerksomhet til sitater. “Jeg var helt satt ut” og “Jeg var så langt nede” har fått stor plass i samråd med et bilde som illustrerer fortvilelse og en dyster stemning. Bildet som er tatt her, har bevisst valgt å ikke synliggjøre noens ansikt i stor grad, da hensikten her er selve stemningen gitt av sitatene. For en større eksponering her ville det vært mulig å legge inn en video av en fortvilet hovedperson som sier nettopp disse sitatene. På grunn av mitt valg om å ekskludere video og lyd, var stemningen viktigere å få frem. Eksponeringen er likevel sterk i den grad at hovedpersonen har sagt disse ordene, og derfor opptrer som sårbar. Dette blir gjentatt flere ganger for samme effekt.

6.1.1. Å fortelle gjennom sitater.

“10. Bryt reglene og eksperimenter.

- Fortell på nye måter. Fortell historien baklengs, som et håndskrevet brev eller dikt, gjør den om som om til en sitat-generator eller en karaoke-sang, et håndskrevet julebrev eller en dagbokside. Gjør det verdifullt for leseren å bruke tid på Historien, og noen ganger betyr det: Bryt reglene. (Andreasen, 2019).” (Handgaard, 2020:331).

Brynjulf Handgaard legger i boken “Historiefortelling på digitale plattformer” til grunn for ti velmente råd når det kommer til å forfatte, i denne sammenheng, artikler og historier for internett. I disse rådene bet jeg meg merke i spesielt et. Råd nummer ti: bryt reglene og eksperimenter, som siteres ovenfor. I et praktisk arbeide som skal kunne publiseres i et større mediehus som VG, NRK, TV2 og så videre, vil det medføre seg risiko å bryte reglene og eksperimentere. Coach for historiefortelling og nyhetssjef i VG Helg, Svein Kjølberg forteller også at det kan være nyttig å bryte regler. “Det kan lønne seg å bryte regler. Lær deg alle reglene så godt at du vet når du skal bryte dem” forteller Kjølberg til Journalisten.no (Lindebø, 2019). I Tolga-saken ([Tre brødre på Tolga \(vg.no\)](https://www.vg.no/nyheter/lokalnyheter/tolga-saken)), der han selv var skrive-coach for saken, forteller han om en lite actionfylt sak der de bevisst brøt reglene for historiefortelling to ganger de første tju fem sekundene.

Hell i uhell, er longformat som format mer åpent for ulike tilnæringsmetoder, selv om innholdet i selve teksten vil være mye av det samme. Handgaard nevner å fortelle ved å gjøre om fortellingen og artikkelen til en sitat-generator. Altså, en ‘sitat-fortelling’. En sitat-fortelling, hvis vi her tenker et grunnlag der selve historien ikke er lest ennå, kan for enkelte tolkes i retning av at det er et stykke slapt og lite gjennomført arbeid. At det er gjennomført et intervju eller to, før journalisten eller forfatteren kun slenger sammen noen sitater i samråd med et par bilder og deretter sier seg ferdig. En enkel og grei løsning som nødvendigvis ikke krever mye arbeid. Her vil jeg imidlertid argumentere for at dette er en måte å fortelle på som kan gi et helt annet inntrykk for en leser, enn en konvensjonell måte å fortelle gjennom en artikkel. Det åpnes for en nærhet til hovedpersonen(e), til intervjuet, som i sammenheng med nøye utvalgte bilder vil bidra til en unik setting der leseren vil komme tett på kjernen i historien intervjuobjektene og

journalisten forteller. Det vil være mindre påvirkning fra journalisten selv til å påvirke sitatene gjennom tekst som supplerer hovedpersonens egne sitater.

Når leseren kommer enda tettere på intervjuobjektene og fortellingen blir preget av mer nærhet enn en konvensjonell historie, vil også eksponeringen kunne øke. Objektene blir sårbare når vi tenker på at deres historie vil bli fortalt uten noe form for beskyttelse rundt i form av tekst. Det er kun deres egne sitater og bilder tatt av journalisten som forteller historien. “Det er bare du og din unike idé din stemme som kan avgjøre hva din historie er, og hvordan den best pusles sammen”, forteller NRK-journalist og -utvikler Øyvind Helland (Helland, 2019). Dette er beskrivende både for journalisten og hovedpersonen(e) som vil fortelle sine historier. Gjennom en sitat-generator, som Handgaard kaller det, kan det tenkes at en historie er vanskelig å påvirke med tanke på at man jobber med et begrenset materiale. Derimot, kan journalisten likevel sette sitt preg på historien gjennom sin personlige sortering og måtene sitatene blir brukt på. Dette innebærer blant annet rekkefølge, lengde, hvordan de er delt opp, samhandlingen de har med bilder og hvilken funksjon hvert sitat har i historien. Til tross for manglende mulighet til å sette inn ytterligere kontekst i form av ekstra tekst, er valgmuligheten journalisten selv sitter med fortsatt store.

