

Ida Anette Mehren

## Digital dybdejournalistikk - Utfordringer og muligheter i mobilens grensesnitt

En oppgave om utfordringene unge voksne opplever i møte med digital dybdejournalistikk på mobil, og mulighetene de ser i dens visuelle elementer, i samarbeid med NRK Tyholt.

Bacheloroppgave i Medievitenskap

Veileder: Guri Hanem

Mai 2020



Ida Anette Mehren

## **Digital dybdejournalistikk - Utfordringer og muligheter i mobilens grensesnitt**

En oppgave om utfordringene unge voksne opplever i møte med digital dybdejournalistikk på mobil, og mulighetene de ser i dens visuelle elementer, i samarbeid med NRK Tyholt.



Bacheloroppgave i Medievitenskap  
Veileder: Guri Hanem  
Mai 2020

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Det humanistiske fakultet  
Institutt for kunst- og medievitenskap



Kunnskap for en bedre verden



## Innholdsfortegnelse

<b>1. SAMMENDRAG .....</b>	<b>2</b>
<b>2. AKTUALISERING OG PROBLEMSTILLING.....</b>	<b>3</b>
<b>3. TEORI.....</b>	<b>4</b>
3.1 AFFORDANSER .....	4
3.2 KONVERGENS.....	5
3.3 SPREADABLE MEDIA OG STICKINESS.....	5
<b>4. METODE.....</b>	<b>6</b>
4.1 KVALITATIV METODE .....	6
4.2 INTERVJUER OG UTVALG.....	7
4.3 COVID-19 .....	8
4.4 DISKUSJONSMATERIALE TIL INFORMANTENE .....	8
4.5 PÅLITELIGHET, GYLDIGHET OG GENERALISERBARHET .....	10
4.6 UTFORMING OG GJENNOMFØRING .....	10
<b>5. ANALYSEMATERIALE OG DRØFTING .....</b>	<b>11</b>
5.1 UTFORDRENDE MÅLGRUPPE PÅ UTFORDRENDE PLATTFORM .....	11
5.2 MULTIMEDIALITET PÅ GODT OG VONDT .....	14
5.3 KONVERGENSJOURNALISTIKK .....	16
5.4 DESIGN ER IKKE ALT.....	18
<b>6. KONKLUSJON .....</b>	<b>19</b>
<b>LITTERATURLISTE.....</b>	<b>21</b>
<b>VEDLEGG 1 .....</b>	<b>23</b>

## 1. Sammendrag

Denne oppgaven undersøker hvilke utfordringer aldersgruppen ”unge voksne”, 19-29, opplever ved lesing av NRK’s dybdejournalistikk på mobil. Gjennom fokuserte intervjuer har jeg funnet ut at informantene opplever utfordringer ved dybdejournalistikk på mobil både gjennom mulighetsbetingelsene som ligger latent i mobilens teknologi, men også de sosiale mulighetsbetingelsene som påvirker de kommunikative praksisene. Forskningsresultatene viser at ”unge voksne” anser visuelle elementer helt nødvendig for å skape motivasjon for lesingen og i stor grad bidrar til å dempe flere av utfordringene de opplever, men at visuelle elementer også kan fungere demotiverende dersom de oppleves unødvendige. Oppgaven gir NRK Tyholt mulighet til å få innblikk i hvordan de best kan bruke visuelle elementer til sin fordel, for å kunne skape økt engasjement blant en utfordrende målgruppe. Oppgaven viser også at dybdejournalistikk på mobil påvirkes sterkt av hvordan artiklene når frem til hver enkelt leser, og derfor må anse potensielle avsendere og delinger av artikler vel så viktig som det faktiske innholdet.

## 2. Aktualisering og problemstilling

De siste årene kan man særlig se til mobilen som en sentral plattform hvor nye brukere og bruksmønstre etableres (Nelson og Lei, 2017). Denne overgangen har skapt forestillinger om at mobilens mulighetsbetingelser vil gjøre nyhetskonsumet kortere og mer fordelt, hvor dette følgelig har skapt frykt rundt innbyggernes evne til å kunne holde seg orientert i samfunnet og verden de lever i (Nelson og Lei, 2017). I et møte med Merete Verstad, kompetansesjef ved NRK Tyholt, 06.03.2020, bekrefter hun at den teknologiske utviklingen har vært med å styre NRK, og hvordan smarttelefonen har kommet til å bli revolusjonerende i måten man tenker, utfører og distribuerer journalistikk på. NRK er et mediehus hvor ett av deres tre satsningsområder er å styrke og utvikle demokratiet, ved å drive kritisk og viktig dybdejournalistikk på oppdrag for folket (Verstad, 2020). Derfor anses deres satsning på mobil som særlig viktig, da det ikke hjelper med godt innhold dersom det ikke er tilgjengelig for publikum. Mobilens grensesnitt har skapt økt fokus på visuelle elementer hvor ønsket er at disse skal kunne bidra til å formidle kompliserte nyheter på en enkel måte, samt fange og holde oppmerksomheten til leserne på denne plattformen (Verstad, 2020). På bakgrunn av dette vil problemstillingen i oppgaven min være:

*” Hvilke utfordringer opplever unge voksne med dybdejournalistikk på mobil, og kan visuelle elementer bidra til å dempe disse?”*

Oppgaven er del av et praktisk samarbeid med NRK Tyholt, og vil derfor fokusere på nettopp deres journalistikkpraksiser og utfordringer knyttet til dybdejournalistikk på mobil. ”Unge voksne” blir av Verstad (2020) kategorisert som aldersgruppen 19-29 og på NRK Tyholt blir de omtalte som ”scrollerne”, og en spesielt utfordrende målgruppe for nettopp dybdejournalistikken. NRK Tyholt har nylig etablert en digital dybdesesk hvor journalister er satt sammen fra ulike bakgrunner for å jobbe spesielt med produksjon av dybdeartikler (Verstad, 2020). Sjef for den digitale dybdesesken, Sigur Steinum la frem informasjon om ulike artikkelformater fra NRK’s Blåbok i en mail til meg, 24.04.2020, hvor det sto at tekst- og innholds-formatene i NRK ble vedtatt i et redaktørmøte i 2013 og innført fra 1.Januar 2015. Dybdesakene jeg forholder meg til i denne oppgaven vil gå under XL formatet som kategoriserer artikler på minimum 1000 ord, som setter dagsorden på tvers av sjangerområdene nyheter, vitenskap og livssyn, men kan også være bakgrunns-saker som forklarer, eller leter etter hele historien bak en hendelse. Steinum (2020) forklarer videre at dybdejournalistikken

må presenteres på en visuell og dramaturgisk riktig måte for at folk skal orke å lese langt (Steinum, 2020). Oppgaven søker derfor å finne svar på hvordan unge voksne, oppfatter de visuelle elementene i møte med dybdejournalistikk på mobil, hvor mobilen det er snakk om her referere til smarttelefoner med trådløs nettilkobling og mobil-spesifikke operativsystemer, i stand til å kjøre apper.

