

HØGSKOLEN I OSLO  
OG AKERSHUS

**Kandidatnummer 309**

---

# **Sentrale elementer i fotojournalistisk historiefortelling på nett**

- En utforskning, konkretisering og analyse av sentrale elementer i fotojournalistisk nettfortelling.

**Fordypningsoppgave 2017**  
**Bachelorstudium i Fotojournalistikk**  
**Høgskolen i Oslo og Akershus, Institutt for journalistikk og mediefag**

I denne oppgaven vil jeg lage en oversikt over de mest sentrale elementene som brukes i fotojournalistisk historiefortelling på nett og se på hvordan de kan tas i bruk. Jeg vil kategorisere og forenkle mulighetene nettelementene gir, slik at det blir enklere å snakke om.

I denne oppgaven skal jeg gjøre to undersøkelser hvor den første skal legge grunnlaget jeg vil anvende i den andre.

Formålet med denne oppgaven er å konkretisere mulighetene man har ved nettpublikasjoner – spesielt som fotojournalist.

# Innholdsfortegnelse

## **1. Innledning s.5**

1.1 Bakgrunn for valg av tema s.5

1.2 Valg av problemstilling s.5

1.3 Oppgavens disposisjon s.5

1.4 Avgrensninger s.6

## **2. Teori s.6**

2.1 Utvikling s.6

2.2 Begrepsforklaring s.8

2.2.1 Fortelling versus multimedia

2.2.2 Reportasje

2.2.3 Visuelt element

## **3. Metode s. 9**

3.1 To semistrukturerte intervju s.9

3.2 Å finne riktige kilder s.10

3.3 Analysen av publikasjonene s.10

## **4. Funn ved intervju s.11**

4.1 Det mediehusene har oppdaget s.11

4.2 Hvorfor bruke slike elementer? s.12

4.3 De mest sentrale visuelle elementene s.12

4.3.1 Basiselementer

4.3.2 Spesialelementer

4.3.2.1 Bygger på stillbilder

4.3.2.2 Bygger på video

**5. Analyse av tre fortellinger s. 15**

5.1 «Bygda som sa nei» s. 16

5.1.1 Kort om fortellingen

5.1.2 Elementer

5.1.3 Virkning

5.2 «Avtrykket etter 22. juli» s.18

5.2.1 Kort om fortellingen

5.2.2 Elementer

5.2.3 Virkning

5.3 «The Waypoint» s. 20

5.3.1 Kort om fortellingen

5.3.2 Elementer

5.3.3 Virkning

**6. Oppsummering og konklusjon s. 22**

**Litteraturliste s. 25**

## **1. Innledning**

### **1.1 Bakgrunn for valg av tema**

Internett kom til privatpersoner i Norge i 1991. I 1995 kom den første nettavisen og i 2017 leser 2 millioner mennesker VG.no daglig. Direktesendinger kan sendes verdens over fra mobilen og i morgen kan noen ha utviklet noe som får 360-graders videoer til å høres kjedelig ut.

Journalistisk rapportering på nett er et spennende tema fordi er i konstant utvikling. Å bruke internett til formidling av journalistikk har foregått i flere år, men likevel er det et nytt felt som kan være vanskelig å orientere seg i. Hvilke visuelle virkemidler burde man vite om? Burde man bruke de mest avanserte verktøyene så man trekker oppmerksomhet?

I mitt arbeid som fotojournalist, har jeg eksperimentert i bruken av ulike elementer, men jeg savner et språk og en teori for å snakke om ulike varianter av stillbilder og videoer. Det finnes lite utbredt begrepsbruk innen disse feltene og det er nettopp det en del av denne oppgaven vil handle om – begrepsutvikling. Det utvikles raskt og de som har best innsikt innenfor temaene, jobber selv i bransjen. Tom Byermoen i VG kan bekrefte at bransjen selv stadig prøver seg frem for å se hva som fungerer og ikke, men at de fortsatt ikke har noe universalt språk på tvers av mediehusene.

### **1.2 Valg av problemstilling**

I denne oppgaven vil jeg lage en oversikt over de mest sentrale elementene som brukes i fotojournalistisk historiefortelling og hvordan de kan tas i bruk. Med «sentrale» mener jeg de visuelle trendene man ser i fortellinger på nett i dag. Det leder meg inn til problemstillingen:

«Hvilke elementer er de sentrale i fotojournalistisk historiefortelling på nett?»

### **1.3 Oppgavens disposisjon**

I kapittel 2, vil jeg legge grunnlaget for denne oppgaven ved bruk av eksisterende litteratur. I kapittel 3 vil jeg redegjøre for videre metode som vil bestå av to intervju og en analyse. Ved intervjuene vil jeg få etablert et begrepsapparat i kapittel 4 som jeg vil ta videre med meg i kapittel 5, hvor jeg skal analysere tre visuelle fortellinger. I det 6. kapittelet vil jeg oppsummere svaret jeg har funnet til problemstillingen og samle de siste løse trådene.

Jeg tar utgangspunkt i at leser har grunnleggende kunnskaper om journalistikk og medieverdenen i Norge generelt. For best forståelse av analysen jeg skal foreta mot slutten, vil jeg anbefale leser, hvis mulig, å selv besøke nettsidene på forhånd.

## **1.4 Avgrensninger**

I denne oppgaven vil jeg holde meg til å behandle saker som peker mot reportasjesjangeren. Det er en mer fortellende sjanger og det er gjerne i dette feltet at slike mer avanserte fortellerteknikker brukes. Jeg har måttet gjøre en avgrensning mot å ta for meg virkemidler som overganger mellom elementene, da dette vil kunne omfatte for mye utover oppgavens rammer. Selv om det er et interessant aspekt rundt påkostningen av en del av disse prosjektene, har jeg valgt å se bort ifra kostnadsspørsmål.

## **2. Teori**

### **2.1 Utvikling**

Litteraturen i denne oppgaven bygger på et utvalg artikler og bøker. Jeg har valgt å oversette engelske skrifter til norsk da leserflyten ikke vil bli forstyrret av språkvansker.

Internett kom til Norge på starten av 1990-tallet og i løpet av 1995 hadde en rekke av Norges papiraviser laget seg sin egen nettavis (Medier24 2015). Sjefsredaktøren for Aftenposten, Einar Hanseid, sa til NRK på slutten av 1990-tallet at internettet for dem i dag var å prøve og feile og være med på en utvikling. Han mente også at internett ville bli sentral del av mediebildet – og det må vi kunne si det har blitt (NDLA 2011).

Teknologien utvikles hele tiden og det samme gjelder innenfor journalistikk og teknologi. I 1997 brukte 7 % av Norges befolkning internett daglig (Folk.uio.no udatdert), i dag er det over 87 % (SSB 2016).

*«De stupende kostnadene på digitalkameraer, digitale lydopptakere, redigeringsprogrammer samt stadig raskere internettilgang er med på å forandre fotografiet, videoopptak, video redigering – egentlig hele journalistikken». (Kobré 2013 s. 269)*

Internett har endret den måten vi konsumerer nyheter på, og ved utgangen av 2008 var det for første gang flere som hadde internett fremfor papiravisen som sin hovedkilde for nyheter (Fredriksen 2009 s. 294). Selv om denne oppgaven ikke skulle dreie seg om nyheter viser det likevel hvor avhengig lesere har gjort seg til internett som informasjonskilde.