Som et av mine praktiske arbeider har jeg valgt å produsere en slik sitat-generator, som en del av arbeidet for å teste ut hvordan forskjellige typer artikler kan føre med seg ulike former for eksponering. Denne sitat-fortellingen er derfor eksempel 3. Selv om dette bryter reglene som vi ofte ser i de konvensjonelle artiklene som blir publisert i de fleste mediehus, antyder likevel Handgaard at et brudd likevel kan være positivt. Det er risikabelt, men som jeg har vært inne på ovenfor, gir det leseren en unik mulighet til å komme tett på de ulike personene i historien. Et tett forhold mellom hovedpersonene og leseren derimot, kan gjøre hovedpersonen mer sårbar. I situasjoner der kilden allerede er sårbar, er det viktig som journalist å trå forsiktig i slike situasjoner. I enkelte situasjoner vil ikke en sitat-generator være den riktige løsningen, hvor kildene er mer sårbare. Dette kan føre til negative virkninger i ettertid. Dette er spesielt gjeldende i dagens mediasamfunn, der journalister og redaksjoner har mindre kontroll på eksponeringen som skjer etter at en sak publiseres. I tråd med de nye mediene, da spesielt rettet mot sosiale medier, vil eksponeringen i større grad kunne føre med seg negativ omtale, på grunn av muligheten til en enorm spredning over kort tid. Mediebildet i dag er mer intenst og uoversiktlig, der personlig uthenging og kommentarer fra mange fronter, og enkeltpersoner og grupper som

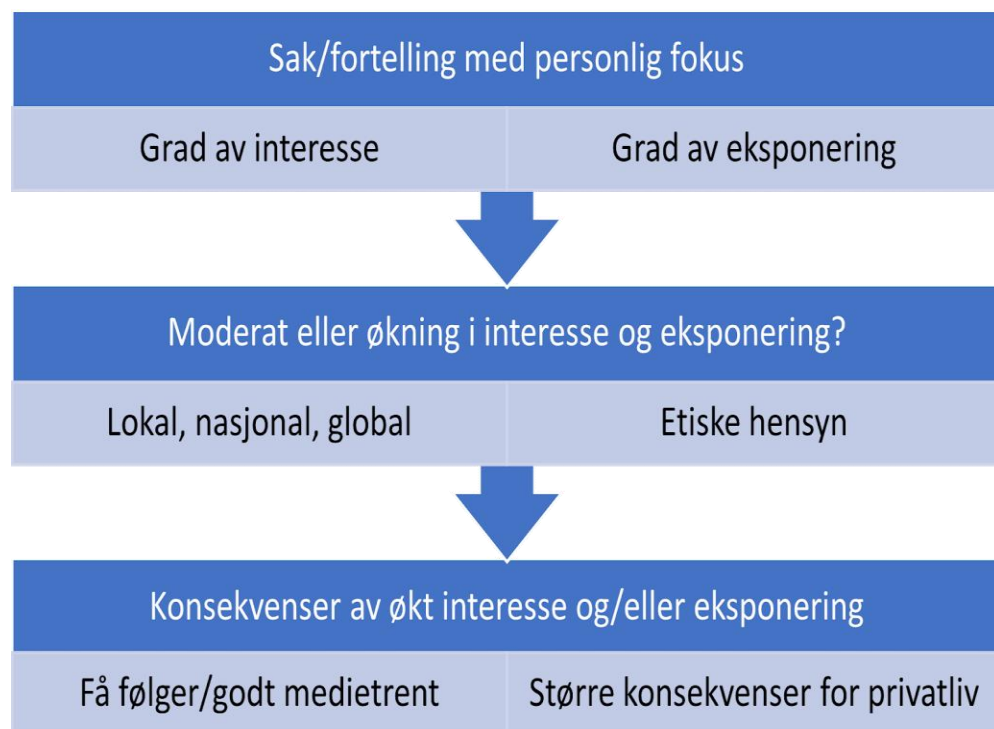
kommer med direkte trusler rettet mot omtalte personer (Karslen og Duckert, 2017). Med tanke på at de nye mediene senker terskelen for hvem som kan ytre sine meninger og på hvilken måte dette gjøres på, er det en underliggende sannhet om at eksponeringen er blitt vanskelig å styre for redaksjonene og journalistene. Som et forsterkende element rundt dette, har mediehus i stor grad også tatt i bruk sosiale medier i sin distribuering av nyheter, historier og diverse artikler. Med andre ord er det lett tilgang for lesere og publikum til å engasjere seg i de publiserte arbeidene, om dette innebærer å hylle hovedperson, journalist eller redaksjon for et godt arbeide eller å bli et offer for offentlig kritikk og uthengning.