Oppgaven vil først presentere begrepet affordanser som viser hvordan ulike teknologier har ulike mulighetsbetingelser. Videre vil konvergens vise hvordan teknologiske, industrielle, kulturelle og sosiale skiller viskes ut som følge av digitaliseringen. Til slutt viser spreadable media og stickiness til hvordan brukeres spredning av innhold bidrar til å trekke og engasjere konsumenter, samt hvordan visuelle elementer kan fungere som mekanismer for å frembringe et dypt publikumsengasjement. Videre vil jeg redegjøre for metodevalg samt diskutere styrker og svakheter ved utvalget. Det vil deretter være en presentasjon av diskusjonsmaterialet som er fire ulike dybdeartikler fra NRK, som blir et felles diskusjonsgrunnlag for informantene under intervjuene. Videre diskuteres det hvorvidt forskningen kan regnes som pålitelig, gyldig og generaliserbar og til slutt presenteres det kort om Covid-19 pandemiens preg på oppgaven, som sees igjen i refleksjonene rundt utforming og gjennomføring. I siste del av oppgaven vil jeg drøfte teorien opp mot empirien, for å finne svar på problemstillingen som vil kunne bidra til NRK Tyholt's videre arbeid mot en dybdejournalistikk, som i større grad enn nå, vil kunne engasjere lesing hos unge voksne.

### 3. Teori

#### 3.1 Affordanser

Gibson (2015, s.119) forklarer at substantivet afford er et ord han har funnet opp, hvor termen refererer til forholdet mellom miljø og dyr på en komplementerende måte som ingen annen eksisterende term gjør. Gibson (2015, s.119) mener med det at affordanser referer til en gjensidighet mellom aktørens intensjoner og teknologien kapasitet. I denne oppgaven vil jeg ta sikte på Schrock (2015) sin forståelse av Gibsons affordanse-begrep som kategoriserer fire kommunikative affordanser i mobile medier. Oppgaven vil kun ta for seg tre av disse hvor de som benyttes er flyttbarhet, tilgjengelighet og multimedialitet. Flyttbarhet defineres som oppfatningen av fysiske karakteristikk, hvor man kan skille mellom høy og lav flyttbarhet knyttet til faktorer som for eksempel størrelse (Schrock, 2015). Tilgjengelighet trekkes til muligheten for evigvarende kontakt og allestedsnærvær, her særlig sett i sammenheng med



brukers kontakt med sitt sosiale nettverk og nettilkobling. Multimedialitet vil rette oppmerksomhet mot hvordan samfunnet vektlegger det visuelle når flere modaliteter blir sammenstilt, og skaper nye måter å kommunisere på (Schrock, 2015). I denne oppgaven vil multimedialitet vise til det Leeuwen (2011, s.551) omtaler som multimodalitet som beskriver hvordan ulike kommunikative moduser og semiotiske resurser settes sammen for å skape et samlet budskap. I tillegg deler Schrock affordanser inn i high-level og low-level (Bucher og Helmond, 2017). High-level affordanser vil i denne oppgaven vise til hvordan smarttelefonen som enhet tilbyr mer enn spesifikke knapper, og legger heller vekt på de kommunikative praksisene og vanene den muliggjør og begrenser. Som kontrast vil low-level belyse materialiteten til et medium, hvor vi her vil se til de tekniske mulighetene i smarttelefonen (Bucher og Helmond, 2017).

### 3.2 Konvergens

Konvergens er et ord som både beskriver teknologiske, industrielle, kulturelle og sosiale endringer (Jenkins, 2006). Konvergens kommer som en følge av digitalisering, hvor alle signaler blir uavhengig av informasjonen eller kommunikasjonen de representerer fordi alt overføres i bits og bytes (Fagerjord og Storsul, 2007). Mediekonvergens viser sådan til hvordan nye medieteknologier skaper muligheter for at det samme medieinnholdet kan flyte gjennom mange ulike kanaler (Jenkins, 2006). Fagerjord og Storsul (2007, s.21) presenterer i sin terminalkonvergens som en av de dominante tolkningene av mediekonvergens, og viser hvordan digitaliseringen har muliggjort bruken av datamaskiner i både produksjon og konsum av alle medietjenester. Jenkins (2006, s.15) argumenterer for at mediekonvergens er mer enn et teknologisk skifte, og peker på at det også inngår i industrier, markeder, sjangre og publikum. Konvergens vil altså ha innvirkning både på medias produksjon og hvordan mottakerne konsumerer (Jenkins, 2006). Konvergens vil derfor i denne oppgaven vise hvordan digitaliseringen har bidratt til å endre NRK Tyholt, både på et teknologisk og organisatorisk plan, samt belyse hvordan mobilen fungerer som en terminalkonvergens og hvordan dette påvirker brukernes konsumkultur.

### 3.3 Spreadable media og stickiness

Spreadable media er et konsept som tar for seg en stadig voksende hybridmodell av sirkulasjon, hvor en blanding av top-down og bottom-up krefter, bestemmer hvordan ulikt materiale og innhold blir delt på tvers av, og i mellom brukere (Jenkins, Ford og Green, 2013). I skifte fra distribusjon til sirkulasjon, signaliserer man i økende grad i retning av en deltakermodell. Her

betraktes publikum som aktive formgivere og spredere av medieinnhold (Jenkins, Ford og Grenn, 2013). Begrepet stickiness vil i det brede beskrive innhold som er ment til å tiltrekke publikum og engasjere (Jenkins, Ford og Green, 2013). I denne oppgaven vil begrepet referere til de mekanismene som motiverer folk til å oppsøke og bruke tid på en spesiell side (Jenkins, Ford og Green, 2000). I tillegg vil det også brukes til å forklare hvordan ulike aspekter ved medietekster kan frembringe et dypt publikumsengasjement og kanskje motiverer dem til å dele videre det de har lært med andre (Gladwell, 2000). Gladwell (2000, s.92) argumenterte også for at budbringeren, den som spredte innholdet, var like så viktig som selve innholdet. Det vil altså stille spørsmål ved om budskapet er så minneverdig at det kan skape endringer og oppmuntre noen til handling (Gladwell, 2000). Spreadable media vil med det bidra til å vise hvordan bottom-up kreftene er sentrale når det kommer til distribusjon av innhold på mobilen, og stickiness vil vise hvordan visuelle elementer brukes med ønske om å bruke tid på en side, samt frembringe dypt publikumsengasjement og motivere til handling.

## 4. Metode

### 4.1 Kvalitativ metode

Det er vanlig at man i samfunnsforskning skiller mellom to overordnede forskningsmetoder, kvantitativ og kvalitativ (Tjora, 2012). Det som hovedsakelig skiller de er at den kvantitative metoden involverer tall, hvor man forsøker å kvantifisere noe, mens den kvalitative metoden vil forholde seg til kvalitetene ved et fenomen (Tjora, 2012). Tjora (2012, s.15), legger frem at metodevalg må gjenspeile det man ønsker å finne ut. Derfor er det nødvendig å gjøre vurderinger knyttet til effektivitet av datagenerering, samt hvorvidt det produseres relevant empiriske materiale. I denne oppgaven har jeg valgt å benytte meg av kvalitativ metode hvor datainnsamlingen vil forekomme gjennom intervjuer som også er den vanligste formen for datainnsamling i kvalitativ metode (Tjora, 2012). Valget er tatt da jeg anser dette som mest hensiktsmessig da oppgaven rettes mot informantenes egen interaksjon og tanker knyttet til utfordringer og muligheter med dybdejournalistikk på mobil. Intervjuer vil altså resultere i det mest relevante empiriske materiale for å kunne besvare problemstillingen i oppgaven. Når det kommer til analyse av den kvalitative dataen, vil det her foregå gjennom en stegvis-deduktiv induktiv metode, eller SDI, (Tjora, 2012). Utgangspunktet for SDI er at arbeidet er gjennomgående induktivt drevet av nysgjerrighet, hvor man opererer med empirien som et utgangspunkt for interessante temaer, spørsmål og konsepter. SDI er tyngre teoretisk enn andre

kvalitative metoder, og vil heller fremme eksplisitte teoretiske ambisjoner, hvor teoretiske innspill fremkommer særlig siste del av arbeidet (Tjora, 2012).