Først måtte man tilpasse journalistikken til avis, så kom fjernsyn og i 1991 kom internett. Nettsider for desktop var da det som gjaldt. Bildene var lavoppløselige så ikke siden skulle bruke for lang tid på å laste. Etter terrorhandlingene 11. september 2001 laget VG en av sine første bevegelige illustrasjoner på nett (Byermoen 2017). Internett fikk bedre kapasitet, man kunne begynne å laste opp videoer og etter hvert som mobilskjermene ble større og folk skaffet seg nettbrett måtte mediehusene tilpasse stoff og layout etter det.

*«Det gir oss en unik mulighet til å eksperimentere med hvordan informasjon presenteres, til å tenke om igjen på hva en “artikkel”, “side”, “magasin”, eller “bok” er i en tid av skjermdominans, og spørsmålet om responsivt design er den beste veien å gå» (Campell 2013)*

Det er en stadig utforskning og nysgjerrighet som foregår innenfor de norske mediehusene og mange er interessert i å utfordre og videreutvikle elementene de kan bruke for å formidle historier. De senere årene har nettjournalistikken skilt seg fra journalistikk på andre plattformer (Handegaard m.fl. 2013 s. 265f). Å publisere artikler på nett åpner utallige muligheter å utforme de på. Det utvikler seg raskt og det er derfor vanskelig å orientere seg i havet av elementer og begreper. Datajournalistikk, visuell journalistikk, databasefeature, informasjonsvisualisering osv. Mange prøver å navngi denne delen ved journalistikken, men det er fortsatt individuelt hvem du snakker med og hva de velger å kalle det (Byermoen 2017).

The World Press Photo Foundation sees på som en ledende organisasjon i utviklingen av visuelle journalister. Hvert år hyller de arbeid som er gjort særdeles godt i ulike kategorier. Tidligere har de hatt en egen kategori kalt «multimedia», men i år har de gått over til å kalle det «digital historiefortelling» (The Word Press Photo udatert). Digital historiefortelling er også noe NRK har satset ekstra på siden 2014 (NRK Beta 2014).

I 2012 publiserte The New York Times den omfattende reportasjen «Snow Fall». Denne var kun laget for desktop, men har i senere tider (2013) blitt behandlet til å fungere på mobil (Campell 2013). På sine seks første dager nådde snøskredsreportasjen 2,9 millioner unike lesere. 2,9 millioner unike lesere naturligvis på grunn av reportasjens historie, men ikke minst på grunn av den da unike utformingen. «Snow Fall» utfordret den vanlige nettreportasjen og ble en reportasje der leseren kunne klikke på ulike deler ved reportasjen og selv forme sin egen leseropplevelse. Det ble en milepæl innenfor multimediapresentasjoner og var til stor inspirasjon for videre utvikling. «Snow Fall» blir sett på som en *longform* eller langlesning, men publikasjonens elementer kan også brukes til *shortform* også kalt kortlesning (Dowling

og Vogan 2014). Det er rimelig å si at «Snow Fall» åpnet opp for muligheter mange før ikke hadde tenkt på og derfor ble et slags grunnlag for at multimediapresentasjoner har blitt slik som de kan se ut i dag (Dowling og Vogan 2014).

## 2.2 Begrepsforklaring

### 2.2.1 Fortelling versus multimedia

I denne oppgaven har jeg valgt å hovedsakelig bruke ordet *fortellinger* om publikasjonene som inneholder elementene problemstillingen søker etter. Norsksidene.no definerer *fortellinger* som en kort eller lengre historie om noe som har skjedd. Hensikten kan blant annet være å fortelle, underholde, bevege eller påvirke (norsksidene.no udatert). Det er en svært åpen definisjon.

Søker man opp definisjonen på en multimediapresentasjon, finner man definisjoner liknende David Campell sin:

*«Multimedia kan ikke og burde ikke bli definert som en enkel sjanger. Det involverer en kombinasjon av bilder, lyd, grafikker, og tekst for å lage en fortelling som kan oppstå i mange forskjellige former, fra en interaktivt bildeserie hvor bildene er kombinert med korte tekster, til lydklipp-serier, lineære videoer (både korte og lengre), animerte grafikker, helsiders nettdokumentarer etc.» (Campell 2013)*

Den definisjonen ser ut til å stemme bra med hvilke type saker jeg tar for meg, men *multimediabegrepet* er også svært åpent – det brukes dessuten ofte i sammenheng med video. Man kan også si jeg sikter til sakene som Jo Bech-Karlsen kaller reportasjens *rapporteringsideal*, etter som sakene ikke er rene fortellinger for underholdning. *Rapporteringsidealet* ligger i skjæringspunktet eller i kombinasjon mellom nettopp fortelling, og saklig informasjon (Handgaard m.fl. 2012 s. 261).

Jeg velger som sagt å bruke *fortelling* eventuelt med *multimedia innhold* da jeg vil avgrense sakene til de som vil fortelle, bevege eller påvirke og ikke holde det så åpent som multimedia kan gjøre.

### 2.2.2 Reportasje

Innledningsvis sa jeg at jeg ville holde meg til saker som peker mot reportasjesjangeren. Reportasjer har særpreg, i motsetning til nyhetsartikler, som ofte er like i formen (Bech-Karlsen, 2011, s. 14). Reportasjen skiller seg fra nyhetsartikler på flere måter, men



hovedforskjellen er prinsippet om fallende viktighet som vi møter i nyhetene. Reportasjen er mer subjektiv og mer litterært skrevet (Bech-Karlsen, 2011, s. 13) og dramaturgien kan variere. Reportasjen grenser også mot intervjuet og monologen (Bech-Karlsen, 2011, s. 21). Det er derfor rimelig å si at fortellingene jeg nevner kan peke mot reportasjesjangeren, men likevel vil jeg ikke binde meg til kun reportasjer i denne oppgaven.

### **2.2.3 Visuelt element**

I oppgaven vil jeg snakke mye om elementer, visuelle elementer og grep. Ordet *visuelt element* tok jeg til meg etter jeg hadde snakket med Tom Byermoen. Med *visuelt element* mener jeg alle de forskjellige grepene /verktøyene som blir satt sammen til en nettpresentasjon og som spiller på det *visuelle*. Altså, det inkluderer stillbilder, bildeserier, video, grafikk, illustrasjoner osv. Tekst for eksempel er et element, men i hovedsak skal jeg ikke ta for med tekstelementet i denne oppgaven. *Visuell* er i seg selv et vidt begrep, men i denne oppgaven bruker jeg det som en betegnelse på at det visuelle som stillbilder og illustrasjoner er vektlagt i presentasjonen.

## **3. Metode**

Formålet med denne oppgaven er som tidligere nevnt, å konkretisere mulighetene man har ved nettpublikasjoner – spesielt som fotojournalist. Jeg ønsker at oppgaven kan ha en praktisk nytteverdi for nåværende fotojournalister og ikke minst kommende. Jeg ønsker derfor forsøke å kategorisere og forenkle mulighetene nettelementene gir, slik at det blir enklere å snakke om. I denne oppgaven skal jeg gjøre to undersøkelser hvor den ene skal legge grunnlaget jeg kan anvende i den andre.