6.1.2. Det finnes fortsatt gråsoner

Tidlig i oppgaven forklarte jeg at det etter mitt syn, med inspirasjon fra Ekström og Nohrstedt, at det fortsatt finnes gråsoner når det kommer til beskyttelsen Vær Varsom-plakaten gir. Den består av etiske retningslinjer for norsk presse som skal holde mediene innenfor visse rammer, og beskytte individer som blir utsatt for pressen. Det den imidlertid har lite fokus på er eksponering. Et område, som oppgaven har vært inne på, som er vanskelig å styre. Det er vanskelig å styre massene av tilskuere og mottakere i stor grad. Derfor ligger det et større ansvar hos redaksjonene og journalistene selv. De skal beskytte i den grad det lar seg gjøre. På samme måte som Vær Varsom-plakaten gir beskyttelse. I denne sammenheng utarbeidet jeg en illustrasjon, en sjekkliste for hvordan eksponeringen kan utvikle seg. Det er visse faktorer her som er vanskelig å sette et mål på, da det er usikkerhet på hvor stor interesse en sak får i det den publiseres, men ved hjelp av en slik sjekkliste vil det i større grad være mulig å selv avgjøre om det gjøres nødvendige tiltak for å minske eksponering. Hvis man som journalist og redaksjon tror at en sak vil oppnå enorm interesse, både lokalt, nasjonalt og globalt, vil det derfor være mulig å ta et skritt tilbake og vurdere om det kan gjøres endringer som gjør eksponeringen mindre. Dermed kan redaksjonen direkte påvirke hvor stor påvirkning en personfokusert sak kan ha på den omtalte.

La oss gå igjennom sjekklisten nøyere. Først og fremst er det viktig å nevne at denne listen tar utgangspunkt i saker og fortellinger med personlig fokus. Altså, artikler der vi potensielt kan arbeide med sårbare personer. Først er det viktig å kartlegge hvilken grad av interesse man kan

forvente, og hvilken grad av eksponering som er i artikkelen per nå. Interessen er vanskelig å måle, men aktualitet, omhandlede personer og andre elementer kan tillate en redaksjon å ha en anelse av hva man kan forvente. På grunnlag av dette vil det være nødvendig å vurdere hvilken grad av eksponering som skal være i den endelige publiseringen. Forventes det stor interesse kan det være nødvendig å justere ned eksponeringsfaktorene i artikkelen. Nivå to reiser oppmerksomheten på en eventuell økning av interesse og eksponeringen omtalt i nivå en. Igjen,



er redaksjonen nødt til å ta stilling til om interessen er lokal, nasjonal eller global, og dermed vurdere hvilke etiske hensyn som bør vurderes før artikkelen publiseres. De samme prinsippene som i

nivå en, gjelder også i nivå to. Det siste og tredje nivået går nærmere inn på konsekvenstenkning, da i retning av konsekvensene økt interesse og/eller eksponering fører med seg. I denne betraktningen er det viktig å vurdere om det omtalte individet allerede er en medietrent person med gode forutsetninger for å håndtere eksponering, eller om eksponeringen i den relevante artikkelen er vil resultere i få følger for de involverte. På lik linje stilles spørsmålet om det kan ha større konsekvenser for et privatliv om det er snakk om en sterk mulighet for eksponering, eller om den omtalte har lite til ingen erfaring fra tidligere omtale.

Vær Varsom-plakaten gir beskyttelse og holder mediene innenfor gitte rammebetingelser, der etiske normer er i sentrum. Likevel, finnes det gråsoner som ikke gir dekning eller beskyttelse fra eksponering. Som nevnt er eksponering etter publisering et vanskelig element, da de nye mediene gjør mediebildet uoversiktlig. Derfor bør det rettes et større ansvar til redaksjoner og

journalister. Dette er grunnen til at jeg har utarbeidet denne sjekklisten, som kan øke bevisstheten hos en redaksjon i tiden før publisering. Når mediebildet er uoversiktlig, er det viktigere enn noen gang at redaksjoner og journalister i best mulig grad utarbeider et system der vi i større grad tar hensyn til enkeltindividet i saker med personlig omfang. I mange situasjoner er det snakk om sårbare individer som ikke er godt medietrent eller forberedt på følgene eksponering kan ha. Her bør bakgrunnssjekken være grundig, slik at det med sikkerhet er kunnskap om i hvilken grad den omtalte personen er i stand til å håndtere medieeksponering eller ikke. I mine tilfeller, er intervjuobjektene Petter Belsvik og Luis Pimenta trent i å håndtere eventuell negativ medieeksponering. Belsvik fikk oppleve en slik negativ omtale allerede som 16-åring og debutant på seniornivå i norsk fotball. Dette påvirket han i stor grad, og han tok her et valg som han står inne for i den dag i dag. Luis Pimenta på sin side, opplevde også negativ omtale i mediene, men som trener. Han har blitt trent opp til å håndtere eksponert omtale i mediene gjennom flere år på universitet med relevant bakgrunn. Likevel, kom omtalen som et sjokk der han selv sier at “ingenting forbereder deg på å lese enkelte av de tingene som blir beskrevet om deg i media” (Luis Pimenta, intervju, 13. april 2021). Petter Belsvik kunne imidlertid fortelle om en spiller han har hatt i Stabæk Fotball tidligere, som selv har gått ut med sin historie i mediene, for eksempel i dette debattinnlegget: [Torstein Andersen Aase \(verdidebatt.no\)](https://www.verdidebatt.no). Andersen Aase er et eksempel på hvor et potensielt problem kan ligge. Mange av idrettstalentene og fotballtalentene slår gjerne igjennom på seniornivå i en tidlig alder. Gjerne allerede i tenårene. Andersen Aase er et eksempel. Martin Ødegaard er et annet, og kanskje det mest kjente vi har i Norge. Ødegaard håndterte presset eksemplarisk og har i dag en meget suksessfull karriere, til tross for hans unge alder på 22 år. For Torstein Andersen Aase var det imidlertid en annen historie. Den tidligere Stabæk-spilleren håndterte ikke presset som ble lagt på ham, og la opp som profesjonell fotballspiller allerede som 20-åring. Karrieren hadde så vidt starten før den allerede var over. Et resultat av et stort press som mediene var en deltakende part i.