#### 4.2 Intervjuer og utvalg

Forskningsintervjuer viser til ansikt til ansikt situasjon mellom moderator og informant, hvor moderator gis muligheten til å samle data om et spesielt emne (Langdridge, 2011). For å finne svar på problemstillingen i oppgaven, vil jeg benytte det Tjora (2012, s. 15) kaller for fokuserte intervjuer. Dette er intervjuer som tar sikte på kortere, mer konkrete intervjuer, i motsetning til dybdeintervjuene. Valget av fokuserte intervjuer er tatt på bakgrunn av at temaet i problemstillingen er svært avgrenset, hvor det verken er følsomme eller vanskelige emner. Intervjuet vil følge en semistrukturert intervjuguide (se vedlegg 1), som består av et antall forhåndsbestemte spørsmål, men som ikke legger opp til at disse følges slavisk (Langdridge, 2011). Spørsmålene i dette intervjuet er gjerne åpne slik at den som blir intervjuet har mulighet til å utdype tankene sine og er fri til å komme med andre tanker innenfor tema, uten at intervjueren går tilbake til spørsmålene. Selve intervjueren vil ikke si så mye, slik at fokuset holdes på den som blir intervjuet og vedkomnes tanker og meninger (Langdridge, 2011). I henhold til intervju som metode vil jeg benytte meg av lydopptak, da Tjora (2012, s.137) argumenterer for at dette bidrar til en visshet om at det som bli sagt kommer med. Det er også fordelaktig da moderator kan vie all oppmerksomhet mot informanten og skape god flyt i kommunikasjonen. Ulempen med bruk av lydopptak er at dets nærvær kan påvirke informantens holdning og dermed hvordan noe legges frem (Tjora, 2012).

Metoden er empirisk og basert på datainnsamling fra et utvalg på seks personer (Tjora, 2012). NRK har som mål å treffe alle unge voksne, så derfor er det tatt utgangspunkt i folk med ulike alder, kjønn og fra ulike geografiske områder. Ønsket var at alle hadde ulike erfaringer med nyhetslesning på mobil og at de med sine ulikheter kan danne en så representativ gruppe som mulig. Grunnet begrenset tidsrom var det nødvendig for meg å benytte meg av mitt allerede etablerte nettverk i utforming av utvalget. Snøballmetoden viser til hvordan mindre utvalg kan etableres gjennom venners venner, dersom de passer inn i den gitte målgruppen for forskningen (Langdridge, 2011). Ved å ta utgangspunkt i eget nettverk skaper det en fordel når det kommer til effektivisering av intervjuene. Her med sikte på etablering av tillitt hos informantene (Tjora, 2012). For å kunne anonymisere informantene har hver og en fått sitt eget kodenavn som er brukt i transkriberingen og vil brukes videre i oppgaven. Kodenavnene viser til kjønn og alder slik som vist i tabellen under:

Kodenavn	Kjønn	Alder	Kodenavn	Kjønn	Alder
M22	Mann	22	D23	Dame	23
M24	Mann	24	D24	Dame	24
M27	Mann	27	D27	Dame	27

#### 4.3 Covid-19

Mens denne bacheloren har vært under utvikling har det forekommet ytre faktorer som påvirker og begrenser muligheten for utvalg og gjennomføring av intervju. Etter at det ble oppdaget et nytt koronavirus i Kina 7. Januar 2020, har sykdommen spredt seg til store deler av verden, deriblant også Norge (FHI, 2020). Verdens helseorganisasjon erklærte Covid-19 som en; ”*alvorlig hendelse av betydning for internasjonal folkehelse*”, og 12.mars er utbruddet kategorisert som en pandemi (FHI, 2020). Helsedirektoratet i Norge har derfor vedtatt å stenge blant annet, utdanningsinstitusjoner fra og med 12. Mars som tiltak for å hindre spredning (Helsedirektoratet, 2020). I Norge er det derfor på dette tidspunktet satt restriksjoner for den generelle befolkningen vedrørende unødvendig fysisk kontakt, samt 14 dagers karantene for de som har symptomer eller er smittet (Helsenorge, 2020). Omstendighetene rundt pandemien har skapt utfordringer knyttet til det å skaffe intervjuobjekter. Derfor avviker utvalget litt fra snøballmetoden, og består kun av folk jeg allerede har god relasjon til, for å best kunne sikre tillit til informantene. Informantene i denne studien vil derfor være studenter, noe som kan sees som en svakhet i henhold til generaliserbarhet, men jeg vil også se det som en styrke da alle informantene er svært reflekterte og kan bidra med gode innspill til problemstillingen. Som følge av at mange sitter i karantene, befinner seg spredt i landet, eller er redde for sosial omgang med andre, vil intervjuene forgå via Skype, slik at jeg allikevel kan ha en viss form for ”visuell kontakt” med informantene.

#### 4.4 Diskusjonsmateriale til informantene

Analysen jeg har gjort er basert på intervjuer som er tatt opp med lydopptak og transkribert etterpå. Transkribering viser hvordan man overfører tale til skiftelig form (Langdridge, 2011). Transkriberingen har jeg valgt å gjøre ordrett for å kunne få frem ulike karakteristikk i måten argumentene ble lagt frem på. Selve transkriberingsdokumentet er imidlertid ikke med i oppgaven da det var av betydelig størrelse, men kan gjøres tilgjengelig om ønsket. Ettersom denne oppgaven er et praktisk samarbeid med NRK Tyholt hvor jeg fokuserer på nettopp deres journalistikkpraksiser og utfordringer knyttet til dybdejournalistikk på mobil, er alle artiklene

som brukes her produsert av NRK. Valget av artikler ble tatt på bakgrunn av et ønske om å oppnå størst mulig bredde i meningsspekteret hos informantene, ved å vise til artikler med ulikt fokus og bruk av tekst og visuelle elementer. Alle artiklene er også publisert etter 2015, da det var her NRK begynte å praktisere det nye XL formatet som vi fikk forklart av Steinum (2020). Artiklene utgjør det konkrete diskusjonsmateriale, informantene diskuterer i lys av egne erfaringer og ligger til grunn for argumentasjon mot problemstillingen i denne oppgaven. Artiklene er kategorisert i tabellene under etter tittel, utgivelsesår, karakteristiske trekk, URL og kodenavn som vil benyttes videre i oppgaven. Alle artiklene er hentet fra NRK sin nettside, men er også kildeført i litteraturlisten i slutten av oppgaven.