### **3.1 To semistrukturerte intervju**

Jeg har valgt å snakke med aktører i mediebransjen ved å holde et semistrukturert kvalitativt intervju. Jeg ser det nødvendig for min oppgave å intervju personer som jobber med dette feltet daglig nettopp fordi stoffet er så nytt og under stadig utvikling. I medievitenskap blir kvalitative intervju vanligvis brukt for blant annet å analysere produksjon og mottaking av medietekster, medieaktørers virksomhet eller strategier (Østbye m.fl. 2007 s. 97). Det er nettopp dette jeg trenger i min oppgave – å forstå hvordan de innad i mediehusene snakker om elementene som brukes i fotojournalistisk fortelling. Jeg trenger å utvikle et begrepsapparat som jeg kan bruke videre i oppgaven. Jeg holdt intervjuene semistrukturerte. På forhånd hadde jeg forberedt spørsmål og tema, men jeg var likevel klar for å stille oppfølgingsspørsmål hvis *informanten*, den som intervjues, kom med et overraskende innspill

(Østbye m.fl. 2007 s. 100). Jeg visste ikke hva de ville svare på alle spørsmålene mine og det var derfor viktig for meg å ha friheten til å kunne følge opp nye impulser. Ved å holde flere intervjuer oppnår jeg en *metodetriangulering* som styrker tillitten til analyseresultatene (Østbye m.fl. 2007 s. 20).

### **3.2 Å finne riktige kilder**

For å finne de ulike personene tok jeg utgangspunkt i hvilke mediehus jeg ville ta kontakt med. Jeg så for meg å snakke med en rikspresse og vurderte både Verdens Gang og Dagbladet da de opererer mye på samme måte. Jeg endte med VG da jeg hadde gode eksempler derifra. NRK blir noe annet enn VG og Dagbladet igjen og har dessuten satset ekstra på digital historiefortelling de siste årene og jeg fant det derfor naturlig å ta med de også.

Når det gjelder hvilke personer innad jeg valgte å snakke med, ville jeg finne noen som hadde innsikt i utviklingen, designet og det journalistiske arbeidet. I VG fant jeg Tom Byermoen som har utmerket seg innen en rekke større og mindre saker. Han er i hovedsak designer, men har journalistisk erfaring samt god kompetanse innenfor utvikling. I NRK ville jeg finne en person som jobbet i redaksjonen for «Digital historiefortelling». Jeg endte da på prosjektlederen, Kim Jansson, som har hatt god innsikt i sakene de har laget i redaksjonen og virker svært interessert å utforske ny teknologi.

Spørsmålene i intervjuet dreiet seg rundt nettopp deres begrepsapparat, hvilke trender de så i fotojournalistisk historiefortelling og hvorfor de tar i bruk de elementene gjør.

### **3.3 Analysen av publikasjonene**

I tillegg til å kartlegge begrepsbruken hos redaksjonene i kapittel 4, vil jeg gjøre min egen *dokumentanalyse* i kapittel 5. I boken «Metodebok for mediefag» beskrives *dokumentbegrepet* som en betegnelse for skrevne eller audiovisuelle beretninger som ikke er generert av forskeren selv, slik som for eksempel publikasjoner og arkivmateriale (Østbye m.fl. 2007 s. 46). Jeg vil bruke funnene fra første del til en kvalitativ innholdsanalyse av tre visuelt drevne publikasjoner. Å analysere betyr å stille spørsmål til noe og forsøke å finne svar (Østbye m.fl. 2007 s. 57). Det er det jeg også ønsker med min analyse av de tre fortellingene. I en analyse bør man velge de begrepene og analyseredskapene som er best egnet til å undersøke det eller de aspektene som man vil undersøke (Østbye m.fl. 2007 s. 58) og det er nettopp det jeg vil konkretisere gjennom funnene fra kapittel 3 og det er den informasjonen jeg vil anvende i analysen. Jeg ønsker å utforske anvendelsen av elementer i de tre fortellingene og diskutere funksjonen deres i den sammenheng.

Jeg har valgt tre innovative fortellinger. De tre sakene er eksempler på «vanskelighetsgrader» innenfor design og virkemidler. Jeg valgte en fortelling fra to av de ledende mediehusene i Norge, NRK og VG, på bakgrunn av hvilke saker jeg selv synes fungerer bra, men også ut ifra hvilke saker som redaksjonene selv mener har vært vellykket. Jeg valgte også en fortelling fra The Washington Post som jeg synes er særlig innovativ og dessuten kom på andreplass innen «innovativ historiefortelling» i The Word Press Photo.

Fortellingene jeg har valgt å analysere er:

NRK: Bygda som sa nei

VG: Avtrykket etter 22. juli

The Washington Post: The Waypoint

#### **4. Funn ved intervju**

Undersøkellesmaterialet i kapittel 2 ga meg mye god informasjon om utviklingen, men jeg er jo interessert i hvordan det har utviklet seg til 2017 og hvordan aktørene i bransjen faktisk bruker dette. Dette leder meg videre til hva Tom Byermoen og Kim Jansson kunne fortelle meg.

##### **4.1 Det mediehusene har oppdaget**

Som tidligere nevnt nådde «Snow Fall» ut til veldig mange, men likevel var det ikke den mest ideelle fortellermåten – for de fleste (Byermoen 2017).

- Vi har etter hvert funnet ut at folk liker best å få servert historien uten å måtte ta for mange valg på egenhånd, forteller Tom Byermoen.
- Før var det «hot» med mer interaktive grafikker hvor du kunne klikke deg mer rundt, men det viser seg at leserne er mer interesserte i å bare *scrolle*. Derfor likner mange av grafikkene mer på de som også kunne vært i en papiravis. Du burde vise leserne alt med en gang. Ting du skjuler blir ikke lest.

Innen video har det etter hvert kommet en mulighet for automatisk avspilling i artikler. Det hjelper lesere som ikke vil trykke på «start» til å kunne se videoen likevel. Videoen spilles av uten lyd de fleste steder. I tillegg viser det seg at svært få seere har på lyd på videoen i utgangspunktet (Jansson 2017).

- Mange lesere hører allerede på podcast eller musikk og er derfor ikke interessert i å sette det på pause for en video de ikke vet er verdt tiden deres, forteller Kim Jansson.

- Vi tekster derfor alle videoene våre, men vi nedprioriterer ikke god lyd på videoen av den grunn.

Ønsker journalister eller fotojournalister i dag et nytt virkemiddel som ikke er laget før, må de samarbeide med en utvikler som kan hjelpe dem – programmene de nye verktøyene skapes i er egnet for utviklere (Byermoen 2017). Likevel, hvis utviklerne skaper et godt verktøy som kan være nyttig for flere journalister ved ulike saker, kan de lage det til et verktøy tilgjengelig så journalistene kan bruke det selv (Jansson 2017). NRK har egne verktøy innad på huset, mens hos VG (i tillegg til egne utviklere i redaksjonen) jobber det felles utviklere med Schibsted AS som lager verktøy og som videre kan spres til deres aviser.

#### **4.2 Hvorfor bruke slike elementer?**

Et spørsmål man også burde stille seg er hvorfor skal man ta i bruk slike elementer i utgangspunktet og i så fall hvilke elementer man skal bruke. I boken «Journalistikk» skriver Handgaard med flere at man skal være bevisst ved bruken av saksinterne lenker da det i stor grad kan forstyrre lesingen og dra oppmerksomheten i en annen retning (Handgaard m.fl. 2013 s. 267). Dette kan man også si om bruken av elementer.