6.2. Mindre eksponering i digitalisert sportsjournalistikk?

Til grunn for denne masteroppgaven lå et ønske om å utforske eksponering av unge talenter i mediene. Gjennom et praktisk arbeide har jeg selv kunne testet ut og vist hvordan journalister og redaksjoner kan balansere eksponeringen for å ivareta beskyttelse av sårbare og utsatte kilder,

samtidig som det ikke går ut over kvaliteten på historiefortellingen. I denne sammenheng er det verdt å legge til grunn for at mediebildet stadig er i endring. Spesielt i sportsjournalistikken, som er hovedområde for denne oppgaven.

Vi har fått en endring i hvordan sportsjournalistikk praktiseres, som en følge av pandemien. Denne førte til at sportsjournalistikken måtte finne nye metoder for å komme tettere på utøverne til sporten de dekker. I og med at idrettsutøvere lever under særdeles strenge restriksjoner, med minimal til ingen kontakt med andre enn personer i sin egen kohort, måtte sportsjournalistikken komme opp med alternative løsninger som gjør at vi kan få tilgang til spillerne. Denne løsningen ble å utføre digital sportsjournalistikk, da i form av intervjuer, samtaler, pressekonferanser og lignende som ble utført over Zoom og andre lignende digitale former hvor møtevirksomhet kunne praktiseres. På mange måter har dette blitt den nye hverdagen når det kommer til å utøve sportsjournalistikk. Tilgangen til utøverne er blitt svakere som en følge av klubbens strenge regimer og smitteverntiltak. Samtidig har reisevirksomheten vært betydelig lavere det siste året, slik at journalister som dekker fotball og sport i andre land, er sett nødt til å utføre arbeidet sitt fra hjemlandet. I mange tilfeller vil løsningene være digitale.

Er det en fare for at vi nå ser en permanent utvikling i sportsjournalistikken? Muligheten er absolutt til stede. Med et skifte til mer digitaliserte løsninger, vil klubbene i større grad kunne styre tilgjengeligheten til utøveren sine. Tider må avtales på forhånd, tidsbruken for hver enkelt blir mer håndfast. Det er mange faktorer som kan gjøre at journalistyrket blir mer utfordrende gjennom en digitalisering. Journalister som har til vane å jobbe ute i felt vil kunne føle at de ikke får gjort jobbene sine like godt fra et hjemmekontor, som de gjør til vanlig ute i felt. Mye av arbeidet til en journalist går ut på personlig kontakt, gjerne face to face. Denne muligheten blir tatt bort ved en digitalisering. Færre muligheter til personlig kontakt kan også gå ut over det personlige preget til den enkelte journalisten. Gjennom den personlige kontakten øker muligheten til å få de beste historiene, sammenlignet med det som kan bli en tørr seanse gjennom en zoom-samtale som er planlagt ned til minste detalj.

6.3. Tillit har blitt satt på prøve

Pandemien som nå har preget våre liv i over et år, har også rukket å sette spor i medielandskapet. En konsekvens av mindre fysisk kontakt har økt tiden vi mennesker har tilbrakt i våre egne hjem. Dermed har det også blitt brukt mer tid foran skjermer, og på sosiale medier. Som beskrevet nærmere i kapittel 5.3, har mengden av sosiale medier, og i denne sammenheng, den økte tidsbruken, ført til at skillet mellom sosiale medier og institusjonell nyhets- og sportsjournalistikk har blitt mindre. Dette videreføres av at institusjonene selv bruker sosiale medier til å nå et større publikum med sine publiseringer. Imidlertid har tilliten til trykte medier økt, mens tilliten til sosiale medier har blitt dårligere. I stor grad kan dette tas videre til hvordan redaksjoner og journalister utfører de journalistiske arbeidene. Behandlingen av kilder er et viktig aspekt når det er snakk om tillit til journalistikk som institusjon. Det er ekstremt viktig at institusjonen ikke misbruker tilliten til både kilde og tilskuer. Dersom kilder føler seg urettferdig behandlet eller de føler at normene i Vær Varsom-plakaten ikke blir fulgt, kan kilden gå til Pressens Faglige Utvalg og opprette sak mot de involverte. Kildene har med andre ord makt de også, i den grad at de kan slå tilbake mot redaksjoner og journalister. En konsekvens av et slikt scenario vil være å undergrave tilliten til et medium. Når tilliten til tilskueren til slutt undergraves av institusjonen selv, som en grunn av mangel på medfølelse, vil situasjonen stadig bli verre.