Kode- navn:	Tittel:	Utgivelses- år:	Karakteristiske trekk:	URL:
A:1	Hvorfor har jeg ikke det bedre, når jeg egentlig har alt?	2020	Skrevet tekst med enkelte innslag av animerte illustrasjoner	<a href="https://www.nrk.no/kultur/xl/njal-engsaeth-intervjuer-paul-ekman_-_hvorfor-har-jeg-ikke-det-bedre_-nar-jeg-egentlig-har-alt__-1.14777613">https://www.nrk.no/kultur/xl/njal-engsaeth-intervjuer-paul-ekman_-_hvorfor-har-jeg-ikke-det-bedre_-nar-jeg-egentlig-har-alt__-1.14777613</a>
A:2	To tideler fra Katastrofen.	2018	Dokumentariske fotografier og animerte videosekvenser med svært dramaturgisk tekst.	<a href="https://www.nrk.no/viten/xl/kato-air-ulykken_-to-tideler-fra-katastrofen-1.14280849">https://www.nrk.no/viten/xl/kato-air-ulykken_-to-tideler-fra-katastrofen-1.14280849</a>
A:3	De hjemløse.	2019	Interaktiv, masse illustrasjoner med svart bakgrunn og hvit tekst.	<a href="https://www.nrk.no/de-hjemlose-1.14832789">https://www.nrk.no/de-hjemlose-1.14832789</a>
A:4	Jakten på klimaendringene.	2019	Stillbilder/ livefoto/video dekker skjermen til en hver tid. Lite tekst, men hyperlenker til kilder og kapittelinnledning	<a href="https://www.nrk.no/jakten-pa-klimaendringene-1.14375177">https://www.nrk.no/jakten-pa-klimaendringene-1.14375177</a>

#### 4.5 Pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet

Under forskningsarbeid vil begreper som reliabilitet, validitet og generaliserbarhet være viktige for hvorvidt funnene i forskningen har verdi eller ikke (Langdridge, 2011). I kvalitativ forskning har Tjora (2012, s. 202) argumentert for at man kan innføre nye norske begreper som fungerer for de samme kriteriene. Her overtar begrepene pålitelighet og gyldighet for reliabilitet og validitet (Tjora, 2012). Pålitelighet vil omhandle intern logikk for hele forskningsprosjektet, og Tjora (2012, s. 203) hevder at man skal se forskerens engasjement og kunnskap som en ressurs, så lenge det gjøres klart hvordan denne brukes i analysen. Med dette menes at man må gjøre klart hvordan egen posisjon kan påvirke prosjektet (Tjora, 2012). I dette tilfellet ligger mitt engasjement i det visuelle favør, ut i fra egen erfaring med temaet. Selv om jeg tar utgangspunkt i et objektivt ståsted, kan valg av sitater fra transkriberingen preges av selektive handlinger knyttet til egne forventninger. Gyldighet handler om hvorvidt det er logisk sammenheng mellom utforming og funn i prosjektet. I praksis vil dette vise til hvorvidt forskeren tar i bruk tidligere forskning og teorier som er relevant for tema, hvor funnene kan sammenstilles med tidligere funn (Tjora, 2012). Generaliserbarheten vil også være knyttet til forskningens gyldighet, men da utover enhetene som er undersøkt. Når det kommer til kvalitativ metode har det vært mye omdiskutert hvorvidt denne metoden kan skape generaliserbare resultater, da de heller søker å gå inn i en bestemt problemstilling og finne svar på den (Tjora, 2012). Spørsmålet om generalisering er helt sentralt i SDI-tilnærmingen, men i denne forskningen er utvalget av så liten størrelse at funnene verken kan overføres til en populasjon eller en hvilken som helst person i målgruppen 19-29 (Tjora, 2012). På tross av at funnene ikke vil kunne overføres i noen målbar forstand, vil resultatet allikevel kunne utgjøre et godt utgangspunkt for videre forskning og undersøkelser knyttet til dette spesifikke feltet. For NRK vil det også kunne bidra til nyttige perspektiver for videre arbeid knyttet til dybdejournalistikk på mobil.

#### 4.6 Utforming og gjennomføring

Før gjennomføringen har jeg tatt utgangspunkt i Tjora (2012, s. 129), hvor han viser til forslag på oppsett av intervjuguide. Denne bestod av åpningsspørsmål, hovedtemaer med åpne spørsmål med eventuelle oppfølgingsspørsmål, og til slutt avrundingsspørsmål. Ettersom jeg har valgt fokusert intervju som metode og et utvalg som består av folk jeg allerede kjenner, vil det være færre åpningsspørsmål da disse er ment for å opparbeide tillitt mellom moderator og informant (Tjora, 2012). Intervjuguiden for dette prosjektet er lagt til som vedlegg nederst i oppgave (se vedlegg 1). Ettersom intervjuene måtte gjøres over Skype, satte jeg min base på et

lukket rom slik at personvern kunne overholdes, da jeg måtte ha høyt volum for å få opptakeren til å registrere lyden fra PC'en. Samtykkeerklæringene var i dette tilfelle ikke mulig å signere fysisk, så de ble sendt ut per mail og signert elektronisk og sendt tilbake til meg før intervjuene. Hver eneste seanse startet med litt løs prat om hvordan informanten hadde det, slik at jeg kunne få inntrykk av hvor påvirket vedkommende var av covid-19 situasjonen. Jeg informerte om at spørsmålene ville omfatte situasjonen utenfor nyhetsbildet vi er i nå, og at de derfor skulle prøve så godt de kunne å svare ut i fra deres vanlige hverdag. Dette for at NRK skal få materiale ut i fra unges vanlige nyhetskonsument, da nyhetskonsument per nå, 27. April 2020, ser helt annerledes ut hos målgruppen (Hagen, 2020). Etter å ha informert informanten om at lydopptaket var i gang varte hvert intervju i gjennomsnitt ca. 18 minutter. Under intervjuet ble min oppgave å føre samtalen inn på rett tema, og stille oppfølgings spørsmål dersom informantene satt fast i sin uttalelse. Intervjuene ble gjennomført to per dag over tre dager da det var slik det passet best for informantene. Jeg valgte å transkribere intervjuene samme dag som jeg gjorde de, for å kunne utføre transkriberingen så presis som mulig, med samtalen ferskt i minne. Selv om oppgaven min forsøker og holde seg uavhengig av Covid-19 pandemien avsluttet jeg alle intervjuene med et åpent spørsmål om hvordan informantene synes nyhetshverdagen deres har forandret seg. Informasjonen er ikke direkte relevant for min problemstilling, men jeg anser det som en uunngåelig mulighet til å samle synspunkter om journalistikk og konsumpraksis i denne unntakstilstanden. Denne informasjonen vil kun overføres muntlig til NRK i håp tro om at det kan være nyttig informasjon de kan ta med seg videre.

## 5. Analysemateriale og Drøfting

Dette kapitlet vil presentere analysemateriale plukket fra transkriberingen på bakgrunn av SDI – metoden. Med hensyn til formelle krav satt for oppgaven vil analysemateriale presenteres løpende i oppgaven som går over fire deler. Materialet vil derfor presenteres hovedsakelig gjennom ordrette sitater fra datamaterialet slik at forskningen skal kunne bli så empirinær som mulig. Empirien som presenteres vil så drøftes i lys av de presenterte teoriene samt NRK's artikler og visjoner for satsning på mobil plattform og dybdejournalistikk.