- Det er lett å ville lage fortellinger lik «Snow Fall» med mange kule visuelle elementer og effekter – spesielt fordi det er enklere å lage slikt med teknologien vi har i dag, sier Tom Byermoen.

Både Byermoen og Jansson understreket at viktigste er å ha den gode historien i bunnen. Har man det kan man forsterke historien ved hjelp av visuelle elementer.

- I VG skriver vi gjerne litt kjølige og kompliserte saker og derfor er det lurt å kunne lage slike «spesialer» som enten ved hjelp av stillbilder eller grafikk, kan gi god oversikt over aktørene, hva som skjedde hvor osv., forteller Byermoen.

#### **4.3 De mest sentrale visuelle elementene**

Før jeg møtte Tom Byermoen og Kim Jansson til intervju, hadde jeg på egenhånd laget et forslag til kategorisering og navngivning av de ulike elementene som brukes i norske medier. Jeg leste igjennom en rekke ulike nettsaker og skrev ned alle elementene jeg så. På den måten fikk jeg til en viss grad en kvantitativ oversikt over hvilke elementer som faktisk blir brukt og hvilket uttrykk de gir (Handgaard m.fl. 2013 s.268). Under intervjuene med Tom Byermoen og Kim Jansson forhørte jeg meg om hva slags kategoriseringer de syntes passet og så tilpasset jeg listen min videre etter det.

Mediehusene kaller disse fotojournalistiske fortellingene *spesialer*. *Spesialer* fordi de da gjerne er lenger enn vanlige nyhetssaker og også lagt mer arbeid inn i fotografiene, teksten og oppsettet. En spesial er da det overordnede navnet på selve saken som videre formidler en fortellingen på nett. Kim Jansson forteller også at de i NRK kan kalle det for XL-er hvis teksten kan forsvare at den er på over 3000 ord og også her har gode elementer.

#### 4.3.1 Basiselementer

Videre ble elementene delt inn i to – basiselementer og spesialelementer. Et basiselement er et element som kan stå alene uten hjelp fra et annet element. Tekst, stillbilde, video og lydopptak. Det kan sammenliknes med primærfargene. Video velger jeg å se på som et basiselement da det i disse dager har blitt så tilgjengelig og vanlig blant alle folk – selv om det så klart egentlig er en sammensetning av stillbilder. Store Norske Leksikon definerer primærfargene som et sett av farger som kan legge grunn for en systematisk ordning av fargene (SNL, 2009). På samme måte kan man si: basiselementer er et sett av elementer som kan legge grunn for en systematisk ordning av elementene.

En slik systematisk ordning av fargene i fargelæren har jeg ikke kunnet gjøre, men som problemstillingen sier, har jeg gjort en enklere systematisering av de sentrale elementene innen fotojournalistisk historiefortelling. Jeg har da tatt høyde for elementer som bygger på stillbilder og video, altså det visuelle, og utelatt lyd og tekst.

**Stillbilde:** stillbilder i seg selv er lette å kjenne igjen, men de gir ulikt uttrykk om de står enkelt, i par, i en gruppe eller som en bildeserie hvor man ser ett og ett bilde av gangen som hører sammen i større eller mindre grad. Viser man mer enn ett stillbilde samtidig burde man være oppmerksom på hvor godt bildene passer sammen eller ikke. Kanskje det ene stillbildet tar fokuset fra det andre eller så har de en fargeharmoni som gjør at de passer sammen. I en bildeserie kan man dessuten legge til videoer og andre elementer. Størrelsen på bildet har også et eget uttrykk. Hvilke bilder man velger å blåse opp og hvilke bilder man beholder små påvirker hvordan man oppfatter saken.

**Video:** videoer kan opptre på ulike måter og deles ofte opp i tre:

**Non-narrativ:** en non-narrativ video er uten klar utvikling og virker mest som et estetisk element (Dowling og Vogan 2014).

**Videoreportasje:** videoreportasjer kan være svært korte journalistiske fortellinger, eller vare opptil 15 minutter.

**Videodokumentar:** videodokumentar er gjerne en lengre dokumentar på over 15 minutter (Årets bilde 2017).

### 4.3.2 Spesialelementer

#### 4.3.2.1 Bygger på stillbilder

**Interaktive bilder:** interaktive bilder er bilder som forandres ved at leser klikker på bildet eller drar pekeren over bildet. Det vanligste er før/etterbilder over steder, men også personer før og etter som VG gjorde i «Dronekringen». Maskerte bilder kan være svært virkningsfullt og forandrer seg på samme måte som før/etter-bilder. Det er ikke like mye brukt, men kan være veldig virkningsfullt for å få leseren til å se på et spesielt element i bildet for seg selv, for så å sette det inn i en kontekst. Den danske avisen, Politiken, brukte dette elementet i en velegnet sak om barn på flukt. Du ville først se barnet med helt sort bakgrunn, for så å se barnet i kontekst med den virkelige bakgrunnen.

«Dronekrigen»: (<http://www.vg.no/spesial/2015/dronekrigen/>).

«Tænd for deres virkelighed»: (<http://politiken.dk/newsinenglish/art5849931/Click-the-black-background-and-switch-on-their-reality>).

**Cinemagrafi:** cinemagrafi vil vi se igjen i det ene eksempelet i analysen. Det er en blanding av stillbilde og video. En kort video går i loop, det vil si om igjen og om igjen, men mesteparten av bildet er maskert ut til å stå i ro. I utgangspunktet skal det helst være en sømløs overgang mellom start og slutt på videoen slik at seer helst ikke legger merke til at videoen går i loop. Cinemagrafier fungerer hovedsakelig som stillbilder, men da med noe bevegelse.

**Kart og noen grafikker og illustrasjoner:** det finnes både statiske og interaktive kart. Kart, grafikk og illustrasjoner kunne vært en egen kategori, men kan også passe inn under stillbilder. Et statisk kart står naturligvis stille og er gjerne i kombinasjon med forklarende faktabokser. Et interaktivt kart derimot kan man gjerne klikke, flytte og dra på selv, eller så flytter det på seg ved en animasjon når man blar på siden etc. og piler og linjer vil kunne flytte seg rundt på skjermen ettersom man klikker. «En guide til kaoset» inneholder et statisk kart med *internlinker*. Dessuten inneholder også saken en rekke andre grafikker og illustrasjoner, men de bygger mest videre på tekstelementet og ikke på stillbilde.

«En guide til kaoset»: <http://www.vg.no/spesial/2016/midtoften/>

Et annet aspekt som er verdt er nevne, er at i en del tilfeller burde man faktisk bruke illustrasjoner i form av tegninger eller liknende istedenfor vanlige fotografier. I en del tekstdrevne fortellinger vil det kunne se ut som en useriøs parodi om man tviholder på fotografiet og man vil kunne uttrykke og bevege mer ved å heller ta i bruk illustrasjoner (Jansson 2017).

#### 4.3.2.2 Bygger på video

**Direktesending:** direktesending er video som sendes direkte ut på en nettside. Det gir en egen følelse av å være der og egner seg gjerne best i nyhetssjangeren. Å se en tidligere direktesending fungerer sjeldent i sin helhet da en del av spenningen forsvinner og sendingen gjerne må klippes til og strammes opp. En direktesending kan også bestå av en bildeserie som direkte oppdateres med stillbilder, men det vanligste er i form av video.