Dette kan trekkes paralleller med at kriser stadig blir verre. Covid-19 brøt ut i Kina, men brukte kun dager på å spre seg til store deler av verden. Dersom skaden først har skjedd, er den vanskelig å stoppe i et samfunn som stadig blir mer sårbart. I moderne samfunn snakker vi gjerne om maktsirkler, der mediene som institusjon er avhengig av tilliten til sine konsumenter, samtidig som at de gjerne, som nevnt, bidrar til å forme ønsker og oppfatningene til lesere, lyttere og seere (Engelstad, 2005). Nettopp dette er beskrivende for et medielandskap der flere parter har forskjellige former for makt, som bidrar til påvirkning av hverandre. Likevel, er det noe mer vanskelig siden medie verden stadig går gjennom endring og utvikling. I denne sammenheng er det nødvendig å ta i betraktning at media er ferskvare, og at en todelt tankeprosess derfor må bli brukt. Dette innebærer kortsiktig og langsiktig tenkning. På den ene siden må mediene tenke kortsiktig med tanke på nåtidens relevant, mens på den andre siden må

mediene tenke i et langsiktig perspektiv der fornyelse står sentralt. Det må utarbeides måter å forbedre arbeidet i sin egen redaksjon.

Boken “Collaborativ Resilience. Moving Through Crisis to Opportunity”, som er en samling av bidrag fra flere forfattere, inneholder casestudier og analyser som undersøker hvordan samarbeidende respons på kriser kan forbedre den sosialøkologiske motstandskraften, samt å fremme sosial omforming. Forfatterne av kapittel 3, “Leaping forward: Building Resilience by Communicating Vulnerability”, Moira, L. Zellner, Charles, J. Hoch og Eric, W. Welch “[...] suggest that building trust can convert mutual vulnerability into recognition of interdependence” (Goldstein, 2012:8). Et samarbeid legger til rette for at denne typen anerkjennelse kan bidra til å bygge troen på at også andre vil handle sammen og dermed øke kapasitet til å reagere på en krise. Satt i et mer mediebasert perspektiv kan vi si at tilliten kan føre med seg muligheten til å tillate endringer i sine egne tro og verdier. Personer kan lide av bekreftelsesforstyrrelse (Lord, Ross og Lepper 1979), altså at de kun tror på det de selv allerede vet, med mindre de har stor troverdighet til en ny informasjonskilde. I et mediebilde hvor tilliten har blitt satt på prøve som en følge av en global pandemi, har den generelle befolkningen nå økt sin egen bevissthet til å i større grad være kritiske i utvelgelsen av hvilke kilder som er troverdige eller ikke.

6.4. Gjentakelse er vår største fiende - avsluttende refleksjoner.

Denne oppgaven har vist eksempler på at journalistikken er nede i en fallgrube, med sand og bratte oppoverbakke på sidene som kan gjøre det vanskelig å komme ut av dersom problemet ikke blir tatt tak i. Journalistikken og mediebransjen i seg selv er et felt preget av stadig endring, noe som ytterligere vanskeliggjør veien ut av fallgruben. En nylig endring vi har sett i journalistikken, og spesielt sportsjournalistikken, er bruken av digitale hjelpemidler som et resultat av koronapandemien. Journalistene har tilpasset seg omgivelsene for å kunne levere produktet bransjen lever av. Dette er et godt eksempel på store og små omveltninger journalistikken stadig må igjennom. Journalistikken må tilpasse seg produktet det skal levere. På samme tid har sport en enorm plass i dagens samfunn. Vi ser ofte at sport dominerer trendlistene på sosiale medier. Sosiale medier er også en ting som har endret seg drastisk, samtidig som det er en del av digitaliseringen media har gått gjennom i senere tid. Dette gjør dermed at journalister

og andre ansatte i mediebransjen, har måttet tilpasse seg utfordringene og mulighetene denne digitaliseringen har bydd på (Bradshaw og Minogue 2019). Derfor kan denne nevnte fallgruven bli gravd enda dypere, når vi tar i betraktning hvor store masser vi har å gjøre med. Vi snakker om et område som topper trendlistene på sosiale medier, et område som har enorm rekkevidde og påvirkning blant tilskuere.

Vi ser raske skifter i sportsjournalistikk, der negativ omtalte raskt kan endres til noe positivt. Duckert og Karlsen peker på at “dette er en viktig forskjell fra vanlige kritiske medieforløp, der den offentlige interessen for personen utelukkende er knyttet til den negative saken, og der de færreste kan håpe på en oppreisning i bedre tider” (2017:145). Resultatene i Duckert og Karlsen sine studier indikerer at tanken på oppturen som følger av positiv omtale, kunne være trøstende for personer når de gikk igjennom perioder med negativ omtale i mediene. Tar vi med de nye mediene i betraktning i denne sammenheng, kan oppturene og nedturene i stor grad bli forsterket på grunn av den økende styrken og effekten bruk av sosiale medier kan medføre. Aktuelle saker som fenger tilskuerne følges gjerne opp i sosiale medier, der alle har mulighet til å dele, kommentere og bidra til spontane nettaksjoner (Haugseth 2013). Når vi snakker om negativ medieomtale og eksponering, er det vanskelig å komme utenom de nye mediene som en medvirkende årsak. I sine studier konkluderte Duckert og Karlsen med et utgangspunkt i massemediene, men at de nye mediene i stor grad har påvirket utfallet. De konkluderte på følgende måte:

“Belastningene deltakerne i vårt prosjekt opplevde i forbindelse med omtale i tradisjonelle massemedier, synes i stor grad overførbare til belastningene som følger med netthets eller uthenging i nye medier. Et viktig poeng er at sosiale medier senker terskelen for hvilke individer som omtales kritisk eller henges ut offentlig. Sosiale mediers utbredelse har utviklet seg langt raskere enn lovverket og kompetansen i fagmiljøet. Dermed øker også risikoen for medierelatert stress og belastning hos flere. I slike situasjoner er det viktig å ha et apparat rundt som kan hjelpe til med å håndtere situasjonen. Både arbeidsgivere og rettsvesen vil være relevante aktører, og det er viktig at det finnes ressurser til støtte og oppfølging for dem dette gjelder. Her gjenstår fremdeles mye arbeid” (Duckert og Karlsen 2017:253).

