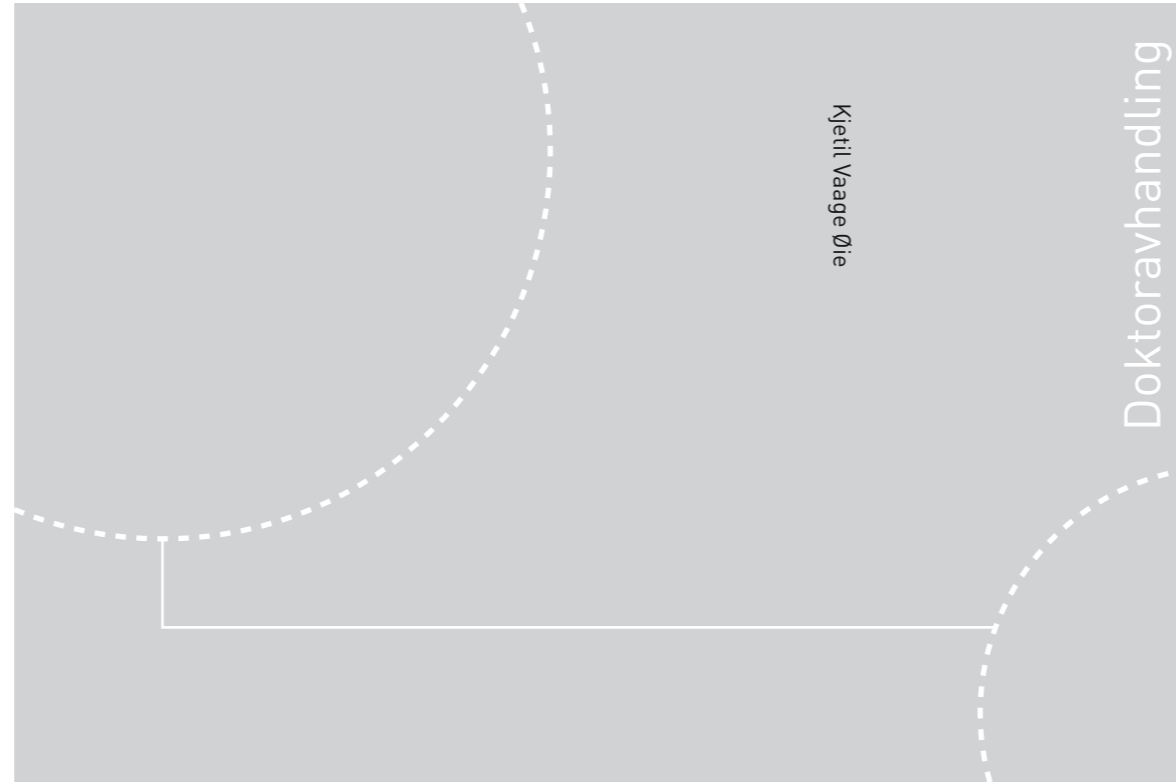


ISBN 978-82-326-4064-5 (trykt utg.)
ISBN 978-82-326-4065-2 (elektr. utg.)
ISSN 1503-8181



Doktoravhandling ved NTNU, 2019:234

Kjetil Vaage Øie

Nyheter, til deg, der du er

Utvikling av lokativ journalistikk for mobile
enheter – et pragmatisk perspektiv

 **NTNU**
Kunnskap for en bedre verden

 NTNU

Doktoravhandling ved NTNU, 2019:234

NTNU
Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Avhandling for graden
philosophiae doctor
Det humanistiske fakultet
Institutt for kunst- og medievitenskap

 **NTNU**
Kunnskap for en bedre verden

Kjetil Vaage Øie

Nyheter, til deg, der du er

Utvikling av lokativ journalistikk for mobile
enheter – et pragmatisk perspektiv

Avhandling for graden philosophiae doctor

Trondheim, september 2019

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

NTNU

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet

Avhandling for graden philosophiae doctor

Det humanistiske fakultet
Institutt for kunst- og medievitenskap

© Kjetil Vaage Øie

ISBN 978-82-326-4064-5 (trykt utg.)
ISBN 978-82-326-4065-2 (elektr. utg.)
ISSN 1503-8181

Doktoravhandlinger ved NTNU, 2019:234

Trykket av NTNU Grafisk senter

Sammendrag

Denne avhandlingen handler om stedets og lokasjonens rolle i journalistikken og utforsker dette gjennom en ny form for journalistikk som baserer seg på lokasjonsteknologi. Gjennom forskningsprosjektet *Lokanytt* blir ulike sider av det som her kalles lokativ journalistikk utforsket for å finne ut av hvordan en lokativ form påvirker journalistikken og bruken av den. Avhandlingen plasserer seg mellom feltene journalistikk, mobile medier og lokative medier og viser hvordan man kan benytte eksisterende tilgjengelig teknologi til å konstruere en annen form for journalistikk enn det man er vant til fra tidligere. Gjennom fire delstudier undersøkes (1) design av systemet, (2) journalistisk produksjon, (3) analyse av journalistiske tekster og (4) brukeropplevelser av lokativ journalistikk.

Avhandlingen skiller seg fra eksisterende journalistikkforskning, som i all hovedsak har undersøkt eksisterende eller historiske praksiser – og konsekvensene av disse praksisene. I dette avhandlingsprosjektet er det forskeren selv som designer systemet og lager innholdet til denne formen for journalistikk gjennom det som omtales som mediedesign. Gjennom en slik eksplorativ eller eksperimentell tilnærming, som også kan omtales som utforskning eller utvikling av egenskaper ved medium, dras paralleller til teoretiske og metodiske perspektiver fra klassisk amerikansk pragmatisme og den tidlige Chicagoskolen i sosiologien. Denne filosofiretningen og disse sosiale teoriene var spesielt opptatt av stedets betydning og at man skulle eksperimentere for å skaffe seg ny kunnskap.

Avhandlingens hovedfunn er at lokativ journalistikk bidrar til mer hendelsesdrevet journalistikk og en mer informasjonsdrevet bruk av nyheter enn den tradisjonelle journalistikken. Dette sees i sammenheng med at digitale og mobile nyheter gjør journalistikken mer geografisk orientert, tettere på brukerens eget liv og hverdagsliv med informasjon om lokale hendelser. Dette bidrar til en spenning mellom nyhetsjournalistikk og praktisk informasjon som gjør at brukerne av lokativ journalistikk har problemer med å forholde seg til dette som journalistikk. Videre argumenterer avhandlingen for at medie- og journalistikkforskere i større grad bør designe og lage systemer med tilhørende innhold for å studere lokativ journalistikk. Lykkes man med å lage gode prototyper, kan man i beste fall bidra til at lokalsamfunnet får gode kommunikasjonsløsninger, bedre tilpasset brukerne og som kan utfylle en plass i det mangfoldige medielandskapet.

Forord:

Jeg vil først og fremst takke veileder og medforsker Lars Nyre for hans engasjement, hans genuine interesse for tematikken, hans veiledningskompetanse og ikke minst for hans forskeropdragelse. Lars har gjort grundige vurderinger og gjennomlesninger av alle deler av arbeidet og alltid svart raskt på alle henvendelser. Han har utfordret meg på viktigheten av en sensitivitet til forskningsmaterialet jeg siden har lært å sette ekstra stor pris på ved lesning av andre forskningsarbeider. Uten Lars hadde det ikke blitt noen avhandling.

Videre vil jeg takke veileder Bjørn Sørenssen for hans alltid optimistiske syn på prosjektet.

Flere kollegaer og andre fagfeller har bidratt med hjelp på ulike måter til prosjektet. Jeg vil spesielt takke Bjørnar Tessem, Pål Aam, Solveig Bjørnstad, Eirik Stavelin og Christine Leirvåg for samarbeid. Videre ønsker jeg å takke flere som har bidratt med ulike innspill, nyttige diskusjoner og hjelp underveis. Takk til Torjus Midtgarden, Stefan Hollander, Ivar John Erdal, Anders Sundnes Løvlie, Jon Harman, Gunhild Ring Olsen, Kari Søndena og Kjell-Arild Madssen for deres bidrag.

Alle de 32 informantene fortjener en stor takk. Disse brukte fritiden sin på å hjelpe prosjektet og noen ganger tok undersøkelsene over to timer. I tillegg vil jeg takke alle de involverte studentene (over 100) som fant seg i at vi skulle lage ikke-eksisterende journalistikk til en imaginær målgruppe som en del av studieløpet deres.

Takk til mamma Anne for å, i tillegg til å være mor, ha vært faglig prøvekanin og for å ha latt seg GPS-spore i over 10 år. Det har gjort at jeg alltid har visst hvor jeg har hatt hun. Hun har støttet og mast når det har vært nødvendig. Jeg er lei meg for at Sveinung, min avdøde far, ikke fikk bidra i denne delen av livet mitt. Likevel, har han preget en faglig nysgjerrighet hos meg mer enn jeg kanskje har innsett tidligere.

Denne avhandlingen har også muliggjort flere mindre forsknings- og skriveopphold i for eksempel Danmark. Som konsekvens har dette resultert i en egen familie som fortjener en stor takk. Tusen takk Caroline for tålmodighet når hverdagslige gjøremål har blitt satt på vent på grunn av reiser og kveldsarbeid – og takk for mat og kjærlighet. Takk til Anton og Agnes for at dere bare er morsomme, herlige og ikke helt forstår hva jeg driver med.

Volda. Mars 2019, Kjetil Vaage Øie

Liste over avhandlingens artikler

Artikkel 1: Nyre, Lars., Bjørnstad, Solveig., Tessem, Bjørnar., & Øie, Kjetil. Vaage. (2012). «Locative journalism: Designing a location-dependent news medium for smartphones». *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Volume 18, Issue 3, 297-314. doi: 10.1177/1354856512441151

Artikkel 2: Øie, Kjetil. Vaage. (2013). "Location sensitivity in locative journalism: an empirical study of experiences while producing locative journalism". *Continuum*, Volume 27, Issue 4, 558-571. doi: 10.1080/10304312.2013.803307

Artikkel 3: Øie, Kjetil. Vaage. (2015). "News Narratives in Locative Journalism – Rethinking news for the mobile phone". *Journal of Media Practice*, Volume 16, Issue 3, 245-262. Doi: 10.1080/14682753.2015.1116763

Artikkel 4: Øie, Kjetil. Vaage. (2012). "Sensing the News: User Experiences when Reading Locative News". *Future Internet*, Volume 4, Issue 1, 161-178. doi: 10.3390/fi4010161

Innholdsfortegnelse:

Liste over avhandlingens artikler	iii
Del 1. Sammenfatning	1
1. Introduksjon	1
Journalistikken i et endringslandskap	2
Om Lokanytt-prosjektet	4
Forskningsspørsmål	5
Oppsummering av funn	9
Sammendrag av artiklene	12
Avhandlingens struktur	16
2. Bakgrunn – mobile og lokative medier	18
Lokasjonsbasert informasjon og medier – fra livsviktig til kunst og underholdning	18
Begrepet lokativ	22
Hva er lokativ journalistikk og hva slags eksempler finnes?	24
Stedets fundamentale rolle for journalistikken	30
3. Teori – sted i mobile og lokative medier	37
3.1 Mobile medier – mot et forskningsfelt	37
En romlig vridning innen medieforskningen	37
Mobile medier som nytt forskningsfelt	38
Mobile mediers plass i journalistikkforskningen	39
3.2 Journalistikk gjennom mobile medier – nye praksiser og lite innhold	42
Digitalisering som endringsfaktor – yrke og praksiser i forandring	42
Mobilt innhold i journalistikken – en mangelvare	43
Nyhetskonsum på mobil – nye mobile praksiser	45
3.3 Situasjon – handling – bevegelse. Chicagoskolen og den kontekstuelle journalistikken	47
Chicagoskolens interesse for journalistikken	49
Kommunikasjon som kontekstuell handling	52
Aktualisering av Chicagoskolens tilnærminger	55
4. Forskningsdesign og metoder	59
4.1. Metodologisk inspirasjon og forutsetninger	60

Den praktiske pragmatismen	60
Lignende metodologiske tilnærminger	63
4.2 Mediedesign – en metodisk holdning	67
Mediedesign som normativ praksis	69
Forskeren som konstruktør – design som del av empirien	71
Sentrale metodologiske utfordringer for mediedesign	73
4.3 Metoder i bruk.....	76
Om Lokanytt.....	78
Produksjonsprosedyrer og praksiser.....	82
Analyse av tekstene.....	84
Brukerundersøkelse	85
5. Diskusjon.....	88
Hva er særegenhetene til <i>Lokanytt</i> som medium?.....	89
Lokanytt – en hverdagstilpasset personlig nyttejournalistikk.....	93
Oppsummering – <i>Lokanytt</i> som egen handlingsstil.....	98
6. Avslutning – avhandlingens nytteverdi.....	99
Referanser.....	100
Del 2. Artikkene	110
Artikkel 1: Locative journalism: Designing a location-dependent news medium for smartphones.....	111
Artikkel 2: Location sensitivity in locative journalism: an empirical study of experiences while producing locative journalism	134
Artikkel 3: News Narratives in locative journalism - rethinking news for the mobile phone	152
Artikkel 4: Sensing the News: User Experiences when Reading Locative News.....	172
Vedlegg:	193
1. Eksempel på spørreskjema.....	193
2. Kriterier for god lokasjonsjournalistikk	208
3. Skjema for kvantitativ tekstanalyse av artiklene i Lokanytt på Voss og i Volda.....	212
4. Eksempel på feltnotatskjema	217

Del 1. Sammenfatning

1. Introduksjon

Denne avhandlingen handler om bruken av lokasjonsteknologi i journalistikken og undersøker hvordan en lokativ form påvirker journalistikken og bruken av den. Utviklingen innen mobile medier har fått en viktig rolle i hverdagslivet og i løpet av det siste tiåret har en rekke sosiale praksiser endret seg som følge av denne utviklingen. Innhold blir mediert på andre måter enn tidligere og mediebruken vår har endret seg kraftig. Innen digital journalistikk har denne utviklingen gitt et helt annet mulighetsrom for produksjon av nyheter. Den har også påvirket hvor, når og hva slags nyheter vi konsumerer. Derfor er det legitimt å stille spørsmål om hva slags muligheter finnes egentlig i journalistikken på en mobil digital plattform? Hvordan endres innholdet i journalistikken når den produseres til folk i bevegelse? Hva slags nyheter forholder vi oss til gjennom mobilen – når, hvor, hvordan og hvorfor? Dette er noen av spørsmålene som danner utgangspunktet for denne avhandlingen.

Innebygd posisjonsteknologi gjør at mobilen alltid vet hvor du befinner deg. Medier som baserer seg på, eller som tar i bruk disse lokasjonsmulighetene på ulike måter, omtales som lokasjonsbaserte medier eller lokative medier. Gjennom det jeg kaller lokativ journalistikk undersøker jeg hvordan en stedstilpasning kan utnyttes i journalistikken og hvordan den oppleves. Siden lokativ journalistikk har vært en ikke-eksisterende journalistisk praksis eller sjanger har det vært nødvendig å designe og konstruere et slikt system/medium selv for å undersøke det. Denne utviklingen av et nytt medium omtales som mediedesign og er altså forskerinitiert. Mediumet, som er kalt *Lokanytt*, har så blitt utprøvd på ulike måter og systematisk undersøkt for å finne ut hvordan lokativ journalistikk kan produseres, hva det inneholder og hvordan det oppleves. Dette har blitt gjort gjennom deltakende observasjoner, intervju, spørreskjema og innholdsanalyse.

En slik forskerkonstruert metodisk tilnærming er ikke en del av journalistikkforskningens normale metoderepertoar og formålet er derfor å generere nye forståelser innen journalistikken relatert til særtrekk ved en lokativ form. Til tross for at mediedesign ikke er en del av journalistikkforskningens normale tilnærminger, er den like fullt en tilnærming jeg mener er godt egnet til å:

- Studere hvilke fremtredende egenskaper ved mobile lokative medier som vil være gjeldende i journalistikken.

- Studere hvordan denne formen for journalistikk skiller seg fra den etablerte journalistikken.
- Undersøke innsikter som potensielt sett kan utvikle journalistikk til det bedre.
- Teste nye metodiske tilnærminger til forskningsfeltet.

Min inngang til mediedesign som metode har vært inspirert av Chicagoskolen i sosiologien og amerikansk pragmatisme. Denne tradisjonen vektlegger et kunnskapssyn, en eksperimentell grunnholdning, metodiske eksperimentelle tilnærminger og en interesse for å videreutvikle journalistikken jeg mener er fruktbar i studier av journalistiske løsninger. Jeg argumenterer for at et slikt mediedesign bør inspirere flere forskningsarbeid knyttet til nye medier eller utvikling av nye medietekster og former.

Formålet med mediedesignet er dermed å generere kunnskap om hvordan journalistikk kan bli laget gjennom å utforske *mulighetsrommet* i journalistikken. Jeg stiller altså ikke spørsmål om hvordan journalistikk blir eller har blitt laget, men hvordan journalistikk *kan* bli laget. Sentrale spørsmål er hva slags kommunikasjonssituasjoner som oppstår gjennom en slik form for journalistikk, hvordan journalistene vil arbeide, hvordan det journalistiske innholdet ville sett ut og hvor forskjellig ville det ha vært fra den journalistikken vi kjenner fra før. Dessuten: hvordan vil brukerne oppleve journalistikk som korresponderer med bevegelser deres? Undersøkelsene er gjort i en periode der nyheter og nyhetsbruk på mobile enheter har gått fra å være helt nytt til å bli den dominerende nyhetsplattformen. Avhandlingen plasserer seg dermed mellom fagfeltene journalistikk og mobile medier.

Journalistikken i et endringslandskap

At journalistikken er utsatt for og har gjennomgått store endringer er ikke noe nytt. De siste store endringene er knyttet til digitalisering og mobile medier. I 2017 var første gang at smarttelefonen var hovedplattformen for nyhetskonsum i Norge og i flere andre land (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy & Kleis Nielsen, 2018, s. 28, 93). Teknologiske endringer er en viktig årsak til dette. De siste årene har disse bidratt til at nyhetsinstitusjonene i større grad baserer seg på digital ekspertise utenfor nyhetsredaksjonene. Dette har mellom annet medført at nye verdier blir importert inn i nyhetsinstitusjonene på ulike måter og er en av grunnene til at journalistikken har endret seg. Disse endringene knyttet til digitale og mobile medier ser ut til å gjennomsyre hele det journalistiske feltet, både journalistikk som yrke, journalistiske praksiser og nye deltakere/aktører som alle endrer grensene for hva journalistikk er, hvordan journalistikk utøves, og hvordan nyheter blir konsumert og blir fortolket (Carlson & Lewis, 2015; Schmitz Weiss, 2018; Singer, 2003; Steensen, 2009; Struckmann & Karnowski, 2016).

Nyhetsmediene har tilpasset seg den mobile digitale utviklingen ved opprettelse av nettsider tilpasset skjermen på mobilen, nyhetsnotifikasjoner og egne nyhetsapplikasjoner

(Kunert & Thurman, 2019, s. 12-13). Til tross for mobile mediers raske adaptasjonsrate og tilegnede nyhetspraksiser, har nyhetsmedienes utvikling av innhold spesialtilpasset til mobile enheter gått langsomt. Oscar Westlund har studert ansatte i Göteborgspostens forhold til innovasjon og mobile medier, samt nyhetspraksiser knyttet til mobilen som plattform (Westlund, 2011, 2013). Han fant at til tross for at det var gjennomført noe eksperimentering i bransjen, var nyhetene i praksis kopier av artikler, reportasjer og meldinger som kunne vært presentert med analog og kablet teknologi. Westlund viser dermed at mobilen ikke er en plattform hvor journalistikken har tilpasset innhold og form til brukeren (Westlund, 2013, s. 19). Flere andre studier om implementering av teknologi i redaksjoner konkluderer med at redaksjonene og journalistene normalt ikke er spesielt åpne for endringer og innovasjoner. Undersøkelsene finner heller en stor grad av endringsmotstand (Krumsvik, 2009, s. 3; Ryfe, 2009, s. 198). Både Vilde Schanke Sundet (2012) og Amy Schmitz Weiss (2013, s. 449) har studert medie- og nyhetsbransjens strategier innen mobile medier, og peker på betydelige forskjeller mellom brukernes forventninger til moderne mobile medier og nyhetsbransjen, og til hva bransjen faktisk leverer.

Flere peker på at mobile og lokative medier både endrer og reaktualiserer sted og lokasjon i forbindelse med journalistikk. Googin, Martin og Dwyer (2015) hevder at lokasjoner alltid har vært viktige karakteristikk av nyheter, men at funksjonene deres har blitt gitt en dramatisk endring gjennom lokative mobile medier (2015, s. 41). Chris Peters (2016) viser videre til at endringer i mediebrukens rom og tid, som følge av teknologi, har en tendens til å endre hvordan informasjon blir kommunisert. Dette er ofte assosiert med betydelige sosiokulturelle endringer. Peters hevder han ikke går for langt når han hevder at endret mediebruk i kombinasjon med utviklingen innen mobile teknologier faktisk endrer hva nyheter er (2016, s. 355). Betydningen av sted og lokasjoner i journalistikken hevdes altså å få en ny rolle i forbindelse med mobile medier, selv om sted i journalistikken er ikke noe nytt og har alltid spilt en helt sentral rolle (Buchanan, 2009, s. 70; Gutsche Jr. & Hess, 2019, s. 2; Mersey, 2009, s. 347; Sande, 1992, s. 34).

Oppsummert befinner vi oss altså i en tid der den journalistikken vi kjenner fra før endrer seg slik at det skapes uklare grenser for hva journalistikk er og hvem som er journalister. Nyhetskonsumentene bruker og fortolker nyheter via mobil på helt andre måter enn tidligere. I tillegg har lokasjoner fått en ny betydning i journalistikken ettersom nyhetsbruk nå skjer «alle steder». Funksjonene til sted har altså fått en dramatisk endring gjennom muligheter som lokative medier. Til sammen kan alle disse endringene potensielt sett omdefinere forståelsen vår av hva nyheter er. I tillegg til å gjøre mobile medier og journalistikk til et særdeles interessant forskningsområde, skaper de mange endringene også betydelige forskningsutfordringer. Ikke bare er feltet i stor bevegelse, men siden journalistikken bruker lang tid på å implementere løsningene, mangler etablerte produksjonspraksiser og innhold å

studere. Dette var tilfelle denne studien startet. Det fantes ingen lokativ journalistikk å studere. Utfordringen blir derfor hvordan man utforsker et slik fenomen vitenskapelig og analytisk? Verken den etablerte journalistikken eller eksisterende lokative medier kan hver for seg bidra til en løsning. Det er lokativ journalistikk, på journalistikkens vilkår og med en lokativ form som skal studeres. Løsningen har altså vært å lage denne formen for journalistikk selv gjennom et mediedesign.

Om Lokanytt-prosjektet

Hva om journalisten visste akkurat hvor leserne var til enhver tid? Med høy presisjon kunne hun da tilpasse nyhetene til disse personene og til og med styre hvor enkelte lesere skulle se og i hvilken retning de skulle bevege seg. Du, som leser, kan gå rundt et gatehjørne eller flytte deg til et annet sted hvis du ønsker å lese en annen versjon eller få en annen tilpasset vinkling på nyheten.

Gjennom forskningsprosjektet og mediedesignet *Lokanytt* ble et slikt hypotetisk scenario til et håndfast system som er designet, utviklet, testet og analysert. Prosjektet er utviklet i en tverrfaglig gruppe hvor en felles interesse for journalistikk, teknologi og eksperiment var sentralt. *Lokanytt* er et lokativt medium som betyr at det journalistiske innholdet blir aktivert og tilpasset av brukerens posisjon og bevegelse gjennom teknologi i mobiltelefonen. Det ble utformet et publiseringsverktøy (*Lokaskriver*) og en mobilapplikasjon (*Lokaleser*) for å lese disse nyhetene. I publiseringsverktøyet kreves det at det produseres tre ulike versjoner av hver sak. Disse ulike versjonene blir tilgjengelig for leseren avhengig av om leseren befinner seg innenfor 100 meter fra hendelsen, mellom 100-500 meter fra hendelsen eller over 500 meter fra hendelsen. Disse nærhetssonene som ble kalt *her*, *i nabolaget* og *i byen*, er hva som gjør *lokanytt* lokasjonsbestemt og lokasjonsavhengig, og ikke bare lokasjonsorientert. Dersom brukeren ikke befinner seg i den aktuelle sonen som systemet korresponderer med, har hun ikke mulighet til å få opp andre versjoner av saken. Dette sørger mobilleseren for via mobiltelefonens innebygde GPS-mottaker.

Utgangspunktet for prosjektet var en felles interesse for posisjonsmulighetene i mobilen som teknologi og hvilke muligheter dette gir for journalistikken. Det vi kalte for eksperimentgruppa bestod, i tillegg til meg selv, av Solveig Bjørnstad (UiB), Christine Leirvåg (masterstudent UiB) Lars Nyre (UiB), Eirik Stavelin (masterstudent UiB), Bjørnar Tessem (UiB) og Pål Aam (HVO). Lars Nyre fungerte som organisator og prosjektleder. Gruppen var tverrfaglig og bestod av både av informasjonsvitere og medievitere. Samarbeidet rundt utviklingen av systemet og testing av de første prototypene dannet et felles grunnlag som medlemmene utnyttet og undersøkte på ulike måter. I starten hadde mastergradsstudentene hovedansvaret for den tekniske utførelsen av prototypene laget spesielt til prosjektet. Disse

bestod av et dataprogram¹ der de journalistiske sakene ble skrevet inn (Stavelin, 2009) og en mobil applikasjon myntet på brukeren (Leirvåg, 2009). I denne perioden ble prototypene og sakene diskutert og testet sammen med to representanter fra bransjen: Terje Angelshaug, tidligere nyhetsredaktør i Bergens Tidende, og Anders Eriksen, som da var datajournalist i TV2. For de siste iterasjonene av prosjektet var Tessem og Bjørnstad ansvarlig for den tekniske videreutviklingen av programmene. Jeg har vært involvert i alle delene av prosjektet og har i tillegg vært ansvarlig for produksjonsstudiene, innholdsanalysen og brukertesting. Dette synliggjøres ytterligere i avhandlingens tilhørende artikler der utviklingsdelen av prosjektet er skrevet sammen med andre, mens de resterende undersøkelsene har jeg vært ansvarlig for og aleneforfatter på. Lokanytt-systemet vil bli beskrevet mer detaljert i metodekapittelet senere i avhandlingen.

Totalt ble det lokative rammeverket testet fire ganger mellom 2009-2010. Det har også generert mer enn 700 journalistiske tekster skrevet av 95 mediestudenter, og blitt testet ut på 32 brukere. Til sammen dannet dette grunnlag for prosjektets empiriske data, som vil beskrives nærmere i kapittel 4. Prosjektet har basert seg på tildelt forskningstid i ordinære vitenskapelige stillinger samt egen stipendiatperiode. Prosjektet søkte og mottok interne midler fra instituttene ved HVO (20.000; norske kroner) og UIB (20.000; norske kroner) for å dekke reise, kost og losji for deltakende studenter i åtte dager. Universitetet i Bergen hadde 3 mobiltelefoner av typen Nokia N95 som ble benyttet til testing. Prosjektets behandling av personopplysninger i forbindelse med undersøkelsene er rutinemessig meldt inn til NSD og godkjent.

Forskningsspørsmål

Avhandlingen tar utgangspunkt i muligheter som ligger i posisjonsteknologien og utforsker journalistisk produksjon, innhold og bruk tilpasset mobile enheter. Hensikten er å identifisere de lokative mediers kommunikative egenskaper og undersøke hvordan disse kommer i spill i journalistikken. Avhandlingen ønsker videre å bidra med teoretiske og metodiske tilnærminger slike kommunikative egenskaper kan studeres gjennom. Den overordnede problemstillingen er: ***Hvordan påvirker en lokativ form journalistikken og bruken av den?*** Formålet blir derfor å generere nye innsikter innen journalistikkfeltets teorier og journalistiske praksiser. Del 1 av avhandlingen, kappen, vil legge mest vekt på hvordan innsikter om lokativ journalistikk kan genereres, mens de empiriske artiklene analyserer problemstillingen empirisk. Jeg har spesifisert fire temaer med tilhørende underspørsmål som undersøkes gjennom artiklene.

1. **Design:** Hvordan designe et nytt journalistisk medium med en lokativ form og hva slags konsekvenser kan dette få for produksjonen?

¹ Programmet er en prototype skrevet i PHP, basert på en MySQL database i bunn. Programmet fungerer som en webapplikasjon som bruker nettlesere som klienter. CSS og javascript er brukt til utforming av visuell presentasjon og funksjonalitet (Stavelin, 2009, s. 33-34).

2. **Produksjon:** Hvordan forholder innholdsprodusenter seg til denne formen gjennom journalistisk arbeid?
3. **Innhold:** Hvordan er innholdet i journalistiske tekster med en lokativ form og hva skiller dette innholdet fra den journalistikken vi kjenner fra før?
4. **Bruk:** Hvordan forholder brukere seg til lokativ journalistikk?

Hver av disse temaene og del-problemstillingene besvares gjennom de fire publiserte artiklene. Del 1 i avhandlingen vil i all hovedsak forsøke å sammenfatte og ikke minst utdype ulike temaer som ligger til grunn for arbeidet. Avhandlingen som helhet har en interdisiplinær tilnærming og baserer seg hovedsakelig på samfunnsvitenskapelige og humanistiske arbeid innen medie- og kommunikasjonsfeltet med fokus på journalistikk. Avhandlingen skal bidra til journalistikkforskningen gjennom en konseptuell tilnærming. En slik konseptuell tilnærming innebærer at man har laget et system med utgangspunkt i brukerens/leserens posisjon, og dette er gjort på en annen måte enn det journalistikken tidligere har gjort.

Vitenskapsteoretisk forholder avhandlingen seg til pragmatismen på to måter. Den ene er kunnskapssynet pragmatismen legger til grunn, og det andre er pragmatismens metodologiske rammeverk for undersøkelseseksperiment.