**GIF:** en GIF er i skjæringspunktet mellom stillbilde og video. På grunn av filstørrelsen er en GIF oftest en kort videofil som går i loop. Her er det ikke nødvendigvis like viktig med den sømløse overgangen som finnes hos cinemagrafiene.

**360-graders video:** en 360-graders video kan også være et 360-graders stillbilde. Poenget er at leser selv kan dra videoen rundt 360 grader som hen ønsker. Dette elementet eksperimenteres det mye med innenfor mediehusene. Selv om det er ganske nytt og spennende for en del lesere, er det likevel utfordrende å forsvare at man bruker en 360-graders video og ikke bare en «vanlig» video hvor fotografen selv velger utsnitt. Foreløpig fungerer 360-graders videoer bra når seeren kan se seg rundt på et sted hen mest sannsynligvis ikke får vært på selv. Dette vil vi se igjen i analysen i del 5.

**Virtuell realitet:** virtuell realitet (VR) er en 360-graders video som er laget for at seeren kan se verden gjennom en annens virkelighet/se en virkelighet som ikke er hens egen. Spesielt egnet med egne VR-briller.

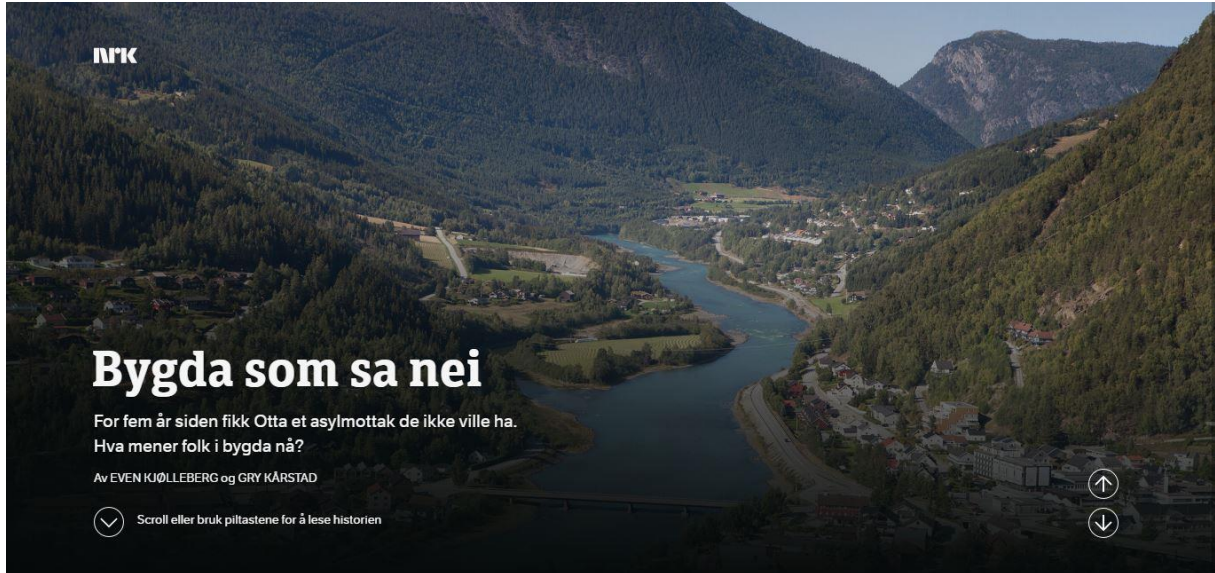
**Mikset realitet:** mikset realitet bygger på det samme som virtuell realitet. Istedenfor å erstatte hele bildet, tas det utgangspunkt i de faktiske omgivelsene rundt seeren, men legger til egne elementer i den virkelighetstroe verden

### 5. Analyse av tre fortellinger

Når jeg nå går inn på tre visuelle fortellinger, vil jeg ikke se på innholdet i selve saken, dramaturgien og formidlingsevnen til de ulike, men de vil bli sett på som eksempler på

hvordan man kan gjøre et oppsett med ulike elementer. Jeg har heller ikke tatt hensyn til konkrete lesertall og lesetid.

## 5.1 Bygda som sa nei



Figur 1 Skjerm bilde hentet fra <https://www.nrk.no/bygda-som-sa-nei-1.12703629>

<https://www.nrk.no/bygda-som-sa-nei-1.12703629>

### 5.1.1 Kort om fortellingen

«Bygda som sa nei» er laget av redaksjonen «Digital historiefortelling» i NRK skrevet av Even Kjølleberg og fotografert av Gry Kårstad.

I 2010 ble det åpnet et asylmottak i Otta i Sel kommune. Mange innbyggere var skeptiske til tiltaket, men asylmottaket ble driftig likevel. Fem år senere er mottaket fortsatt i drift, men hva tenker innbyggerne om det nå? Historien fortelles gjennom flere ulike innbyggere i kommunen som har hatt mer eller mindre med mottaket og deres beboere å gjøre, blant annet vanlige innbyggere, ordfører, lensmann og ansatte ved mottaket. Noen av innbyggerne har et nært portrett og et helfigursportrett – noen har i tillegg en video. Helt tilslutt i saken er en leseraktivitet hvor man selv kan gi sin mening om å få et asylmottak i nærområdet man selv bor.

### 5.1.2 Elementer

**Stillbilde:** det er et heldekkende stillbilde for hvert «kort». Bildene viser hvordan stedet ser ut og portretter av menneskene som har blitt intervjuet. I denne fortellingen står teksten til bildene og bildene har lite handling i seg selv. Du må lese teksten eller se videoen for å få



informasjon om hva saken handler om. På et av kortene er det et bilde av flere avisartikler som har skrevet om saken tidligere. På kortet etter ser man en gruppe med portretter man forstår er innbyggere i Otta og kortene videre er egne portretter av de samme innbyggerne.

**Video:** korte videoer hvor man blir bedre kjent med en innbygger og dens forhold til mottaket. Automatisk avpilling på desktop – ikke på mobil. Videoene er teksten i tillegg til lyd. Videoene er filmet i høydeforformat.

**Tekst:** det er brukt korte tekster som ligger oppå hvert bilde. Teksten formidler det meste av vesentlig informasjon selv om den er svært kort.

**Statisk kart:** kart over området mellom Otta-sentrum og asylmottaket. Kartet er forenklet og tegnet grafisk. Det gir en god indikasjon på avstanden fra bygda til asylmottaket.

**Quiz/leseraktivitet:** Hvordan står du til at det skal åpne et nytt asylmottak i din bygd? Positiv, nøytral, negativ. Klikk på den som passer deg best og du får opp en statistikk på hva andre har svart før deg. Quiz/leseraktivitet er ikke et veldig vanlig element, men det kan brukes i saker hvor leseren selv vil interagere mer.

### 5.1.3 Virkning

«Bygda som sa nei» er et eksempel på en sak NRK la mye arbeid i før de startet, men som resulterte i at utviklerne satt i gang med å lage et enklere verktøy som journalistene senere kan ta i bruk på egenhånd, som nevnt i 4.1. Designet bak saken er laget med tanke på mobil først, men samtidig velfungerende for desktop. Kim Jansson, prosjektleder for «Digital historiefortelling» i NRK kaller malen *Visuell kortstokk*. *Visuell* fordi den egner seg godt til heldekkende bilder og illustrasjoner og *kortstokk* fordi fingerbevegelsen man gjør for å bla på mobilen likner slik man ville gjort med en kortstokk – samtidig som også mobilformatet likner et kort. Det er få funksjoner som skiller mobilversjonen og desktopversjonen, derfor vil jeg i de fleste tilfeller heller ikke skille de.