Duckert og Karlsen etterlyser ressurser til støtte og oppfølging fra arbeidsgivere, rettsvesen og andre relevante aktører. Det gjenstår mye arbeid på dette området.

Det de derimot ikke nevner når de konkluderer, er ansvaret som ligger hos redaksjonene og journalistene. Her kommer problemstillingen for denne oppgaven inn: Hvordan kan eksponeringen i historiefortelling styres av journalister og redaksjoner i bruken av longformat? Med tanke på at mediesamfunnet har utviklet seg i en retning hvor sosiale medier øker belastningen på mennesker som blir utsatt for mediernes søkelys, øker viktigheten av en større bevissthet hos journalister og redaksjoner på følgene en publisering kan medføre. Et av de viktigste punktene i arbeidet som må gjøres, er etikken. Her snakker vi selvfølgelig om praktisk etikk, presseetikk og Vær Varsom-plakaten som sentrale elementer. Samtidig kan, som nevnt, journalister og redaksjoner selv ta grep der de begrenser eksponeringen som de selv kan styre. Gjennom mine praktiske oppgaver har jeg vist konkrete, og nokså enkle grep på hvordan eksponeringen kan begrenses. Det handler i stor grad om små ting, eksempelvis et blåst opp bilde et bestemt sted, eller en tekst som er skrevet på en bestemt måte for å få en spesiell vinkling på situasjonen. Basisen her, er at ved små grep kan eksponeringen styres fra redaksjonene og journalistene. Det de i mindre grad har mulighet til å styre er hvordan historien eller saken blir mottatt og spredd i etterkant av publisering. De nye mediene, som i stor grad omhandler sosiale medier, har gjort mediebildet uoversiktlig og de tidligere markante rollene innen mediebildet er blitt mindre tydelige. Som et resultat av dette har vi fått "flere" journalister og et større antall stemmer i samfunnet, der en større andel ikke er like bevisste over normene vi finner i Vær Varsom-plakaten. Ved en mindre andel profesjonelle journalister, vil sannsynligheten øke for at disse etiske retningslinjene blir forbigått. Samtidig, på grunn av et stort og uoversiktlig mediebilde som har kommet på grunn av de nye mediene, er det vanskelig å både styre og stoppe nyhetssaker og lignende i å spre seg over store avstander, i et raskt tempo. På grunn av dette kan vi si at mediene og, i sammenheng med denne oppgaven, fotball er lokalt, nasjonalt og globalt. På mange måter er redaksjonene og journalistene maktesløse når stoffet er publisert, slik at viktigheten av å være bevisste på deres egne rolle i eksponeringen, er ekstremt viktig.

Det som imidlertid er sikkert, er at dagens system fungerer ikke optimalt. Vi har sett idrettstalenter slutte med sin respektive idrett fordi presset blir for stort. Pensjonerte idrettsstjerner blir forfulgt lenge etter at de legger opp, og må til enhver tid tenke over hvordan de opptrer fordi folk alltid vil ha en mening om de. De etiske retningslinjene vi har i Vær Varsom-plakaten og sikkerheten som kommer av Pressens Faglige Utvalg ser ikke lenger ut til å være tilstrekkelig for enkelte av situasjonene som oppstår. Vi har et problem. Et problem som må

løses. Om vi ikke tar i et tak nå og forsøker å løse problemet nå, vil det få konsekvenser. Hvis det ikke gjøres nok, vil vi havne i en spiral der situasjonen vil gjenta seg til evig tid. Vi er nødt til å kaste lys på gråsonen.