(1) Hvordan kunnskap blir forstått: Utgangspunktet til pragmatismen er at kunnskap må sees som situert, tentativt og uten ende. Det betyr at det ikke finnes et fast fundament for kunnskap og at nye innsikter kontinuerlig danner nye grunnlag for kunnskap. Pragmatismen vektlegger et aktivitetsprinsipp der handling vurderes som grunnleggende for å skaffe erfaring som fører til ny kunnskap. Handling er sett på som et sosialt fenomen og en kontinuerlig selvkorrigerende prosess. Det er gjennom situasjoner at handlinger blir situerte. Handlinger er derfor situasjonsbestemte og må forstås i sin kontekst. Dewey og Mead distanserer seg fra empirismens forståelser av erfaring som forutsetter et skille mellom individets mentale verden og en ekstern verden. Pragmatismen åpner for at ulike situasjoner kan opptre samtidig innenfor den samme konteksten.

Et slikt utgangspunkt for kunnskap, erfaring og handling vurderes som et nyttig vitenskapsteoretisk utgangspunkt når bruk av nyheter på ulike geografiske steder skal undersøkes. Her gir det ikke mening å trekke opp et skarpt skille mellom nyheter på den ene siden, og geografiske omgivelser på den andre siden. Skal vi forstå hva slags kunnskaper som dannes i møte mellom sted og nyheter må vi forstå dette som situert og kontekstualisert. Mobil lokativ nyhetsbruk vil innebære at samtidige kontekster og situasjoner møtes og i sum utgjør grunnlaget for kunnskap og erfaring. Dette er hva som skjer når nyhetene integreres i hverdagslivets rutiner og bevegelser – og på bestemte steder. Dette diskuteres ytterligere i kapittel 3.3 om kommunikasjon som kontekstuell handling.

(2) Hvordan kunnskap blir generert: Pragmatistene forholdt seg til pragmatismen mer som en metode enn en filosofi. Det ideelle var å sette ideer ut i handling, gjerne for å løse et samfunnsproblem. Eksperimentering blir beskrevet som nødvendig for å skaffe kunnskap og krever en engasjert og aktiv forsker. Dewey skisserer en slik undersøkelsesmetode for hvordan et slikt undersøkelseseksperiment bør gjennomføres i 5 trinn (Dewey, 1991a, s. 72). Siden kunnskap ikke er fundamentert i et bestemt utgangspunkt, må den vitenskapelige metoden være korrigerende og syklisk (Ibid. s. 77). Pragmatismens syn på kunnskap ligger til grunn for metodologien deres og innsikter fra et eksperiment må alltid sees på som midlertidige og i relasjon til andre. Bernstein viser til Peirce's ideal om *the critical community of inquirers* som peker på at hver en av oss representerer et lite perspektiv og inngår i et større felleskap som bidrar med andre perspektiv (Bernstein, 1991, s. 328). Det er derfor viktig at forskeren inngår i et slikt kritisk felleskap for å kunne diskutere det en undersøker fra flere perspektiv. Det er denne kritiske diskuterende samtalen som avgjør hva som til enhver tid regnes som gyldig kunnskap. Flere peker på at pragmatismens bidrag bør forstås mer som en holdning og tenkemåte, enn en metode (Bernstein, 1991; Martela, 2015).

Inspirert av pragmatismens eksperimentelle metodologiske tilnærminger representerer *Lokanytt*, som mediedesign, et slik praktisk tankeeksperiment som satt ut i handling for å skaffe innsikter. Ulike perspektiver blir så diskutert i en ramme av et større kritisk felleskap som bidrar med sine perspektiv. Dette gjelder både det tverrfaglig kritisk felleskap eksperimentgruppen representert og eksterne aktører som har undersøkt lignende fenomenet på ulike måter. Dette blir videre behandlet i kapittel 4.1 om metodologisk inspirasjon.

Metodisk lignende prosjekt har blitt utviklet og testet innen andre genre og bruksområder, som for eksempel innen litteratur (Løvlie, 2011), spill (Wake, 2013), radio (Nyre, 2007; Nyre, Hoem, Tessem & Ringheim, 2017), kulturhistorie (Fagerjord, 2011) og museumsformidling (Liestøl, 2009). Innen journalistikkforskningen finnes det i senere tid også noen eksempler på lignende metodisk prototyping. Pål Aam sitt *Hypervideo*-prosjekt om klikkbare nyhetsreportasjer (Aam, 2013), Brett Oppegaard sin utforskning av engasjement av mobile lokasjonsbaserte nyheter gjennom en prototype av en lokativ mobilapplikasjon i forbindelse med festivalen *The Old Apple Tree Festival* (Oppegaard & Rabby, 2016) og Hamburg Media School's prosjekt for å utvikle lokaljournalistikken i Hamburg gjennom utvikling av lokative verktøy for å produsere, distribuere og for å engasjere publikum (Kramp, 2018, s. 188-189), representerer alle slike journalistiske prototyper og eksperiment. Men fremdeles er ikke dette en vanlig metode innen journalistikkforskningen (Uskali, Väättäjä & Sirkkunen, 2017, s. 28). Avhandlingen føyer seg dermed inn som en av flere andre prosjekter med intensjon om å fornye journalistikkforskningen.

I avhandlingen benyttes begrepet mediedesign. I denne sammenhengen er dette en metodisk tilnærming og må ikke forveksles med meningsinnholdet i grafisk design.

Mediedesign som metodisk tilnærming fokuserer på konstruksjon av innholdselementer eller strukturer i et medium eller en ny-sammenstilling av gamle elementer i et nytt medium. Disse undersøkes deretter med metoder tilpasset undersøkelsesformålet. Min inspirasjon og inngang til mediedesign og denne eksperimentelle tilnærmingen er som tidligere nevnt inspirert av sentrale medlemmer av den tidlige Chicagoskolen i sosiologien og John Dewey. Disse hadde sin virksomme storhetstid i første halvdel av 1900-tallet og fremdeles har mange av forskningstradisjonene innen medie- og kommunikasjonsfag sitt utspring fra denne perioden.

Prosjektet utforsker det kommunikative potensialet til tekstbasert lokativ journalistikk med utgangspunkt i det vi kan kalle den tradisjonelle journalistikken siden det er den vi har mulighet til å sammenligne med. Med den tradisjonelle journalistikken mener jeg en klassisk redaksjon med redaktør og skrivende journalister som følger journalistiske arbeidsmåter og nyhetskriterier. Denne journalistikken har i all hovedsak utviklet seg innen avis, radio og fjernsyn. Ifølge Martin Eide, er det nærmest umulig å ikke inkludere normative holdninger når man skal forklare hva journalistikk er. Slike normative oppfatninger brukes flittig av utøvere selv og er ofte bakgrunnen når andre retter kritikk mot journalistisk arbeid. Eide mener at journalistikk både kan betraktes som en virksomhet og som institusjon der institusjon er det overordnede (Eide, 2011, s. 11-13). En slik normativitet gjelder også for alle deler av *Lokanytt*-prosjektet, der produksjon, innhold og bruk vil være gjenstand for sammenligning med tidligere former og praksiser. Avhandlingens forståelse av journalistikk lener seg i stor grad på Michael Schudson, som definerer journalistikk som informasjon og kommentar på samtidige forhold som blir vurdert til å være viktige å publisere (Schudson, 2003, s. 12).

Jeg tar utgangspunkt i at endringer kommunikasjonen gjennom en lokativ form vil kreve, kommer til å skille seg vesentlige fra hvordan vi tidligere har adressert, produsert og konsumert nyheter. En lignende kommunikativ endring kan illustreres med forskjellene mellom fasttelefoner og mobiltelefoner. Tidligere ringte man til steder med fasttelefon, mens man i dag ringer mennesker som befinner seg på ulike steder med mobiltelefon. Dette påvirker hensikten med samtalene, innholdet i samtalene og konsekvensene av samtalene. I *Lokanytt* leser man ikke bare om steder, men stedene bestemmer i stor grad hva du kan lese. Det betyr at stedet du er på og situasjonen du befinner deg i kobles direkte til hva du får lese. Dette påvirker hvordan du opplever innholdet relatert til situasjonen du befinner deg i, og muligens hvordan du opplever situasjonen du befinner deg i. Grensesnittet og tilhørende innhold, via den mobile plattformen, gir altså nyhetsbrukerne en annen nyhetsopplevelse enn de tidligere har erfart. Dette fører også til nye måter å bruke og forholde seg til nyheter på. I tillegg, legger dette føringer på hvordan de journalistiske tekstene er produsert og formulert.

En nyhetssak fra *Lokanytt* som kan eksemplifisere dette er *Rottesaken*. Saken starter med *–Der du nå befinner deg er det flest rotter i hele Bergen*. Se for deg at du leser denne nyheten mens du nyter solen med en kopp kaffe og en croissant på en av benkene ved lille

Lungegårdsvann i Bergen sentrum. Allerede her har du løftet blikket fra mobiltelefonen og ser deg omkring etter rotter – først mellom beina dine, så rundt omkring i buskene rundt benkene. Om du ikke ser noen rotter, fortsetter du å lese. Da får du vite hvordan Bergen i lengre tid har slitt med rotteproblemer og hvordan bymiljøetatens tiltak har blitt satt på vent på grunn av mye byggerier rundt området Torgallmenningen til Lille Lungegårdsvann. Mot slutten av saken får du som leser beskjed om at –dersom du har noe matavfall er det viktig at dette kastes i noen av de tre grønne søppelbøttene under de store kirsebærtrærne. Om du ikke spiser opp hele croissanten din – hvor kommer du til å gjøre av den?

Det er ikke naturgitt hvorfor mediene har den formen de har i dag, det kunne vært annerledes. Dette er et spørsmål som sjelden blir stilt og som forskere i større grad bør engasjere seg i. Vi befinner oss i et endringslandskap der vi nylig har blitt utstyrt med den nødvendige teknologien som lett gjør at forskeren gis muligheten til å utforske journalistikk ved å lage et medium selv, uavhengig av superdyrt utstyr og infrastrukturen til store kommersielle aktører. *Lokanytt*-prosjektet utmerker seg sammenlignet med annen journalistikkforskning ved å undersøke empirisk hvordan en slik endring kan være.

Dette er ikke et prosjekt som har som hensikt å spå journalistisk fremtid, men å undersøke hvordan en bestemt form for journalistikk kan bli produsert, formulert og erfart. *Lokanytt* er heller ikke tenkt som noen løsning på eksisterende samfunnsproblemer eller som erstatning for lokaljournalistikken. Om man skal tenke seg *Lokanytt* inn i et eksisterende nyhetslandskap, vil det i beste fall kunne utgjøre et supplement til eksisterende nyheter. Dette er viktig å ta i betraktning når funnene til *Lokanytt* presenteres.

Oppsummering av funn

Jeg presenterer først en først en kortfattet liste over sentrale funn gjort i de empiriske delstudiene. Deretter presenterer jeg et sammendrag av hver enkelt artikkel. Artiklenes plassering i avhandlingen er ikke kronologisk i forhold til publisering, men presenteres her i tematisk rekkefølge: (1) Design av plattformen, (2) produksjonen av nyhetene, (3) innholdet av nyhetene, og (4) brukeropplevelsene av nyhetene. Disse delstudiene bidrar med hvert sitt aspekt til helheten av prosjektet *Lokanytt*. De danner grunnlaget for hovedfunnene knyttet til avhandlingens overordnede forskningsspørsmål og bidrar således til kunnskap om hvordan en lokativ form påvirker journalistikken og dens ulike praksiser. Artiklene utgjør del 2 i avhandlingen.

Sentrale funn i artiklene:

Artikkel 1. Design: Hvordan designe et nytt journalistisk medium med en lokativ form og hva slags konsekvenser kan dette få for produksjonen?

- Det er relativt lett å designe det tekniske rammeverket til mediumet til *Lokanytt*, og i løpet av en kort periode kan en liten gruppe mennesker lage en prototype som er funksjonell nok til å teste på brukere.
- Det er vanskelig å integrere lokasjonsavhengig journalistikk i en eksisterende lokaljournalistisk praksis.
- For å studere lokativ journalistikk må og bør forskeren foreslå konkrete prototyper som studeres.
- De tre ulike nærhetssonene (*Her* 0-100 meter, *i nabolaget* 100-500 meter, og *i byen* >500 meter) prosjektet benyttet, utviklet seg til egne journalistiske narrativer der de i større grad bygger på hverandre enn opprinnelig tenkt.

Artikkel 2. Produksjon: Hvordan forholder innholdsprodusenter seg til denne formen gjennom journalistisk arbeid?

- Mediestudentene som produserte det journalistiske innholdet hadde vanskeligheter med å tilpasse seg et nytt format der det etablerte synet på journalistisk innhold og form utfordres.
- Studentene uttrykte frustrasjon over at bare noen typer nyheter passer inn i en slik form for nyheter.
- Studentene hadde problemer med å differensiere nærhetssonene under utformingen av journalistiske saker, da de fort mente de ble for like hverandre. Å produsere flere lignende saker opplevdes dessuten som ressurskrevende.
- Tekniske valgmuligheter i publikasjonsprogrammet hadde stor påvirkning i utforming av nyhetsversjonene.

Artikkel 3. Innhold: Hvordan er innholdet i journalistiske tekster med en lokativ form, og hva skiller dem fra den journalistikken vi kjenner fra før?

- En stor del av tekstene inneholdt en personlig henvendelsesform gjennom bruken av *Du*.
- Tekstene inneholder i stor grad oppfordringer til leseren om å fysisk bevege seg i forhold til saken.
- Nyhetssakene har et mye større fokus på å ha en direkte nytteverdi for leseren

Artikkel 4. Bruk: Hvordan forholder brukere seg til lokativ journalistikk?

- Brukerne hadde problemer med å se på dette som journalistikk og omtalte det heller som en informasjonstjeneste.
- Brukerne trykket først på de titlene som appellerte til dem personlig og ikke de som var rangert først på grunn av avstand.

- Når innholdet i nærhetssonene ble for like mistet brukeren interessen.
- Brukerne ønsket seg enda større grad av informasjons- og detaljnivå på sakene
- De minst likte sakene var de som kan beskrives som kritisk journalistikk.
- Brukerne fikk følelsen av at sakene var skreddersydd og dermed mer interessante.

Disse funnene peker i retning mot at en rendyrket lokativ journalistikk for mobile enheter får store konsekvenser for alle deler av journalistikken. Mest tydelig peker funnene mot at en stedstilpasning av nyhetsinnhold resulterer i en mer informasjonsdrevet handlingsorientert journalistikk som har økt fokus på nytteverdien i nyhetene, tilpasset deg – der du er. I kombinasjon med at mobiltelefonen i stor grad oppfattes som en personlig enhet, fører dette til at brukerne har problem med å forholde seg til dette som tradisjonelle nyheter og heller ser på dette som en personlig informasjonstjeneste. Dette bidrar til en økt usikkerhet og spenning knyttet til journalistikk, slik vi kjenner den. Dette vil drøftes ytterligere i kapittel 5.

Funnene er også i tråd med eksisterende journalistikkforskning knyttet til yrkesutøvelse og nyhetskonsum på mobile enheter som diskuteres nærmere i kapittel 3.2. Dette informasjons- og nyttefokus forsterkes ytterligere av at brukerne av denne journalistikken har en annen motivasjon for å lese disse sakene på en mobil enhet, eller er ikke vant med persontilpasset nyheter. Årsakene kan knyttes til mobilens egenskaper, hva slags mobile brukspraksiser som er utviklet og hvilke nyhetsrepertoar disse inngår i. Brukerpraksisen skaper en økt forventning til personlig tilpasset innhold. Og, i tråd med denne forventningen oppstår et behov for å tilby nyttige nyheter som passer inn i hverdagslivets rutiner og bevegelser. Stedstilpasningen av nyhetene i lokativ journalistikk ser ut til å forsterke vridningen mot nytteinformasjon sammenlignet med andre mobile nyhetstilpasninger – som baserer seg på tekniske justeringer eller personlige anbefalingsalgoritmer.

Avhandlingens del 1 (kappen) argumenterer i tillegg med at sted i journalistikken ikke har vært et prioritert forskningsområde til tross for at det alltid har vært en helt sentral del av journalistikken. Fremveksten av mobile medier virker til å ha reaktualisert forholdet mellom sted og journalistisk innhold, noe som har ført til et økt forskningstrykk de siste årene. Samtidig finner jeg at til tross for at journalistisk distribusjon og konsum har forandret seg kraftig etter digitaliseringen, og spesielt med mobile medier, har selve innholdet ikke forandret seg nevneverdig. I dag, mer enn 100 år siden de første trådløse nyhetsmeldingene ble sendt, har vi ikke journalistisk innhold skreddersydd til mobile enheter (Westlund, 2013). Her argumenterer jeg for at en eksperimentell tilnærming som mediedesign kan bidra med empiriske funn på områder og fenomener som er under utvikling.

Sammendrag av artiklene

Artikkel 1: Locative journalism: Designing a location-dependent news medium for smartphones

Denne artikkelen ble publisert i tidsskriftet *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol 18, No 3, August 2012, side 297-314. Dette var et spesialnummer med tittelen *Locative media* der Rowan Wilken var gjesteredaktør.

Artikkelen diskuterer potensialet for en romlig sensitivitet i journalistikken gjennom å designe et medium representert gjennom forskningsprosjektet *Lokanytt*. Artikkelen beskriver en tilnærming til medieutvikling som er sjelden i journalistikkforskning og artikkelen ser på implikasjonene av denne tilnærmingen i forhold til deler av det empiriske material som *Lokanytt* genererte.

Artikkelen argumenterer for at kjernen i mediumdesign² som metode er at forskerne skal ha direkte, utprøvende kontakt med virkeligheten. Noen ganger, som lokativ journalistikk er eksempel på, kan man ikke analysere fenomener på avstand. Man må rett og slett arrangere og fremstille konkrete løsninger, som man tester ut. Artikkelen drar paralleller til banksystemer og argumenterer for at på samme måte som nettbankene må designes, implementeres og testes, må nye mediesystemer gjennom de samme prosedyrene. Artikkelen skiller mellom lokasjonsorienterte nyheter som lokalavisene i stor grad omfatter, og lokasjonsavhengige nyheter, der nyhetene blir aktivert av brukerens posisjon. Videre gjør artikkelen rede for designmetoden i *Lokanytt*. Denne er gjennomført i tre faser: (1) Designe og bygge et funksjonelt mediumdesign, (2) lage prosedyrer for innholdsproduksjon og (3) evaluere designet i det offentlige rom.

Analysene av den lokative journalistikken fokuserer på hvordan et slikt mediumdesign påvirker fire konkrete deler av produksjonen. De fire delene er: (1) Å plassere nyhetssaker på et kart, (2) karakteristikk av det som omtales «zoom-in historier», (3) konstruksjonen av en implisert posisjon for leseren og (4) formuleringer av nyhetskriterier av en journalistikk som fokuserer på og rangeres/bestemmes av en nærhet til saken fremfor tradisjonell redaktørstyrt aktualitet.

Artikkelen spår at lokalavisene gradvis og i større grad også være tilstede på en mobil plattform og at de vil møte noen av disse problemstillingene knyttet til posisjonering og individuell tilpassing på en eller annen måte i fremtiden. På samme tid tror vi ikke, og anbefaler heller ikke, at det er denne måten dette vil bli gjort på i fremtiden.

² Senere ble navnet endret fra mediumdesign til mediedesign.

Artikkelen konkluderer blant annet med at det er lett å lage en plattform for lokative nyheter, men at det ligger helt andre og større utfordringer i å få journalister og industrien til å reorientere seg og tilpasse seg nye journalistiske prosedyrer og tekstuelle konvensjoner for å utnytte mulighetene på en effektiv måte i et slikt nytt medium. For eksempel mente en del av journalistene at det nærmest var kontraintuitivt å prioritere romlige nærhetskriterier fremfor temporale aktualitetskriterier. For å få til dette vil det kreves en mer presis kunnskap om hvordan formidle lokasjoner og kunne skille mellom dem. Denne romlige sensitiviteten knyttet til en journalistisk form vil kreve en lengre periode med både opplæring og en utvikling av lokativ journalistikk som brukerpraksis.

Artikkel 2: Location sensitivity in locative journalism: an empirical study of experiences while producing locative journalism

Denne artikkelen ble publisert i *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, Vol 24, No 4, 2013, side 558-571. Dette var et spesialnummer med tittelen *Urban echoes of ubiquity* der Ulrik Ekman og Morten Breinbjerg var gjesteredaktører.

Artikkelen fokuserer på produksjonen av lokative nyheter i forskningsprosjektet *Lokanytt*. Det empiriske grunnlaget er spørreskjema og observasjon av 89 mediestudenters erfaringer med å skrive lokasjonsavhengige nyhetssaker tilpasset mobiltelefonen. De empiriske undersøkelsene er gjort i to faser. Den første undersøkelsen ble gjennomført med 45 studenter i 2009 og den andre med 44 studenter i 2010. Hver testfase bestod av at studentene produserte lokativ journalistikk i fem dager. Studentene ble introdusert for en publiseringsløsning der de måtte skrive tre ulike versjoner av hver nyhetssak som de deretter geotagget på et kart. Disse tre ulike versjonene ble synlige for brukeren som *her* (0-100 meter), *i nabolaget* (100-500 meter), og *i byen* (over 500 meter). Det er denne tredelingen som gjør *Lokanytt* lokasjonsbestemt. Dette tvinger studentene til å gjøre romlige og geografiske vurderinger under produksjonen av tekstene sine på bakgrunn av brukerens impliserte posisjon i forhold til nyhetssaken. Mellom testfasene, basert på foreløpige evalueringer, ble det gjort endringer eller forbedringer i systemet og opplæringen. Disse endringene bestod blant annet i at studentene fikk egne retningslinjer for hvordan de skulle skrive slik journalistikk (se vedlegg 2). De hadde også flere forelesninger knyttet til temaet i forkant. Det ble analysert om disse endringene resulterte i forskjeller i produksjonen.

Artikkelen finner at studentene ikke har problemer med å lære seg publiseringssystemet. De har derimot problemer med å tilpasse seg et nytt format innen journalistisk innholdsproduksjon. De har en tendens til å ha en oppfattelse av hva journalistikk er og hva den skal inneholde. Denne baserer seg på journalistikk slik de kjenner den fra før. Studentene som produserte sakene vurderte *Lokanytt* som noe veldig forskjellig enn den

journalistikken de var vant å forholde seg til og fant det vanskelig å skrive tre ulike versjoner av hver sak. De hadde størst problemer med å skille mellom nærhetsversjonene *her* (0-100 meter) og *i nabolaget* (100-500 meter). Dette ble lettere i den andre testfasen der studentene fikk retningslinjer og flere tekniske muligheter til å variere de ulike versjonene. Av tekniske muligheter var det spesielt mulighetene for å kunne ha flere bilder i sakene som gjorde det lettere. For å plassere sakene på kartet var det gatenavn, stedsnavn og landemerker studentene orienterte seg mest etter. En frustrasjon studentene hadde, var at det ikke var alle typer nyheter som passet til å bli geotagget ett bestemt sted. Studentene var usikre på hvordan de skulle forholde seg til dette og endte ofte med å lage en ny sak eller å vinkle saken slik at det ga mening å geotagge den. Dette viser at denne formen for journalistikk har klare begrensninger. Videre er det en utfordring at studentene har liten eller ingen kunnskap om lokasjonsbaserte medier eller hvordan man kan utnytte mobiltelefonen som plattform for journalistisk innhold. Dette til tross for at de som gruppe kan karakteriseres som avanserte mediebrukere.

Artikkel 3: News narratives in locative journalism – rethinking news for the mobile phone

Denne artikkelen ble publisert i tidsskriftet *Journal of Media Practice*, Vol 16, No 3, 2015, side 245-262.

Artikkelen analyserer innholdet i nyhetstekster skrevet i et lokativt rammeverk for en mobil plattform. Med et fokus på narrative tekstuelle element er 738 nyhetstekster fordelt på tre nærhetssoner (*her*, *i nabolaget* og *i byen*) analysert kvantitativt og kvalitativt. Målet var å identifisere særegenheter ved lokativ journalistikk. At tekstene er lokative betyr at nyhetene blir aktivert av brukerens posisjon. Det betyr at journalisten allerede vet omtrent hvor brukeren er plassert i forhold til nyhetsteksten når hun leser den. Denne kunnskapen gir journalisten andre muligheter til å skreddersy journalistikken til brukerne og påvirker tekstene deretter.

De analyserte tekstene er produsert i perioden 2009-2010 over tre faser i henholdsvis Volda, Voss og Volda igjen. Produksjonen i Voss skiller seg fra de andre ved at den ble gjennomført under Ekstremsportveko og konsentrerer seg i all hovedsak rundt dette sportsarrangementet. Dette påvirket resultatene noe. Totalt 95 ulike medie- og journaliststudenter har bidratt til de 738 tekstene. Artikkelen finner at det er spesielt tre narrative element som blir vurdert som spesielt viktige når man skriver lokativ journalistikk. Disse narrative elementene er (1) En andreperson-vinkling i teksten, (2) at teksten oppmuntrer til bevegelse, og (3) nytteformuleringer. Disse samsvarer med kjerne hensikten til lokative medier som gjerne har som formål å endre representasjonen av stedet, leserens grensesnitt, produksjonen av innholdet og erfaringene til brukerne. Dette blir gjort ved å vektlegge mobilitet,

kontekst eller fysisk interaktivitet med brukeren. Artikkelen argumenterer for at ved å peke på viktige narrative elementer i lokativ-konstruerte tekster kan det hjelpe oss med å identifisere hva potensielle brukere kan bli eksponert for gjennom lokative nyheter. I tillegg vil det hjelpe oss med å se hvor radikalt forskjellig denne representasjonsendringen kan være innen dette formatet.

I analysene fant jeg at over 30 prosent av tekstene inneholdt en andrepersons-vinkling (mest brukt i tekstversjonene nærmest brukeren). Dette var tekster som eksplisitt bruker du-begrepet. I et lokativt system får *du* en annen betydning enn den normale bruken (Løvlie, 2012, s. 115-116). Det handler om *deg* som er *her* på akkurat dette stedet. Denne andre-persons-vinklingen gjør det derfor mulig å skape en førsteperson opplevelse. Tekstene fra Voss inneholdt flere slike narrativer enn de fra Volda. Dette antas å være på grunn av at det under sportsarrangementer kan oppleves viktigere for journalisten å guide leseren til arrangementene som skal finne sted.

Omtrent halvparten av tekstene inneholdt direkte forslag om at leseren skulle bevege seg i forhold til sin egen posisjon. Dette bevegelsesimperativet var typisk i tekster der journalisten ville være sikker på at leseren kunne få mulighet til å fysisk se hva teksten refererte til. Dette skapte en posisjonskontrakt med leseren og bruken var i stor grad relatert til andrepersonsvinklingen og du-begrepet. Bevegelsesimperativet ble i all hovedsak brukt i saker som hadde et fremtids- eller nåtidsaspekt i seg. Altså at noe skulle skje.

7 av 10 tekster inneholdt nytteformuleringer som i all hovedsak er grunner og råd til leseren om å agere eller flytte på seg. Dette kan være konserter man kan være med på, hvor du kan få en god utsikt, trafikkpropper man kan unngå eller andre tips og triks. Dette kan sees på som nyttige nyheter eller nyheter du kan bruke. Disse nytteformuleringene er sterkt knyttet til bevegelsesimperativet der 97 prosent av sakene inneholdt slike nytteformuleringer.

Artikkel 4: Sensing the News: User Experiences when Reading Locative News

Denne artikkelen ble publisert i *Future Internet*, Vol 4, No 1, 2012, side 161-178. Nummeret var et spesialnummer med tittelen *Social Transformations from the Mobile Internet* der Gerard Goggin var gjesteredaktør.

Artikkelen fokuserer på brukererfaringer av å lese lokasjonsbestemt journalistikk på en mobil plattform. Det empiriske grunnlagsmateriale baserer seg på feltstudie og kvalitative intervju av 32 informanter med en snittalder på 29 år. Undersøkelsen ble gjort under sportsarrangementet Ekstremsportveko på Voss i 2009. Artikkelen diskuterer hva slags brukererfaringer denne formen for journalistikk genererer, hvordan konteksten spiller inn, og om denne formen for nyheter endrer brukernes sosiale interaksjon med nyhetene og omtalte steder. Forskningsspørsmålet er hvordan lokativ journalistikk påvirker nyhetskonsumentet. Nyhetene

som ble testet var lokasjonsbestemte gjennom at hver nyhetshistorie var presentert ulikt i tre ulike nærhetssoner. Hver av disse tre sakene var knyttet til nærhetssonene *Her* (0-100 meter), *I nabolaget* (100-500 meter), og *Heile Voss* (over 500 meter). Brukerne fikk kun tilgang til den saken som korresponderte med deres egen plassering. De måtte altså bevege seg dersom de skulle lese en annen versjon av den samme saken. Informantene besvarte en del av et spørreskjema før testing og en del etter testing. Under testingen var forskeren med hele tiden og gjorde feltnotater av umiddelbare reaksjoner fra informantene mens de leste sakene. På samme tid sikret forskeren at informanten fikk lest minst noen saker i alle tre nærhetssonene. Resultatene ble analysert og presentert som tre brukerportretter som representerte den lokale brukeren, den semi-lokale og den ikke-lokale. Grunnen til dette var en antagelse om at de ulike gruppene forholdt seg til steder på ulike måter og dermed hadde ulike betraktninger om de ulike nyhetsversjonene.