Artikkelen består som nevnt av tre korte videoer, store bilder og korte, men informative tekstbiter og sitater. Med unntak av det ene statiske kartet og quizen tilslutt, består artikkelen av basiselementene. Videoene er som nevnt filmet i høydeforformat og stillbildene er tatt i bredde for desktop, men tilpasset å også være et godt høydebilde. Det at videoene er i høydeforformat er et tydelig tegn på at NRK har studert hvilke trender som er ute. For mange er det så snu mobilen vertikalt nok til at man ikke bruker tid på å se videoen. I tillegg vil det

kunne føles enda mer ekte når det er filmet horisontalt ettersom det er det folk flest gjør når de filmer selv på privaten.

- Vi lot oss inspirere av det sosiale mediet, Snapchat, da vi utformet saken, forteller prosjektleder Kim Jansson.
- Snapchat brukes også til historiefortelling. Der er det korte tekster, bildedrevne fortellinger og det meste foregår vertikalt, fortsetter han.

«Bygda som sa nei» skiller seg ut blant andre fortellinger med sitt enkle og visuelle design, og vertikale videoer. NRK har i tillegg en del restriksjoner rundt utformingen, da det er visse retningslinjer tilpasset for eksempel svaksynte (Jansson). Mange andre på NRK-huset har brukt samme mal i etterkant, men Kim Jansson forteller at de prøver likevel å være restriktive på hvem som får bruke den.

- Den må ha gode bilder så den kan ta seg ut med visuelt fokus og den må ha en god historie, understreker han.

## 5.2 «Avtrykket etter 22. juli»



Figur 2 Skjerm bilde hentet fra <https://www.vg.no/spesial/2016/22juli-portrett/>

<https://www.vg.no/spesial/2016/22juli-portrett/>

«Avtrykket etter 22. juli» er skrevet av Camilla Huse, fotografert av Kyrre Lien og utviklet av Jari Bakken for VG.

### 5.2.1 Kort om fortellingen

Etter terrorhandlingene i 2011 sitter mange igjen med spor i ulik grad. I «Avtrykket etter 22. juli» møter man personer som selv opplevde å være på Utøya og ved Regjeringskvartalet og de som opplevde å miste noen derifra. De blir spurt om hvordan de hadde det for fem år siden, hvordan de har det nå og hvordan de tror det vil være om fem år. Underveis i saken er det også korte videoer som viser Regjeringskvartalet og ulike steder fra Utøya fem år etter 2011.

### 5.2.2 Elementer

**Stillbilde** – Nederst i saken er det brukt rene stillbilder presentert i en bildeserie om man vil se flere enn det som er presentert. Stillbildene som er brukt her kan stå alene og forstås uten å lese bildetekst. Bildene skiller seg også ut fra cinemagrafi-portrettene.

**360-graders video** – En kort video som går i loop. Videoen står stille hvis man ikke gjøre noe, men klikker man på den vil man kunne manøvrere seg via musepekeren på desktop eller ved å vende telefonen på mobilen. Man vil kunne dra bildet rundt i 360 grader.

**Cinemagrafi** – Fungerer som portrettbilde av personene, men med små bevegelser i loop. Cinemagrafi er også brukt i toppbildet da vannet, båten og skyene driver et stykke bortover.

**Tekst** – det er brukt korte tekster i form av sitater.

### 5.2.3 Virkning

«Avtrykket etter 22. juli» er et eksempel på en sak hvor VG har valgt å eksperimentere med spsialelementer. Det er en sak av det de kaller for spsialer hvor utseende er i hovedsak likt de vanlige nyhetssakene (elementene presenteres horisontalt i en tråd), men det er lagt mer arbeid i både innhold og utforming. «Avtrykket etter 22. juli» er den sak med mange små og sterke portretter fremstilt gjennom et cinemagrafi-portrett, et lengre sitat og en liten faktaboks. Innimellom portrettene er det lagt inn 360-graders videoer fra Regjeringskvartalet og ulike steder fra Utøya fem år etter 2011. Helt tilslutt i saken er en bildeserie hvor noen bilder vises, men det er også rom for å klikke så man kan se flere.

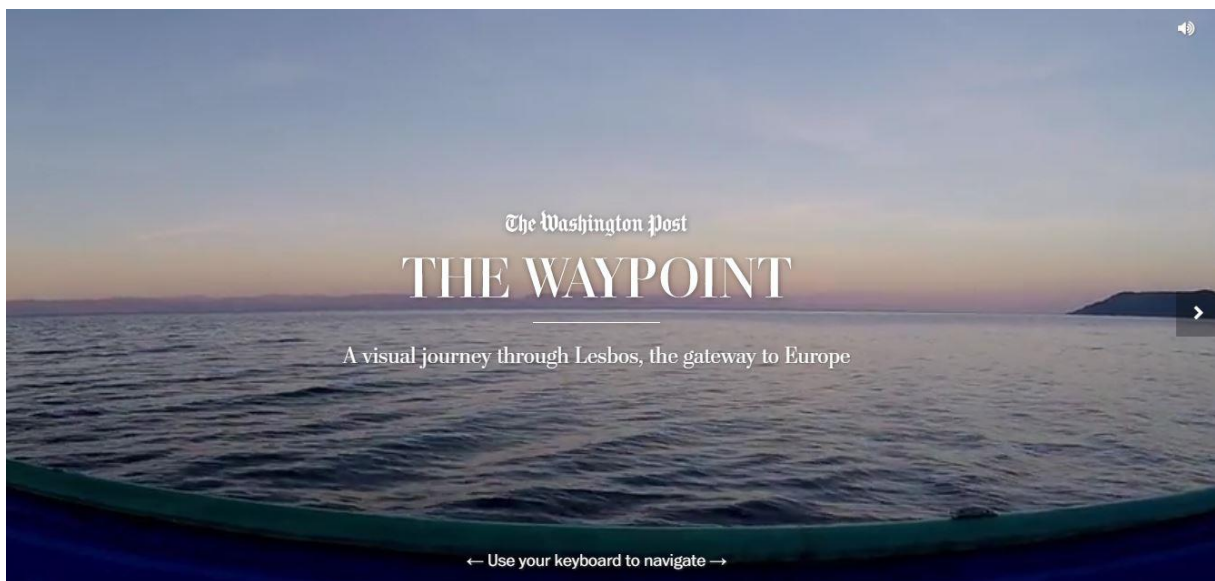
Cinemagrafiene har rolig bevegelse og kan understreke den følelsesladde alvorligheten som ligger i fortellingen. Bevegelsen som er brukt skaper liv og følelser i bildene – det gir inntrykk av virkelige personer. Har man kompetansen og muligheter til å lage cinemagrafier, kan det fort bli et element som er fristende å bruke fordi det nettopp skaper liv og spenning til saken. Men det er også et element som kan bli overflødig og virke useriøst hvis man tar det i bruk for mye.

- Det skal helst ikke se ut som en PowerPoint-presentasjon hvor du har brukt alle de morsomste overgangene, sier Kim Jansson om bruk av overflødige elementer (2017).