Litteraturliste

- Aase, Torstein Andersen. (2014). «Livet kan ikke bare være fotball». *Verdidebatt*, 04. april 2014.
<https://www.verdidebatt.no/innlegg/11489672-livet-kan-ikke-bare-vaere-fotball>.
- Aldwin, Carolyn M. (1994). *Stress, coping, and development: An integrative perspective*. New York: Guilford Press.
- Andreasen, S. (2018.30.11). Long reads i Kristeligt Dagblad, forelesning i NRK. Forelesning
- Baardsen, Joachim. (2020). «TV2 har kjøpt norsk fotball for 4,5 milliarder». *E24*, 20. desember 2020.
<https://e24.no/naeringsliv/i/6zPEOo/tv-2-har-kjoept-norsk-fotball-for-45-milliarder>.
- Bjerke, Paul. (2009). Skandaler og presse-moral. I S. Allern og E. Pollack: *Skandalenes markeds plass. Politikk, moral og mediedrev*. Oslo: Fagbokforlaget. Bock, Mary (2012) Newspaper journalism and video: Motion, sound, and new narratives. *New Media & Society* 14(4).
- Bose, Mihir. (2012) “But can medalists write?” *British Journalism Review*, 2012 23(4): 8-11. DOI: 10.1177/0956474812470066a
- Boyle, Raymond. (2017). “Sports journalism. Changing journalism practice and digital media” *Digital Journalism*. 5(5), 493-495. DOI: 10.1080/21670811.2017.1281603
- Bradshaw, Tom og Minogue, Daragh. (2019). *Sports Journalism: The State of Play*. New York: Routledge.
- Brurås, Svein. (2012). Vær Varsom - og dristig! I M. Warmedal og G. Hjeltnes: *Gravende journalistikk. Metode, prosess og etikk*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Buekers, Martinius., Borry Pascal og Rowe Paul. (2014). “Talent in sports. Some reflections about the search for future champions.” *Movement and Sport Sciences*. (88):3-12. DOI: 10.1051/sm/2014002
- Christensen, Marit., Waldahl, Ragnar, & Weisæth, Lars. (2007). Medier som skader og dreper. *Tidsskrift for Den norske legeforening* 24: 3224-3227.
- Eide, Martin. (2013). *Hva er journalistikk?* Oslo: Universitetsforlaget.
- Eide, Martin. (2016). “Journalistic Reorientations” i *Journalism Re-examined*, redigert av Martin Eide, Helle Sjøvaag og Leif Ove Larsen, 15-26. Chicago, USA: Intellect.

- Eide, Martin., Sjøvaag, Helle., og Larsen, Leif Ove. (2016). *Journalism Re-examined. Digital Challenges and Professional Reorientations*. Chicago, USA: Intellect.
- Ekström, Mats og Nohrstedt, Stig Arne. (1997). *Journalistikens etiske problem*. Stockholm: Raben Prisma.
- Engelstad, Fredrik. (2005). *Hva er makt*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Fotball.no. (2017). «Statistikk anlegg, klubber og lag, aktivitet, spillere, dommere og utdanning». Oppdatert 01. januar 2017. <https://www.fotball.no/tema/om-nff/statistikk-og-historikk/statistikk/#140552>.
- Garcia, Mario. (2019). *The story: Transformation storytelling and design in the mobile news movement*, vol. 1-2. New York: Thane & Prose.
- Goldstein, Bruce Evan. (2012). *Collaborative Resilience: Moving through crisis to opportunity*. Cambridge: MIT Press.
- Haugseth, Jan Frode. (2013). *Sosiale medier i samfunnet*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Handgaard, Brynjulf. (2020). *Historiefortelling på digitale plattformer*. Oslo: Cappelen Damm AS.
- Helland, Øyvind. (2019). Historiefortelling i spill. Intervju.
- Høbbelstad, Inger Merete. (2017). «Hva kan mediene lære av de som sto i stormen?». *Dagbladet*, 20. september 2017. <https://www.dagbladet.no/kultur/hva-kan-mediene-laere-av-de-som-sto-i-stormen/68710588>.
- Hornmoen, Harald. (2015). Individet i journalistikken. En introduksjon. I H. Hornmoen, T. Roksvold og J. Alnæs: *Individet i journalistikken*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Karlsen, Kim Edgar og Duckert, Fanny. (2017). *I medienes søkelys. Eksponering, stress og mestring*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Karlsen, Kim Edgar og Duckert Fanny. (2018). «Mestring av kritisk medieomtale». *Norsk medietidsskrift*. 2018 25 (03). https://www.idunn.no/nmt/2018/03/mestring_av_kritisk_medieomtale.
- Karlsen, Kim Edgar og Duckert, Fanny. (2017). «Å være i medienes kritiske søkelys. Enkeltindividenes erfaringer.» 2017, 24 (03).

https://www.idunn.no/nmt/2017/03/aa_vaere_i_mediernes_kritiske_soekelys_enkeltindividenes_rfar.

Karlsson, Michael & Clerwall, Christer. (2011). "Patterns and origins in the evolution of multimedia on broadsheet and tabloid news sites." *Journalism Studies*. 13(4): 550–565. DOI: 10.1080/1461670X.2011.639571

Kartveit, Kate. (2016). *Multimedia Journalism and Narrative Flow*. Aalborg Universitetsforlag. Ph.d.-serien for Det Humanistiske Fakultet, Aalborg Universitet. DOI: 10.5278/vbn.phd.hum.00041

Kartveit, Kate. (2017). "How do they do it? Multimedia journalism and perceptions of the practice". *Journalism*. 21 (10). DOI: 10.1177/1464884917726420

Lindbøe, Kristine. (2019). «Slik skriver du en god avsløring – her er VG-coachens beste tips». *Journalisten*, 08. april 2019. <https://journalisten.no/feature-fortellende-journalistikk-gravejournalistikk/slik-skriver-du-en-god-avsloring--her-er-vg-coachens-beste-tips/358004>.

Lindøe, Siri Hempel. (2019). *Lidelse på TV. En kritisk analyse av fremstillinger og fortellinger i TV-aksjonen*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Lippe, Gerd von der. (2010). *Et kritisk blikk på sportsjournalistikk – medier og idrett i en globalisert verden*. Kristiansand: Cappelen Damm AS.