De overordnede resultatene viste at informantene likte denne formen for journalistikk siden den opplevdes som personlig tilpasset. De fant den mer underholdende og informativ, og vektla at den passet spesielt godt til en festival siden man da har et informasjonsbehov for å finne ut hva som skjer og hvor. De lokative nyhetene engasjerte brukerne til å bevege seg enten til å lese en annen versjon av nyheten eller for å oppleve stedet som saken omhandlet. Brukerne hadde store problemer med å skille om dette var nyheter eller en informasjonstjeneste. Forskjellen mellom de lokale, semi-lokale og ikke-lokale var ikke så store. Dette kan forklares med at dette var under et sportsarrangement. En forskjell derimot var at de lokale brukerne fokuserte mer på det ferskeste enn på geografisk nærhet. Selv om de lokale brukerne kjente flere av sakene fra før, synes de det var interessant å lese om siden sakene ofte tilførte noe nytt. Alle tre brukerportrettene satte egne interesser fremfor geografisk nærhet når de valgte saker de leste. De ikke-lokale brukte nyhetssakene som en veiguide for å finne frem til stedene og arrangementene som var omtalt. Sakene som kan karakteriseres som kritisk journalistikk var de minst likte sakene og fremprovoserte flere ganger negative reaksjoner blant brukerne. Brukerne ønsket også enda mer informasjon og detaljer i sakene de leste. Det viser at det var et tydelig informasjonsbehov å fylle for alle gruppene. Det er grunn til å anta at denne formen for journalistikk/informasjon passer spesielt godt på festivaler.

Avhandlingens struktur

Denne avhandlingen består av to hoveddeler, der del 1 utgjør kappen og del 2 artiklene. Kappen fungerer som overbygning og har som hensikt å redegjøre for prosjektets helhet.

Etter et kort sammendrag av artikkelbidragene og de empiriske funn her i introduksjonen, vil jeg i kapittel 2 gi eksempler på lokative medier og gjør rede for sentrale begrep. Videre diskuterer jeg hva lokativ journalistikk kan innebære og gir eksempler på lignende former. Til slutt i kapittelet legges det vekt på rollen sted har i journalistikken og viser

til at det stedsspesifikke i journalistikken historisk sett har gradvis blitt redusert til fordel for mer generelle og fortolkende behandlinger.

Kapittel 3 er teorikapittelet der jeg først gjør rede for utviklingen av forskningsfeltet mobile medier. Her presenteres en gjennomgang av hvordan mobil kommunikasjon blir behandlet i journalistikkforskningen. Deretter viser jeg til eksisterende journalistikkforskning som fokuserer på hvordan feltet og nyhetsbruken har blitt påvirket av mobile medier. Kapittelet peker på at digitaliseringsprosesser og teknologisk utvikling har vært viktigere studieobjekter for å forklare endringer enn hva mobile medier har vært. Videre vises det til studier som peker mot at vi fortolker og forholder oss annerledes til journalistikk via mobile enheter, men at det er få, om noen studier som har studert produksjonen eller innholdet i mobile eller lokative nyhetssaker. Til slutt i kapittelet viser jeg til avhandlingens teoretiske utgangspunkt og inspirasjon. Her gjør jeg rede for pragmatismens syn på kunnskap og peker på hvorfor jeg mener deler av Chicagoskolens teorier om kommunikasjon som situert handling har relevans for dagens lokative medier. Kapittelet plasserer *Lokanytt*-prosjektet i et empirisk og teoretisk landskap som danner grunnlag for å diskutere hvordan *Lokanytt* fungerer som journalistikk og bruken av denne formen for lokativ journalistikk.

I kapittel 4 presenteres avhandlingens metodologiske inspirasjon, forskningsdesign og metoder. Her trekker jeg paralleller mellom Deweys undersøkelsesmetode for å generere kunnskap, nyere mediedesign og *Lokanytt*. Dette utgjør utgangspunktet for min inngang til mediedesign som metodisk holdning. Til slutt i kapittel 4 gjør jeg rede for forskningsdesignet og metodene benyttet i *Lokanytt*.

I kapittel 5 diskuterer jeg hva som karakteriserer *Lokanytt* som medium og diskuterer disse opp mot artiklenes empiriske funn for å peke på hvordan den lokative formen påvirker journalistikken som vi kjenner den. Her peker jeg på at journalistikken i *Lokanytt* er tilpasset hverdagslivets rutiner og bevegelser og fører til en handlingsdrevet persontilpasset journalistikk. Dette krever andre journalistiske ferdigheter som geografisk sensitivitet og nytte- og situasjonstilpassning for lesere i bevegelse. Dette er på bekostning av agendasetting, kritisk og en fortolkende journalistikk som har vært blant journalistikkens primære roller og funksjoner – i en årrekke.

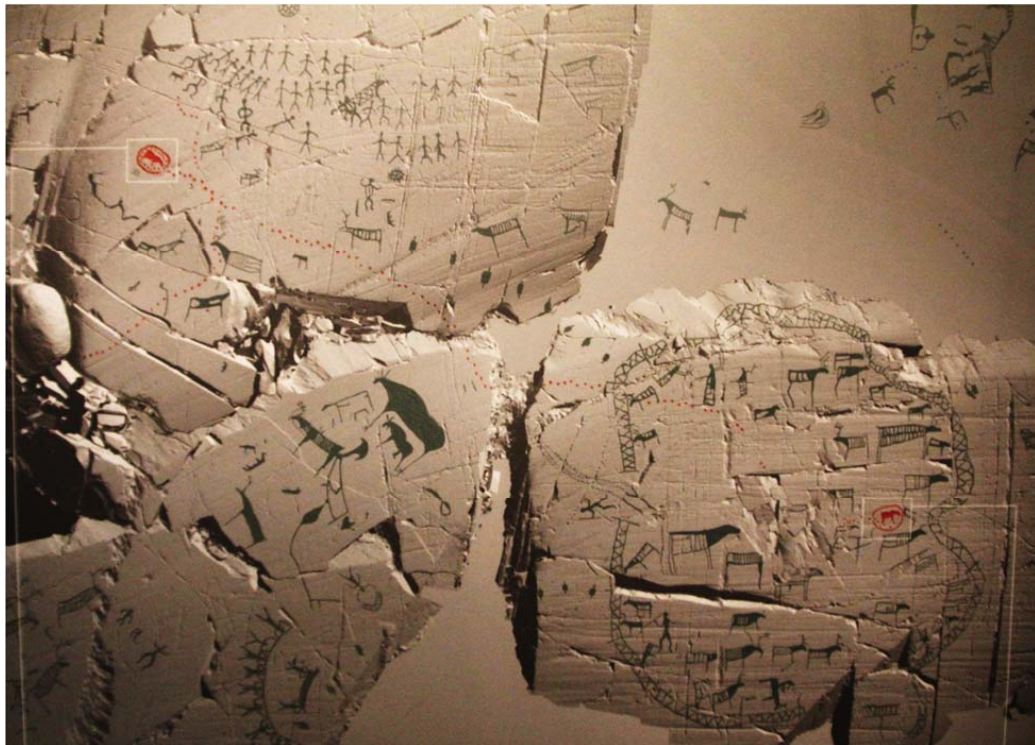
Avslutningsvis, i kapittel 6 peker jeg kort på avhandlingens nytteverdi.

2. Bakgrunn – mobile og lokative medier

Lokasjonsbasert informasjon og medier – fra livsviktig til kunst og underholdning

Ser man historisk på viktigheten av lokasjonsbasert informasjon, var slik informasjon avgjørende for å overleve eller ikke. Hvor man skal fiske, hvor man skal jakte, hvor man skal slå leir og hvor kan man finne ved til bål, var alle eksistensielle problemstillinger knyttet til situasjonen man befant seg i. En slik situasjon eller kontekst kan for eksempel være knyttet til ulike sesonger på året eller om man befant seg på kysten, innlandet, fjellet eller lavlandet. Slik livsviktig informasjon dominerer innholdet i de gamle helleristningene. På figur 1, på neste side, kan man se hvordan de har tegnet inn ruter mellom jaktområder, plass for slakting og beiteområder i forhold til leiren sin. Andre tegninger på stedet viser ulike dyr det jakes på og hva slags fisk som fiskes. Disse tegningene er datert til år 5200 før Kristus. Ser man helleristningene på stedet der de er tegnet, kan man lett orientere seg etter landskapet med sjø mot vest og vidde mot øst.

Andre eksempler der hovedhensikten er nyttig eller livsviktig kommunikasjon, er vardebrenning/røyksignaler og fyrlykter. Alle disse kommunikasjonsformene kan beskrives som kontekstsensitive og måtte ta hensyn til omgivelsene ved å omgå hindre som kunne stoppe signalet eller ødelegge budskapet slik at den riktige målgruppen mottok budskapet. Vardebrenning ble løsningen i områder der fjell «forstyrret» utsikten. Ved å signalisere ved hjelp av bål på fjelltoppene kunne signalet overføres over større avstander og ble videresendt av et nytt bål på en annen fjelltopp. Fyrlyktene er et annet eksempel på en slik stedsspesifikk visuell signalgiver til hjelp for sjøfolk som navigerte langs kysten. I Amazonasregnskogen, der man manglet disse fjelltoppene og tretaket var for tett til å kommunisere ved hjelp av røyksignaler eller andre visuelle signal, lærte jeg at man i stedet slo på tresorten Kapok for å sende lydsignaler over tretaket. Treet er blant de høyeste i Amazonasregnskogen og har lange smale avlange røtter som stikker opp fra jorden. Urbefolkningen slo på røttene for å skape vibrasjoner videre opp gjennom treet. Disse signalene kunne høres 10 km unna. Dette viser at lokasjonsbasert informasjon har blitt utviklet på grunn av, og alltid har måtte ta hensyn til, geografiske omgivelser og den aktuelle situasjonen.



Figur 1: Helleristninger ved Alta museum. Man kan skimte røde stier mellom boplass, jaktområder og slakteområder. Helleristningene er ca 7000 år gamle. Foto: Kjetil Vaage Øie

I antikken startet kartografi som disiplin å utvikle seg, men kart hadde allerede eksistert lenge før det. Hensikten var å lage nedskalerte representasjoner av virkeligheten. Denne delen av geografifaget har hatt enorm betydning for samfunnet vi har i dag. Ved å kartlegge hele verden har kartet vært et sentralt verktøy til blant annet å navigere, handel, i krigføring og kunnskapsformidling. Dette har muliggjort en fortolkning av verden der vi kan plassere oss selv i forhold til resten av verden. Kartleggingen av verden foregår fremdeles, men nå med nyere teknologi, som 3D scannere og tilpasset nyere og mer nøyaktige behov som for eksempel navigasjonssystemet til førerløse biler. På grunn av stadig mer brukervennlig teknologi og mange gratis programvare utgjør ikke-eksperter en meget stor gruppe som genererer geografisk innhold, dette har i stor grad preget dagens lokative mobile tjenester. Neogeografi eller frivillig generert geografisk informasjon (*volunteered geographical information*) er begrep som benyttes om en praksis der ikke-eksperter benytter ulike geografiske teknikker og verktøy for å generere eller produsere innhold eller løsninger (Goodchild, 2009, s. 94; Sanjay & Joliveau, 2009).

Fra siste halvdel av det 20. århundre finner vi eksemplene som ligner mer på de lokasjonsbaserte tjenestene vi benytter oss av i dag. Tidlig i 1960-årene lagde Dr. Max Tamir

Directomaten etter å ha gått seg vill på Brooklyn subway. Automaten, som stod på Times Square stasjon, printet ut en oversikt over reiseruten din basert på hvilken destinasjon du skal til i forhold til hvilken destinasjon du befinner deg på. På reiseruten din står en oversikt over den raskeste veien du kan kjøre, en liste over avkjørsler, veinummer og potensielle trafikkorker som måtte bekymre deg. På automater eller *directomater* som også stod andre plasser kunne man få informasjon om nye bygninger, nye produkt og ledige jobber, informasjon til turister om severdigheter og arrangementer, og man kunne få informasjon om bussruter og flyruter (Walton, 1962, s. 108-109). I 1966 gav artisten Edward Ruscha ut boken *Every Building on the Sunset Strip*. Her plasserte han et motorisert Nikon kamera bak på sin pick-up og fotograferte alle bygningene han passerte. I boken er disse bildene satt sammen og markert med gatenummer (Ruscha, 1966). Ser man på boken i dag og Tamirs *Directomat* får man en umiddelbar assosiasjon til navigasjonstjenester som *Google Maps* og *Google street view*.

Om man kan kalle Tamirs og Ruschas prosjekter for forløpere til tjenester som *Google Maps* med sine funksjoner, kan diskuteres, men økt urbanitet, mobilitet og ny teknologi presser frem nye behov og løsninger. Innen reklamebransjen har lokasjonsbasert innhold og distribusjon blitt regnet som en av de største fremtidige internettbaserte inntjeningsmarkedene siden de kan nå forbrukerne mer direkte og derfor er mer relevante for og tilpasset reklame (de Souza e Silva & Sutko, 2011). I oktober 2014, lanserte *Facebook* lokasjonsbaserte annonser (*local awareness ads*³) som gjør det mulig kun å annonsere dersom facebookbrukeren befinner seg innenfor et bestemt område. *Snapchat* lanserte *Snap Map* i juni 2017⁴ som gjør det mulig for brukerne å se vennene eller kontaktene sine, følge med på andre geotaggede arrangement og historier og se hvor og hva som fremstår som samtidige trender. Med kundemassen til *Snapchat* har denne utvidelsen et stort potensial til markedsføring på ulike måter.

Dagens forståelse av lokative medier som noe som blir aktivert av brukerens egen posisjon og gjerne i samarbeid med andre mennesker i bevegelse, er treffende eksempler av en mer samtidshistorisk art, og ikke lengre av samme eksistensielle art som de tidligere nevnte stedsspesifikke kommunikasjonsformene som vardebrenning, helleristninger og lydsignaler. I



Figur 2 Det er ikke bare på internett at reklame kan ses på som lokasjonsbasert. Her er en reklame fra en ferge på Vestlandet

³ <https://www.facebook.com/business/news/facebook-local-awareness>

⁴ <https://www.snap.com/en-US/news/post/introducing-the-snap-map/>

dag er praksisen eksistensiell ved å inngå i svært manges hverdagslige aktiviteter som gjennom lokasjonstilpassede søk, digitale karttjenester, datingapplikasjoner, sosiale medier og spill.

Noen av de mest kjente prosjektene referert til i den tidlige forskningslitteraturen innen lokative medier, og som fremdeles preger definisjonene av lokative medier, er *34 North 118 West*, *Media Portrait of the Liberties (murmur)* og spillene *Can You See Me Now* og *Uncle Roy All Around You*. Felles for disse er at de benytter seg av lokasjon og byen som utgangspunkt for å utforske eller utnytte muligheten for å la det virtuelle og det virkelige møtes gjennom mobile medier. Alle disse eksemplene kan karakteriseres som pionerarbeid i måten teknologi ble tatt i bruk på for å skape en situert opplevelse. Eksemplene plasseres innenfor kunstfeltet og hadde få brukere⁵.

Prosjektet *34 North 118 West* (2002) er et lokativt prosjekt der fiksjonshistorier står sentralt. Brukere ble utstyrt med bærbare datamaskiner tilkoblet GPS. På datamaskinen hadde de et kart der brukerens posisjon ble identifisert og noen markører som viste «hot spots» der man kunne motta historiene. På den måten kunne de bevege seg rundt i de delene av byen som prosjektet dekket og høre på tekster når de nærmet seg den bestemte lokasjonen til tekstene. Hensikten er at man skal få en ny opplevelse mens man navigerer gjennom byen ved at det overlagte fiksjonsrommet møter den fysiske byen. Effekten, ifølge en av utviklerne Jeremy Hight, er en tekst- og lydbasert virtuell virkelighet som krever fysisk bevegelse og som gjør at man er på to plasser samtidig. Hight beskriver dette som narrativ arkeologi (Hight, 2013).

Prosjektet *Murmur* (2003) beskrives som et dokumentarisk muntlig prosjekt som fokuserer på historier knyttet til bestemte geografiske steder. På hver av disse stedene plasserer de et (murmur)-skilt med et telefonnummer som alle kan ringe og høre en historie, som handler om dette spesifikke stedet mens de står på det samme stedet. Noen av historiene foreslår at du beveger deg videre på en gitt rute. Hensikten er at man skal engasjeres gjennom en fysisk erfaring i forbindelse med historien som blir fortalt (Micallef, Sawhney & Roussel, 2003). Prosjektet startet i Toronto i 2003, men utvidet seg senere til å omfatte flere byer.

Spillene *Can You See Me Now?* (2001) og *Uncle Roy All Around You* (2003) er laget av kunstnergruppen Blast Theory som utforsker interaktive medier der blant annet sosiale og politiske aspekt ved teknologi blir utforsket. Spillet *Can You See Me Now?* (2001) er ett av prosjektene deres der de utnytter byen, og som gjør spillerens lokasjon sentral i selvet spillet. Den fysiske byen er overlagt med en virtuell by for å utforske tilstedeværelse og mangelen på tilstedeværelse. Spillerne deler den samme virtuelle byen og spillerne skal i prinsippet løpe

⁵ Se Jason Farman for analyser av flere lokative fortellingsformer (inkludert Murmur og 34 North 118 West) (Farman, 2012. Kap. 6).

rundt i byen å forsøke å fange hverandre som en slags lokativ sisten. Prosjektet er et samarbeid mellom Blast Theory og Mixed Reality Lab ved universitetet i Nottingham (Blast Theory, 2001).

I 2016 kom mobilspillet *Pokémon Go* ut. Spillet henvendte seg til en bred målgruppe og skiller seg derfor fra de tidligere omtalte spillene. Den enorme populariteten til dette spillet resulterte i nedlastningsrekorder og har skapt en folkelig bevissthet rundt spillmuligheter på mobilen og samspillet mellom spillelementer og den fysiske virkelighet gjennom *augmented reality* og posisjonsteknologien spillet benytter seg av. Spillet som omtales som lokativt eller lokasjonsbasert og har blitt gjenstand for flere forskningsarbeider innen lokative medier (Goggin, 2017). I tillegg har det fått et eget spesialnummer i tidsskriftet *Mobile Media & Communication* i 2017⁶.

I de siste årene har forskning på lokative medier relatert til sosiale nettverkstjenester (Blackwell, Birnholtz & Abbott, 2015; de Souza e Silva & Frith, 2010; Humphreys, 2010), litteratur (Greenspan, 2011; Løvlie, 2011; Raley, 2008), spill (de Souza e Silva, 2009; Frith, 2013; Christian Licoppe & Inada, 2006) og musikk/lyd (Fagerjord, 2011) fått en økt interesse. Spesielt ulike aspekter ved applikasjonen *Foursquare* har vært gjenstand for mange studier (se blant annet Frith, 2013; Saker & Evans, 2016; Saker & Frith, 2018).

Begrepet lokativ

Mobile medier er forutsetningen for lokative medier, der lokative medier kan karakteriseres som mobile medier som baserer seg på «lokasjonssensitive» eller «lokasjonsbestemte» funksjoner. I denne sammenhengen betyr det at lokative medier er mobile medier der grensesnittet eller organiseringen av innholdet blir aktivert og bestemt av brukerens posisjon. Bruken av lokative medier blir ofte koblet til begrepet og fenomenet allestedsnærværende teknologier og enheter (*ubiquitous devices*) som man benytter for å tilegne seg ulike former for lokasjonsbasert informasjon som nyheter, turistinformasjon, vær og trafikkinformasjon, samt andre kommersielle tjenester informasjonstjenester.

Begrepet *lokativ* i forbindelse med digitale medier kan betegnes som et nyord og ble først lansert av artisten Karlis Kalnins til en workshop i 2003. I beskrivelsen til workshopen står det at i motsetning til World Wide Web, fokuserer lokative medier på det romlige lokaliserbare basert på den individuelle brukeren; «a collaborative cartography of space and mind, places and the connections between them»⁷. World Wide Web er også fokusert rundt det lokaliserbare gjennom hyperteksten og URL, men har ikke som hovedfokus å være lokalisierbar i «den virkelige verden». Beskrivelsen til Kalnins har også fokus på det

⁶ Volume 5, issue 1, 2017 (Hjorth, 2017).

⁷ <http://locative.x-i.net/report.html>

brukergenererte innholdet. Her menes i all hovedsak den vanlige bruker og ikke den profesjonelle. Jeg vil hevde at lokative medier også bør inkludere profesjonelle aktører da disse vil ha større potensiale for å produsere godt innhold til den individuelle bruker gjennom kunnskapen sin om målgruppen, form og innholdsproduksjon. Styrken i det brukergenererte kollaborative ligger i all hovedsak i muligheten til allmenn deltakelse, men er også av kvantitativ art der mengden av produserte stedsspesifikke erfaringer kan øke brukeropplevelsen. Denne forskjellen er den samme man finner i sosiale nettverkstjenester. Forståelsen av Karlins "testkategori" fra 2003 passer godt til kunstprosjekter og prototyper som tester nye dimensjoner og innhold knyttet til romlige erfaringer på ulike måter, men passer ikke alltid like godt til å beskrive mange dagens mest populære kommersielle applikasjonene med lokative funksjoner (Erdal, Øie, Oppegaard & Westlund, 2019, s. 166).

Lenge før Kalnins brukte begrepet lokativt i 2003, har begrepene blitt benyttet innen geografi, pedagogikk, religionshistorie og lingvistikk i lang tid før man begynte å koble det til medier. Innen geografifeltet og urban geografi har begrepet blitt brukt i over 100 år. Gjennom søk for å spore begrepet tilbake i tid ledes jeg til læreplanen fra normalskolen for 2 klassinger i geografifaget i Chicago fra 1904. Her dukker begrepet opp med hovedmål å studere relasjoner mellom jorden og mennesket i en regional og en global kontekst og med delmål der man skal konstruere og forstå kart (Darling & Smith, 1904). I en undersøkelse av 6. klassingers mangel på motivasjon i geografifaget fra 1921 oppfordrer forfatteren til å lage et spill for å vekke interessen til elevene igjen. Dette spillet omfattet bruken av kart og der elevene både skulle lære å finne steder igjen på kartet, men også legge inn sine egne observasjoner, bilder og tanker om bestemte steder. Deler av formålet var å få elevene til å forestille seg hvordan det kunne være på dette stedet. La Vera Morgan omtaler dette som lokativ geografi (Morgan, 1921). Innen religionshistorie kan man for eksempel se begrepet brukt for å beskrive hinduistisk pietisme. Her viser Diana Eck (1981) til at deres tradisjoner og ritualer hovedsakelig er knyttet til steder, bakketopper, elveutløp eller samløp, steinutskjæringer, skogsfenomen, bygrensler osv. *-I denne lokative formen for religion er selve stedet den primære årsaken til hengivelse* (min oversettelse) (Eck, 1981). Disse eksemplene på bruk av begrepet ligner på formålet med lokative medier i dag, men der dagens forståelse, knyttet til medier, innebærer bruken av teknologi og at interaksjonen er og blir påvirket av din egen posisjon og bevegelse.

Dagens forståelse av eller forutsetning for lokative medier er altså at den skal være digital. Dette skiller de fra blant annet analoge kart som i høyeste grad kan karakteriseres som mobile og noe man bærer med seg, men som kan inneholde de samme romlige og perseptuelle tilnærmingene som de digitale. Tidlige utviklere av lokative medier (ofte kunstnere) var raske med å karakterisere arbeidet sitt som noe som ble aktivert gjennom teknologi og ikke der arbeidene ble aktivert av teknologi. Dette siste ble sett på som altfor akademisk, industrielt eller som militær aktivitet (Galloway, 2008). Likevel var det en

erkjennelse av at man brukte militær teknologi (GPS) til prosjektene sine, der begrepet militær presisjon blir brukt for å beskrive nøyaktigheten til systemene (Tuters & Varnelis, 2006).

Goggin forstår lokativ media som en nøkkelfunksjon ved moderne mobile medier siden det involverer "their capacity to gather and represent information about the location of a device and its users, enabling, for example, the visualisation of their actions" (Goggin mfl., 2015, s. 43). Farman hevder at lokative media omskriver *stedet* og dermed har potensiale til å endre etablerte praksiser knyttet til annotert eller steds-spesifikk informasjon (Farman, 2012). Brian Greenspan forklarer at en av grunnene til at disse praksisene kan bli endret er at lokative medier har en annen intensjon enn hva de etablerte praksisene har. Han peker på at lokative praksiser ofte har til hensikt å endre representasjonen av sted, grensesnitt for leseren, produksjon og erfaringer. Dette gjøres med en vektlegging av mobilitet, kontekst eller en performance-orientert interaktivitet (Greenspan, 2011). Anders Sundnes Løvlie peker på at det som er nytt med lokative medier er kombinasjonen av stedsspesifikk informasjon med nettverksmobilitet. *-Et medium man kan bære med seg rundt mens det registrerer posisjon og henter informasjon fra andre kilder* (Løvlie, 2011, s. 15). Dette er også virksomt for journalistikken, som alltid har vært bundet til sted på flere måter.

Hva er lokativ journalistikk og hva slags eksempler finnes?

Lokativ journalistikk forstås i denne sammenhengen som en form for journalistikk der man tilpasser innholdet til brukere av mobile enheter gjennom trådløs overføring og gjennom bruk av mobilens posisjoneringsteknologier (for eksempel GPS). Dette kan gjøres gjennom teknologien som styrer grensesnittet og er ikke nødvendigvis synlig for brukeren gjennom det journalistiske innholdet. Det kan være nyttig å trekke opp et skille mellom lokasjonsbasert/orientert journalistikk og lokativ journalistikk. Lokasjonsbasert journalistikk kan karakteriseres som mer eller mindre ordinær journalistikk der man presenterer det gjennom den mobile enhetens posisjonsteknologi og der innholdet ikke nødvendigvis er spesifikt tilpasset brukerens posisjon. Lokative nyheter eller lokasjonsbaserte nyheter må ikke forveksles med lokale nyheter. Selv om lokale nyheter inneholder mange av kjerneelementene i en lokativ nyhet, finnes det en hovedforskjell ved at i den lokative nyheten er det brukerens posisjon og bevegelse som trigger eller bestemmer hva slags nyheter man får lese mens i lokale nyheter er det redaktøren som har foretatt disse valgene for deg. Ideelt sett er innholdet til lokative nyheter spesifikt tilpasset brukerens posisjon. I hovedsak betyr dette at lokativ journalistikk skal kunne gi brukerne tilpasset nyhetsinformasjon knyttet til det stedet de befinner seg på eller er på vei til. Et ideal er at brukerne skal kunne motta annerledes digital informasjon som i større grad korresponderer med et sted enn hva man kan erfare ved og kun fysisk være tilstede.

Lokativ journalistikk kan innlemmes i det man kaller mobiljournalistikk, men der en viktig nyanse er at det meste som blir kalt mobil journalistikk i dag ikke nødvendigvis tar høyde for det lokative elementet ved at det er brukeren som skal aktivere eller trigge innholdet, men heller er lokasjonsorienterte eller bare tilpasset mobiltelefonens tekniske størrelser. Mobiljournalistikk kan også bety at journalisten produserer saker ute i felten ved hjelp av en mobil enhet. Dette blir gjerne omtalt som *Mojo* og er behandlet av en rekke medie- og journalistikkforskere (Dahlberg, Redström & Fagrell, 1999; Forsberg, 2001; Jokela, Väätäjä & Koponen, 2009; Quinn, 2009). Oscar Westlund presenterer en omfattende gjennomgang av mobiljournalistikk i artikkelen *Mobile News* og foreslår en modell der han kategoriserer metoder nyhetsinstitusjonene bruker for å produsere nyheter til mobilen (Westlund, 2013).

Det finnes få eksempler på lokativ journalistikk og det finnes ingen etablert praksis på dette området. Jeg vil trekke frem og presentere fire eksempler som ligger nært opp mot det jeg karakteriserer som lokativ journalistikk. Det er (1) *Situerte dokumentarer*, (2) *Locate Chicago 2016*, (3) *Everyblock.com* og (4) *Spionbyen Oslo*. To av eksemplene kan karakteriseres som eksperiment eller utprøving gjort av forskere og universitetsstudenter, mens to av eksemplene er bransjeutviklet. I tillegg til eksemplene jeg presenterer, er det i senere tid gjort en del utprøving og laget prototyper med lignende metodiske tilnærminger i krysningpunktet journalistikk og informasjon med utspring fra ulike universitetsmiljøer. Noen av disse er *Hypernytt* (Aam, 2013), *Amplifon* (Nyre, 2015), *Auditor* (Nyre mfl., 2017), *The Old Apple Tree project* (Oppegaard & Rabby, 2016), *Pediacloud* (Tesseem, Bjørnstad, Chen & Nyre, 2015), *Virjox* (Uskali mfl., 2017). Noen av disse eksemplene blir diskutert i kapittel 4, senere i avhandlingen.

John Pavlik med flere har jobbet praktisk-analytisk med det de kaller *situerte dokumentarer* (Höllerer, Feiner & Pavlik, 1999) og prototyper for dette i mange år. Prosjektet inkluderer lokative eller geografisk kodede medier presentert gjennom *augmented reality* (AR). Tilhørende casestudier av prosjektet bidrar med innsikter i hvordan (AR), eller «utvidet virkelighet», som historiefortelling kan bli brukt i journalistikken (Pavlik & Bridges, 2013, s. 20-26). Pavlik og Bridges mener disse engasjerende nye teknologiene er en unik mulighet for journalistikken for å presentere nyheter på en ny måte. De argumenterer for at AR er sentralt for journalistikken siden den tilbyr den samme essensielle funksjonen som nyheter – den *augmenterer* brukererfaringen med den virkelige verden og naturlige omgivelser. Pavlik og Bridges fokuserer ikke bare på funksjonen eller overføringen av nyhetene, men hevder at en slik tilnærming til nyhetene vil endre innholdet og formen til journalistikken. I en situert dokumentar som Pavlik og Bridges presenterer går brukerne rundt med en skjerm som er festet til hodet mens de beveger seg rundt og gjennom steder. Pavlik og Bridges kobler denne tilnærmingen til lokaljournalistikk.

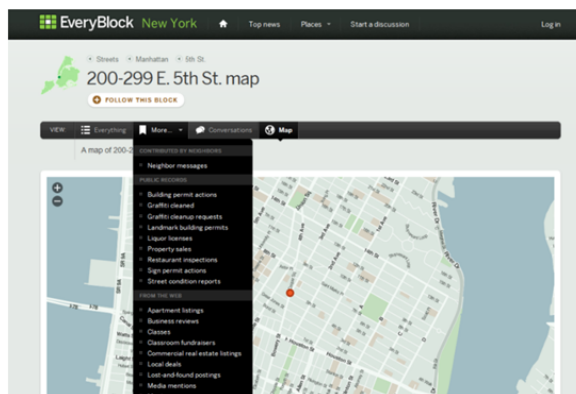
AR enriches an individual's experience with the real world. In many ways, this format is a natural extension of what place-based journalism has historically done best—stories are put in a local context and act as a supplement to a citizen's direct experience with the world. An artifact of this style is evident in the first part of any story in a newspaper—the dateline that identifies the location where a story was reported (Pavlik & Bridges, 2013, s. 21).