Videoen har her en funksjon i at den kan vise hvordan det er på et sted de færreste av oss har vært, en funksjon både Byermoen og Jansson nevnte tidligere kunne være en godløsning (2017). Det kunne like godt ha vært et 360-graders stillbilde, men med video her skapes det mer liv og virkelighet. Det er ingen spesiell handling som utspiller seg i videoen, som nevnt, kun for å vise frem hvordan det ser ut – en non-narrativ video. Eksperimentering med 360-graders videoer er noe de holder på med i mediehusene. De prøver stadig å finne ut noe måter å bruke 360-graders videoer på og hva det blir vellykket å bruke en slik video til (Byermoen 2017).

- Plutselig går 360-graders videoer av trendene og vi må utforske noe nytt, men det er spennende å se på utviklingen og å henge med på det som skjer, sier Kim Jansson (2017).

### 5.3 «The Waypoint»



Figur 3 Skjerm bilde hentet fra <https://www.washingtonpost.com/graphics/world/lesbos/>

<https://www.washingtonpost.com/graphics/world/lesbos/>

«The Waypoint» er en innovativ video fra en mange flyktningers flukt gjennom Lesbos i Hellas i 2016. Det er et samarbeid mellom mange journalister og fotografer fra The Washington Post samt videoklipp og stillbilder tatt av flyktingene selv.

### 5.3.1 Kort om fortellingen

Videoen starter ute på havet hos flyktingene i gummibåt, man kan bli fortalt om flykningens avreise om man vil, eller man kan følge fortellingen på vei over havet og videre til ankomsten i Lesbos. Ved ilandstigningen blir man kjent med noen av flyktingene og noen av hjelpearbeiderne. Videre følger vi vandringen fra stranden til registreringscenter og ankomstmottak før de blir sendt med ferge over til det europeiske fastlandet.

### 5.3.2 Elementer

**Video:** det er brukt heldekkende video i ulik grad. Noen av videoene er rene intervjuer med hjelpearbeidere eller annen autoritet. Andre videoer er kun ment for å være stemningsskapende og en del er for å vise hvordan det er på de ulike stedene. De fleste av videointervjuene som er på engelsk er ikke tekstet, men der hvor de snakker et annet språk er de det. I de fleste klippene ligger tekst oppå en video uten tale.

**Stillbilde:** Stillbilder er brukt i blant i saken. Blant annet over gjenglemte gjenstander og mot slutten av videoen er det brukt stillbilder i sorthvit som flyktingene selv har tatt – det samme i videoen de filmet.

**Tekst:** Korte tekster ligger oppå bildet og man vil få grei oversikt over innholdet. Hvis man vil få med seg enda mer av historien blir man nødt til å se/høre videointervjuene.

**Illustrasjoner:** illustrasjoner i form av tegninger. Noen flyktinger ble spurt om å illustrere ulike deler ved flukten deres. Mot slutten av den interaktive videoen er det lagt inn illustrasjoner under et av «dybdespørsmålene» hvor flyktinger skulle illustrere ved tegning ulike deler ved flukten deres.

### 5.3.3 Virkning

Videoen kalles innovativ fordi leseren selv klikker seg videre og bestemmer tempoet – det har ikke blitt gjort i stor grad tidligere. Samtidig får leseren underveis spørsmål om å vite mer om en spesifikk del eller fortsette videre – jeg velger å kalle det *dybdespørsmål*. Trykker leseren «ja» vil det komme dybdeinformasjon som etter hvert ledes inn på hovedfortellingen igjen. Trykker leseren «nei» fortsetter historien videre. Det kreves lite av leseren for å ta stilling til spørsmålet. Hvis leseren ikke svarer noe innen videoen er ferdig, vil den gå videre til neste video som normalt. Det er et enkelt og godt grep for å nå ut til de som vil lese mye og til de som ikke vil lese så mye.

For å gi en følelse av ekte tilstedeværelse og gi et autentisk innsideblikk fra flyktingenes liv, fikk to unge menn låne et kamera av journalistene. Da kunne de dokumentere det gikk igjennom slik de ville og slik de så på verden. Stillbildene og videoene ble konvertert til sorthvitt – muligens mest for å skape et tydelig skille på hva journalistene hadde fotografert og hva privatpersonene hadde fotografert. Tegningene gir på samme måten som den egenfilmde videoen en sterk tilstedeværelse som appellerer til patos, følelsene, hos mennesker. Tegningene ligner på noe du eller barnet ditt kunne tegnet. Illustrasjonene hjelper også til å kunne forenkle situasjonen uten å beskrive med altfor mange ord.

Innledningsvis avgrenset jeg oppgaven fra å ta for meg overgangene, likevel føles det rett å nevne i dette tilfellet. Ettersom videoene og stillbildene er heldekkende i denne fortellingene, vil man ikke rulle nedover fra element til element som i de fleste nettpresentasjoner. I denne fortellingen skal man bla med piltastene eller museklikk. Når bildene veksler, går de raskt i sort før de kommer tilsynet igjen fra midten av bildet. Det gir et tydelig tegn på at man har byttet side og lettere kan bytte sted i fortellingen fra klikk til klikk. Det gir også et uttrykk av at man blir i noe som alt har skjedd og det distanserer seeren fra på sett og vis fra innholdet når den stadig minnes på at det er behandlet video. Ellers klippes det innad i videoene uten noen spesiell overgang.

«The Waypoint» fikk, som nevnt i 3.3, andreplass i den anerkjente kåringen til Word Press Photo for innovativ historiefortelling og skaperne har virkelig utfordret den «vanlige» reportasjen og ikke minst videoen. Nå burde det riktig nok nevnes at «The Waypoint» har vært et resurssterkt prosjekt og at det naturligvis er vanskelig for mindre mediehus med mindre ressurser å kunne lage noe liknende på raskere tid. «The Waypoint» vil ikke kunne kvalifiseres som den vanlige helgereportasjen, men den har tøyd grenser ved video og reportasje som få før hadde tenkt på. Men det kan være utviklere for norske mediehus også får med seg dette og kan lage en enda mer innovativ mal som lett kan tas i bruk av flere fotografer og journalister.

## **6. Oppsummering og konklusjon**

I denne siste delen av oppgaven vil jeg samle alle trådene og svare på min problemstilling, slik at vi kan sitte igjen med en kortfattet oppsummering av det hele. Problemstillingen jeg innledet med er: «hvilke elementer er de sentrale i fotojournalistisk historiefortelling på nett?»

Stillbildet har en naturlig stor rolle i fotojournalistisk historiefortelling. I denne oppgaven har jeg sett på hvilke andre elementer man kan, og til tider burde, benytte seg av. Jeg har snakket

med to relevante aktører som jobber med historiefortelling til daglig, samtidig som jeg har analysert hvordan tre fortellinger med ulik grad av multimedieinnhold er satt sammen og hva slags virkning de har.

Jeg har fått en forståelse for hvordan nettpresentasjoner har gått fra nettavisenes start, til «Snow Fall» til dit den er i dag. Jeg har også fått en dypere forståelse for hvordan bransjeaktører behandler og tenker om fotojournalistisk historiefortelling på nett. Lesere vil i hovedsak være passive lesere uten for mye valgfrihet rundt å fortelle historien. Automatisk avspilling på videoer har gjort det enklere for lesere å ville se videoene. Nesten alle videoer tekstes, da svært få lesere tar seg bryet med å høre på lyden. Å ta i bruk spesialelementer kan være med på å understreke sakens historie og å holde leserne interessert.