Lord, Charles G., Ross, Lee, & Lepper, Mark. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(11), 2098–2109.

Løgstrup, Knud. ([1956]2000). *Den etiske fordring*, i norsk oversettelse av Engen, Bodil, Oslo: Cappelen

McEnnis, Simon. (2017) "Playing on the same pitch attitudes of sports journalists towards fan bloggers". *Digital Journalism*, 5(5): 549-566. DOI: 10.1080/21670811.2016.1246374

Michalsen, Gard K. (2020). "Nent betalte mange milliarder for Premier League. Det er bra for både seere og bransjen". *E24*, 09 februar 2020. <https://e24.no/naeringsliv/i/4qJjvV/nent-betalte-mange-milliarder-for-premier-league-det-er-bra-for-baade-seere-og-bransjen>

- Mikkelsen, Maria., Norman, Mona Grivi., Haugsbø, Frank., Sørbø, Krister., Evensen, Ida Aaberg., & Byermoen, Tom. (2018). «Tre brødre på Tolga». *VG*, 06. oktober 2018.
<https://www.vg.no/spesial/2018/verge/>.
- Moritz, Brian Peter. (2014). *Rooting for the story: Institutional sports journalism in the digital age*. Dissertations – ALL. 171.
- Napoleon Hill (2013). *The Law of Success in Sixteen Lessons*. Sublime Books.
- Oriard, Michael. (1993). *Reading football. How the popular press created an American spectacle*. Chapel Hill, NC: UNC Press.
- Park, Crystal L., Folkman, Susan. & Bostrom, Alan. (2001). Appraisals of Controllability and Coping in Steensen S (2009a) *Online feature journalism: A clash of discourses*. *Journalism Practice* 3(1): 13–29
- Presse.no. (2021). «Vær Varsom-plakaten». Oppdatert 01 januar, 2021.
<https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>
- Regjeringen.no. (2021). «Olje og gass. Petroleumsnæringen er Norges viktigste næring». Oppdatert 01. mai 2021. <https://www.regjeringen.no/no/tema/energi/olje-og-gass/id1003/>.
- Rosenberg, Göran. (2004). *Tankar om journalistik*. Stockholm: Bokförlaget Prisma.
- Røed-Johansen, Daniel. (2021). «Presset var umenneskelig». *Aftenposten*, 24. mars 2021.
<https://www.aftenposten.no/sport/meninger/i/R9KmV5/gutten-som-ikke-lot-seg-knekke>.
- Sadri, Sean., Buzzelli, Nicholas., Gentile, Patrick., og Billings, Andrew. (2021). “Sports Journalism. Content When No Sports Occur: Framing Athletics Amidst the COVID-19 International Pandemic.” *Communication & Sport*. 2021 1(24): 1-24. DOI: 10.1177/21674795211001937
- Stier, Jonas. (2007). “Game, Name and Fame - Afterwards, Will I Still Be the Same? A Social Psychological Study of Career, Role Exit and Identity.” *International Review for The Sociology of Sport*. 2007 44 (1): 99-111. DOI: 10.1177/1012690207081830
- Tombra, Fredrik og Overvik, Jostein. (2020). «Premier League-prisene skrus kraftig opp for canal digital-kunder». *VG*, 21. september 2020. <https://www.vg.no/sport/fotball/i/jBPMOe/premier-league-prisene-skrus-kraftig-opp-for-canal-digital-kunder>.

- Thurman N and Lupton B (2008) *Convergence calls: Multimedia storytelling in British news websites*.
Convergence 14(4).
- TV2. (2020). «TV2 satser på færøysk fotball». Oppdatert 06. mai 2020.
<https://www.tv2.no/a/11418518/>.
- Weiberh-Aurdal, Jan Magnus. (2020). «Sportsjournalister blir omplassert til å dekke koronakrisen: -
Muren mellom avdelingene har falt.» *M24*, 23. mars 2020. <https://m24.no/eirik-borud-eirik-fardal-freddy-toresen/sportsjournalister-blir-omplassert-til-a-dekke-koronakrisen--muren-mellom-avdelingene-har-falt/251264>.
- Whannel, Garry. 1992. *Fields in vision: Television sport and cultural transformation*. London:
Routledge.
- Wold, Thomas. (2017). «Medieeksponering og psykisk påkjenning: Intervju med Fanny Duckert og Kim
Karlsen». *Vox Publica*, 10. november 2017. <https://voxpublica.no/2017/11/medieeksponering-og-psykisk-paakjenning-intervju-med-fanny-duckert-og-kim-karlsen/>.
- Østlyngen, Trine., og Øvrebø, Turid. (2000). *Journalistikk. Metode og fag*. Oslo: Gyldendal Akademisk

Vedlegg

Praktiske arbeider:

EKSEMPEL 1: Liten til moderat eksponering:

<https://spark.adobe.com/page/TKL7q1UScx2Hm/>

EKSEMPEL 2: Større grad av eksponering:

<https://spark.adobe.com/page/Pqp5X85YVuseR/>

EKSEMPEL 3: Sitat-generator. Høy eksponering, men tettere på historien uten føringer fra journalist:

<https://spark.adobe.com/page/QLgxO8xyIGIhL/>