I Pavlik og Bridges prosjekt er det kun en historie som blir fortalt, men som vil oppleves ulikt av dem som erfarer historien. Videre legger de vekt på at fortellerståstedet gjennom denne fortellermåten endrer seg fra tradisjonell journalistikk. Det er ikke lenger en lineær journalistisk historie som fortelles gjennom tredjeperson-narrativ, men heller som en ikke-lineær fortelling som engasjerer gjennom et første-person narrativ. Pavlik og McIntosh (2006) har et optimistisk syn på teknologiens muligheter innen journalistikken selv om de erkjenner at etter hundre år med trådløse signal, har journalistikken ennå ikke tilbudt nyheter tilpasset mobilt innhold. De lister opp tre former eller muligheter der kontekstsensitive nyheter (context-aware news) og underholdning innen den mobile arenaen kan bli viktige i fremtiden. Den ene muligheten er innen «breaking news» som er av en høyst lokalisert natur. Her ser de for seg at dette tilpasses der brukeren befinner seg eller langs en planlagt rute brukeren skal gjennomføre. Den andre muligheten er markedsinformasjon som i all hovedsak blir koblet til *news you can use*. Her ser de for seg at bygninger og andre spesifikke steder blir tydelig merket og vil utgjøre punkter av interesse. Dette vil fungere som ett supplerende lag til eksisterende informasjon/nyheter. Den tredje og siste muligheten Pavlik og McIntosh skisserer, er datakoblinger. Her mener de datakoblinger til kontekstuelle, tilgjengelige data knyttet til lokasjonen, som for eksempel kartinformasjon (Pavlik & McIntosh, 2006, s. 91).

Locate Chicago 2016 var et utviklingsprosjekt som ble gjennomført av studenter på Medill School of Journalism, Northwestern University i 2008. Prosjektet hadde som formål å finne ut: (1) Hvordan nyhetsredaksjonene brukte lokativ nyhetsfortelling, dersom de brukte dette, og hva de kan lære av det? (2) Hvor levedyktig er lokativ nyhetsfortelling? (3) Hvordan kan journalister inkludere lokativ nyhetsfortelling, både umiddelbart og i fremtiden? I studentrapporten som oppsummerer prosjektet finner de at geografi og geotagging er mektige verktøy for å organisere og søke etter innhold og at nyhetsorganisasjonene bør geotagge innholdet sitt så mye som mulig. Videre fant de at mobil teknologi er ideelt for lokasjonbaserte tjenester, at lyd har blitt undervurdert og at nyhetsredaksjoner bør fokusere mer på dette siden det er en økende tendens for til multitasking på mobile enheter (Joyce Chang, 2008, s. 39-45). *Locate Chicago 2016* fokuserte på en forhåndsbestemt lineær vandretur som var lydbasert. Innholdet fokuserte på historiske aspekt og potensielle endringer av omgivelsene dersom Chicago skulle bli tildelt de olympiske leker i 2016 (som de ikke gjorde). Deltakerne mottok lokasjonsbestemte historier gjennom Google Earth som plattform. En av begrensningene var at prosjektet baserte seg på en lineær storyline eller saksunivers, som automatisk gav

deltakerne lydklippene når de beveget seg inn i det aktuelle området. Gikk man en annen vei enn historien var designet til, ville man ikke kunne følge historien slik den var tiltenkt.

På et tidspunkt var en av de mest omtalte eksemplene innen journalistikken www.everyblock.com (tidligere Chicagocrime.org som ble startet i 2005) som har vunnet priser for innovativ journalistikk. Dette er et prosjekt som kan betegnes som lokasjonsbasert og hyperlokalt, og baserer seg på borgerjournalistikk samt offentlige data som blir automatisk aggregert (dataskraping).

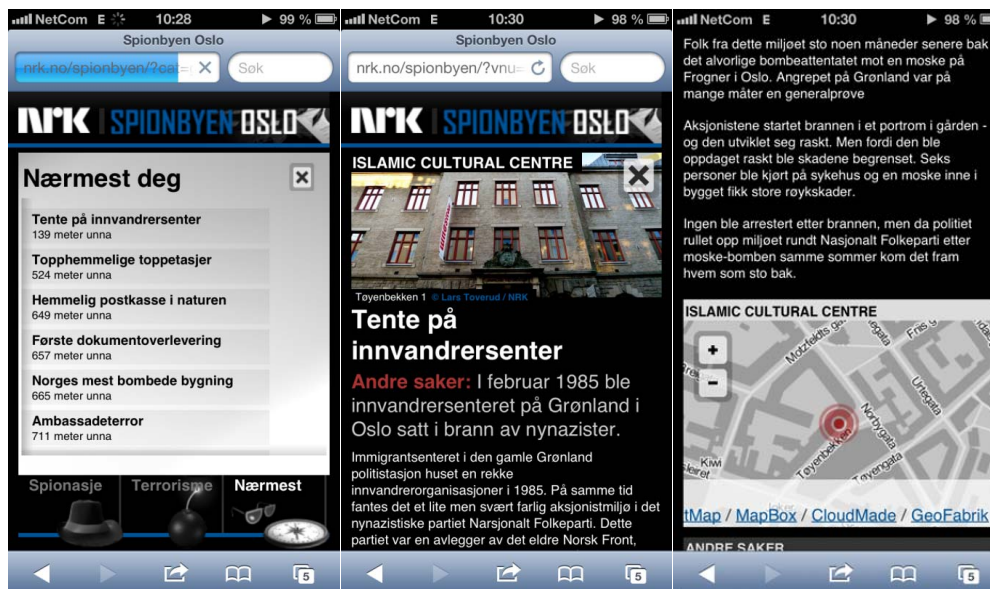


Figur 3: Skjermdump fra Everyblock som viser kombinasjonen av kart og geografiske filtre

Grunnleggeren Adrian Holovaty har både bakgrunn som journalist og programmerer og har hatt mål å presentere nyheter på en annen måte enn det som har vært tradisjon. Tidligere baserte siden seg sterkt på en kartplattform der man kunne zoome seg inn på sitt nabolag for å se hvor mye, og hvilken, kriminalitet som foregikk der. Siden beveget man seg delvis bort fra kartplattformen og over til et mer områdebasert eller nabolagbasert design. *Everyblock* har gått gjennom flere endringer som da de lanserte en mobil applikasjon i april 2009 som også tok hensyn til brukerens posisjon og dermed gjorde den lokativ. De lanserte også emosjonelle grenser og skreddersydde lokasjoner (28 august 2009) der brukeren selv kunne markere et område eller en reiserute som man ville motta nyheter fra. Fra tidligere å være begrenset til hendelser fra politiet i Chicago utvidet det siden seg til også å inkludere byggetillatelse, eiendomssalg, restaurantinspeksjoner, *Craigslist* (kjøp og salg), *Flickr*, *Panoramio*, *Yelp* og andre tjenester. *Everyblock* inkluderte brukerne i mars 2011 og holdt møter og opplæring for folk som ville bidra som borgerjournalister. Grunnleggerne omtalte nettsiden/tjenesten som et geografisk filter, «a news feed for your neighborhood, or, yes, even your block». En slik filtertankegang var også bakgrunnen for at de lanserte lokale hendelser – for at de med felles interesser (ikke bare geografisk) skulle finne sine romfelleskap. Nettsiden og applikasjonen passer helt klart til storbyen med et rutenett-basert veinett og med tydelige navngitte kvartal. Siden ble kjøpt opp av MSNBC (Comcast) i august 2009, ble lagt ned i februar 2013 og ble startet opp igjen i januar 2014. Til tross for mye omtale og store profesjonelle selskap i ryggen, klarte de aldri å etablere seg med spesielt mange brukere.

Den første større satsningen med lokative egenskaper innen nyhetsmedier i Norge stod NRK for da de i januar 2013 kom med en graveserie om spionasje i Norge basert på diverse skriftlige historiske kilder (NRK, 2013). I dette prosjektet har NRK oppsøkt alle plassene nevnt i de skriftlige kildene der denne type spionasje og terrorisme har foregått. 101

hendelser er geografisk plassert på kart med tilhørende sak⁸. I tillegg til at sakene ligger ordinært tilgjengelig på nett, kan man gå inn på en mobilutgave der saksuniverset kan kobles opp mot mobilens GPS og du får opp de sakene som er nærmest deg.

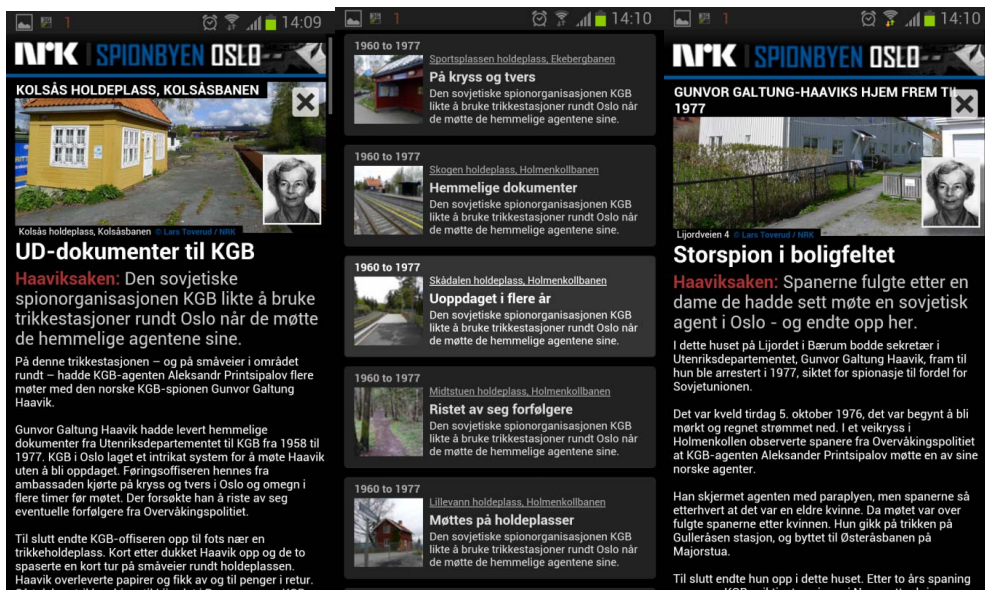


Figur 4: Mobilgrensesnittet til *Spionbyen Oslo*.

På mobiletelefonen fremstår dette grensesnittet svært likt og fungerer på samme måte som i *Lokanytt*. NRK har laget flere tekster innenfor samme sak som er kategorisert som saksunivers, som for eksempel Abelsaken, Haaviksaken, Lamarksaken, Treholtsaken osv. De fleste av NRK sine saker fremstår som unike, men i for eksempel Lamarksaken⁹ er 11 av 13 ingresser identiske, men tekstene er ulike utover dette. I Haaviksaken, som består av 23 geoplasserte saker, ser man at 13 av de relaterte sakene er helt likt formulert bortsett fra tittel, bilde og posisjon. Ingressen til de fleste hendelsene tilhørende Haaviksaken lyder følgende: «Den sovjetiske spionorganisasjonen KGB likte å bruke trikkestasjoner rundt Oslo når de møtte de hemmelige agentene sine».

⁸ 101 saker pr 8. jan 2013.

⁹ Handler om Svein Lamark som jobbet i Kommunaldepartementet som ble rekruttert som russisk spion, men samtidig hadde en rolle som dobbeltagent på oppdrag fra det norske overvåkningspolitiet.



Figur 5: Eksempler på stedsspesifikke formuleringer i saksuniverset

Det som er interessant med disse tekstene er hvordan de er formulert og dermed kan få en lokativ funksjon.

«På denne trikkestasjonen – og på småveier i området rundt – hadde KGB-agentene Aleksandr Printsipavlov flere møter med den norske KGB-spionen Gunvor Galtung Haavik (...).» (se formulering i figur 5).

Formuleringen til NRK refererer til sakens tilhørende bilde og for leseren på stedet vil det oppleves som en direkte stedshenvendelse gjennom formuleringen «denne». Det gjør at saken henvender seg mer direkte til leseren enn den ellers ville gjort ved en stedbasert lesning. I de andre tilhørende sakene fremstår sakene som mer ulike, men inneholder i de fleste tilfeller formuleringer som «Her bodde Arne Treholt», «I en rekkehusleilighet i denne veien ...», «Denne restauranten ...». Disse formuleringene er ikke unike i tradisjonell journalistikk, men opptrer hyppigere i NRKs saksunivers om spionbyen Oslo. Flere av sakene til NRK inneholder informasjon som gjør det interessant for interesserte å oppsøke stedet fysisk selv om tekstene ikke har noen direkte oppfordringer om at leseren bør oppsøke stedet saken omhandler.

I tillegg til de 4 eksemplene (situerte dokumentarer, Locate Chicago 2016, Everyblock.com og Spionbyen Oslo) jeg har beskrevet finnes andre relevante prosjekt som ligger nært opptil lokativ eller lokasjonsbasert journalistikk gjennom bruken av reportasje/dokumentariske og/eller historisk-baserte lyd-guider. Et eksempel er *The Guardian's streetstories app*¹⁰ som hadde 10 lydhistorier som ble aktivert av brukerens

¹⁰ <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2012/mar/21/kings-cross-london-streetstories-app>

posisjon rundt King's Cross i London. Et annet eksempel er den amerikanske applikasjonen *Detour*¹¹, lansert i februar 2015, som omtaler seg selv som *location-aware audio walks*. *Detour* har åpnet for at brukere selv kan legge inn sine historier eller lage sin egen *detour*. Noen populære lokasjonsbaserte sosiale nettverkstjenester har også implementert nyheter i applikasjonene sine. Gratisavisen *Metro News* i Canada var den første avisen som gjorde et redaksjonelt partnerskap med *Foursquare*. Dette partnerskapet inkluderte restaurantanmeldelser, by-tips, lister over hva du bør gjøre og artikler som mobile brukere kan støte på mens de reiser (Van Grove, 2010). Senere ble Wall Street Journal også partner med selskapet og applikasjonen *Foursquare*. De presenterte sin første *breaking news* en måned senere i mai 2008. Nyheten om en mistenkelig pakke på Times Square med informasjon om at plassen ble evakuert, ble sendt til brukere som fulgte avisen på *Foursquare* og var i New York på samme tid. I dag kan flere applikasjoner tilby en form for lokasjonsbaserte tjenester. Eksempelvis spør NRK sin nyhetsapplikasjon¹² om posisjon for å kunne gi brukeren distriktsnyheter der vedkommende er, og sender nyhetsvarsler knyttet til valgte distrikt.

Stedets fundamentale rolle for journalistikken

Steds- eller lokaldimensjonen har altså vært selve grunnlaget til nyhetene. Avisene har lenge (eller alltid) vært et stedsbasert medium som springer ut ifra en redaksjon som ofte er lokalisert i en bestemt by og har som mål å dekke denne byen, området eller regionen. Sunnmørsposten, Bergens Tidene, NY Times og Chicago Tribune er alle slike eksempler, der avisene langt på vei manifesterer en geografisk tilhørighet. Dette har vært, og er, fortsatt normen. Videre har avisene ofte hatt bestemte geografiske dekningsområder og noen nyhetsmedier har faste journalister som er utplassert på bestemte steder (for eksempel utenrikskorrespondenter). Gjennom å nå målgruppen sin vil avisene direkte «plassere» leserne sine og deres lokalområde som en kontekst i forhold til resten av verden og produserer nyheter etter denne konteksten (Buchanan, 2009, s. 63-64). Nærhet i nyheter inkluderer både en fysisk geografisk, men også psykologisk dimensjon og har vist seg å spille en vesentlig rolle i forståelsen av og hva vi husker av nyheter (Donnelly, 2005, s. 59). Denne kommunikative journalistiske praksisen knyttet til sted ligger også innebygd i yrkesopplæringen og utdannelsen til journalister. Ett av de fem basisspørsmålene journalister gjerne må besvare i en artikkel, er spørsmålet om *hvor*. De andre spørsmålene er hvem, hva, når og hvorfor. Disse spørsmålene står som en håndverksmessig oppskrift for å skape et forståelig erfarings- og tolkningsrom for leseren i den vestlige journalistiske tradisjonen.

Lokalavisene har vært, og er de som er mest avhengig av å forholde seg til en geografisk romlighet. Som Øystein Sande (Sande, 1992, s. 34) skriver – *nyheter er av natur*

¹¹ <https://www.detour.com/>

¹² Versjon: 3 desember 2018.

punktinformasjon, men denne punktinformasjonen er avhengig av informasjon om sammenhengen for å gi mening. Denne informasjonen trenger ikke å nødvendigvis å være inkludert i selve nyhetsinnholdet, men kan være informasjon knyttet til for eksempel nyhetsbrukers forhåndskunnskap eller andre elementer som gjør at punktinformasjonen gir mening. Lokaljournalistikken har dratt fordeler fra å identifisere seg med en bestemt geografi og forme nyhetene for å skape mening til leserne sine. Denne nærheten til journalistisk distribusjon bidrar også til spesialkunnskap om lokale hendelser, tilgang til lokale kilder og et følt ansvar for å formidle nyheter med større detaljnivå enn nasjonale medier.

Videre vil jeg redegjøre for hvordan journalistikken har forholdt seg til sted og lokasjon over tid. Så viser jeg kort til fenomenet *hyperlokale* medier som ofte har som mål å fylle et hull i eksisterende nyhetsdekning. Dette hullet er ofte knyttet til manglende geografisk dekning fra de etablerte mediene. *Lokanytt* kan på mange måter minne om en hyperlokal, geografisk orientert, nyhetstjeneste.

Journalistikken og reduksjon av stedsspesifikt innhold over tid

I et forsøk på å finne ut hvordan behandlingen av sted har utviklet seg i journalistikken vil jeg kort presentere noen av arbeidene til Kevin Barnhurst som har de mest omfattende behandlingene av sted og lokasjoner i journalistikken jeg har funnet. Barnhurst og samarbeidspartnerne hans har med en lengre historisk tilnærming undersøkt journalistisk form og stil (Barnhurst & Nerone, 2001) – og hva slags kategorier som ble vektlagt i nyhetene (Barnhurst & Mutz, 1997). Studiene omfattet blant annet behandlingen av steder og lokasjoner i journalistikken der de kodet alle artiklene som nevnte en lokasjon i kategoriene gate, adresser, bygd eller by, delstat, region, nasjonalt eller internasjonalt. Undersøkelsene gir et bredt empirisk grunnlag for komparasjon ettersom tilhørende prosjekt har undersøkt amerikanske aviser fra 1894–1994 (med 20-års intervaller) (Barnhurst & Mutz, 1997), radio mellom 1980–2000 (Barnhurst, 2003), fjernsyn mellom 1968–1992 (Barnhurst & Steele, 1997) og nettaviser 2001–2010 (Barnhurst, 2013, 2016). Jeg kjenner ikke til lignende studier gjort i Norge eller Norden.

Barnhurst peker på at amerikanske aviser har gjenskapt seg selv i løpet av det 19. århundre og i den prosessen har form, stil, produksjon og dekning endret seg. Ikke før ca 1920-tallet fikk avisene den formen vi i stor grad forholder oss til i dag. Da begynte avisene å organisere innholdet sitt etter temaer og prioriterte nyheter etter aktualitet og nyhetsverdi (Barnhurst & Nerone, 1999, s. 60). Studiene peker i all hovedsak på en utvikling der individuelle personer blir mindre viktige, artiklene blir lengre og derfor færre, det blir uklare linjer mellom pågående hendelser og historien, lokasjoner blir mer generelle, individuelle hendelser blir gruppert gjennom oppsummeringer, og fortolkende tematiske analyser erstatter en deskriptiv

dekning av episodiske enkelthendelser (Barnhurst & Mutz, 1997). Dette omtaler Barnhurst og Mutz som *The New Long Journalism*.

Barnhurst og Mutz (1997) identifiserer en reduksjon av stedsspesifikke nyheter i amerikanske aviser etter 1894. Avisene har hatt en nedgang i hendelsessentrerte nyheter knyttet til personer og steder til fordel for en mer distansert og analytisk journalistikk. Videre fant Barnhurst og Mutz at spesielt to typer av lokasjoner beveget seg i to helt forskjellige retninger – antallet av de mest spesifikke lokasjonene som gateadresser er redusert betraktelig, mens den bredeste lokasjonen, andre land, økte ytterligere (Barnhurst & Mutz, 1997). I studien av The National Public Radio (NPR) ble alle nevnelser av steder fra 1980 til 2000 målt og fant at graden av lokale nyheter hadde falt til under halvparten fra 1980–2000, men at nasjonale historier gikk opp (Barnhurst, 2003). I analysen om fjernsynsjournalistikk, hvor de har fokusert på det visuelle fremfor det tekstuelle, finner de en motsatt trend, der bruken av lokasjoner har økt betraktelig. Dette forklarer de med at bruken av lokasjon skaper troverdighet og bygger en nærhet mellom journalisten og hendelsen som gjør reportasjen mer autoritativ. Dette ser ut til å være ekstra virksomt i fjernsynsnyheter (Barnhurst & Steele, 1997).

Barnhurst (2013) finner at denne langsiktige trenden med reduksjon i stedsspesifikke elementer fortsetter med nettaviser og digital journalistikk. Gatenavn og andre spesifikke stedsbeskrivelser har falt sammenhengende siden 1930 og fortsetter å falle med nettavisene mens generelle stedsnevnelser (som land) har økt fra 10 prosent i 1890 til over 30 prosent i 2005 (Barnhurst, 2013, s. 12-16).

Ulike forklaringer kan relateres til trenden med mindre og mer generelle stedsbeskrivelser og samtidig en mer kontekstuell fortolkende journalistikk. Barnhurst hevder at dette ikke kan forklares teknologisk eller at de er teknologisk drevne siden denne utviklingen er jevn og går så langt tilbake i tid (Barnhurst, 2016). James Carey (2009) forklarer en romlig og stedlig reduksjon med en overliggende kommunikativ struktur, som det moderne samfunnet organiserer seg etter. Trenden er at man skal organiseres i større enheter som gjerne er sentralisert. Dette innebærer blant annet at steder med maktposisjon er begrenset til færre steder. Han trekker paralleller til jernbanen i Amerika og den kommunikative maktposisjonen europeiske havner for sjøfart og handel befestet tidligere. Disse gikk gjennom en endring der de først var få og sentraliserte, for så å bli flere desentralisert og resentralisert for å utnytte ressurser i utkantene. Siden har de blitt sentralisert igjen (Carey, 2009, s. 116-117).

En annen forklaring er at flere lokale nyhetsteknikker har forsvunnet i denne perioden. En studie av visuelle beskrivelser i 19. århundre og 20. århundre i tekst og tilhørende bilder, fant at flere lokale nyhetsteknikker nærmest hadde forsvunnet i denne perioden. En av disse teknikkene var relatert til de romlige aspektene ved historiefortelling, som for eksempel veibeskrivelser (walking descriptions). Her gav journalisten en visuell beskrivelse av hendelser

fortalt gjennom en observatør, som beveget seg rundt den aktuelle scenen (Barnhurst & Nerone, 1999).

Opplæringen av journalistene, økt utdanningsnivå og den økende interessen for gravejournalistikk kan fungere som en forklaringsmodell for en gradvis reduksjon i det stedsspesifikke og tendensen mot en mer kontekstuell journalistikk. Dette fører til en mer fortolkende journalistikk til fordel for en deskriptiv journalistikk. Dette er støttet av funnene til Schudsons studie om dekningen av presidentvalgene siden 1790. Her ble dekningen gradvis mer fortolkende (Schudson, 1982, s. 100). Vi snakker her om et skille fra en dominant humanistisk tilnærming til journalistikken til en anvendt samfunnsvitenskapelig tilnærming. Dette oppfordrer journalistene til å grave i en bredere kontekst av relaterte hendelser, heller enn å beskrive en enkelthendelse. Faktisk er det mer enn dobbelt så mange artikler i 1994 som inkluderer referanser til fortiden enn det var hundre år tidligere (Barnhurst & Mutz, 1997). I 2014 publiserte Katherine Fink og Michael Schudson funn fra en undersøkelse der de så på utviklingen av innhold på avisforsider mellom 1955 og 2003. Underveis sammenligner de resultatene sine med Barnhurst mfl. og ser i all hovedsak den samme utviklingen og støtter forklaringene deres. Fink og Schudson mener likevel at funnene deres leder dem til mer generelle kulturelle forklaringer som økt profesjonalitet, økt skepsis og en økt stolthet i uavhengighet. I mangel på et bedre begrep har de kalt dette kontekstuell journalistikk og finner at mengden kontekstuell journalistikk har økt fra 8 prosent i 1955 til 45 prosent i 2003. De peker på at dette ikke bare gjelder den økte interessen for gravejournalistikk, som foreløpig utgjør en liten del av journalistikken, men der utviklingen er tydelig i den store mengden av journalistiske tekster (Fink & Schudson, 2014).

Det er altså flere årsaker og flere forklaringer på hvordan nyhetsmediene har utviklet seg og hvordan dette har påvirket sted på flere måter. Så med mindre man tror på skjebnen, er det er ikke naturgitt hvorfor og hvordan vi har fått den journalistikken vi forholder oss til i dag. *Lokanytt* er et eksempel på hvordan deler av nyhetene kunne ha sett ut – der både infrastruktur og teknologi er på plass.

Barnhurst og hans medforfattere har riktig nok utelukkende fokus på amerikanske forhold og utvalget av aviser og andre medier kan ikke direkte sammenlignes med hverken norske aviser eller små *community*-aviser i USA. Det er heller ikke tatt hensyn til de nye digitale hyperlokale nyhetstilbudene utenfor de tradisjonelle nyhetsinstitusjonene, eller i grenselandet informasjon/journalistikk som skjer på sosiale medier.

Hyperlokal journalistikk – en respons på etablerte mediers neglisjering av sted

Gunnar Nygren og Sara Leckner minner oss om at selv i en globalisert verden med endeløse utsalgssteder, er fremdeles lokale nyheter fra området der folk bor det mest viktige (Nygren &

Leckner, 2016). Likevel har medielandskapet og de lokale mediene forandret seg drastisk de siste årene. Spesielt overgangen til den digitale journalistikken har bidratt til dette. Et fenomen som diskuteres i forbindelse med endringene i medielandskapet er *hyperlokale nyheter*.¹³ Ifølge Metzgar mfl. (2011) blir disse hyperlokale mediene ofte karakterisert som mindre organisasjoner som er geografisk-orientert eller orientert rundt samfunnsgrupper. De har ofte som mål å fylle et hull i eksisterende nyhetsdekning innenfor en region eller et tema, – eller for å fremme lokalt eller samfunnsmessig engasjement (Metzgar, Kurpius & Rowley, 2011, s. 774). Hess og Waller (2016) stiller spørsmålet ved bruken av begrepet og peker på at det ikke er noe nytt ved at lokalaviser er «hyperlokale» (Hess & Waller, 2016, s. 193). Denne «hypen» rundt hyperlokale nyheter kan, ifølge Hess og Waller, bidra til en unyansert debatt dersom hyperlokale nyheter forstås som noe annet enn lokale nyheter og ikke fanger opp variasjonen slike nyhetsinitiativ representerer.

Pablo Boczkowski (2004) argumenterer for at nettaviser ser ut til å presentere et mikro-lokalt fokus (Boczkowski, 2004) lignende til det som karakteriseres som hyperlokale nyheter. I følge Boczkowski vil en geografisk «soning» (zoning) av nyhetene i en digital form kunne føre til en mer presis «soning» og en større personlig tilpasning av nyhetene. Slik «soning» finner vi i de største avishusene (men også noen mindre, regionale) der de har egne seksjoner for ulike geografiske områder i nedslagsfeltet sitt. I følge Boczkowski har dette pågått siden 70-tallet (Boczkowski, 2004, s. 186). Denne soningen eller mikro-lokale fokuset har en tilsvarende form som den en finner i mange små lokalavisene. Det er nettopp denne tilpasningen som er styrken til disse avisene og på den måten har de muligheten til å skape en identitet blant leserne gjennom erfaringen ved å lese nyheter (Barnhurst & Nerone, 2001). I Norge har Ivar John Erdal studert avishuset Budstikka, og finner at avishuset i undersøkelsesperioden brukte stadig mer ressurser på hyperlokale nyheter (Erdal, 2010, s. 177).

I Sverige har omtrent halvparten av alle de lokale kontorene for lokalavisene har blitt lagt ned siden 2004 og lokalt har det skjedd en nedbemanning på 55-65 % av de lokale journalistene. Til tross for dette var det bare to av lokalavisene i perioden som opphørte (Nygren, Leckner & Tenor, 2017, s. 35, 39). Det betyr en kraftig konsentrasjon av eierskap og at den lokale dekningen reduseres. Nygren mfl. har undersøkt hva som skjer i medielandskapet under disse endringene og finner at hyperlokal nyhetsdistribusjon delvis fyller hullet etter de eldre etablerte mediene, mens det i stor grad også utvikler seg medieskygge eller en «nyhetsørken» i deler av Sverige (Nygren mfl., 2017). Leckner og Nygren (2016) identifiserte over 200 frittstående hyperlokale nyhetsaktører¹⁴ i 2016 spredd

¹³ Selv om den vanligste formen for hyperlokale nyheter er digital, trenger ikke hyperlokale nyheter å være digitale.