### 5.1 Utfordrende målgruppe på utfordrende plattform

NRK er et mediehus hvor ett av satsningsområdene er å styrke og utvikle demokratiet, gjennom kvalitetsjournalistikk og dybde for folket. På bakgrunn av dette anser NRK sin satsning på mobil som særlig viktig, da det ikke hjelper med godt innhold dersom det ikke er tilgjengelig

for publikum (Verstad, 2020). Verstad (2020) trekker frem aldersgruppen 19-29 som en særlig vanskelig målgruppe å nå ut til med dybdejournalistikk på den mobile plattformen. Under intervjuene snakket jeg med informantene om de hadde noen tanker om hvorfor akkurat deres aldersgruppe var en vanskelig målgruppe. Slik informantene beskrev det kan det virke som at mengden tilgjengelig informasjon på mobilen, nyheter eller ikke, påvirker holdningene de har ved lesing på denne plattformen, og skaper en slags informasjonsmetthet. Mobilen er det Fagerjord og Storsul (2007, s.21) presenterer som terminalkonvergens som belyser hvordan digitaliseringen har muliggjort bruken av datamaskiner i produksjon og konsum av alle medietjenester. Mobilen er ikke en plattform som brukes kun til lesing av nyheter, men er en plattform som inkluderer mange andre medietjenester. Dette skaper både muligheter innenfor spredning og tilgang til innhold, men også utfordringer og begrensninger knyttet til konsentrasjon og hvor lenge man klarer å holde leserens oppmerksomhet. Slik som beskrevet av denne informanten:

*D23 ” Kanskje at vi er litt sånn at vi liker å få gjort ting litt fort da. At vi er sånn.. ja så scroller vi gjennom det, også ser vi på det, også går vi litt lei og går videre til neste ting, fordi det er så mange muligheter da. Og plutselig får man liksom en Snap da, også går man og sjekker den også glemmer man litt at man har....At man drev og leste på noe annet.”*

Hvis vi ser til Schrock (2015) sitt konsept om de kommunikative affordansene i mobile enheter, kan man se til nettopp mobilens mulighetsbetingelser innenfor tilgjengelighet. Schrock (2015) forklarer tilgjengelighet som muligheten for evigvarende kontakt og allestedsnærvær og vil i dette tilfelle ligge i mobilens mulighet for nettilkobling. Med mange apper på en plattform benytter flere av informantene seg av det som kalles for push-varsler, som sender ut varslinger hver gang noe skjer på en app. Det er disse varslingene som uttrykkes å ha negativ effekt på unge voksnes evne til å konsentrere seg på en side over lengre tid, og har også hatt påvirkning på hvordan de velger å konsumere nyheter. Dette kommer frem gjennom hvordan informantene selv karakteriserer eget konsum av nyheter på mobil:

*M24 ” Jeg bruker NRK appen på telefonen. Så jeg får sånn om morran så får jeg sånn morgen rapport om alt som har skjedd i løpet av natta. Også i løpet av dagen så får jeg varslinger på alle de store nyhetssakene.”*



*D23 "Det spørs jo helt på hvilken setting jeg er i å da. Sånn hvis jeg sitter på bussen da, så kanskje det er litt mer sånn scrolling og skumlesing, mens hvis jeg sitter hjemme så er det kanskje litt mer dyp langlesing og sånne ting da."*

Bekymringene for om mobilens mulighetsbetingelser skaper oppmuntrer til kortere og mer fordelt konsumering av nyheter bekreftes av mine informanter da flere gjør som M24, og bruker mobilen for løpende oppdatering og varsler. Dette konsumfenomenet som følger med den nye teknologien blir betegnet av Molyneux (2017) som "snacking", og kan oversettes til det av Handgaard, Simonsen og Steensen (2013b, s. 293) kaller for "orienteringslesing". Denne konsumkulturen viser hvordan smarttelefonen som enhet tilbyr mer enn spesifikke knapper, og blir et praktisk eksempel på hvordan high-level affordanser skaper rom for nye kommunikative praksiser (Bucher og Helmond, 2017) Altså skapes det et samspill mellom subjektive oppfatninger av nytteverdi, og objektive egenskaper ved teknologien som endrer kommunikative praksiser og/eller vaner (Schrock, 2015). Vi ser også eksempel på konsekvensene av det Schrock (2015) kategoriserer som flyttbarhet, som defineres ut i fra en enhets fysiske karakteristikk. Mobilene som det er snakk om i denne oppgaven har det som kategoriseres som høy grad av flyttbarhet, som ligger latent i enhetens størrelse slik at den kan medbringes hvor enn mottakeren går. Mobilen vil altså være en enhet som tilbyr innhold uavhengig av tid og rom, da innholdet er konstant og alltid kan oppdateres, hvor dette har resultert i en informasjonsmetthet med en konsumkultur som er vanskelig å forene med lesing av dybdejournalistikk.

En siste utfordring som var fellesnevner i alle intervjuene var at uvissheten om artikkelens lengde virket demotiverende og kunne oppleves ensformig og kjedelig. Informantene ga uttrykk for at de er vandt med at ting går kjapt på mobilen, hvor det alltid kommer løpende oppdateringer og man veksler mellom innhold mens man "scroller", og går inn og ut av apper. Scrollebaren ble i denne forbindelsen utpekt som en nærmest umiddelbar trigger i informantenes valg om å lese eller ikke lese, da dette er eneste indikator på tekstens lengde, og tidskrav. Scrollebaren ble beskrevet slik hos en av informantene:

*D24 "Jeg merker med meg selv hvert fall, i går når jeg skulle lese gjennom de sakene at jeg blir automatisk TI HAKK mer uinteressert når jeg ser den scrollebaren på siden. Den eeeeeerr så liten, og den beveger seg nesten ikke når jeg scroller, og da vet jeg at*

*det er så mye jeg skal igjennom. Kan åpne en artikkel også kan jeg se hvor lang den er også bare nei fy fader, det her føler jeg ikke at jeg er motivert for liksom.”*

Dette er et resultat av at papirmediet ikke lenger er enerådende som lesemedium, men at skjermen i hovedsak har blitt et paradigme for vår lesing. Det vi ser er eksempel på hvordan low-level affordansene, som utgjør materialiteten til et medium, her skaper et tydelig skille når vi ser til lesing av trykket og digital tekst (Bucher og Helmond, 2017). Handgaard, Simonsen og Steensen (2013a, s. 266) forteller at nettjournalistikken er interaktiv, slik at vi som mottakere kan klikke på lenker og selv bestemme rekkefølgen vi leser i. Derfor vil det ikke finnes noen definert slutt eller begynnelse i mobilens grensesnitt da skjermen ikke består av en og en tekstsider. Dette kan altså føre til at digitalt skrevne artikler potensielt kan oppleves lengere, da det ikke er mulig å fatte den i sin helhet (Mangen og Kristiansen, 2013). XL formatet, slik informantene omtaler det kan derfor oppleves ensformig og kjedelig, sammenlignet med mye annet av mobilens innhold. Sett ut i fra dette kan man argumentere for at problemet ikke nødvendigvis er dybdeartiklene i seg selv, men at disse er lettere å velge bort i en scrollende setting som følge av at den digitale teksten virker utmattende fordi man ikke har noe fysisk holdepunkt til dens lengde.