- Vi får ofte gode tilbakemeldinger fra lesere hvis man bare legger inn litt ekstra innsats og litt mer visuelt i nettsakene enn bare bilder, tekst og video, forteller Tom Byermoen i VG.

Jeg har også gjort en kategorisering og en konkretisering av de mest sentrale elementene i visuell historiefortelling. Som skrevet i kapittel 4.3, har jeg med grunnlag fra undersøkelsen forklart i kapittel 3, laget et begrepsapparat som kan gjøre det enklere for fotojournalister, journalister, designere og utviklere å snakke sammen – også på tvers av redaksjoner. Jeg vil dele sentrale elementene inn i to kategorier: basiselementer og spesialelementer. Videre vil jeg dele de inn i to nye kategorier: bygger på stillbilde og bygger på video. De sentrale elementene som bygger på stillbilder: *interaktive bilder, cinemagrafi, kart og illustrasjoner*. De sentrale elementene som bygger på video: *direktesending, gif, 360-graders video, virtuell realitet, mikset realitet*.

Hvilke elementer man vil ta i bruk vil komme an på sakens historie og tilgjengelige ressurser innen verktøy og utvikling. Fortellingen «The Waypoint» er et eksempel på en presentasjon som krever mye forberedelse og ressurser for å bli som den er. «Bygda som sa nei» var det en del arbeid med i utvikling av malen, men ettersom det ble så vellykket, har utviklerne i NRK laget et enklere verktøy slik at liknende presentasjoner kan lages av journalistene selv – uten for mye hjelp fra utviklerne. «Avtrykket etter 22. juli» er et eksempel på en sak i middels vanskelighetsgrad. Her har de eksperimentert med nye elementer som cinemagrafier og 360-graders video. Begge de to er elementer det blir enklere å lage når teknologien og programvaren oppdateres fra markedets side. Det finnes en egen programvare for å lage cinemagrafier og det finnes egne kameraer for 360-graders videoer (Byermoen 2017). Når det

blir enda mer tilgjengelig på markedet vil det kunne tas i bruk av flere, da har kanskje mediehusene beveget seg over til å eksperimentere med nye elementer, eller så er det en trend som vil sitte lenge.

I denne oppgaven har jeg identifisert en del visuelle elementer. Jeg har diskutert hvorvidt de egner seg til ulikt bruk og trukket frem noen begreper og satt dem i en kontekst sammen med elementer i publiserte fortellinger. Tom Byermoen understreker som Jansson, man er avhengig av å ha en god historie i bunn for at man kan begynne å pynte og forsterke med spesialelementer (2017).

Ut ifra min forskning, ville det vært interessant å sett på videre utvikling av nye elementer og hvordan de tas i bruk. Det blir spesielt spennende å følge med på hvordan mediebransjen fortsetter å jobbe med de nyeste elementene som 360-graders videoer og virtuelle realitet-videoer.

Prosjektlederen for «Digital historiefortelling» i NRK, Kim Jansson, sier han tror utviklingen vil gå mot en journalistikk vektlagt av fotojournalistiske elementer. Han sier videre at han tror kvaliteten vil bli hevet og ser seg svært fornøyd hvis de i redaksjonen klarer å lage noe liknende «The Waypoint» av The Washington Post innen sommeren 2017 er over.

Helt til slutt håper jeg, ved å besvare min problemstilling, denne oppgaven vil være til hjelp for kommende og nåværende fotojournalister.



## Litteraturliste

Bech-Karlsen, J. (2011). *Reportasjen*. Oslo: Universitetsforlaget.

Brynjulf Handgaard, A. H. (2013). *Journalistikk*. Oslo: Gyldendal.

Cairo, A. (2013). *The functional art*. Berkeley, CA: New Riders.

Campbell, David (2014). *Visual Storytelling in the Age of Post-Industrialist Journalism*. Under the Auspices of the World Press Photo Academy

Dowling, David og Vogan, Travis (2014). *Can We «Snowfall» This?* Digital Journalism

Folk.uio.no (udatert): *Internett i Norge, statistikk* URL:

<http://folk.uio.no/h1730g17/nyprosjekt/statistikk.html> (lesedato: 08.03.2017)

Fredriksen, K. (2009). *Alene med et kamera*. Århus: Ajour.

Helge Østbye, K. H. (2007). *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.

Kobré, K. (2013). *Photojournalism, the professionals' approach*. Oxon: Focal Press.

Medier24.no (05.03.2015): *Første avis på nett*. URL:

<https://www.medier24.no/artikler/verken-dagbladet-vg-eller-nettavisen-var-forst-6-mars-1995-ble-bronnoysunds-avis-den-forste-pa-nett/359973> (lesedato: 08.03.2017)

Melchior, Anders (2016): *Fremdrift i multimediefortellinger uten klar handlingsutvikling*.

Fordypningsoppgave i fotojournalistisk – Høyskolen i Oslo og Akershus, Oslo

NDLA.no (udatert, 2011): *Fra løpeseddel til nettvavis*. URL:

<http://ndla.no/nb/node/82154?fag=5222> (lesedato: 08.03.2017)

Norsksidene (udatert): *fortelling 2015*. URL:

<http://www.norsksidene.no/web/PageND.aspx?id=99706> (lesedato: 10.02.2017)

NRK (udatert 2015): *Bygda som sa nei*. URL:

<https://www.nrk.no/bygda-som-sa-nei-1.12703629/> (lesedato: 20.02.2017)

NRK Beta (23.06.2014): *Utvider satsing på digital historiefortelling*. URL:

<https://nrkbeta.no/2014/06/23/nrk-utvider-sin-satsing-pa-digital-historiefortelling/> (lesedato: 28.02.2017)

Politiken (28.02.2017): *16 børn – 16 billeder*. URL:

<http://politiken.dk/newsinenglish/art5849931/Click-the-black-background-and-switch-on-their-reality> (lesedato: 28.02.2017)

Statistisk Sentralbyrå (14.04.2016): *Norsk mediebarometer 2015*. URL:

<https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/statistikker/medie/aar/2016-04-14> (lesedato: 08.03.2017)

Store norske leksikon (14.02.2009): *Primærfargene*. URL:

<https://snl.no/prim%C3%A6rfarger> (lesedato: 02.03.2017)

The Washington Post (udatert 2016): *The Waypoint*. URL:

<https://www.washingtonpost.com/graphics/world/lesbos/> (lesedato: 08.03.2017)

The World Press Photo (udatert): *Mission*. URL:

<https://www.worldpressphoto.org/about/mission> (lesedato: 06.03.2017)

VG (21.07.2016): *Avtrykket etter 22. juli*. URL:

<https://www.vg.no/spesial/2016/22juli-portrett/> (lesedato: 13.02.2017)

VG (21.02.2016): *Dronekrigen*. URL:

<http://www.vg.no/spesial/2015/dronekrigen/> (lesedato: 19.02.2017)

VG (03.02.2016): *En guide til kaoset*. URL:

<http://www.vg.no/spesial/2016/midstosten/> (lesedato: 19.02.2017)

Årets bilde (udatert 2017): *Innsending*. URL:

<http://xn--retsbilde-42a.no/innsending/> (lesedato: 27.02.2017)

## **Muntlige kilder**

Byermoen, Tom (20.02.2017) Personlig intervju

Jansson, Kim (23.02.2017) Personlig intervju