¹⁴ De fleste har oppstått de siste 10-15 år.

utover Sverige. Dette er en stor økning siden forrige undersøkelse var gjort i 2004. Videre fant de ut at det var 35 kommuner i Sverige uten lokale journalister fra etablerte nyhetsmedier.¹⁵ (Leckner & Nygren, 2016, s. 77, 82). I Norge ser vi den samme utviklingen med sentralisering av eierskap og der dekningen blir konsentrert til regionale sentre. Det fører til at områder utenfor disse regionale sentrene får mindre dekning og tematikken for den lokale dekningen har endret seg og blitt mer «urban» (Sjøvaag, 2015), men foreløpig er utviklingen i Norge langt fra så dramatisk som i nabolandene Sverige og Danmark. Rachel Davis Mersey (2009) viser i artikkelen *Online news users' sense of community* at folks geografiske bevissthet og tilhørighet var sterkere enn internett-basert gruppetilhørighet. Hun fant også at økt nett-involvering blant respondentene ikke svekket denne geografiske tilhørigheten. I tillegg fant hun at dess mindre dekning avisene hadde av et geografisk område, dess mer tilbøyelige var respondentene til å benytte seg av blogger som omhandlet det samme område. Hun konkluderer med at en fremtidig oppgave eller et mål på nettet bør være å tilby stoff til geografiske felleskap (Mersey, 2009, s. 358).

Til tross for denne åpenbare stedsrelevansen innen journalistikken har avisens og nyhetsmedienes forhold til sted og rom vært krevende for journalistforskere å identifisere i en saks- og innholdsdominerende forskningspraksis. Representasjon av sted, rom og samfunn er komplekse størrelser og alltid vanskelig å isolere som eget analyseobjekt. Barnhurst (2016) omtaler lokasjoner som noe som alltid står i forhold til noe annet:

Locations are never simple or one-dimensional because defining anyplace always depends on someplace else. Here and there work in tandem (Barnhurst, 2016, s. 112).

Forskningsfokuset har heller vært rettet mot andre deler av journalistikken der romligheten har ligget som en selvfølgelig og integrert del av journalistikkens natur. Etter overgangen til digital journalistikk har interessen for sted i journalistikken økt noe og blir i dag undersøkt fra ulike disipliner (C. Peters, 2016, s. 355). Disse arbeidene inkluderer (men er ikke begrenset til) konsepter som *place-making* (Gutsche Jr. & Hess, 2019), *geo-social journalism* (Hess & Waller, 2014), *locative news* (Goggin mfl., 2015), *spatial journalism* (Schmitz Weiss, 2015) og *place-based journalism* (Oppegaard & Rabby, 2016). Alle disse konseptene og arbeidene som her har undersøkt hvordan journalistikken relateres til sted bidrar med innsikter i utviklingen av lokasjon, sted og konsum. Alle peker på en journalistikk i endring og at nye måter å forholde seg til nyheter på bidrar til uklare grenser rundt hva vi omtaler som og oppfatter som journalistikk. Videre peker arbeidene på at geografi og sted spiller en annen rolle i dagens digitale mobile omgivelser og praksiser. En av årsakene til dette er at stedet spiller en mer sentral del av situasjonen vi befinner oss i når vi forholder oss til nyheter. Interessant nok er

¹⁵ Disse hadde ikke en lokalredaksjon fra tradisjonelle lokalmedier eller egne gratisaviser eller sider.

det ingen av disse arbeidene som forholder seg strengt til journalistiske definisjoner og roller, og skillene mellom informasjon og journalistikk fremstår mindre viktige. Dette skiller seg fra store deler av eksisterende journalistikkforskning som ofte knytter seg til journalistens samfunnsoppdrag, profesjonsforståelse og journalistiske *boundary-work* studier (Carlson & Lewis, 2015). Selv om disse arbeidene orientert rundt sted utgjør en marginal del av journalistikkforskningen viser det at stadig flere forskere den siste tiden har vært opptatt av forholdet mellom journalistikk og sted på ulike måter.

3. Teori – sted i mobile og lokative medier

3.1 Mobile medier – mot et forskningsfelt

En romlig vridning innen medieforskningen

Diskusjonen rundt elektroniske medier har i stor grad vært preget av fysiske informasjonshindre som tid, sted og rom. Joshua Meyrowitz (1985) argumenterte for at elektroniske medier på flere måter gjør fysisk lokasjon mindre viktig og dermed omformer elektroniske medier forståelsen vår av sted (Meyrowitz, 1985). Meyrowitz mener ikke at lokasjon i kommunikasjonen vår er irrelevant, men at noen egenskaper ved de elektroniske mediene gjør at man ikke trenger å forholde seg til lokasjon på samme måte som tidligere. Interessant nok, blir påstanden til Meyrowitz brukt som referanse til starten på «the spatial turn» innen medieforskningen. Grunnen til dette var diskusjonen argumentasjonen medførte og der Meyrowitz ble utfordret av flere andre medieforskere. I dag vurderer man internett, digitale kart og GPS som de sentrale premissleverandørene for mobile medier og det som blir omtalt som «new mobility» paradigmet (Cresswell, 2004; Urry, 2000, 2002), «a spatial turn in media studies» (Jansson & Falkheimer, 2006), «a media turn in geography» (Thielmann, 2010) eller en «spatial turn in sociology» (Soja, 1999). Alle disse utviklingene og initiativene opptrer innen disipliner medie- og kommunikasjonsfagene låner fra.

En annen sentral del av den romlige utviklingen innen fagfeltene knyttes til *Ubiquitous computing* (allestedsnærværende databehandling). Ett av kjennetegnene til *Ubiquitous computing* er at mennesker er en del av den tekniske løsningen ofte gjennom at handling blir trigget av menneskelig bevegelse. Mark Weiser (1991) peker på at *ubiquitous computing* grovt sett er det motsatte av *virtual reality*. Der *virtual reality* plasserer mennesker på innsiden av en data-generert virkelighet, har *ubiquitous computing* som mål å være usynlig og over alt – i den virkelige verden. Allestedsnærværende teknologier skal ikke plasseres på en personlig enhet, men være bygget inn i «treverket» over alt (Weiser, 1991). Med usynlig, mener Weiser at verktøyet eller datamaskinen ikke skal komme i konflikt med bevisstheten din, men der du skal kunne fokusere på oppgaven og ikke på teknologien. Bolter og Grusin beskriver dette som *Interfaceless interface* der hensikten er at brukeren skal bevege seg og interagere med objektene uten knapper og ikoner, like naturlig som man gjør i «den fysiske verden» (Bolter & Grusin, 1999, s. 23). I dag omtales gjerne dette som *Internet of Things* (IoT).

Forskningen rundt mobile mediers romlighet, innhold, tjenester, bruk og konsekvens er i dag i ferd med å utvikle seg til egne forskningspraksiser og fagfelt. I 2007 ble tidsskiftene *The*

Journal of Media Geography og *Journal of Location Based Services* opprettet, og i 2013 ble tidsskriftet *Mobile Media and Communication* opprettet. Tidsskriftene plasserer seg midt i krysningspunktet mellom medier, geografi, romlighet, teknologi og kommunikasjon. Begrep som «real-time cities» (Townsend, 2000), «connected presence» (C. Licoppe, 2004), «hybrid spaces» (de Souza e Silva, 2006) og “mixed reality” (Galloway, 2008, s. 152) oppstod i denne perioden der «the spatial turn» dannes og har alle som formål å sette ord på utviklingen som skjer. Begrepene «the geospatial web» (Scharl & Tochtermann, 2007) og mediegeografi eller *geomedia studies* (Fast, Jansson, Lindell, Ryan Bengtsson & Tesfahuney, 2017) har blitt befestet og akseptert både som praksiser, innhold og fagfelt. Dette er noen av mange begreper som på en eller annen måte forholder seg til en steds-kontekstuell måte å tenke på.

Dette er langt fra noen ny tilnærming, men har blitt spesielt aktualisert og tilgjengelig med nyere teknologier. Røttene til denne romlige eller spatiale utviklingen innen medie- og kommunikasjonsfaget kan spores lenger tilbake enn digitale kart, GPS og Internett, og der George Simmel av flere regnes å være opphavsmannen gjennom sine teoretiseringer av koblingen mellom mobilitet og materialitet i essayet *The Metropolis and the Mental Life* fra 1903 (Sheller & Urry, 2006; Simmel, Frisby & Featherstone, 1997, s. 174-185). Et annet romlig eller spatiale opphav var forskeren Florence Kelly som i 1893 brukte geografiske analyser for å kartlegge slummen i Chicago for å identifisere hvor folk led mest nød og hvor den veldedige organisasjonen hun jobbet for kunne bidra mest effektivt (Deegan, 1988). Burgess og Parks forskning, metoder og undervisning innen sosiologien på starten av 1900-tallet knyttet til kontekstuelle faktorer i byen, er et annet betydningsfullt eksempel som er nærmere behandlet senere i avhandlingen.

Mobile medier som nytt forskningsfelt

Mobile medier kan beskrives som et lite og et helt nytt forskningsfelt. Så sent som i 2013, ble det første tidsskriftet viet spesielt til mobile medier, *Mobile Media and Communication*, opprettet. Sentralt i den første utgaven er diskusjonen om hvorvidt feltet bør gis status som et eget forskningsfelt eller ikke. Scott Campell argumenterer for at det kan, men at vi må grave dypere enn å lene oss til den raske adaptjonsraten til mobilteknologi. En av hovedargumentene til Campell er at det er mobiliteten til disse mediene som utgjør en så stor forskjell. Der man kan flytte med seg portabel teknologi (for eksempel bærbar datamaskin) fra sted til sted muliggjør mobile medier kommunikasjon på en helt annen måte – mens man er i bevegelse. Dette danner et helt annet spekter med kommunikasjonsmuligheter og får enorme sosiale konsekvenser og vurderinger knyttet til kommunikasjonen. Et eksempel er hvordan kommunikasjonen nærmest blir vevd inn i hverdagslivets rutiner på en helt annen måte (Campbell, 2013, s. 9-10). Klaus Bruhn Jensen (2013) peker på at kommunikasjonspraksiser har vært mobile i årtusener når han spør: *Hva er mobilt i mobil kommunikasjon?* Han svarer

selv, og peker på at gjennom mobiltelefonene og andre mobile medier oppstår en rekke nye kommunikasjonskontekster og situasjoner der sosial interaksjon kan være mulig. Det er derfor vi bør studere mobile medier og de bør i all hovedsak bli studert som ressurser for sosial handling på tvers av fysiske rom, hevder Bruhn Jensen (Bruhn Jensen, 2013, s. 26).

Siden dagens mobiltelefon innebærer mulighet til alltid å være pålogget internett og man vil kunne motta og erfare annerledes «ekstern» informasjon mens man beveger seg oppstår en ny kommunikasjonssituasjon der flere rom møtes. Tidligere ble disse gjerne omtalt som virtuelle rom og fysiske rom, mens i dag finner man det ikke like presist å skille analytisk mellom disse rommene, men heller omtale det som hybride rom (i flertall), kolliderende rom, eller sammensmeltede rom (de Souza e Silva, 2006). I følge de Souza e Silva (2006) danner dette uklare grenser mellom det fysiske og det digitale og denne nye praksisen, som innbefatter utendørs hverdagslige aktiviteter, gjør at vi ikke lenger kan operere med et skille mellom fysiske og digitale rom i tradisjonell forstand. de Souza e Silva fremhever at dette nye rommet (hybride rom) ikke er konstruert av teknologi, men gjennom kombinasjonen av mobilitet og kommunikasjon, og materialisert gjennom nettverk utviklet samtidig i fysiske og digitale rom (de Souza e Silva, 2006, s. 265-266). Ett eksempel på konsekvensen av dette er utviklingen av bestemte sosiale normer knyttet til hvordan vi bør og ikke bør oppføre oss i disse rommene. Farman (2012) mener dagens eksempler med mobiltelefon og lokative medier kun vil bidra som samtidseksempler på forholdet mellom mennesket, eksisterende teknologi og sted, og vil være foreldet i fremtiden. Konstruksjonen av rom, derimot, skjer kontinuerlig og er preget av sosiale kjernepraksiser som vil fortsette å gjelde i fremtidige former for teknologi (Farman, 2012, s. 5).

Studier innen mobile medier er svært disiplin- og metodisk varierte. Det er derfor vanskelig å peke på dominerende retninger eller «skoler» for å beskrive mobile medier som eget forskningsfelt. Selv om det er vanskelig å peke på et samlet forskningsfokus er påvirkningen – eller bruken av teknologi sentral når en skal peke på nye sosiale praksiser som oppstår og hva slags konsekvenser dette har. Spesielt mobiltelefonen har preget feltet og blir omtalt som den mest transformativ medieplattformen i senere tid (Sundet, 2012, s. 5).

Dette del-kapittelet fungerer som en kort bakgrunn for en forskningsinteresse og en forskningsmessig utvikling knyttet til lokasjon og mobile medier. Videre vil jeg diskutere mobile mediers rolle i journalistikkforskningen og peke på sentrale analytiske og empiriske bidrag på feltet.

Mobile mediers plass i journalistikkforskningen

På 60 og 70 tallet gikk sosiologer som Gaye Tuchman (1973) og Herbert Gans (1979) inn i nyhetsredaksjoner for å finne svaret på spørsmålet: Hvordan blir nyheter laget? Analysene deres inneholder detaljerte beskrivelser av arbeidet som ligger bak det som har vært viktige

institusjoner i en årrekke. Silke viktige innsikter og tilnærminger har spilt en sentral rolle og preget store deler av journalistikkforskningen i det 20. århundre ved at den har tatt utgangspunkt i at journalistikk har vært synonymt med hva nyhetsinstitusjonene produserte, og journalister var de som jobbet for dem (Reese, 2016, s. 820). Et slikt utgangspunkt er fremdeles sentralt i journalistikkforskningen, men kan ifølge Reese, noen ganger by på utfordringer i en tid der grensene for hva journalistikk er og hvem som er journalister ikke er like tydelige lengre. Mobile medier er en sterk bidragsyter til endringer som er med på å utfordre og endre journalistikken slik vi kjenner den. I denne delen vil jeg redegjøre for hvordan journalistikkforskningen har behandlet mobile medier før jeg peker på eksisterende empirisk forskning innen journalistikken og bruken av den relatert til mobile medier. Disse arbeidene og perspektivene er sentrale for å kunne sammenligne *Lokanytt*-prosjektet med eksisterende journalistikk og journalistikkforskning.

Mediestudier har ikke hatt for vane å studere verktøy eller teknologi som utgangspunkt for kommunikasjon, skriver Marika Lüders. Fokuset har heller vært plassert på innhold eller representasjon heller enn form og medium (Lüders, 2007, s. 2). Dette bekreftes av Lisbeth Molandstø's (2012b) undersøkelse av journalistikkforskningen i Skandinavia. Morlandstø har analysert 943 forskningspublikasjoner fra Norge, Sverige og Danmark i perioden 1995–2009 med mål om å kartlegge hva journalistikkforskningen handler om. Hun finner at det er den kvalitative empiriske forskningen som dominerer journalistikkforskningen, og det er studier av journalistikkens innhold som dominerer der politikk og internasjonale forhold er temaene som oftest er i søkelyset. I undersøkelsesperioden var avisen det mest dominerende studieobjektet med 37 prosent av forskningsarbeidene mens nye medier, som i studien til Morlandstø inkluderte nett og nettavis, stod for 4 prosent (Morlandstø, 2012b, s. 295-304). Likevel er det etter tidsperspektivet til Morlandstø's undersøkelse at nye digitale medier har fått de virkelige store synlige innvirkninger på journalistikken – ikke minst nyhetskonsument via mobiltelefonen. Og selv om vi bare nylig har startet å utforske dette, finnes mange nyere forskningsarbeid relatert til nye digitale medier, også relatert til mobile medier og journalistikk.

I Norge har flere større forskningsråd-støttede prosjekter fokusert på utviklingen av nye medier. Utgangspunktet har vært på digitaliseringen og teknologiomveltningen innen journalistikken med søkelys på konsekvensene av denne nettbaserte utviklingen. Noen av disse prosjektene er DIGRE (2004–2007), *digitalisering av mediene og redaksjonell endring* ved Høgskolen i Oslo og Akershus. Dette var tverrfaglige undersøkelser av både av medier, redaksjoner og mediebrukere. JOSAM (2007-2010) er et annet forskningsprosjekt ved Høgskolen i Volda, som handler om journalistikkens samfunnsoppdrag, "Journalistikk i endring: Ny teknologi, ny økonomi, nytt samfunnsoppdrag?». Prosjektet *Journalistiske nyorienteringer* (2010–2015) ved Universitetet i Bergen utforsker hvordan utfordringer fra nettet endrer journalistikkens normative grunnlag, dens politiske økonomi, profesjonelle

praksiser, demokratiske funksjoner og forholdet til publikum. Disse forskningsprosjektene som utgjør en stor del av norsk journalistikkforskning knyttet til digital journalistikk de siste 15 årene, kan grovt oppsummeres gjennom et fokus på Internett, teknologi og endring av eksisterende praksiser. Mobile medier og mobil kommunikasjon utgjør ikke et fokus i noen av disse arbeidene.¹⁶ selv om nettbrett er diskutert som plattform for innovasjon (Andreassen, 2014). Dette står i sterk kontrast til den globale adaptjonsraten mobilen har hatt, endringen av medie- og nyhetskonsument på mobile medier og de sosiale konsekvenser dette har ført med seg.

Mer spesifikt i krysningpunktet mellom mobile medier og journalistikk er forskningsbidragene naturlig færre og det kan se ut til at bidragene hovedsakelig er dominert av studier innen nyhetskonsument (Chan-Olmsted, Rim & Zerba, 2013; Westlund, 2015) og plattform-repertoarer (Molyneux, 2018). Bidragene knyttet til produksjon og organisatoriske endringer ser ut til å forholde seg mer generelt til digitalisering som endringsfaktor. En nylig systematisk litteraturgjennomgang av 199 forskningsarbeid knyttet til mobile journalistikk i perioden januar 2008 – mai 2018 bekrefter dette inntrykket (López-García, Silva-Rodríguez, Vizoso-García, Westlund & Canavilhas, 2019). Gjennomgangen har identifisert 31 vitenskapelige tidsskrifter med et omfang som inkluderer mobil teknologi og journalistikk. Studien konkluderer med at den store overvekten av forskningsarbeid knyttet til mobil journalistikk er relatert til teknologiske karakteristikk, om publikums medierepertoar og til nyhetskonsument på mobilen. Kun 17 av 199 undersøkte arbeid handlet om profesjonelle aktører (ibid. s. 6-7). Slik sett kan søkelyset til feltet se ut til å stå i kontrast både til tidligere journalistikkforskning der innholdsstudier og redaksjonelle praksiser har dominert (Morlandstø, 2012b)¹⁷ og til tidligere mediestudier som ikke har hatt verktøy eller teknologi som utgangspunkt for kommunikasjon (Lüders, 2007, s. 2).

Westlund og Quinn foreslår å behandle det mobile som nøkkelement for studier av digital journalistikk siden fremtiden til digital journalistikk er mobil. Derfor må forskningsfeltet begynne å behandle det mobile seriøst og forskningsfeltet vil være tjent med å studere dette pågående skiftet på samme måte som journalistforskere har vært flinke til å skille nettviser fra andre typer medier (Westlund & Quinn, 2018, s. 13).

¹⁶ Ett unntak er et kapittel av Tessem og Nyre som handler om Lokanytt-prosjektet (Tessem & Nyre, 2012).

¹⁷ Morlandstø har utelatt resepsjonsforskning fra studien sin på grunn av avgrensingskravet om at det har vært journalistikken som skulle være objekt for forskningen ikke bruken og opplevelsen av den (Morlandstø, 2012a, s. 7).

3.2 Journalistikk gjennom mobile medier – nye praksiser og lite innhold

Digitalisering som endringsfaktor – yrke og praksiser i forandring

Mer enn selve mobilperspektivet har digitalisering som en mer generell utvikling preget undersøkelser og endringsdiskusjoner av journalistikken. Allerede få år etter nettmjournalistikken ble etablert preget dette journalistikk- og medieforskningen. Det samme kan man ikke si om journalistikkforskningen knyttet til mobile medier. Mark Deuze (2003) peker på at endringene knyttet til digitalisering skiller seg fra andre typer av journalistiske endringer og at en del egenskaper knyttet til digital journalistikk og nettavisen ikke bare har konsekvenser for nettmjournalistikk, men også viser seg at kan kobles til en bredere og mer dyptgående endring av journalistikken som profesjon og nyhetskulturen som helhet (Deuze, 2003, s. 203). Parallelle argumenter finner vi hos Jane Singer som argumenterer for at den største utfordringen til journalistikk som profesjon, slik vi normalt har kjent til yrket, er økningen av nettmjournalister (Singer, 2003, s. 139). Martin Eide mfl. (2012) hevder at ofte, og på sikt, kan journalistiske forandringer vise seg å være mindre dramatiske enn de ser ut til å være ved første øyekast, men i møte mellom journalistikk og datateknologien skjer det endringer som gir journalistikken ny kraft (Eide, Larsen & Sjøvaag, 2012).

Gunnar Nygren har gjennomført omfattende profesjonsstudier av journalistyrket gjennom mange år og peker på et bilde i journalistikkforskningen om at profesjonaliteten av journalistikken har pågått kontinuerlig siden 1950-tallet. Men stemmer dette, spør Nygren. – Tenk om utviklingen de siste 20 år i stedet har gått motsatt vei, til en de-profesjonalisering av journalistikken (Nygren, 2008, s. 25)? Med kunnskapssamfunnet og digitaliseringen har det skjedd en økt differensiering innen yrket journalist. Dette innebærer mellom annet en svekket følelse av å tilhøre en felles yrkesgruppe (Nygren, 2008, s. 162). Her finnes flere forklaringer, men noe av grunnen til dette er at gamle strukturer blandes med nye og at nye yrkesgrupper kommer inn i organisasjonene. Dette er også synlig i deler av profesjonslitteraturen rundt journalistikk som peker på eller fokuserer på en utvasking av en felles profesjonsidentitet (Singer, 2003; Steensen, 2009), en de-profesjonalisering av journalistikken i den vestlige verden (Nygren, 2008) og et profesjon under press (Witschge & Nygren, 2009).

Carlson og Lewis (2015) peker på at utviklingen har gjort både studieobjektene og analysene innen journalistikkforskning mer utfordrende. Det har medført at de siste års teoretiske innsats har vært preget av en diskusjon rundt selve definisjoner av journalistikken og dens grenser (Carlson & Lewis, 2015).

Med den digitale journalistikken har man altså fått et fokus på fremvoksende teknologier, nye holdninger, nye arbeidsmetoder og ny kompetanse for journalistene.

Konvergens og konvergensprosesser er noen av begrepene brukt i bransjen de siste 10-15 år både for å beskrive utviklingen og for å argumentere for økt samarbeid på tvers av eksisterende plattformer. Begrepene multimedialitet og flermedialitet har dominert, men intervjuer gjort i NRK våren 2013 indikerer at disse begrepene ikke er like mye brukt lengre. Ord som plattformuavhengighet og arbeidsflyt har heller kommet inn (Larrondo, Domingo, Erdal, Masip & Van den Bulck, 2014). Nygren (2014) har undersøkt multiskilling som strategi blant journalister og peker på at «multiskilling» i journalistikk gir mer rom for kreativitet og mer makt til den individuelle journalist. På samme tid er dette en strategi fra mediehusene for å øke produksjonen i redaksjonene. Denne økende organisasjonsnormen er, ifølge Nygrens undersøkelse, også med på å endre den journalistiske kultur ved at den setter mer fokus på produksjon og for å tilpasse innhold til flere kanaler eller plattformer (Nygren, 2014). I dag kan en observere en økt innholdsdifferensiering ved at det lages ulike nyheter for ulike plattformer som fjernsyn og radio, i magasin, på *Snapchat* og via *Facebook Messenger*.¹⁸

Mobilt innhold i journalistikken – en mangelvare

Det er over 100 år siden Lee de Forest leverte de første nyhetsmeldingene via trådløs radioteknologi (Anonym, 1916). Man kunne tenkt seg at journalistikken ville kunne tilby tekstinnhold tilpasset mobile medier i løpet av disse 100 årene – slik har det ikke gått. Fortsatt har man ikke nyhetsinnhold som er tilpasset mobile teknologier. John Pavlik og Shawn McIntosh påpeker at selv om teknologien har økt og blitt dominerende, har utviklingen innen trådløst innhold utviklet seg lite. Innholdet er som regel på ingen måte designet for mobile medier (Pavlik & McIntosh, 2006, s. 87). Dette viser at det er element ved de moderne, sosiale og teknologiske omgivelsene nyhetsmediene ikke klarer å leve opp til. Distribusjonen og brukergrensesnittet har derimot endret seg drastisk. Men, hvorfor er det slik at man ikke har tilpasset innhold? Westlund studerte nyhetspraksiser (i Sverige) knyttet til mobilen som plattform (2011, 2013) og fant at til tross for at det var gjennomført noe eksperimentering i bransjen, var nyhetene man får presentert i praksis kopier av artikler, reportasjer og meldinger som kunne vært presentert med analog og kablet teknologi og viser at mobilen ikke er en plattform der journalistikken har tilpasset innhold og form til brukeren (Westlund, 2013, s. 19). Chris Peters peker på at journalistikk er nå produsert for å legge til rette for økte geografiske steder nyhetskonsumenter foregår på (*spaces*), hastighet (*speed*), gjennom flere tilpassede kanaler (*convenience*) (C. Peters, 2012, s. 695). Hans observasjon er også at mens det finnes hyppige

¹⁸ Danmarks Radio sin innovasjons lab, DR X, utviklet en tjeneste myntet på unge der man kunne motta en daglig oppdatering av de viktigste nyhetene via Facebook Messenger. Nyhetene var tilpasset en ung målgruppe og chatformatet for øvrig. Emilie Gershøj Bruhn, prosjektleder i DR X, forteller at en ansatt brukte ca 4 timer daglig for å tilpasse eksisterende nyheter til dette formatet (Gershøj Bruhn & Malmberg, 2017).

studier av plattformtilpasninger og hastigheten i produksjonen av digital journalistikk, mangler studier av produksjon tilpasset mobilen (ibid. s. 700). Steen Steensen har også identifisert manglende teoretisk og metodiske refleksjoner rundt hvordan digitalt journalistisk innhold fasiliterer kommunikasjon. Selv om, det meste av forskningen innen nettmjournalistikk forholder seg til tekst på en eller annen måte (Steensen, 2010, s. 322).

Jan Erik Andreassen (2014) har studert produktinnovasjon og innhold på en rekke aviser i Nord-Norge. Studien hans knyttet til innholdet som produseres på de ulike plattformene, viser at det ikke er stort annerledes enn det som produseres i papiravisene, og at avishusene ikke utnytter mulighetene som ligger i plattformene nett og brett. Interessant nok, viser funnene hans at saker i papiravisen og på nett og brett ikke ble hentet fra samme geografiske sted. Han argumenterer dermed for at det ikke bare er klipp og lim fra en plattform til en annen, men at det skjer en redaksjonell vurdering av hvilke plattformer som passer best til de ulike sakene og stoffområdene. Likevel er saker publisert på nett og brett nærmest identiske med saker fra papiravisen og kan sies å være «copy-paste». Andreassen konkluderer med at avishusene sjeldent utnytter mulighetene nett og brett gir (Andreassen, 2014, s. 167-168). Vilde Schanke Sundet studerte hvordan fem store norske medie- og nyhetsorganisasjoner tilnærmet seg mobilen som plattform i perioden 2000–2009. Hun fant at en sentral tilnærming var synet på mobilen som plattform til å redistribuere allerede produsert innhold og dermed øke innholdstilgangen til brukerne. Dette kom til syne i flere av produktene og tjenestene deres på denne tiden (Sundet, 2012, s. 69).

Disse studiene kan bety at det rett og slett ikke finnes en utbredt journalistisk praksis med å tilpasse journalistikken til mobilitetsegenskapene til mobilen, men at plattformen heller behandles som en plattform for redistribusjon. Og i den grad et skjer endringer eller filtrering av journalistiske saker, er disse gjerne knyttet til bestemte egenskaper ved mobilen som liten skjerm, verktøy for personlig kommunikasjon, og bruk (nytteverdi og sanntidstjenester) – ikke romlige og mobilitetsegenskaper.

Personaliseringen av nyheter er et felt som har fått mye oppmerksomhet de siste årene der mobilen er den siste katalysatoren for denne utviklingen. *Lokanytt*-prosjektet kan sees på som en personlig nyhetsform siden den tar utgangspunkt i posisjonen til den individuelle brukeren, men i feltet personalisering av journalistikk er det flere dimensjoner enn lokasjon. Lokasjon utgjør en vesentlig del av det som omtales som personalisering av nyheter, men fokuset og utviklingen ligger ofte på profilbaserte leseranbefalinger eller kontekstuelle anbefalinger basert på lignende saker (Thurman, 2011, s. 398). Den seneste utviklingen innen personalisering og personaliseringsteknologi i nyhetsmediene har ført til en ytterligere utforskning av mulighetene innen automatiserings-, -robot, og -algoritmejournalistikk gjerne i forbindelse med kunstig intelligens (AI) (Dörr, 2016; Thurman, Moeller, Helberger & Trilling, 2018; van Dalen, 2012). En slik personalisering av nyhetene reiser mange spørsmål der etiske

og demokratiske diskusjoner regnes som de mest sentrale. Brukerne ser derimot ikke ut til å vurdere dette som et like stort hverdagslig problem. En studie av 50000 mennesker fordelt på 26 land viste at publikum mente at en algoritmisk utvelgelse av saker basert på tidligere lesedata er en bedre måte å få nyheter på enn en redaksjonell prioritering av sakene. Brukere av nyheter gjennom en mobil enhet var i større grad enig i at en slik automatisert nyhetsfiltrering var en god ting (Thurman mfl., 2018).

Nyhetskonsum på mobil – nye mobile praksiser

I motsetning til innholdsstudier av mobile medier og journalistikk, er mobilbruk og konsum av nyheter på mobilen mer velstudert. Disse studiene er særdeles relevante til lokativ journalistikk og *Lokanytt*-prosjektet siden brukerpraksiser ofte bidrar til justeringer i journalistikken. Brukernes nyhetspraksiser er drastisk endret de siste 10 årene. I 2011 rapporterte over halvparten av amerikanske eiere av smarttelefoner at de brukte den til nyheter (Mitchell, Rosenstiel & Christian, 2012) og i 2018 var det, ifølge Reuters Institute of Journalism, første gang at smarttelefonen var hovedplattformen for nyhetskonsum i svært mange land (Newman mfl., 2018, s. 28). Chris Peters påpeker at nyhetskonsum ikke er bare noe vi gjør, men som vi gjør på et bestemt sted (C. Peters, 2012). Som konsekvens av denne mobile brukeratferden er spesielt den senere forskningen på brukernes konsum av nyheter på mobil knyttet til brukernes skiftende nyhetsrepertoar og plattformstrategier. Studier viser at folk oppsøker, forholder seg til og fortolker nyheter på andre måter gjennom mobile enheter enn de gjør med andre nyheter (Bjur mfl., 2014, s. 24; C. Peters, 2016, s. 355; Schmitz Weiss, 2018; Struckmann & Karnowski, 2016).