## 5.2 Multimedialitet på godt og vondt

Verstad (2020) forteller at NRK Tyholt som følge av mobilsatsningen, har fått ett særlig økt fokus på visuelle elementer for å kunne formidle kompliserte nyheter på en enkel måte. Journalistikken betegnes her som en form for visuell historiefortelling som er ment å kunne holde på oppmerksomheten til de såkalte ”scrollerne” (Verstad, 2020). Sjef for den digitale dybdesken, Sigur Steinum, forklarer at dybdejournalistikk må presenteres på en visuell og dramaturgisk riktig måte for at folk skal orke å lese langt (Steinum, 2020). I forkant av intervjuene fikk informantene tilsendt fire artikler med ulikt fokus og bruk av tekst og visuelle elementer, hvor jeg blant annet spurte de om deres opplevelse av tekstenes uttrykk og design. På bakgrunn av informasjonen fra Steinum (2020) hadde jeg i forkant av intervjuene en hypotese om at A:4 (Støstad og Sæther, 2019), med flest visuelle elementer, skulle være artikkelen som resulterte i flest positive tilbakemeldinger og størst engasjement. Derfor ble jeg overasket når alle informantene uttrykket at de ikke ville lest denne fordi den var for lang. Lengden ble her målt ut i fra hvor informantene gjerne befant seg fysisk når de leste nyheter på mobil, og ut i fra det tekstlig skrevne utbytte de følte de fikk. Noen av svarene lød slik:

*M22: "Jeg synes det var alt for lite tekst i forhold til så massive bilder."*

*D23: "Det var ikke så my tekst, men den var jo ganske lang. Det var jo ganske korte utdrag på hvert bilde, så jeg følte kanskje at den.... At det nesten ble litt for mye på en måte. Det tok litt lang tid i forhold til hva du tekstlig fikk ut av det da."*

*M24: "Den var lettleselig, men det ble i lengste laget hvis jeg skulle sitted å lest på bussen for eksempel da. Jeg hadde jo ikke rukket å lese den på vei til skolen."*

Dette blir igjen et eksempel på hvordan mobilens høye grad av flyttbarhet spiller inn, og har påvirkning på lesernes konsum. Mobilen er en enhet som gjerne brukes på farta, hvor innhold av denne størrelsen later til å ta for lang tid i de situasjonene unge voksne velger å benytte den. NRK's økte fokus på visuelle elementer slik det kommer frem av Verstad (2020) er ment å kunne bidra til å formidle kompliserte nyheter på en enkel måte, samt fange og holde oppmerksomheten til leserne på denne plattformen. De visuelle elementene er altså ment å fungere som det Jenkins, Ford og Green (2013, s. 4) betegner som stickiness. Bilder blir altså aspekter ved medietekster som kan frembringe et dypt publikumsengasjement og kanskje motiverer til videre deling (Gladwell, 2000). Slik informantene legger det frem her ser det ut til at det kan bli "for mye av det gode", og at bilder dersom de brukes i for stor grad eller føles unødvendige, kan virke mot sin hensikt. Bilder er i motsetning til tekst ikke noe som fremstilles lineært, og viser ikke til en spesifikk mening, da de er polysemiske (Handgaard, Simonsen og Steensen, 2013b). Altså er bilder flertydige og kan presentere ulike meninger samtidig. Informantene gir altså uttrykk for at tekst er mer konkret og derfor går fortere å navigere gjennom enn bilder når de opptrer slik som i A:4.

A:2 et vil i denne oppgaven være A:4 motsats, da dette var artikkelen som fikk utelukkende best respons. I A:2 (Veløy, 2018) finner vi en god del skrevet tekst, fotografier og animerte videoer som supplerer artikkelen. Noen av informantene uttrykket opplevelsen slik:

*M24: "Jeg hadde ikke hørt om det her og jeg synes det var drit spennende. Jeg tolker det ikke som en nyhetssak, jeg tolker det mer som at jeg setter meg ned og ser på NRK TV og ser en dokumentar."*

*D27: "Det var fint at man fikk se hvordan flyet beveget seg. Man kan jo lage seg et virkelighetsnært bilde, men at man på en måte får se det, hjelper jo på en måte å bygge historien visuelt i hodet."*

*D24: ”Jeg hadde heller ikke noe særlig inntrykk av at den var så lang som den var. Det var liksom ingenting jeg tenkte over når jeg leste den.”*

Informantene lot seg engasjere av den skrevne teksten og engasjementet ble opprettholdt gjennom hele artikkelen gjennom de visuelle elementenes komplementerende funksjon som skapte et godt og helhetlig bilde av saken. I tillegg til at de visuelle elementene skapte følelsen av tv-dokumentar synes de dramaturgien var bra, noe som gjorde historien spennende og førte til at de ikke opplevde A:2 så lang som den egentlig er.

Både A:4 og A:2 kan sees i lys av det Schrock (2015) kaller for den mobile enhetens multimediale affordanse, og det Leeuwen (2011, s.551) omtaler som multimodalitet, som beskriver hvordan ulike kommunikative moduser og semiotiske resurser settes sammen for å skape et samlet budskap. Mobilen presenterer det vi anser som digital tekst, og gjennom mobilens software og nettilkobling skapes det muligheter for å presentere innhold gjennom tekst, lyd, bilder, grafikk, interaktive lenker og video, samt mikse disse for å kunne tilpasse seg alle formidlingsformer (Handgaard, Simonsen og Steensen, 2013a). Informantene gjør det tydelig at de setter pris på bilder og andre visuelle elementer i enhver nyhetsartikkel, hvor enkelte også uttaler at de tror dette er helt avgjørende for å kunne engasjere deres målgruppe. Allikevel er viser de også at de er kritiske og opptatt av nytteverdien i hvert enkelt visuelle element som presenteres for dem. Det viser seg at unge voksne fremdeles setter skrevet tekst på toppen av modalitetenes hierarki, og at visuelle elementer helst burde brukes på en komplementerende, visualiserende eller bekreftende måte, og ikke som erstatning for det skrevne ord. Ut i fra dette kan det se ut til at visuelle elementer slik det brukes i A:2 kommer bedre ut blant unge voksne enn i A:4, til tross for at denne, fra et profesjonelt ståsted, er ett bedre teknisk, estetisk og journalistisk arbeid.

### 5.3 Konvergensjournalistikk

Konvergensbegrepet har vært et stadig voksende felt innenfor medieforskningen, og da særlig innenfor diskusjonen om utviklingen av digitale medier. Jenkins (2006, s.15) argumenterer for at mediekonvergens er mer enn et teknologisk skifte, og at det har påvirket endringene både i produksjon og konsum av medieinnhold. Konvergensjournalistikk vil i dette tilfelle belyse både hvordan ulike modaliteter settes sammen for å skape et helhetlig innblikk i en sak, men også hvordan digitaliseringen påvirker industrien ved at ulike journalistiske subkulturer møter hverandre i samme arbeid (Erdal, 2015). Denne formen for konvergensjournalistikk hvor flere

journalister med ulik bakgrunn samles på en desk er nettopp det NRK Tyholt har satset på i sin oppretning av dybdesken, slik det kom frem under møtet med Verstad (2020). Artikkene som produseres her setter dagsorden på tvers av sjangerområdene nyheter, vitenskap og livssyn (Steinum, 2020).

A:3 (Vignæs, 2019) var en av artiklene som fikk mye oppmerksomhet under intervjuene knyttet til sin multimodalitet. Denne artikkelen hadde en interaktiv del i starten med masse illustrasjoner og skilte seg fra de andre med svart bakgrunn og hvit tekst. Alle informantene bemerket den interaktive delen og mente det var et artig påfunn som skapte en engasjerende inngang, til et tema flere gav uttrykk for å være "lei" av. Velkjente temaer gjerne typiske for dybdejournalistikken da de kan fungere som bakgrunns-saker som forklarer eller leter etter hele historien bak en hendelse (Steinum, 2020). Tilbakemeldingen som overrasket meg mest var reaksjonene på den svarte bakgrunnen og den hvite teksten som ble sammenlignet med smarttelefonens nattmodus. Her ga informantene uttrykk for å være imponert over at NRK følger med på de teknologiske utviklingene i plattformene de distribuerer på, og at dette skaper et mer plattformvennlig innhold og en bedre brukeropplevelse noe som i seg selv virket motiverende og engasjerende for informantenes lesing. Vi ser også her at det unge voksne anser som visuelle elementer av betydning går forbi enkelt elementer hvor det også omfatter den totale visuelle opplevelsen av en artikkel.

Verstad (2020) bekrefter at den teknologiske utviklingen har vært med å styre NRK, og at mobiltelefonen har kommet til å bli revolusjonerende i måten man tenker, utfører og distribuerer journalistikk på. Konvergensjournalistikken skaper i dette tilfellet nye formidlingsmuligheter, men byr også på nye utfordringer for NRK særlig knyttet til digital kompetanse slik Verstad (2020) forklarer. A:3 tydeliggjør dette og viser hvordan journalistikken er blitt del av en industriell konvergens slik at måten journalistikken distribueres på også henger sammen med teknologiske utviklinger i teknologiselskapene som produserer plattformene. Informantene gir også uttrykk for at bruken av bilder og tekst slik de opptrer i A:3, minnet om andre formater de kjenner igjen på mobilen, hvor Instagram ble trukket frem som eksempel. De visuelle elementene bidrar altså her til at XL formatet flyter lettere sammen med annet innhold på mobilen, og på den måten oppleves mindre ensformig og kjedelig. A:3 viser på denne måten hvordan arbeidet med å skape godt innhold beveger seg utenfor mediehusene og forbi journalistens egen skjerm, for å skape så plattformvennlige

brukeropplevelser som mulig. Konvergens påvirker altså NRK Tyholt både på et organisatorisk, teknologisk og industrielt plan.

#### 5.4 Design er ikke alt

Alle informantene er slik vi har sett, enige om at de tror fokuset på bilder og andre visuelle elementer er viktig for å kunne engasjere deres målgruppe i lesing av dybdejournalistikk på mobil. Allikevel har det kommet frem gjennom intervjuene at visuelle elementer ikke er alt, og at det finnes måter og komme unna med lengre teksttunge artikler. Dette følger av at personlig interesse ofte styrer lesingen deres, hvor valget av artikkel begrunnes ut i fra hva man ønsker å bruke tid på. Unge voksne slik det kommer frem i intervjuene, konsumere i stor grad nyheter gjennom andre kanaler enn nettavisenes egne hjemmesider, når de bruker mobilen. Informantene uttrykker at de selv ikke er aktive søkere etter dybdejournalistikk, men at de gjerne dukker opp som følge av at bekjente har kommentert, likt eller delt artiklen, slik at det synliggjøres i feeden deres på sosiale medier. A:1 (Engesæth, 2020) er artikkelen med størst fokus på tekst og som fikk absolutt minst oppmerksomhet knyttet til design, hvor den ble ansett for å være en ”vanlig nyhetssak”. Allikevel var det flere som kunne lest denne artikkelen dersom de hadde fått den tilsendt hvor en av informantene uttrykket:

*M27 ” Jeg vet ikke hvordan den ville poppet opp, for min del. Hvordan jeg hadde eventuelt sett den eller funnet ut av den. Sånn når jeg ser rett på den, så vet jeg ikke om jeg hadde skjønt at den hadde passet for meg...Men jeg hadde lest den hvis noen anbefalte den til meg.”*

Dette er et eksempel på hvordan dybdeartikler kan fungere som spreadable media, hvor bottom-up kreftene blir sentrale for videre distribusjon på tvers av, og i mellom brukere (Jenkins, Ford og Green, 2013). Bottom-up kreftene spiller i denne sammenhengen en stor rolle for informantenes valg av nyhetsartikkel når de leser på mobil, hvor de uttrykker at de gjerne leste artikler de kom over på sosiale medier, fordi andre har engasjert seg i saken, eller de har fått det tilsendt fordi noen mente innholdet passet for dem. Dette kan også sees i lys av mobilens high-level affordanser, hvor det å like, kommentere og dele innhold er blitt en del av de kommunikative praksisene og vanene som muliggjøres gjennom mobilen, og som er blitt en måte å vise engasjement på i dag. Publikum blir altså betraktet som aktive formgivere og spredere av medias innhold og vil underbygge Gladwell's (2000, s.92) argumentasjon for at budbringeren, den som sprer innholdet, kan være vel så viktig like så viktig som selve innholdet,

når det gjelder å skape engasjement og motivasjon rundt en sak.

## 6. Konklusjon

Dybdejournalistikken slik vi har sett den her påvirkes av mange faktorer, og langt fler enn de som er nevnt i denne oppgaven, men for å svare på problemstillingen i oppgaven: *Hvilke utfordringer opplever unge voksne med dybdejournalistikk på mobilen, og kan visuelle elementer bidra til å dempe dem?* Har jeg valgt, for bedre oversikt, og sortere funnene punktvis.

- Oppgaven viser at unge voksne opplever utfordringer knyttet til mengden tilgjengelig informasjon på mobilen, hvor dette påvirker holdningen ved lesing av dybdejournalistikk på denne plattformen. Mobilens mulighetsbetingelser innen flyttbarhet og tilgjengelighet skaper en konsumkultur som karakteriseres av kortere og mer fordelt lesing av innhold, i tillegg til at mobilens funksjon som terminalkonvergens, skaper utfordringer ved konsentrasjon over lengre tid som følge av push-varslinger. Informantene gav også uttrykk for at den digitale teksten i seg selv var en utfordring, knyttet til uvisshet om artiklens lengde. Scrollebaren som eneste indikator på lengde ved digital tekst ble derfor utpekt som en umiddelbar trigger for unge voksnes motivasjon i møte med dybdejournalistikk på mobil.
- Oppgaven viser at unge voksne anser visuelle elementer som viktige og kanskje også helt nødvendige for å skape motivasjon og engasjement for deres målgruppe. Om visuelle elementer brukes riktig kan dette dempe utfordringene knyttet til uvissheten om artikkelens lengde, samt skape bedre flyt mellom dybdejournalistikks format og annet innhold på telefonen, slik at artiklene oppleves mer interessante. Informantene uttrykker imidlertid at visuelle elementer også fungerer demotiverende dersom de oppleves unødvendige. På den måten blir det klart at unge voksne synes visuelle elementer bidrar best når de har en komplementerende, visualiserende eller beskrivende funksjon og kan ikke være en erstatning for det skrevne ord. Informantene gir også uttrykk for å sette pris på at mediehusene forsøker å holde seg oppdatert på de teknologiske utviklingene i plattformene de distribuerer på. Innovative løsninger som gir særpreg til artikler, kan her bidra til å skape nytt engasjement for gamle temaer i bakgrunns-saker som forklarer, eller leter etter hele historien bak en hendelse, slik dybdejournalistikken kan gjøre.
- Til slutt eksemplifiserer oppgaven hvordan unge voksne i stor grad konsumerer dybdeartikler gjennom andre kanaler enn nettavisenes egne hjemmesider når de bruker mobilen. De gir uttrykk for at personlig interesse har mye og si for valg av artikkel, og