Mediebruken skjer i andre situasjoner enn hva det meste av tidligere publikumsforskning og undersøkelser tidligere har fokusert på. Ved å flytte mediebruken utendørs med et bruksmønster der man forholder seg til flere medier samtidig gjennom enheter som alltid er tilkoblet mobilnettet og internettet, skapes utfordringer for bransjen og forskeren. Jakob Bjur mfl. (2014) har undersøkt mediebruk gjennom det de omtaler for *socio-spatial contexts*. De finner at det er helt ulike måter å forholde seg til medietekster på avhengig av om man er ute og går eller for eksempel sitter hjemme i sofaen eller er på arbeidsplassen. Andre variabler som spiller inn, er hvilke mediekanaler disse tekstene presenteres gjennom. TV, radio og avis har alle forskjellige bruk og fortolkning avhengig av hvilken situasjon de blir brukt i. Bjur mfl. hevder at i noen tilfeller er meningen eller fortolkningen av mediebruken mer skiftende fra kontekst til kontekst enn fra media til media (Bjur mfl., 2014, s. 24). Det betyr at mobile mediers konvergerende muligheter, fører til økt kompleksitet i fortolkningen av medietekster, publikum og kulturell bruk.

Forskjellige kanaler og plattformer for nyhetsdistribusjon inneholder sine egne spesifikke premisser, som er med på å avgjøre hvilken situasjon man bruker det i

hverdagslivet. Dermed kan et nyhetsmedium ha et sett med situasjonsbestemte egenskaper som gjør det passende for noen former for nyheter og ikke for andre (Schrøder & Steeg Larsen, 2010). Lokative medier er en måte å tilpasse seg brukerens posisjon, som er et av elementene som inngår i en slik situasjonsbestemt opplevelse av medieinnhold. En slik stedsspesifikk tilpasning vil være passende for noen former for nyheter, men ikke alle (Øie, 2012, 2013). Tanjeja mfl. (2012) har i en amerikansk studie undersøkt hva som påvirker plattformvalg knyttet til mediebruk. De har målt tid brukt på et sted der personen har tilgang til å bruke et medium og funnene viser at det er spesielt fire repertoar som karakteriserer mediebruken til folk. Disse er pendling, fjernsynstitting, media på mobil og media på nett og henger tett sammen med rytmen på dagliglivet som er styrt av jobb, fritid, pendling og søvn. Ikke overraskende er det pendlerne som er de tyngste brukeren av media på mobil siden dette ofte er det eneste tilgjengelige mediet i den situasjonen (Taneja mfl., 2012, s. 963-964).

Kim Christian Schrøder (2014) har gjort en lignende studie der han har undersøkt hvilke lokasjoner og situasjoner vi befinner oss i når vi forholder oss til nyheter. Hensikten med studien var å finne ut hvordan vi forholder oss til ulike medieplattformer i ulike situasjoner og hvorfor vi gjør det. Funnene hans er basert på data fra over 2000 dansker og viser tydelig at situasjonen vi befinner oss i og teknologiske rammer i stor grad bestemmer nyhetsrepertoaret til brukerne. Dette kan forklare hvordan nyhetsbrukere skifter mellom tradisjonelle nyhetsmedier og andre fremvoksende digitale og mobile nyhetsmedier. Schrøder omtaler dette som *fluctuating audiences*. Han viser til at i bilen og på sykkelen, er radio nærmest overlegen og flere andre plattformer er ikke-eksisterende. For pendlere i tog og i busser er mobilen førstevalg, mens papiravisen inntar andreplassen. Schrøder viser også til en annen studie gjort i London som viste at papiravisen var førstevalget til pendlere siden mobildekningen var ufullstendig i undergrunnssystemet i London. Dette viser også at de teknologiske rammene spiller en avgjørende rolle for nyhetsbruken vår (Schrøder, 2014).

Andre studier peker på at sosiale normer i høy grad styrer mediebruken vår i gitte situasjoner (for eksempel Struckmann & Karnowski, 2016, s. 313) og at mobilen er spesielt sentral som nyhetsplattform mellom dagligdagse hendelser (i mellomrommene) (Dimmick, Feaster & Hoplamazian, 2011). Plattformer, geografi, teknologiske egenskaper og brukerens situasjon spiller derfor en vesentlig rolle i forbindelse med konsum av nyheter.

Kommunikasjon gjennom mobile medier og med en lokativ form reiser en del viktige spørsmål om hvordan vi forholder oss til kommunikasjon i ulike situasjoner, hvilke forventninger det er til denne kommunikasjonen og hvilke sosiale praksiser som dannes. Schmitz Weiss (2018) mener eksisterende studier har bidratt med viktige funn og innsikter knyttet til hvordan vi tar i bruk mobilen og vanene våre, men at konteksten og geografisk nærhet i konsum av nyheter gjennom digitale mobile medier er et aspekt som ikke er undersøkt grundig nok (Schmitz Weiss, 2018, s. 47). Schmitz Weiss (2013) har studert unge voksne og

hvordan de bruker nyheter og lokasjonsbaserte applikasjoner på mobilen sin. I tillegg har hun undersøkt hvor mange nyhetsorganisasjoner som tilbyr mobile nyhetsapplikasjoner med lokasjonsegenskaper. Hun finner at 55 prosent av de undersøkte benyttet seg av lokasjonsbaserte tjenester og at 77 prosent i alderen 18–29 bruker mobilen til å skaffe seg nyheter og spesielt lokale nyheter (Schmitz Weiss, 2013, s. 436). Nyhetsorganisasjonene tilbyr i all hovedsak kun lokasjonsmuligheter knyttet til vær og trafikk, og uten at disse var knyttet til nyhetssaker (ibid. s. 445). Dette peker på betydelige forskjeller mellom brukernes forventninger til moderne mobile medier og nyhetsbransjen, til hva de tilbyr.

I en senere studie gjennomførte Schmitz Weiss (2018) en nasjonal amerikansk survey av 979 respondenter der hun utforsker forståelsen av den geografiske plassen vi konsumerer nyheter på og spør hvordan informantene forholder seg til nærhet, hvor de får nyheter i nærheten av seg fra og hva som er de ideelle måtene å finne nære nyheter. Hun finner at respondentene forholder seg til nyheter i byen som nære nyheter. Google var den mest brukte kilden til å finne disse nyhetene. Videre mente respondentene at det ideelle var å få nyheter basert på distanse, nabolag og tid. Dette forklarer Weiss med at respondentene ønsker en mer finkornet oversikt over lokasjonen til nyheten de mottar som for eksempel hvor mange minutter unna og i hvilket nabolag det skjedde. Dette viser at respondentene forstår og forholder seg til nærhet annerledes enn hva journalistene og nyhetsorganisasjonene definerer det som og har som distribusjonsmodell (Schmitz Weiss, 2018, s. 54-56).

Andre undersøkelser peker på at nyhetsbrukere konsumerer nyheter via mobile enheter på grunn av mobilens egenskaper der nytteverdien, portabiliteten og brukervennligheten er spesielt vektlagt (Chan-Olmsted mfl., 2013) og at nyhetsbruken er hyppigere, kortere og at nyhetsnotifikasjoner bidrar til at brukerne forholder seg til nyheter på tilfeldige og uten at det er planlagt på forhånd (Molyneux, 2018). Wolf og Schnauber peker på at selv om det er kommet mange nye tilbydere av journalistikk spesialtilpasset og bare for nett, dominerer fremdeles det tradisjonelle journalistiske innholdet det de omtaler som det mobile informasjonsrepertoaret (Wolf & Schnauber, 2014).

3.3 Situasjon – handling – bevegelse. Chicagokolen og den kontekstuelle journalistikken

Lokative medier har til hensikt å legge til rette for interaksjon mellom individet og lokasjoner på en annen måte enn det vi tradisjonelt sett har kjent til og forholdt oss til i journalistikken. Kommunikasjon og interaksjon er grunnforutsetninger, men det nye i denne situasjonen er tilførselen av internett og koblingen teknologien har til sted, rom og tid. Det kontekstuelle eller romlige er ikke noe som skiller journalistikken vi kjenner til fra før og lokativ journalistikk, men kontekst, romlighet og sted er spesielt virksomt gjennom lokative medier og får derfor en annen funksjon enn ellers. At nyhetene er «med oss» mens vi beveger oss rundt i dagliglivet utgjør

en ny-sammenstilling av rom. At nyhetene i tillegg er knyttet til stedene der du befinner deg til enhver tid skaper en ytterligere dimensjon i denne situasjonen mellom individet, nyheter og sted. Det er dette de Souza e Silva omtaler som hybride rom (de Souza e Silva, 2006). Hvordan skal vi forstå denne nye kommunikasjonskonteksten? Hvordan forholder individet seg til nyheter på et bestemt sted? Vil dette endre folks oppfatning av stedet? Og hva skjer når nyhetene forsøker å tilpasse seg folks bevegelser og lokasjoner? Disse spørsmålene er hva som gjør koblingen mellom individ, nyheter og omgivelsene ekstra interessant i forhold til lokativ journalistikk - både på et filosofisk og et sosiologisk nivå. Skal vi forstå hva slags kunnskaper, erfaringer og praksiser som dannes i møte mellom individ, nyheter og sted må vi forstå dette som en situert handlingspraksis der flere situasjoner møtes og sammen danner en meningsfull erfaring.

Denne koblingen mellom ulike samtidige situasjoner er langt fra ny og var en av hovedbeskjeftigelsene til den tidlige amerikanske pragmatismen, Chicagoskolen i sosiologien, og teoriene deres om sosial og symbolsk interaksjonisme. Til tross for at Chicagoskolen har spilt en sentral rolle i både sosiologien og i journalistikkforskningen, er skolens sentrale bidragselement relevant for journalistikken i stor grad blitt forlatt i dagens journalistikkforskning. Jeg argumenterer for at deler av Chicago-sosiologien¹⁹ og deres tilnærminger fremdeles har, og har fått en ny relevans for mobile medier og journalistikk i dag. Bidragselementene deres passer særlig godt til utvikling av journalistiske prototyper og undersøkelser av mobile praksiser som inkluderer bevegelse eller potensiell bevegelse.

Tradisjonen består av en mengde teorier, ofte overlappende og motstridende som gjør det vanskelig å peke på fellesnevnerne eller peke på dominerende teorier. John Dewey, for eksempel, brukte både pragmatisme, eksperimentalisme og instrumentalisme om sin egen posisjon. Det mangler heller ikke på studier og fortolkninger av skolen fra nær sagt alle felt og disipliner. Flere hevder at Chicagoskolen aldri egentlig var en «skole» i ordets forstand og kanskje heller burde blitt kalt «*school of activity*» (Becker, 1999). Denne gruppen mennesker var akademiske «giganter» på sin tid, og myten om Chicagoskolen har derfor overlevd til tross for at man kan stille spørsmål både ved fremstillingen av empirisk førstehåndsarbeid og i hvor stor grad de kan regnes som metodisk innovative (Platt, 1994). Robert Ezra Park hadde tidvis et utgangspunkt der han beveget seg bort fra skolens normative analyser og beveget seg mer mot en mer objektiv empirisk sosiologisk metodologi. Gjennomgangen vil derfor ikke vektlegge

¹⁹ Hverken pragmatismen eller Chicagoskolen var spesielt enhetlig og hadde ikke alltid like standpunkt eller syn. Derfor fokuserer jeg på noen utvalgte personer i tillegg til Dewey, som ikke regnes som en del av Chicagoskolen, men en sentral inspirasjonskilde for den. Noen ganger når jeg nevner pragmatismen og eller Chicagoskolen, refererer jeg til denne lille gruppen mennesker (stort sett Park, Mead, og Dewey). Avhandlingen har ingen videre ambisjon om å gi noen entydig eller utfyllende beskrivelse av pragmatismen. Forståelsen og lesningen av pragmatismen vil derfor være preget av avhandlingens bestemte interesse og fokus.

spesifikke teorier i særlig grad, men heller deskriptivt forklare posisjonene og bakgrunnen for dem, relatert til journalistikken. Mer enn spesifikke teorier, er det spesielt de kontekstuelle tilnærminger og eksperimentelle grunnholdning, der ofte pragmatismen er fellesnevneren, ved denne tradisjonen jeg mener er aktuelt å hente med seg fra Chicagoskolens tradisjoner.

Videre vil jeg først kort beskrive noe av bakgrunnen for interessen deres i journalistikken før jeg redegjør for teoriene deres knyttet til kommunikasjon som handling. Som nevnt i introduksjonen utgjør dette avhandlingens vitenskapsteoretiske grunnlag og inspirasjonskilde. Til slutt diskuterer jeg hva som er aktuelt å hente med seg fra Chicagoskolens tilnærminger i dag, knyttet til mobile og lokative medier.

Chicagoskolens interesse for journalistikken

Chicagoskolen var en gruppe amerikanske filosofer (pragmatister) og forskere som sammen med John Dewey har preget vestlig sosiologi, urbane studier, pedagogikk, demokrati- og samfunnsstudier på ulike måter, og som man stadig vender tilbake til. Chicagoskolen er langt fra ukjent i medie- og kommunikasjonsforskningen – heller ikke i norsk medieforskning. Pragmatismens og Chicagoskolens bidrag kan leses og forstås på ulike måter og min lesning er fokusert hovedsakelig på journalistikken og hva som kan relateres til mobile og lokative medier. Felles for disse personene var at de viet store deler av sine vitenskapelige arbeid til kommunikasjon og medier, og hadde sterk tro på journalistikken som verktøy for kunnskapsformidling, dannelse og deltakelse. De så på journalistikken som et av de viktigste verktøy til folkeopplysning, demokrati og kunnskap. De hadde ambisiøse tanker om hvordan journalistikken skulle endres til det bedre og mente også at ny teknologi ville kunne bidra positivt i denne retningen. De anerkjente altså journalistikken som viktig, men mente likevel at den kunne endres til det bedre.

Robert Ezra Park (1864–1944) har fungert som hovedinspirasjon sammen med John Dewey og George Herbert Mead. Park regnes som en av grunnleggerne av den nye sosiologien og skrev flere publikasjoner der nyheter og journalistikk var hovedinteressen (Park, 1922, 1923, 1929, 1940, 1941a, 1941b). Everett Rogers (1986) går så langt som å antyde at Park kan kalles den første teoretikeren innen massemedier²⁰. Kanskje han også kan kalles den første forskeren på massemedier etter hans empiriske undersøkelser av avisinnhold, avispublikum og eierskap (Rogers, 1986)? Gjennom hans arbeid på Universitetet i Chicago²¹ bidro han sterkt til å endre sosiologien fra i all hovedsak å være en filosofisk disiplin til også å innbefatte empiriske undersøkelser som feltstudier, dybdeintervju og deltakende observasjon som noen av metodene. De fleste vil kategorisere han som en urban sosiolog eller bysosiolog,

²⁰ Rogers mente at Dewey var den største filosofen innen massemedier (1986:75).

²¹ Park fikk jobb ved Universitetet i Chicago i 1914. Dette var etter Dewey hadde flyttet, men mens Mead var der.

men selv kalte han seg flere ting. Artikkelen *The City: Suggestions for the investigating of human behavior in the city environment* (1915) er muligens Parks mest kjente verk og var skrevet før urban- eller bysosiologi ble etablert som underdisiplin i sosiologien. Park ser og forstår kommunikasjon i all hovedsak gjennom et økologisk perspektiv der konteksten spiller en sentral rolle, og der konkurranse og dominans er påvirkningsfaktorer som i stor grad styrer kommunikasjonen (Park, 1936, s. 4). Den økologiske tilnærmingen til Park (human ecology) med utgangspunkt i pragmatismen skiller seg fra en del andre økologiske tilnærminger ved at den tar utgangspunkt i at samfunnet (økosystemet) er i konstant endring. Økologiske tilnærminger som eksempelvis tar utgangspunkt i naturvitenskapen og funksjonalismen fraråder gjerne endringer i et økosystem, eller prøver å bremse de. Ett annet av Parks bidrag var å introdusere noen store europeiske teoretikere, deriblant Georg Simmels kultursyn²², til Chicagoskolen og Amerika.

Som en del av deres pragmatiske prosjekt planla Dewey sammen med Franklin Ford, Mead og Park en alternativ avis. Dette prosjektet var en filosofisk orientert avis som skulle være et korrektiv til den eksisterende pressen. Den skulle bidra til å analysere og forstå samfunnet på en grundigere og bedre måte, og var en måte å folkeliggjøre filosofien og gjøre den praktisk – de skulle selge intelligens. Prosjektet ble kalt *Thought News* og ble i 1892 annonsert slik:

This will be a newspaper and will aim at performing the function of a newspaper. The world is already supplied, if not burdened, with magazines of philosophy, theology, literature, and political science. It is believed there is room, in the flood of opinion, for one journal which shall not go beyond the fact; which shall report thought rather than dress it up in the garments of the past; which instead of dwelling at length upon the merely individual processes that accompany the facts, shall set forth the facts themselves; which shall not discuss philosophic ideas per se but use them as tools in interpreting the movements of thought; which shall treat questions of science, letters, state, school and church as parts of the one moving life of man and hence of common interest, and not relegate them to separate documents of merely technical interest; which shall report new investigations and discoveries in their net outcome instead of in their overloaded gross bulk; which shall note new contributions to thought, whether by book or magazine, from the standpoint of the news in them, and not from that of patron or censor (Westbrook, 1991, s. 55).

Dette prosjektet som i sin tid ble sett på som ambisiøst, gjenspeiler mye av holdningene og idealer til denne gruppen. Involveringen til Dewey, Park og Mead må tolkes som et uttrykk for deres interesse for at kunnskap og innsikt ikke bare skulle leve et liv innenfor universitetets vegger, men bidra til å gjøre samfunnet bedre gjennom utprøving, gjennom planmessige sosiale reformer (Pinter, 2003). I tillegg viser det en stor tro på avisen og journalistikken som meningsbærer og et instrument for sosial handling. For Park var interessen i dette prosjektet knyttet til en nysgjerrighet som hadde utviklet seg gradvis gjennom hans virke som journalist

²² Park studerte i Tyskland under Georg Simmel (1858–1918).

og hvordan en annerledes journalistikk kunne forbedre sosiale forhold (Czitrom, 1982, s. 114). En annen og mer tabloid annonse for den nye avisen, skrevet av Franklin Ford, forsøkte å i større grad å tydeliggjøre hvordan denne avisen skulle skille seg fra andre:

(...). The date will mark the first appearance in visible merchantable printed types of a new idea in journalism and education. (...) The social fact is the social organism. Properly, Thought News has but one thing to report and that is a mere announcement – the announcement that the social organism is here.

(...). In order that the social organism may be understood, it is necessary to see the idea in motion – it is necessary to report it, that is, describe it as it moves in life. That is what Thought News will attempt to do. (...) (Utdrag fra pressemelding i Detroit Tribune, 10 april 1892 i Westbrook, 1991, s. 56)

Prosjektet ble av andre sett på som mer eller mindre naivt og ble angrepet av den eksisterende presse. Spesielt den siste annonsen ble latterliggjort i pressen der det ble vitset om at utgivelsesfrekvensen var avhengig av når Dewey fikk en ny ide. Andre hevdet at dette var allerede hva avisene bedrev hver dag, spesielt på lederplass (Westbrook, 1991, s. 56). I dag kan det være vanskelig å se hva som var så spesielt eller kontroversielt med dette prosjektet annet enn forsøket med at filosofi skulle selges til vanlige folk gjennom å bli markedsført som sosiale organismer. Men, i denne sammenhengen er det interessant at de planla å starte en avis de så på som annerledes både innholdsmessig og formmessig.

Thought News ble aldri noe av, men trede år etter det mislykkede avisprosjektet hadde Dewey fortsatt håpet på en annerledes presse; en som kombinerte moderne kommunikasjonsformer, samfunnsvitenskapelige teknikker og kunstneriske presentasjoner (Czitrom, 1982, s. 110). For Park var prosjektet svært viktig og han skriver selv i en selvbiografi at det var prosjektet med *Thought News* som gjorde at han vendte tilbake til universitetet og studerte avisene (Baker, 1973, s. 255). Han så klare koblinger mellom sosiologi og journalistikk og mente at en sosiolog var en slags superreporter som dekket langvarige trender som dekket hva som faktisk pågikk istedenfor bare «overflaten». På den måten mente han at sosiologien lignet hans karriere som journalist. Likevel mente han at det måtte stilles strenge krav til sosiologiens metoder. Disse endringstankene i *Thought News*, den kontekstuelle tilnærmingen til journalistisk innhold og nysgjerrighet til mediets kommunikative potensial, er også stikkord for *Lokanytt*-prosjektet.

Chicagoskolen var på sin tid kritisert for å være sprikende og bar preg av autonome «medlemmer», som stadig skiftet fokus og interesser. Det som i dag omtales som *the Dewey-Lippmann debate* endret delvis dette og tvang Dewey, men også Chicagoskolen, til å bli tydeligere rundt hovedlinjene sine gjennom debatten. I 1922 publiserte journalisten og filosofen Walter Lippmann *Public Opinion* og i 1925 *The Phantom Public*. Lippmann stilte blant annet spørsmålet om den enkelte borger var i stand til å ta rasjonelle vurderinger rundt offentlige tematikker. Disse bøkene skapte stor debatt rundt demokratiets legitimitet. Deweys bok, *The*

public and its problems (1927) var delvis et svar til Lippmann og inneholdt en tro på demokratisk utvikling gjennom deltakelse. Boken står som et sentralt verk innenfor demokrati og offentlighet i journalistikkforskningen og har gjort Dewey til en sentral person på feltene borgerjournalistikk og deltakende journalistikk (Perry, 2003). En av Deweys kritikker var at Lippmann mangler tro på innovasjonspotensiale i journalistikken, og at ved å ta for gitt den eksisterende presse og deres praksiser, overser man det sosiale potensiale som ligger i journalistikken og nyhetene (Westbrook, 1991). For at denne reelle koblingen mellom borgerne og media skulle skje, krevdes det ifølge Dewey og hans tilhengere, innovasjon i mediene hovedsakelig gjennom teknologi. Dewey anerkjenner deler av den teknologiske og distribusjonsmessige progresjonen mediene har gjennomført, men han finner ikke denne progresjonen igjen i innholdet (Dewey, 1991b, s. 179). Debatten belyser flere sentrale element som journalistikkens rolle, individets og den opplyste kollektive tilgangen til fakta og dets betydning for felleskapene (communities) og samfunnet.

Kommunikasjon som kontekstuell handling

Pragmatistenes syn, var at strukturene i samfunnet var skapt gjennom individuelle interaksjoner som igjen resulterte i institusjoner og teknologi. En teoretisk forutsetning Dewey og Park la til grunn var at individet er medlem av ulike sosiale *grupper*, og at interaksjonen dermed blir studert som interaksjon i *grupper*. *Tanken* var et produkt av handling og denne handlingen skjer mellom mennesket og omgivelsene (jf. symbolsk interaksjonisme). Torjus Midtgarden (2002) peker på at flere år før fenomenologene utforsket livsverden som grunnlaget for all vitenskap, tematiserte Peirce og Dewey dagliglivets erfaring som det førspecialiserte utgangspunktet for all teoretisk virksomhet. Pragmatismen overførte ikke bare trekk fra erfaringsvitenskapenes eksperimentelle tilnærming til filosofenes begrepsanalyser, de så også på forskerens kritiske utprøvende holdning som et forbilde for nyskaping også innen andre områder av kulturen. Pragmatismen bygde nemlig ikke bare på ny, spesialisert empiri (hentet og inspirert fra for eksempel psykologien, og biologien), de hentet også observasjoner utenfor laboratoriene, fra hverdagslivets praktiske erfaring (Midtgarden, 2002).

I lokative medier vil du som regel kunne identifisere deg selv og den relative avstanden til en hendelse eller andre mennesker gjennom posisjonsteknologi i din mobile enhet. Dette er innebygget i grensesnittet til lokative medier, men ofte også visualisert på et tilhørende kart. Denne situasjonen utgjør et møtepunkt mellom individ og omgivelsene. Med lokativ journalistikk vil et annet møtepunkt også oppstå. Dette er møtepunktet mellom individ og nyhetsinnhold. Erfaringen av lokativ journalistikk vil altså basere seg på flere samtidige situasjoner og interaksjoner i møte mellom individ, nyheter og sted. Pragmatismen baserer seg på at erfaringene og kunnskapene våre bygges på flere samtidige situasjoner og skiller seg slik sett fra dualismen som så på det mentale og det fysiske som to ulike størrelser. For

Dewey representerer en *situasjon* utgangspunktet for erfaringene vi gjør oss – slik blir handlingene situert. De erfaringene vi gjør er spesifikke, individuelle og forbigående, de blir gjort der og da. Dette hindrer ikke at de kan memoreres, kommuniseres eller rekonstrueres, men da i andre situasjoner. For å forstå handling, læring og erfaring som er situasjonsbestemte må de, ifølge Dewey, forstås i sin kontekst.

I Meads diskusjon knyttet til nåtid som grunnlaget for virkelighet (*The Present as the Locus of Reality*), forutsetter han at virkeligheten eksisterer i nåtid, men er påvirket av fortiden. Fortiden er ikke en statisk størrelse, men noe som kontinuerlig endres i møte med nye landskap. For hver gang vi møter nye landskap oppstår fortiden som noe nytt – den «nye fortiden». Kroppen og bevegelse vektlegges som viktige element i erfaringen mellom fortid og nåtid og det å bevege seg rundt vil da kunne sees på som meningsdannende og grunnlag for erfaring (Mead & Murphy, 1932, s. 9-13). I *Lokanytt* er denne bevegeligheten fra brukeren et grunnprinsipp for å kunne erfare nyhetene. Og sentralt i brukeropplevelsen av lokative nyheter var korrespondansen mellom eksisterende geografisk landskap og nyheten, og hvilken nytte eller relevant dette hadde for leseren der og da.

Dewey vektlegger menneskets eksperimentelle praksiser når han forklarer erfaring. Det er slike eksperimentelle praksiser som har utviklet de empiriske vitenskaper, som gjør at vi i realiteten lager og endrer verden slik vi erfarer den. Ifølge Dewey er erfaring i sin mest vitale form eksperimentell, og en innsats til å endre det gitte. Erfaring er kategorisert av Dewey som:

(...) experience in its vital form is experimental, an effort to change the given; it is characterized by projection, by reaching forward into the unknown; connexion²³ with a future is its salient trait (Dewey, 1917, s. 7).

Gjennom en slik kreativitet øker erfaringene og nye muligheter oppstår. Kommunikasjonsforståelsen til Dewey baserer seg dermed på situasjoner i kontinuerlig endring, dannet og erfart gjennom sosialitet og handling, men som åpner opp for det kreative og det ukjente. Dette handling- og erfaringssynet på kommunikasjon passer til forståelsen av aktiv mediebruk som lokative medier forutsetter.

Hans Joas (1996) er en av dem som har videreutviklet dominerende handlingsteorier fra Habermas og Giddens. Dette har han gjort inspirert av den til den tidlige amerikanske pragmatismen og roser Dewey (og Mead) for å åpne for en handlingsteori der kreativitet har en rolle. Joas bruker begrepet handlingskreativitet (*Die Kreativität des Handelns*) og boken hans *The Creativity of Action* er delvis en kritikk av Habermas sin teori om kommunikativ handling som Joas mener i alt for stor grad begrenser seg til instrumentelle og normative element (Joas, 1996). Ved disse dominante forståelsene eller utgangspunktene for handling,

²³ Med connexion mente Dewey dynamisk og funksjonell interaksjon.

følger ofte en streng abstraksjon av emosjonelle og kreative aspekter ved handling og dermed risikerer en å fjerne seg fra den situasjonelle konteksten.

Park representerer en retning av pragmatismen man kan se forankringen av gjennom flere av hans empiriske og sosiologiske arbeid der han tok utgangspunkt i det urbane eller byen. Han så på hverdagslivet i byen som det virkelige laboratoriet, som et system som bør være utgangspunkt for studier av mennesket. Han var sterkt inspirert både av Dewey og Mead når han betraktet samfunnet eller byen som et nettverk av sosiale (og symbolske) interaksjoner²⁴. Byens gjensidige samspill mellom omgivelser og mennesket tydeliggjør viktigheten av kommunikasjon som, ifølge Park (1938) ser ut til å opprettholde både størrelsen og integriteten til sosiale grupper i de to dimensjonene rom og tid. Park siterer flere ganger Deweys erklæring eller deklarasjon «*Society not only continues to exist by transmission, by communication, but it may be fairly said to exist in transmission, in communication*» (Dewey in Park, 1938, s. 192). Kommunikasjon er altså ikke bare forutsetningen for at samfunnet fortsetter å eksistere, men selve samfunnet eksisterer i kommunikasjon. John Durham Peters (2004) påpeker at «kommunikasjon» kan bety mange ting, og at for *Chicagoene* kunne kommunikasjon både være en deskriptiv forklaring av alle menneskelige relasjoner og være et ideal for demokratisk deltakelse (J. D. Peters, 2004). Durham Peters synliggjør Parks og Burgess syn på kommunikasjon både som delvis holistisk, og som normativ, moralsk og deltakende gjennom sitatet «*the limits of society are coterminous with the limits of interaction, that is, of the participation of persons in the life of society. One way of measuring the wholesome or the normal life of a person is by the sheer external fact of his membership in the social groups of the community in which his lot is cast*» (Park & Burgess i J. D. Peters, 2004, s. 18).

Chicagoskolen og Dewey levde i en tid der det skjedde store endringer i transport- og kommunikasjonsteknologier. Dette preget arbeidene deres og forståelsen av samtidskommunikasjonen. Park mener samfunnet består av uavhengige, bevegelige individer der bevegeligheten definerer det grunnleggende ved et samfunn (Park, 1968, s. 159). I følge Elihu Katz mfl. (2003) hyller Chicagoskolens medlemmer avisene for å legge til rette for en sammensmeltning mellom sosiale verdener og dens interaksjon. I en tid der veksten av moderne transport og kommunikasjon muliggjør en ny tilnærming til sted og tid, så også Dewey på dette som en spennende mulighet for hans ide om et annerledes og mer deltakende samfunn (a great community), men han hadde også sterke bekymringer. Disse bekymringene gikk i all hovedsak ut på en svekkelse av et lokalt ansikt til ansikt-liv (Katz, Peters, Liebes & Orloff, 2003, s. 104). Disse bekymringene kan fortsatt gjelde, men i dag er erkjennelsen at tid

²⁴ Park skilte seg litt fra Mead's symbolske interaksjon som fokuserte mest på sosialitet som grunnleggende prinsipp. Park's tilnærming, som senere er koblet mot radikal interaksjonisme, la mer vekt på konkurranse og dominans som prinsipp.

og sted ikke har kollapse, men må forstås på en annen måte ettersom det romlige har fått en annen betydning og at vi gjennom digital kommunikasjon har fått andre muligheter (for eksempel sosiale medier) enn vi hadde på Parks tid der massemediene dominerte. Park påpekte at kombinasjonen med mobilitet og massekommunikasjon øker den sosiale interaksjonen. Denne interaksjonen kan muligens legge til rette for kommunikasjon, men sikrer ikke økt forståelse siden forskjellene i språk, erfaring, kultur og interesser griper inn (Park, 1938, s. 119). Det betyr at den sosiale interaksjonen med omgivelsene ikke alene er nok til å skape forståelse gjennom lokativ journalistikk. Det vil fortsatt være journalistens håndverk under produksjon og presentasjon som vil avgjøre om dette gir geografisk relevans og bidrar til å skape mening for enkeltindivid i en bestemt situasjon på et bestemt sted.

Aktualisering av Chicagoskolens tilnærminger

Park, Dewey og Meads tilnærminger til massemedier og hvordan dette påvirker befolkningen, kommunikasjonsformen og innholdet er fremdeles aktuelle i dag. Midtgarden hevder at i vår tid, da tverrfaglige perspektiv blir stadig viktigere både i og utenfor academia, kan det være nyttig igjen å se nærmere på pragmatistenes tema og tilnærminger (Midtgarden, 2002). Det tematiske fokuset til Park, Dewey og Mead innen samfunnsstudier, journalistikk, geografi og urbanitet passer også godt til en geografisk orientert form for journalistikk der brukeren og hennes bevegelse står i sentrum. Portabiliteten mobile medier representerer skiller den fra andre digitale medier og vil gjøre at tilhørende digitalt innhold i større grad vil bli integrert i folks hverdagsliv siden innholdet også følger folk i bevegelse.

Bruhn Jensen (2010) mener det ligger forventninger til at kommunikasjonsteori kan bidra til bedre kommunikasjonspraksiser. Likevel, er kommunikasjonsfeltet sjeldent i en posisjon der det kan løse de normative tematikkene den selv tar opp. Bruhn Jensen omtaler pragmatismen som en god praktisk teori, men i likhet med andre teorier kan den ikke overføres direkte til anvendte forskningsprosjekter på neste-generasjons medier. Pragmatismen tilbyr heller ingen retningslinjer for hvordan dette kan gjøres. Det pragmatismen tilbyr, i følge Bruhn Jensen, er et robust interdisiplinært rammeverk for å beskrive og diskutere faktiske og potensielle former for media og kommunikasjon i en tid med større teknologiske og sosiale endringer (Bruhn Jensen, 2010, s. 148).

En grunn for ikke å direkte overføre disse historiske teorier og metoder til vår tid er at mange av pragmatistene, og spesielt Chicagoskolen, fokuserte sterkt på å være nyttige i samtiden. Likevel, er det flere parallelle utviklingstrekk som gjør at samtiden til Park, Dewey og Mead kan sammenlignes med moderne sosiale systemer. På den tid gjennomgikk Chicago som by sine største endringer noensinne – både sosiale, kulturelle og teknologiske. Selv om metodene deres ikke kan brukes direkte på dagens digitale medier, er tilnærmingen deres til å studere komplekse og hurtigutviklende sosiale omgivelser nyttige i dag. Det er spesielt to

deler fra Chicagokolen og pragmatismen som trekkes frem når aktualiteten deres diskuteres i dag. Det er symbolsk interaksjonisme og deres økologiske tilnærming til menneske og samfunn. Begge retningene tar utgangspunkt i individet og de deler en interesse i de lokale situerte kunnskapene og praksisene til mediene. De deler også et behov for bedre å kunne studere kommunikasjon som en vid praksis som inngår i komplekse omgivelser. Dette kan, ifølge Wahl-Jorgensen, sees på som den epistemologiske og metodologiske arven til Chicagokolen selv om koblingen til skolen sjeldent blir eksplisitt anerkjent (Wahl-Jorgensen, 2016, s. 18).

Symbolsk interaksjonisme er en teori med utspring i amerikansk pragmatisme. De tidlige amerikanske pragmatistene utpekes til å være forgjengerne til denne posisjonen, der George Herbert Mead (1863-1931) regnes som posisjonens far. Park er også en viktig bidragsyter, men selve begrepet er det Herbert Blumer som har skapt. Posisjonen kan grovt beskrives som studier av livet til menneskegrupper og har gjerne som mål å beskrive samhandling. Mead vektla sosialitet som grunnleggende faktor i denne teorien. Teorien plasserer individet i sentrum og de forklaringer man måtte søke, tar utgangspunktet i individet, dets sosiale handlinger og omgivelser. I tillegg forholder posisjonen seg til mening som noe som er flyktig, ubestemmelig og særdeles individ- og situasjonsbestemt. Dette gjør at perspektivene knyttet til sosialitet som situert praksis er særlig interessante og vurderes som nødvendige for å forstå mobil kommunikasjon som foregår på ulike steder og gjerne i bevegelse.

Blumer (1986) skisserer tre analytiske premiss symbolsk interaksjonisme bygger på og viser gjennom disse hvordan posisjonen skiller seg fra andre dominerende posisjoner innen psykologien og sosiologien. For det første, handler mennesker på bakgrunn av meningen denne «tingen» kan ha for dem. Denne «tingen» kan være fysiske objekter, andre mennesker, institusjoner eller aktiviteter. For det andre, meningen man tillegger disse «tingene» springer ut fra den sosiale interaksjonen man har med sine medmennesker. For det tredje, er disse meningene håndtert i og modifisert gjennom den fortolkningsprosess som personen anvender når hun forholder seg til denne «tingen». Disse premissene skiller seg delvis fra dominerende posisjoner innen psykologien der stimuli, holdninger, motiver og kognitive faktorer dominerer. Og, den skiller seg fra store deler av sosiologien der makt, posisjoner, roller, kulturell bakgrunn, normer og verdier dominerer det analytiske ståstedet (Blumer, 1986, s. 2). Blumers form og formuleringer av symbolsk interaksjonisme kan tidvis fremstå som noe snevrere eller mer fokusert enn de teoretiske og filosofiske ambisjonene til sosial teori både hos Mead, Dewey og Park. Spesielt tydeliggjøringen av forskjellene mellom denne formen for sosial interaksjonisme og andre dominerende posisjoner innen sosiologien og psykologien har vært viktige.

Wahl-Jorgensen mener det økologiske perspektivet til Chicagokolen er spesielt godt egnet til å forstå globaliserte og nettverksbaserte mediepraksiser. Det retter søkelyset mot kompleksiteten i nettverksinteraksjon mellom grupper som er geografisk bundet, men samtidig globalt tilkoblet (Wahl-Jorgensen, 2016, s. 8). I artikkelen *Human Ecology* (1936) argumenterer Park for at denne tilnærmingen til økologien, opprinnelig ment for plante- og dyreriket, også må kunne brukes for å forklare menneskelige relasjoner. Park finner Darwin sine observasjoner om den gjensidige adaptasjonen og korrelasjonen av planter og dyr innen et bestemt område sine interessant. Mer interessant, mener Park, er at denne modellen til organisk liv baserer seg på det sosiologiske prinsippet om *competitive co-operation*. Det samme prinsippet som både Darwin formulerte og som sosiologien allerede hadde formulert handler om det samme – kampen for overlevelse. For mennesker betyr dette at konkurranse og dominans er årsaken til at mennesker finner deres nisjer i de fysiske omgivelsene sammen med arbeids- og yrkesfordelingen mellom ulike mennesker. Så mens Meads symbolske interaksjon vektla sosialitet som grunnleggende faktor, vektlegger Park konkurranse og dominans som grunnleggende faktorer for sin posisjon. Det er dette som gjør at Park omtaler samfunn som organismer og der denne biotiske sosiale orden kommer til syne og blir opprettholdt av konkurranse. Parks økologiske tilnærming har senere blitt utviklet til det som omtales som medieøkologi. Posisjonen har senere inspirert fremtredende teoretikere som Neil Postman, Harold Innis, Marshall McLuhan, Erving Goffman, Joshua Meyrowitz, James Carey og Larry Hickman. Wahl-Jorgensen (2012) trekker frem James Careys mange arbeider som aktivt har aktualisert pragmatismedelen av Chicagokolen som en viktig årsak til at perspektivene fremdeles regnes som viktige i kommunikasjonsfeltets historie og utvikling. Careys bidrag er også plukket opp i journalistikkforskningen (Wahl-Jorgensen, 2012).

Lignende og relaterte teorier og perspektiver om menneskets situerte livsverden, som ikke behandles i denne avhandlingen, finnes i Heidegger teorier om *væren* der han hevder at den menneskelige væremåten må bestemmes av forholdet til «noe annet». Dette omtales som forholdsfenomenet (Heidegger, 1996). Don Ihde's postfenomenologi er et annet ytterst interessant perspektiv der han har tatt tradisjonene fra mellom annet Heidegger og Dewey ved å integrere fenomenologien og pragmatismen inn i en moderne kontekst – der teknologi spiller en større og annen rolle enn det gjorde på Heideggers tid (Ihde, 2009, s. 8; 2010).

Teoretisk er gullalderen til Chicagokolen forbi og ikke uproblematisk direkte overførbart til dagens teoretiske landskap. Everett Rogers (1986) mener at grunnen til at for eksempel Park i sine arbeider i liten grad har blitt videreført i moderne medieforskning, men heller står som en historisk kilde, muligens er at Park ikke pekte på noen spesiell fremtidig retning for kommunikasjonsforskning (Rogers, 1986). Blumer mente en av årsakene til at symbolsk interaksjonisme ikke er mer utbredt er at en tydelig formulering av posisjonen mangler og der Mead og Park la ulike faktorer (sosialitet og dominans) til grunn. I tillegg mangler en begrunnet

metodologisk posisjon (Blumer, 1986, s. 1). Dette har en rekke medieøkologiske studier og arbeider klart senere gjennom tydeligere eksempler og mer forståelige metaforer (blant annet Postman, McLuhan, Meyrowitz og Carey).

Andre mener tradisjonen de startet altfor tidlig ble fortrent til fordel for surveybaserte tilnærminger og at dette hang sammen med ny teknologi og metoder fra sosialpsykologien og forskningsstøtte fra myndighetene som ønsket mer nøyaktig og kortsiktige resultater (Abbott, 1997; Pooley & Katz, 2008). Da norsk mediesosiologi startet, var det med mer inspirasjon fra Paul Lazarsfeld og Columbiaskolens effektforskning enn fra Chicagokolen (Slaatta, 2010). I senere år finnes flere eksempler på arbeider som har benyttet teorier og tilnærminger fra Chicagokolen i sosiologien og pragmatismen, relatert til moderne journalistiske perspektiver knyttet til konvergens, twitter-bots, samfunnsgeografi og innovasjon (se blant annet Bruhn Jensen, 2010; De Maeyer & Trudel, 2018; Gutsche Jr. & Hess, 2019; Lowrey, Sherrill & Broussard, 2019).

4. Forskningsdesign og metoder

Journalistikkforskningen forholder seg i all hovedsak til å studere eksisterende eller historiske praksiser og har ikke som vane å utforske mediene ved å utvikle dem. Dette danner en slags undersøkelseskløft eller mangel på prototyping i forskningsfeltet som dette prosjektet forsøker å fylle. Slik prototyping er ofte det normale i andre fag og i bransjen for å generere kunnskap om slags produkter som vil fungere og hva slags faktorer som eventuelt gjør at de ikke fungerer. Ideelt sett ville en slik utviklingseksperimentell tilnærming og praksis kunne bidra til å identifisere sentrale egenskaper ved en form, et produkt eller en løsning allerede før det ble implementert eller tatt i bruk i journalistikken. Denne avhandlingen representerer et slikt utviklingseksperimentelt prosjekt og undersøker **hvordan en lokativ form påvirker journalistikken og bruken av den.**

Siden lokativ journalistikk ikke er en praksis, sjanger eller form utgjør den ingen analyserbar størrelse. *Lokanytt*-prosjektet har løst dette ved å utvikle og lage lokativ journalistikk selv. Med mediedesign som overordnet metodisk tilnærming har konseptet om en annerledes lokativ journalistikk blir materialisert og operasjonalisert gjennom en prototype. Siden systemet og mediumet er utviklet til dette bestemte formålet muliggjør det undersøkelser og testing med ekte mennesker – på ekte steder. John Dewey ville muligens ha sett mediedesign som et instrumentelt verktøy til å løse et praktisk problem, heller enn til å beskrive den eksisterende livsverden. Tilnærmingen vurderes som nyttig siden den muliggjør studier av fenomener under utvikling som ikke kan knyttes til årelange etablerte praksiser. Mediedesign baserer seg derfor på rasjonale om å generere kunnskap på grunnlag av å lage noe.

Som nevnt innledningsvis er mitt vitenskapsteoretiske grunnlag knyttet til pragmatismens forståelser av hva kunnskap er, hvordan det kan forstås og hvordan det bør undersøkes. Min metodologiske inngang til dette er tilpasset en moderne samtidkontekst og henter i tillegg inspirasjon fra andre metodisk lignende utviklingsprosjekt. Mediedesign er en praktisk drevet tilnærming som, i dette tilfelle, ikke hadde som hovedmål å teste teoretiske hypoteser, men å studere journalistiske løsninger. Måten dette skulle gjøre på var å lage et medium og teste det på ekte mennesker i den virkelige verden.

I likhet med flere andre artikkelbaserte avhandlinger kan dette i sum ligne på, og omtales som fler-case-studier (Johannessen & Tufte, 2002, s. 62; Yin, 2003) eller en kollektiv casestudie (Nærland, 2015, s. 68; Stavelin, 2013, s. 53). En kollektiv casestudie er en valgt samling av flere caser for å illustrere et tema, fenomen eller en tilstand for å gi den nødvendige dybden eller helhet til prosjektet. I dette tilfelle utgjør en slik dybde at ulike aspekter som produksjon, innhold og bruk i forbindelse med lokativ journalistikk blir undersøkt.

Dette kapittelet inneholder først en redegjørelse for avhandlingens metodologiske inspirasjonskilder som handler om hvordan kunnskaper kan genereres gjennom å lage ting. Her redegjør jeg også for lignende prosjekter jeg plasserer i kategorien mediedesign. Videre presenteres forståelse min av mediedesign og hvordan tilnærmingen kan bidra på sitt beste. Avslutningsvis presenterer jeg det konkrete forskningsdesignet og gjør rede for metodene benyttet delprosjektene. Disse metodene er observasjon, spørreskjema, intervju og innholdsanalyser.

4.1. Metodologisk inspirasjon og forutsetninger

Om man forstår metodologi som fellesmetodiske prinsipper for et fagfelt, finnes det ingen klar metodologisk tradisjon å støtte seg til for å studere hvordan journalistikken kunne ha sett ut – verken i journalistikkforskningen eller i medieforskningen. Innen sosiologien er det Chicagoskolen som har det mest omfattende metodologiske rammeverket for slike undersøkelseseksperiment. Dette har fungert som inspirasjon allerede fra starten til min inngang i *Lokanytt*-prosjektet. Studien er derfor i stor grad påvirket og betinget av deres teoretiske og metodiske ideer og holdninger. Derfor ser jeg det nødvendig å bruke noe plass på å beskrive undersøkelsesmetodene deres for hva slags arbeid de bedrev for å generere kunnskap. Mange av Chicagoskolens metodologiske prinsipper var kjent for meg da prosjektet startet, mens andre har blitt oppdaget gjennom senere lesning av arbeidene deres. Hovedargumentasjonen har derfor mest vekt på de konstruktive bidragene til skolen, fremfor deres uenigheter og tidvis lemfeldige behandlinger av sentrale temaer og behandlinger av data – som også kjennetegner Chicagoskolen.

Jeg vil i denne delen først redegjøre for Chicagoskolens og pragmatismens praktisk-eksperimentelle metodologiske tilnærminger før jeg kort redegjør for andre lignende prosjekt for å plassere *Lokanytt* i et voksende landskap innen akademiske medieutviklingsprosjekt – både journalistiske og andre. I lys av dette diskuterer jeg noen samlende metodologiske prinsipper mellom pragmatismens eksperimenter og moderne mediedesign. Dette utgjør grunnlaget for hvordan jeg forstår og forholder meg til mediedesign.

Den praktiske pragmatismen

De tidlige pragmatistene forholdt seg til pragmatismen i all hovedsak som en metode mer enn en filosofi. Det ble sett på som en svært praktisk metode der hensikten var å sette ideer ut i handling, gjerne for å løse et samfunnsproblem. Prosjektene deres var av klar normativ art og filosofien skulle ikke bare fortolke eller diskutere ideer, men også gjøre noe med dem.

Kvalitativ forskning gjort av Chicagoskolen kan i dag strengt tatt ikke defineres ut fra *hvordan* den får vite (metode), men heller *hva* den vil vite noe om. Det handlet ofte om å finne ut mest mulig om det man ville studere. De forholdt seg svært bredt til metodologi og baserte

denne i stor grad på synet deres på kunnskap og kommunikasjon som kontinuerlige sosiale og situerte prosesser. Metodene benyttet var hovedsakelig feltstudier, deltakende observasjoner, etnografiske metoder og ved å samle inn relevante sekundærdata (gjørne offentlig statistikk) som de deretter samlet og systematiserte på nye måter.

Det er mye som tyder på at det som binder ulike pragmatister sammen er pragmatisme som en holdning fremfor felles metodiske tilnærminger eller spesifikke teorier (Martela, 2015). Dette kan relateres til Deweys behandling av *erfaring og vitenskapelig metode*. Her peker han på at det ikke er prinsipielle forskjeller mellom en vitenskapelig tenkemåte og måten vi skaffet oss erfaringer på i dagliglivet (Dewey, 1991a). Dewey mente vitenskapen måtte hente inn kunnskap på en planlagt fremgangsmåte, og at justeringer underveis var en viktig og naturlig del av denne erfaringen – i likhet med dagliglivets måte å skaffe seg erfaringer på. Dette gjør at han omtaler fremgangsmåten for selv-korrigerende siden kunnskap alltid er fortolkende og situert. Siden metoden var personlig og situert, har det ingen mål i seg selv å rekonstruere slike erfaringer siden de må forstås i sin kontekst. Han presiserer at *–No cast-iron rules can be laid down. Each case has to be dealt with as it arises* (Ibid. s. 78). En slik logisk teori eller undersøkelsesteori, som han omtaler det som, fremstiller han i fem trinn (Dewey, 1991a, s. 72):

1. En følt vanskelighet
2. Lokalisere problemet/vanskeligheten
3. Forskjellige løsningsforslag
4. Resonnere rundt følgene og konsekvensene av løsningsforslagene
5. Videre observasjoner og eksperimentering som leder til en akseptert eller forkastet løsning.

Deweys empiriske undersøkelsesmetode var ofte synonymt med eksperiment. Han støttet en praktisk eksperimentell søken og erfaringen dette resulterte i. Dette var en holdning vi ble født med, en holdning som både skulle gjelde hverdagslivet og i forskningen, med dens metoder. Denne holdningen kunne trenes og en god vitenskapsmann eller kvinne vil derfor raskere kunne forstå hva slags erfaringer som kan bli generert gjennom et eksperiment og hva denne erfaringen betyr.

Park forholdt seg også i stor grad til eksperimenter som grunnlag for kunnskap. Han gikk mer empirisk til verks enn Dewey og så byen som et stort sosialt eksperiment. Byen var et økosystem som bestod av ulike verdener, nabolag og grupper som er knyttet til hverandre og i konflikt med hverandre (Park, 1915). Det var dette samfunnet og økosystemet som skulle undersøkes. Park og Burgess gjorde Universitetet i Chicago nærmest til et senter for feltstudier basert på deltagende observasjon og byen til et forskningslaboratorium. Park skriver at byen viser det gode og det onde i menneskets natur spesielt tydelig, og skriver: *–Det er dette som*

mer enn alt annet forsvarer synet på byen som et laboratorium eller klinikk der menneskets natur og dets sosiale prosesser kan praktisk og utbyttmessig bli studert (Park, 1915, s. 46).

En empirisk, kontekstuell og tverrfaglig tilnærming kommer spesielt godt til syne gjennom undervisningen til Park og Burgess. Gjennom undervisningen ble byen brukt som et laboratorium til å teste hypoteser ved å se på det som et mikrokosmos (Czitrom, 1982, s. 116). De oppfordret studentene sine til å gjennomføre feltstudier, som i dag har blitt redefinert til metodologier, som detaljerte casestudier og deltakende observasjon (Friedland & Campell, 2004). Burgess jobbet kreativt med offentlig tilgjengelig data og lærte studentene statistikk. Dette bidro delvis til å bevege Chicagoskolen i retning av kvantitative metoder, men skapte få kontroverser på den tiden. Park derimot, var svært opptatt av bruken av kart som han også var mens han jobbet som journalist. Han anerkjente denne bruken både som metode i journalistikken og i sosiologien. Han var sterkt inspirert av den tyske geografen Alfred Hettner, som han tok doktorgraden under. Park mente at alle sosiologistudenter skulle kjenne til geografi og spesielt samfunnsgeografi siden kultur i bunn og grunn var et geografisk fenomen²⁵ (Baker, 1973). All data, innsamlet og generert, ble gjerne kategorisert og plassert på et kart. Dette viste en ny måte å samle inn, analysere og presentere data og forskning på. En slik interdisiplinær tankegang var unik på denne tiden. Kursene til Park og Burgess ble derfor meget populære og arbeidene deres fikk mye større oppmerksomhet på tidspunktet enn for eksempel Meads²⁶

Larry Hickman, som leder *Center for Dewey studies*, argumenterer for pragmatismen som et verktøy i dagens teknologikultur. Han viser til relevansen Deweys arbeid, som han omtaler som produktiv pragmatisme, har hatt og fortsatt har (Hickman, 2001). Spesielt viktig for Hickman er fokuset på erfaring og aktivitet/handling. Dewey hevdet, ifølge Hickman, at det ikke er opprinnelsen av et konsept, men anvendelsen av det som bør være kriteriet for dets verdi. Dette kan eksemplifiseres med den sentrale rollen teknologien har spilt i moderne vitenskap. Teleskopet og mikroskopet er slike eksempler som kan kobles til en «ren vitenskap» eller grunnforskning. Hickman viser til at disse oppfinnelsene, historisk sett, gikk gjennom en utvikling basert på en kontinuerlig tilbakemelding (selvkorrigerende metode) med utgangspunkt i diverse tankeeksperiment – deretter prøving og feiling. Slike tankeeksperiment har for eksempel foregått mellom håndverket bak det å lage glass, og teleskopet og mikroskopet. Det var dette samspillet som gjorde mikroskopet til en suksess og utvidet bruksområdet deres (Hickman, 2001, s. 11-55). Slike tankeeksperiment ser altså Dewey på

²⁵ Tidligere studenter forteller om at det var vanskelig for en Chicagososiolog å få en Ph.D i 1920-åra uten å gjennomføre et eget spot map (Bulmer, 1984, s. 155).

²⁶ Park toppet alle andre forskere ved universitetet på sitater i perioden 1910-1935. Park ble omtalt i 55,5% av doktorgradsavhandlingene levert i denne perioden mens Burgess ble sitert i 46,5 %. Dette er mer enn tre ganger så ofte som f.eks. Mead ble sitert (Smith, 1977, s. 101-102).

som tankesykluser (*thought-cycle*). Syklusen baseres på at en vurderingsprosess (*reasoning*) er avhengig av observasjoner fra eksperimenter, mens eksperimenter kun er nyttige om de er gjennomført på bakgrunn av ideer som har blitt tentativt utviklet gjennom en vurderingsprosess (Dewey, 1991a, s. 77-78).

Richard Bernstein (1991) hevder at i dagens diskurser knyttet til postmodernisme og moderne forhold vil det være nyttig å se tilbake på pragmatistene. Bernstein imponeres spesielt av at pragmatistene, i tillegg til å diskutere de samme problemstillingene, også var opptatt av hvordan respondere på en del av disse. Bernstein skisserer fem relaterte tematikker som i sum utgjør det han kaller *det pragmatiske ethos* (Bernstein, 1991, s. 326-329). Disse temaene var *anti-foundationalism*, *fallibilism*, *critical community of inquirers*, *contingency* og *plurality*. Min oppsummering av innholdet i det pragmatiske ethos er:

Forståelsen av kunnskap er noe midlertidig uten et fast fundament. Denne forståelsen av kunnskap som noe midlertidig og uten ende innebærer at vi må erkjenne at vi kan ta feil. Kritik og korreksjon inngår i denne erkjennelsen. Dette må også de vitenskapelige metodene ta hensyn til. Siden det er mulig at vi tar feil, er det viktig at vi inngår i et kritisk felleskap av andre undersøkere for å kunne diskutere perspektivene våre. En slik samtale, med et større felleskap, er det som til enhver tid vil avgjøre hva som er den rådende gyldige kunnskapen. Det er også viktig å huske at vi ikke kommer utenom at noe skjer tilfeldig eller kan komme til å skje i fremtiden. En slik bevissthet til kontingens bør tas høyde for i vitenskapen siden å kontrollere alle deler av virkeligheten ikke er noe vi kan håpe på. Til slutt ligger det en bevissthet rundt pluralisme. Dette innebærer et mangfold i tradisjoner, fagfelt, perspektiver og meninger. Den pragmatiske pluralismen stiller krav til deltakelse og engasjement uten å fornekte andres rett til å være annerledes.

Det stilles andre krav til forskningsmetode i dag enn på Dewey og Parks tid. Likevel hevder jeg at Chicagoskolens og pragmatismens tilnærminger er nyttige. Det kan aller mest hjelpe oss med å sette slike «tankeeksperiment» i system og gjøre dem mer effektive. Tilnærmingen åpner for konseptuelle og kreative dimensjoner ved et eksperiment for å generere kunnskap og for at man kan gå lengre enn å studere eksisterende praksiser. Den åpner også opp for at andre innsikter og perspektiver bør inkluderes og diskuteres i et kritisk felleskap. En slik tverrfaglighet er sentralt i møtet mellom teknologi, menneske og sted. Slik kan kunnskapsferingene generert gjennom slike eksperiment bidra til konkrete funn, metoder og prosedyrer som kan gi kunnskap om fenomener i utvikling.

Lignende metodologiske tilnærminger

Innen medieforskningen er det flere som diskuterer forskningsbasert mediedesign (Aam, 2013; Nyre, 2012) og design som metode i medievitenskapen (Fagerjord, 2012, 2015; Løvlie, 2011;

Nyre, 2014b). Tilnærmingen har blitt omtalt med ulike navn som mediumdesign, mediedesign, agilt mediedesign (Løvlie, 2011, s. 39) eller syntetisk-analytisk metode (Liestøl, 1999), men formålet er det samme: å utforske egenskapene i mediene med gitte rammer for å studere sjangre, innhold eller bruk under disse forutsetningene. Prosjektene har også til felles at man anerkjenner at medieforskeren selv lager applikasjoner eller scenarier som ikke kommer fra bransjen. Til tross for at journalistiske prototyper eller medieutviklingsprosjekt i dag utgjør en marginal del av journalistikk- og medieforskningen, observerer jeg en økende grad av oppfordringer innen fagmiljøene om å bevege seg i den retning. Foruten Chicagoskolen i sosiologien som hadde en slik eksperimentering som grunnprinsipp og kunnskapssyn, mener Bruhn Jensen, for eksempel, at medie- og kommunikasjonsforskningen har en jobb å gjøre. Feltet bør bli bedre til også å beskrive, fortolke og forklare potensialer (Bruhn Jensen, 2010, s. 164-165). Konstantin Dörr som forsker på algoritmebruk i journalistikken, ser behovet for analyser av teknologiske potensialer i journalistikkforskningen (Dörr, 2016, s. 700). I tillegg føyer skapere av medierelaterte prototyper seg inn i rekken av de som oppfordrer til slike prosjekter. Disse blir behandlet i de neste avsnitt.

Selv om eksisterende prototyper, utviklingsprosjekt eller mediedesign gjerne har det samme formålet, legger de ulike teoretiske og metodologiske tilnærminger til grunn. Jeg har forsøkt å undersøke den teoretiske og metodologiske inspirasjonen lignende prosjekter har benyttet for å se om det finnes noen fellesnevner i slike prosjekt. Under nevner jeg kort noen prosjekter jeg klassifiserer som mediedesign-prosjekter og identifiserer eventuell teoretisk eller metodologisk inspirasjon. Disse prosjektene har i tillegg bidratt til min egen refleksjon rundt hva jeg legger i mediedesign som tilnærming.