at de gjennom sosiale medier kan se hva andre bekjente har engasjert seg i. De sosiale mediene minner oss på at dagens budbringer kan være like viktig som selve innholdet. Nyhetsartikler som sendes mellom lesere i andre kanaler kan altså skape engasjement og lesemotivasjon som går forbi artiklenes design.



## Litteraturliste

- Bucher, T og Helmond, A (2017) The affordances of Social Media Platforms, i Burgess, J, Poell, T og Marwick, A. *The SAGE Handbook of Social Media*. London: SAGE, s. 233-253.
- Engesæth, N (2020) *Hvorfor har jeg ikke det bedre, når jeg egentlig har alt?* Tilgjengelig fra: [https://www.nrk.no/kultur/xl/njal-engsaeth-intervjuer-paul-ekman\\_-\\_hvorfor-har-jeg-ikke-det-bedre\\_-nar-jeg-egentlig-har-alt\\_\\_-1.14777613](https://www.nrk.no/kultur/xl/njal-engsaeth-intervjuer-paul-ekman_-_hvorfor-har-jeg-ikke-det-bedre_-nar-jeg-egentlig-har-alt__-1.14777613) (Hentet: 20.03.2020)
- Erdal, I. J (2015) Hva kjennetegner den flermediale nyhetsjournalistikken i NRK, sammenlignet med andre europeiske allmenkringkastere? *Norsk medietidsskrift*, 22, s. 1-15  
Tilgjengelig fra: [https://www.idunn.no/nmt/2015/01/hva\\_kjennetegner\\_den\\_flermediale\\_nyhetsjournalistikken\\_i\\_nrk](https://www.idunn.no/nmt/2015/01/hva_kjennetegner_den_flermediale_nyhetsjournalistikken_i_nrk) (Hentet: 02.03.2020)
- Fagerjord, A og Storsul, T (2007) Questioning Convergence, i Storsul, T og Stuedahl, D. *Ambivalence Towards Convergence: Digitalization and Media Change*. Göteborg: Nordicom, s. 19-31
- FHI (2020) *Fakta om covid-19-utbruddet*. Tilgjengelig fra: <https://www.fhi.no/nettpub/coronavirus/fakta-og-kunnskap-om-covid-19/fakta-om-covid-19-utbruddet/> (Hentet: 04.04. 2020)
- Gibson, J. J (2015) The Theory of Affordances, i *The Ecological Approach to Visual Perception: Classic Edition*. New York: Psychology Press, s. 119-136
- Gladwell, M (2000) The Stickiness Factor: Sesame Street, Blue's Clues, and the Educational Virus, i *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. New York: Little, Brown and Company, s. 89-132
- Hagen, K. Ø (2020) *Nyhetsboom for ungdommer I koronakrisa*. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/kultur/nyhetsboom-for-ungdommer-i-koronakrisa-1.14996163> (Hentet: 28.04.2020)
- Handgaard, B. Simonsen, A. H og Steensen, S (2013a) Formidling, i *Journalistikk*. 1.Utgave. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS, s. 242-277
- Handgaard, B. Simonsen, A. H og Steensen, S (2013b) Visuell journalistikk, i *Journalistikk*. 1.Utgave. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS, s. 279-304
- Helsedirektoratet (2020) *Helsedirektoratet har vedtatt omfattende tiltak for å hindre spredning av Covid-19*. Tilgjengelig fra: <https://www.helsedirektoratet.no/nyheter/helsedirektoratet-har-vedtatt-omfattende-tiltak-for-a-hindre-spredning-av-covid-19> (Hentet: 04.04.2020)
- Helsenorge (2020) *Råd generelt, i karantene eller isolasjon*. Tilgjengelig fra: <https://helsenorge.no/koronavirus/karantene-og-isolasjon> (Hentet: 04.04.2020)

- Jenkins, H (2006) Introduction: "Worship at the Alter of Convergence": A new Paradigm for Understanding Media Change, i *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, s. 1-24
- Jenkins, H, Ford, S og Green, J (2013) Introduction, i *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: NYU Press, s. 1-46
- Langdridge, D (2011) *Psykologisk forskningsmetode – En innføring I kvalitative og kvantitative tilnærminger*. 2.utg. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag
- Leeuwen, T (2011) Multimodality and Multimodal Research, i Margolis, E og Pauwels, L. *The SAGE Handbook of Visual Research methods*. London: SAGE Publications, s.549-570.
- Mangen, A og Kristiansen, M (2013) Tekstlesing på skjerm: Noen implikasjoner av et digitalt grensesnitt for lesing og forståelse, *Norsk pedagogisk tidsskrift*, 97, s. 52-62. Tilgjengelig fra: [https://www.idunn.no/npt/2013/01/tekstlesing\\_p\\_skjerm\\_noenimplikasjoner\\_av\\_et\\_digitalt\\_g\\_r](https://www.idunn.no/npt/2013/01/tekstlesing_p_skjerm_noenimplikasjoner_av_et_digitalt_g_r) (Hentet: 27.02.2020)
- Molyneux, L (2017) Mobile News Consumption: A habit of snacking, *Digital Journalis*, 6, s. 634-650 Tilgjengelig fra: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1334567> (Hentet: 28.04.2020)
- Nelson, J. L og Lei, R. L (2017) The Effect of Digital Platforms on news Audience Behavior, *Digital Journalism*, 6, s. 619-633. Tilgjengelig fra: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1394202?scroll=top&needAccess=true> (Hentet: 13.02.2020)
- Schrock, A. R (2015) Communicative Affordances of Mobile Media: Portability, Availability, locatability, and Multimediality, *International Journal of Communication*, 9, s. 1229-1246.
- Støstad, M. N og Sæther, P. S (2019) *Noe er i ferd med å skje med Norge*. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/jakten-pa-klimaendringene-1.14375177> (Hentet: 20.03.2020).
- Tjora, A (2012) *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. 2.utgave. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS
- Veløy, C (2018) *To tideler fra katastrofen*. Tilgjengelig fra: [https://www.nrk.no/viten/xl/kato-air-ulykken\\_-to-tideler-fra-katastrofen-1.14280849](https://www.nrk.no/viten/xl/kato-air-ulykken_-to-tideler-fra-katastrofen-1.14280849) (Hentet: 20.03.2020)
- Vignæs, M. K (2019) *De hjemløse*. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/de-hjemlose-1.14832789> (Hentet: 20.03.2020)