Brett Oppegaard og Michael Rabby designet en mobil applikasjon for et bestemt sted med historisk verdi i forbindelse med festivalen *The Old Apple Tree* (Oppegaard & Rabby, 2016). Hensikten var å undersøke betydningen av sted gjennom hvordan folk reagerte på medieinnhold gjennom en lokasjonsbasert mobil applikasjon. I tillegg har Oppegaard og Shine laget applikasjonen *Fort Vancouver National Historical Site* for nasjonalpark-organisasjonen i USA (Oppegaard & Shine, 2014). Her var hensikten å utfordre tradisjonelle forståelser av mediefortolkning gjennom å finne nye og interaktive teknikker for å formidle historien på. Prosjektene til Oppegaard baserer tilnærmingene sine på Joshua Meyrowitz og mediumteori som de mener er nyttige for å identifisere mediekarakteristikker (Oppegaard & Rabby, 2016; Oppegaard & Shine, 2014, s. 128).

Det tidligere omtalte prosjektet til John Pavlik med situerte dokumentarer der hensikten var å undersøke hvordan journalistikk kunne presenteres på nye måter, gjennom *augmented reality* (Höllerer mfl., 1999; Pavlik & Bridges, 2013) kobler Pavlik og Bridges dette teoretisk direkte til Harold Innis og Marshall McLuhan gjennom måten teknologi kan bidra til å skape

nye opplevelser og skjerpe sansene (extensions of human senses) (Pavlik & Bridges, 2013, s. 6).

Pål Aams Hypernytt-prosjekt utviklet interaktive klikkbare nyhetsreportasjer for å undersøke hvordan dette kan gjøres og undersøkte deretter hvordan brukerne tok imot et slikt journalistisk produkt (Aam, 2013). Aam er ikke eksplisitt i hva som er hans teoretiske overordnede inspirasjon til prosjektet, men argumenterer for at tidligere forskningspraksiser knyttet til interaktive videoer bør løftes inn i produksjonsstudier som felt. Innen produksjonsstudie som felt bør det også være mulig å utføre egne medieproduksjoner, egen medieteknologi-utprøving eller annet redaksjonelt utviklingsarbeid som forskning (Aam, 2013, s. 37). I doktorgradsavhandlingen om prosjektet presenterer han noen sentrale eksempler på utforskning av ny teknologi innen interaktiv film og video som delvis har fungert som inspirasjon (ibid. s. 27-35).

Lars Nyre har gjennomført og bidratt i en rekke journalistiske mediedesign og utviklingsprosjekt. Disse prosjektene inkluderer blant annet *Demokratisk radio* (Nyre, 2007), *Lokanytt* (Nyre, Bjørnstad, Tessem & Øie, 2012), *Hypotetiske redesign av avisen Hordaland på Voss* (Nyre, 2014a), *Amplifon* (Nyre, 2015), *Pediacloud* (Tessem mfl., 2015), *INJECT* (Maiden mfl., 2018), og *Tilhører* (Hoem & Nyre, 2018). Det viser en stor forskerinteresse rundt det å utvikle medier for nyhets- og mediebruk knyttet til ulike plattformer, teknologier, situasjoner og steder – og ikke minst det å lage alternativer til eksisterende løsninger. Nyre virker til å være inspirert av flere, både innenfor informasjonsvitenskapen og medievitenskapen, der spesielt argumentet om at mediestudier i større grad bør forholde seg til eksperimentelle metoder går igjen (Nyre, 2010, s. 84). Klaus Krippendorf, Gunnar Liestøl, Marshall McLuhan og John Deweys normative, demokratiske og utviklingskonstruktive perspektiver (Nyre, 2015, s. 61) utgjør noe av det som har inspirert Nyre både teoretisk og metodologisk.

Gunnar Liestøl har gjennomført flere slike prosjekt der hans senere fokus har vært på alternative medierte representasjonsformer tilpasset mobiltelefon og nettbrett gjennom det han kaller digital sjangerdesign og gjennom den potensielle sjangeren situerte simuleringer (Liestøl, 2009). Dette er en prototype som tilbyr en representasjon basert på brukerens visuelle perspektiv av både fysiske omgivelser og grafiske 3D-konstruerte omgivelser. Liestøl har blant annet laget simuleringer av jordskjelvet i San Francisco i 1906 og en vikinggrav som inneholder vikingskipet Oseberg med tilhørende historie. Systemet bruker den mobile enhetens innebygde GPS, akselerometer og gyroskop. Det muliggjør at brukeren kan få frem vikingskipet visuelt på skjermen i en 3D-modell som korresponderer med mobilskjermens og brukerens bevegelse. Dersom brukeren ønsker å se vikingskipet fra en annen vinkel, kan brukeren bevege seg fysisk over til den andre siden av gravhaugen. I doktorgradsavhandlingen til Liestøl, som handler om hypermedia-egenskaper i fortellinger,

lanserer han den syntetisk-analytiske modellen som metodologisk rammeverk. Her henter Liestøl inspirasjon i klassisk retorikk og narratologi som disipliner som både representerer teori og praksis, og kombinerer dette med et nyere litteraturvitenskapelig perspektiv. Spesielt fant Liestøl at ingen annen disiplin enn retorikken passet bedre til å forklare hypermedia-produksjoner (Liestøl, 1999, s. 11 og 35). Liestøl sammenligner også prosjektet sitt med arbeidet til en *essayist*. En essayists metode for å skrive og produsere er tentativt, heuristisk og eksplorativt – og avhengig av en presentasjon godt tilpasset målgruppen. Her ser han essayet som et åpent format der både utprøving og den individuelle erfaringen er essensielt (Liestøl, 1999, s. 3. Forord).

Anders Fagerjord har utnyttet mulighetene som lå i smarttelefonens teknologi, og laget en lokasjonsbasert applikasjon som skal forklare musikkhistorien i Roma (Fagerjord, 2011). Gjennom det Fagerjord kaller situert lyd ble passende musikk valgt til hvert sted og en stedtilpasset forklarende kommentar ble lagd. Gjennom utviklingen av prosjektet og testingen av den gjorde de flere erfaringer knyttet til hvilke egenskaper lyd har i lokative medier. Fagerjord mener at de beste produsentene av lokativ lyd, er de som forstår situasjonen på det stedet der brukeren er og tilpasser produktet til dette stedet. Dette innebærer blant annet en forståelse for hvordan brukere sannsynligvis oppfører og beveger seg på et bestemt sted (Fagerjord, 2011). Fagerjord forholder seg til en humanistisk inspirert designmetode inspirert av Liestøls syntetisk-analytiske metode og *research by design* (Ibid. s. 257), men også fra retorikken (Fagerjord, 2012, s. 212; 2017, s. 225 og 238).

Anders Sundnes Løvlies Textopia-prosjekt, handler om å utforske mulighetene innen lokativ litteratur i praksis. I doktorgradsprosjektet sitt designet han et system og undersøkte hvordan egenskaper innen lokative medier kan bli utnyttet og skape nye former for historiefortelling i relasjon til sted (Løvlie, 2011). Løvlies prosjekt har mange likheter med *Lokanytt* og er beskrevet ytterligere i avhandlingens tilhørende artikler. Løvlie peker på at å importere metodologi fra designforskningen ikke rekker, siden designforskning gjerne fokuserer på designprosessene og metodene for å gjennomføre design. Mens, det Løvlie hadde bruk for i sitt prosjekt var en måte å bruke design som en metode i seg selv for å besvare problemstillinger knyttet til et annet fagfelt (humanistiske mediastudier) (Løvlie, 2011, s. 125-126). Derfor stiller han spørsmålet om hvordan designtanker kan relateres til en humanistisk praksis fremfor å spørre hvordan humanistisk praksis relateres til designpraksiser (Løvlie, 2011, s. 35). Løvlie oppgir Liestøls syntetisk-analytiske metodologiske modell som den som ligger nærmest hans prosjekt, men der han samtidig peker på at Liestøls retoriske tilnærming ikke passer like godt til Løvlies prosjekt. Grunnen til dette er at Løvlie ser på Textopia som et verktøy og et system fremfor en ytringsform som retorikken behandler. Derfor inspireres Løvlie av utviklingsmetodene som allerede finnes innen programvareutvikling (Ibid. s. 31). I retrospekt, ender Løvlie opp med en metodologisk kombinasjon mellom design som en hermeneutisk prosess og iterative agile

prinsipper for programvareutvikling. Han kaller det *Agile Media Design* (Løvlie, 2011, s. 35-39). Forenklet sett, presenterer han dette som en modell som må tolkes som en pågående diskusjon mellom problemformulering og forskning (Løvlie, 2011, s. 40). Dette har for øvrig klare likheter med Deweys forståelse av tankeeksperiment eller *thought-cycle*.

Jo Dugstad Wake har undersøkt hvordan lokasjonsbaserte spill kan bli brukt i undervisnings- og læringsformål. Til undersøkelsen laget de det teknologiske rammeverket SILO som fungerer som et forfatterverktøy for å lage lokasjonsbaserte spill. Gjennom dette systemet laget de spillet *Premierløytnant Bielke* som deretter ble testet og evaluert (Wake, 2013). Wake er metodologisk inspirert av designbasert forskning (design-based research) der mellom annet Ann L. Brown²⁷ (1992) opptre som en slags grunnlegger. Wake peker på at designbasert forskning ikke må forveksles med designvitenskap som riktignok deler flere karakteristikk. Designbasert forskning forutsetter en pragmatisk tilnærming der nytteverdien og brukervennligheten blir regnet som suksesskriterier (Wake, 2013, s. 11).

Selv om alle de nevnte prosjektene ligner hverandre, legger de forskjellige metodologiske inspirasjonskilder til grunn. Grovt sett kan prosjektene deles inn i samfunnsvitenskapelige og humanistisk orienterte prosjekter. De humanistiske prosjektene virker til å vektlegge retorikken som nyttig verktøy og som metodologisk rammeverk. De samfunnsvitenskapelige prosjektene er derimot litt mer metodologisk uklare men forholder seg gjerne til pragmatismen eller andre-generasjons pragmatister. Flere av prosjektene inspireres i tillegg til metodologiske prinsipper i selve utviklingsfasen.

Felles for prosjektene er at de mener å lage noe er en god måte å generere ny kunnskap på. I denne prosessen er det ikke design som fag eller prosessmetode som preger de fleste av prosjektene. Fellesnevneren er heller en individuell utviklingsnysgjerrighet, tilpasset sitt fag og formål, støttet av en eksplorativ utviklingsoppfordring og rammeverk som ligger som grunnpremiss i både den normative delen av retorikken og i pragmatismen. Prosjektene forholder seg også aktivt til en tverrfaglighet og samarbeider gjerne med flere for å lage systemene. Om disse prosjektene kategoriseres som mediedesign, som jeg gjør, kan mediedesign kan bedre beskrives som en holdning eller vitenskapelig tankeeksperiment med utgangspunkt i eget fagfelt.

4.2 Mediedesign – en metodisk holdning

I lys av kunnskapsforståelsen til pragmatismen, hvordan kunnskap kan genereres gjennom sykliske og selvkorrigerende undersøkelsesmetoder og lignende medieutviklingsprosjekt vil

²⁷ Ann Brown var utdannet innen psykologi. Hun benytter begrepet designeksperiment og reflekterer over hva slags metodologier som vil passe inn i et «laboratorium» som klasserommet. Hun viser til en rekke designeksperiment som er gjennomført gjennom historien og peker på at moderne designforsøk ikke kan gjennomføres i et historisk vakuum. Hun er sterkt inspirert av Deweys designtilnærming og eksperimentelle læringssyn (Brown, 1992, s. 167-171).

jeg her redegjøre for min forståelse av mediedesign.

Min forståelse av begrepet mediedesign er som en holdning og en tilnærming. Tilnærmingen muliggjør en utforskning av bestemte egenskaper eller karakteristikk til et medium. Dette innebærer også mediumegenskaper som ikke finnes fra før, hverken i et etablert medium eller i en bestemt form. Dette tillater at forskeren konstruerer/designer egne medietekster, brukergrensesnitt, prosedyrer, systemer og andre element for kommunikasjon. I en konkret forskningspraksis blir dette konstruert og undersøkt med et bestemt formål for øye som gjerne knytter seg til de karakteristiske egenskapene mediet har – og som man ønsker å utforske.

Gjennom studier av andre lignende medieutviklingsprosjekt har jeg funnet at de studerer ulike dimensjoner ved et medium som bruk, produksjon, system, sjanger etc. Videre benytter de ulike teoretisk og metodologiske forutsetninger til prosjektene sine. Likhetene, derimot, ligger aller mest i holdningen til prosjektene. Dette er utviklingsutålmodige tankeeksperimenter som blir operasjonalisert og materialisert til analyserbare størrelser. Dette går igjen i flere av tidligere nevnte mediedesign-eksemplene, der valg av metodedesign i all hovedsak var begrunnet med at det ikke fantes eksisterende eksempler for å studere de mediumegenskapene man måtte ønske (Aam, 2013, s. 34-35; Liestøl, 1999, s. 10; Løvlie, 2011, s. 10). Det er derfor disse tankeeksperimentene som kanskje aller best karakteriserer mediedesign som selvkorrigerende metodologi og som gjør at de blir brukt til å undersøke fenomener under utvikling eller ny-sammenstillinger av mediumegenskaper eller former.

I mediedesign er det altså forskeren som selv konstruerer medietekstene, prosedyrene og systemet som blir undersøkt. Det skiller prosjektet fra annen journalistikk- og medieforskning der man ofte studerer eksisterende eller historiske praksiser fremfor å studere hvordan eksempelvis journalistikken kunne ha sett ut. Mediedesign kan derfor kalles en eksperimentell, spekulativ eller eksplorerende tilnærming. Det er denne eksperimentelle holdningen og operasjonaliseringen av tankeeksperimentet som er essensen i mediedesign og som gjør den til noe mer enn bare en enkel nyanseforskjell fra andre mye benyttede metodologier innen mediefagene.

Tilnærmingen mediedesign inntar en posisjon som er grunnleggende normativ ved å basere seg på tanken om at den kan fungere som et nyttig verktøy for medieforskere til å enten generere ny kunnskap eller ved å studere bestemte egenskaper ved et bestemt medium. I min forståelse vil et mediedesign også kunne være rent konseptuelt, der forskeren ikke fysisk eller teknisk har laget et system eller verktøy, men skisserer opp et detaljert scenario på en slik måte at det vil være mulig å undersøke potensialene av det. Dette vil også åpne for å nedskalere omfanget på en del mediedesign. Mange av de lignende eksemplene som *Lokanytt* er temmelig omfattende prosjekter som utgjør hele doktorgrader og gjerne krever ekstern teknisk kompetanse.

Mediedesign kan sammenlignes med, og plasseres mellom fler-case-studier og eksperiment. Begge disse metodetilnærmingene blir ofte brukt når man skal finne ut hvordan eller hvorfor noe skjer. Et skille som Yin (2003) trekker frem er at eksperiment krever en kontroll av hendelser, mens casestudier ikke krever det (Yin, 2003). I likhet med case-studier vil mediedesign kunne gå i dybden på et fenomen og komme frem til detaljerte beskrivelser og innsikter. En utfordring er å trekke generelle slutninger fra et slikt prosjekt. Dette gjelder spesielt for mange mediedesign-prosjekt der forskeren selv har konstruert forutsetningene som empirien hentes fra.

En tradisjon som har særlige likheter med mediedesign er mediumteori. Mediumteori ligner mediedesign ved at den leter etter karakteristikk av bestemte medium og troen på at en annerledes tilnærming, vil tilføre ny og viktig kunnskap om medieomgivelsene våre. Ifølge Joshua Meyrowitz (1994) fokuserer mediumteori som perspektiv eller tradisjon, i entallsform, på egenskapene og karakteristikkene til hvert individuelle medium eller hver bestemte type media (Meyrowitz, 1994, s. 50). Det betyr at en mediumteoretiker spør seg hva som er de spesielle egenskapene til mediumet og hvordan disse egenskapene og kommunikasjonen gjennom disse er fysisk, psykisk, og sosialt forskjellig fra andre media og ansikt-til-ansikt kommunikasjon (Meyrowitz, 1994). Meyrowitz og mediumteori har inspirert blant annet Brett Oppegaard i sine prosjekter. Meyrowitz erkjenner at analysene til mediumteoretikere ofte er vanskelige å teste og operasjonalisere i motsetning til studier av medieinnhold gjennom innholdsanalyser (Meyrowitz, 1997, s. 61). En grunn til dette er at de gjerne leter etter «effekten» knyttet til bestemte mediumkarakteristikk over lengre tid og at det derfor er vanskelig å gjenskape eksempelvis førhistorisk oral kultur for å så kunne behandle det med vitenskapelige metoder (Meyrowitz, 1994, s. 70). Mediedesign kan delvis løse noen av mediumteoriens utfordringer med å gjenskape fenomen for å teste dem. I tillegg kan mediedesign i større grad være en nyttig tilnærming når raskere og mer underutviklede mediepraksiser og systemer skal undersøkes.

Denne avhandlingen vil ikke gi en oppskrift på hvordan et mediedesign skal gjennomføres, siden en slik oppskrift vil være avhengig av hva man er ute etter å undersøke eller utforske. Men, Deweys tidligere nevnte fem-trinns undersøkelsesmodell vil fungere som et overordnet godt utgangspunkt (Dewey, 1991a, s. 72).

Mediedesign som normativ praksis

I artikkelen *Design som medievitenskapelig metode*, har Fagerjord observert at stadig flere tar til orde for at det å lage egne nye medietekster skal være en del av medieforskningens repertoar (Fagerjord, 2012). Likevel observerer han at selv om medieforskerne har nærmet seg informatikken og dets praksiser, har de fleste medieforskerne likevel beholdt sin kritisk-analytiske tilnærming. Denne tilnærmingen innebærer, ifølge Fagerjord, fremdeles at man

studerer hvordan mediene blir produsert, medietekstene og publikums mediebruk, men at man ikke konstruerer nye medietekster, teknologier, sjangre for å studere disse. Tilnærmingen i *Lokanytt* har greiner til flere felt der informasjonsvitenskapen er en av dem. Informasjonsvitenskapen har røttene sine i naturvitenskapelige metoder og studieobjektet deres er som regel avgrenset og relatert til datamaskinen, selv om man kan argumentere for at variasjonen datateknologien kan gi, gjør denne vitenskapen til alt annet enn avgrenset. Fagerjord viser til at informasjonsvitenskapen kan deles inn to former for vitenskapelig interesse, en deskriptiv og en preskriptiv. Den deskriptive tar sikte på å forstå informasjonsteknologiens natur, mens den preskriptive forsøker å forbedre teknologiens funksjon. Han mener at ordet *forbedre* kan være et fremmedord for mange medievitere (Fagerjord, 2012, s. 199). Begrepet er nok ikke fremmed, men tanken på å innta en forbedringsposisjon i vitenskapelige metoder og arbeid kan nok, for mange, karakteriseres som fremmed. Å bryte med egne fagtradisjoner og konvensjoner kan potensielt bidra til å svekke arbeidets troverdighet. Samtidig sier Fagerjord, kan medieforskere som låner informatikkens metoder kunne skille seg fra den tradisjonelle medieforskningen, men også tilføre et kommunikasjonssensitivt bidrag til informatikken. Fagerjord oppfordrer medieforskere til å konstruere egne medietekster av flere grunner. Et av argumentene hans er at en kritisk medieforskning kan faktisk øke sin egen legitimitet gjennom å lage alternative løsninger. Da kan kritikken gjøres mer håndfast (Fagerjord, 2012, s. 199). I tillegg peker han på at mediedesign i tillegg kan bidra til å videreutvikle eksisterende teorier, kan også utvikle nye teorier.

Nyre (2012) oppfordrer til at medieforskere skal ta ansvar og bli aktive partnere i mylderet av innovasjon i massemediene. En slik instruktiv medieforskning vil på sitt beste kunne bidra til å bedre demokratiet, lage bedre redaksjonsprosedyrer og øke viljen til folks deltakelse i samfunnsdebatten (Nyre, 2012). Nyre går så langt som å hevde at det bør være statens ansvar å utvikle nye medier gjennom universitets- og høgskolesektoren. På den måten kan vi skape medier med en tilpasset kontekstuell sensitivitet, som de store globale aktører ikke kan (Nyre, 2012).

Aam sitt mediedesign, *Hypertekst* hadde som mål å utvikle praktiske prinsipper innen journalistikken (Aam, 2013, s. 58). *Lokanytt* er normativt på en annen måte enn Aams *Hypertytt*. Her ønsker jeg å identifisere egenskaper og konsekvenser i journalistikken når den «tvinges» gjennom en viss type form. På den måten håper jeg funnene fra eksperimentet kan generere kunnskaper til styrker og svakheter ved en slik form som kan brukes når for eksempel journalistisk innhold til lokative medier skal lages. Sånn sett er den normative dimensjonen av en slik art at jeg ønsker at forskningen skal komme til nytte utover å beskrive et historisk eller eksisterende fenomen.

Mediedesign kan fremstå svært likt flere andre normative fagfelt som designforskning, *design thinking*, interaksjonsdesign eller industri- og produktdesign. Disse har lengre tradisjoner for å utvikle alternative scenarier til å forholde seg til verden gjennom praktisk tilnærming. Også innen pedagogikken og læringspsykologien har man lang tradisjon for forskerinitiert design der man for eksempel tester ut nye undervisningsmetoder, læringsmetoder og nytt læringsmaterieell mens man samtidig har studert effekten av dette. Alle disse har ulike grader av normativ praksis.

Nye medier, hastigheten til endrede bruksmønstre, mobile medier, *big data* og maktforholdene mellom medieselskap utfordrer noen ganger de etablerte metodologiene som mediefagene tradisjonelt har benyttet seg av. En utfordring er hvordan forskningen også skal kunne håndtere og undersøke viktige element i de hurtig fremvoksende bruksmønstre, plattformer og innholdsproduksjon. Om medieforskningens rolle i samfunnet skal inkludere å kunne bidra til en sunn medieutvikling, forståelse av medieutvikling, gi råd til ulike felleskap og myndigheter og opplæring av fremtidige yrkesutøvere, mener jeg den også må omfatte forskning på medieinnhold, plattformer, arbeidsmetoder og bruksmønstre som ikke finnes. Mediedesign som forskningstilnærmingen er høyst normativ og ligner på holdningen pragmatistene og Chicagoskolen inntok. De levde i et samfunn med store og dyptgående endringer og så på eget arbeid som sitt bidrag til denne utviklingen.

Forskeren som konstruktør – design som del av empirien

Selv om mediedesign åpner for at forskeren kan operasjonalisere og materialisere tankeeksperimentene sine til analyserbare størrelser, er ikke dette det samme som å gjenskape en virkelighet eller en livsverden. Dette utgjør et åpenbart metodologisk problem når validiteten til resultatene av et mediedesign skal vurderes. En forskerkonstruert virkelighet er derfor ekstra tydelig i et mediedesign.

Robert T. Craig (1999) hevder at nærmest det eneste som er felles for kommunikasjonsteorier er at de er relevante til en felles praktisk livsverden. Craig omtaler dermed kommunikasjonsforskning som en praktisk disiplin der teori blir designet for å levere et grunnlag, eller konseptuelle ressurser som han kaller det, for å reflektere rundt kommunikasjonsproblemer (Craig, 1999). Mediedesign kan plassere seg inn i denne praktiske disiplinen eller feltet, men der forholdet mellom teoriutvikling og konseptutvikling kan fremstå som mer utydelig. For eksempel kan et mediedesign både designe teori for å si noe om kommunikasjonsproblemer, eller kommunikasjonsproblemer kan designes for å si noe om teoriene. Her vil et mediedesign kunne si noe om hvor velegnet teoriene er for å beskrive dette konseptet eller fenomenet og vil kunne danne grunnlag for utvikling av eksisterende teorier (Fagerjord, 2012).

Denne vekselvirkningen mellom teoridesign og konseptdesign utgjør et av problemene til mediedesign som akseptert tilnærming og bringer blant annet inn debatten om design som vitenskapelig metode. Debatter innen designforskningen kan tilføre ytterligere nyanser til denne praksis-baserte forskningstilnærming der forskeren selv konstruerer empiri. Jeg vil kort presentere noe av denne debatten som til nå ikke har engasjert journalistikkforskere i særlig grad.

Nigel Cross (2001) redegjør for noe av denne debatten om design som metode i artikkelen *Designerly Ways of Knowing: Design Discipline Versus Design Science* og gjengir S.A. Gregory som trekker et skille mellom vitenskapelige metoder og designmetoder:

The scientific method is a pattern of problem-solving behaviour employed in finding out the nature of what exists, whereas the design method is a pattern of behaviour employed in inventing things, which do not yet exist. Science is analytic; design is constructive (Gregory i (Cross, 2001, s. 2).

Med denne forståelsen må mediedesign kategoriseres som en designmetode og ikke en vitenskapelig metode siden man kan designe et medium som ennå ikke finnes og ikke nødvendigvis har som formål å løse et konkret problem. Cross trekker opp et viktig skille som sier noe om forskjellene mellom vitenskapelig praksis og design praksis.

Method may be vital to the practice of science (where it validates the results) but not to the practice of design (where results do not have to be repeatable, and in most cases must not be repeated or copied) (Cross, 2001, s. 2).

Skillet her er grunnleggende, men ekskluderer ikke design som praksis fra å basere seg på metode. Det er dette problemet mediedesign står ovenfor – avveiningen mellom utøvelsen av vitenskap og designaktiviteten med dens manglende vitenskapelige krav til etterprøvbarehet. Dette problemet inngår i debatten mellom designdisipliner og designvitenskap. Cross vurderer begrepet designvitenskap og debatten rundt som en systematisk tilnærming til design der også design i seg selv kan være en vitenskapelig aktivitet.

So we might conclude that design science refers to an explicitly organised, rational and wholly systematic approach to design; not just the utilisation of scientific knowledge of artefacts, but design in some sense a scientific activity itself (Cross, 2001, s. 3).

Det er dette poenget om at design i noen tilfeller kan være en vitenskapelig aktivitet i seg selv jeg hevder må skje gjennom mediedesign. Aktiviteten gjennom å konstruere, prøve ut, og forbedre *Lokanytt* gjennom ulike iterasjoner gjør at denne aktiviteten må inkluderes som en del av empirien og tas hensyn til i analysene. Legges kunnskapssynet til pragmatismen til grunn, vil det ikke være et mål i seg selv å forsøke å replikere et eksperiment siden kunnskapene fra eksperimentet uansett var midlertidige og situerte. Derfor må de forstås i den kontekst.

Vitenskapelig sett vil et mediedesign kreve en systematisk redegjørelse for fremgangsmåte, som igjen vil avgjøre eventuell validitet til resultatene og troverdigheten til design- eller eksperimentaktiviteten. I tillegg til systematiske praksiser lener tilnærmingen seg på kunnskap akkumulert gjennom mange år gjennom tilstøtende fag og disipliner og skjer dermed ikke i et vakuum. Samtidig vil designet være gjenstand for en konstant diskusjon (også selv-korrigerende) ettersom den er basert på forskerens preferanser for kreativ utforming av mediet. Dette skiller seg ikke nevneverdig fra prosessen i pedagogiske eller didaktiske utviklingsarbeid som blir konstruert og forsket på i et tilsvarende tandem mellom teori og praksis som et mediedesign.

Peter Dalsgaard (2014) peker på at også innen design som fag og *design thinking* er det en utbredt praksis som bygger på pragmatismen. Dette gjør de både på et teoretisk og et praktisk nivå der det teoretiske gjerne bidrar til å inspirere til diskursen rundt design og den praktiske kan bidra med retningslinjer og bevisstgjøring rundt designprosesser (Dalsgaard, 2014). Dalsgaard trekker spesielt frem tematikker som praksis, interaksjon, situasjon, undersøkelse, transformasjon og teknologi som særdeles relevant for designfaget og design thinking (ibid. s. 146-148). Dette var fenomener som også var sentrale i pragmatismen.

Sentrale metodologiske utfordringer for mediedesign

I tillegg til problematikker knyttet til normativitet og forskerkonstruerte virkeligheter, vil jeg peke på noen flere sentrale metodologiske utfordringer som mediedesign står ovenfor. Det er knyttet til forskerens kreativitet, sammenligningsgrunnlaget, beskrivelse av komplekse virkeligheter i endring og feltets selvlegitimering.

Tradisjonelt skiller man samfunnsvitenskapen og naturvitenskapen ved at samfunnsforskeren studerer mennesket og naturforskeren studerer «døde» fenomener uten språk eller mulighet for å forstå seg selv og omgivelsene sine (Johannessen & Tufte 2002). Når et forskningsdesign baserer seg på å konstruere et nytt medium («ufødte fenomener») og studere bruken av dette, oppstår det en rekke metodiske utfordringer. I et mediedesign utgjør denne forskerkonstruksjonen et stort metodisk problem. Men, det er også her styrken til tilnærmingen ligger. Først og fremst vil det si at tilnærmingen i stor grad baserer seg på forskerens kreativitet og eksperimentering gjennom design av konsept og medieinnhold. Det kan være svært vanskelig både å kommunisere og identifisere hvilke deler i denne kreativiteten som igjen har påvirket – og hvordan det har påvirket det empiriske grunnlagsmaterialet. Deler av denne utfordringen pekte jeg på i diskusjonen rundt design som vitenskapelig aktivitet. Utfordringen i et mediedesign blir derfor å metodisk gjøre rede for den nødvendige kreativitet som er utøvd. Denne kreativiteten er styrende for hele prosjektet og kan omfatte valg forskeren gjør rundt for eksempel brukervennlighet, teknologisk plattform, grafisk utforming, målgrupper,

estetikk, tekst- og bildebruk osv. Her blir som regel eksisterende teori utilstrekkelig alene. Spørsmålet er om man skal unngå det av den grunn?

En av utfordringene til forskerkonstruerte medietekster og sjangre er hva man skal relatere dem til. Dette utgjør både vitenskapelige og metodiske utfordringer. Utfordringen blir ekstra tydelige gjennom undersøkelser av ikke-etablerte praksiser eller medietekster som mediedesign har til hensikt å undersøke. Holdningen om at sosial fakta er situert og omgitt av andre kontekstuelle fakta, baserer seg på prosesser der erfaringer relateres til tidligere kontekster. For mediedesign betyr dette en svakhet først og fremst fordi sammenligningsgrunnlaget ikke alltid finnes. Dette vil gjelde både for forskerne og for eventuelle informanter. Lignende problemstillinger stod man ovenfor med nettjournalistikk når man manglet en historisk dimensjon, og der studier av dette gjerne må relateres til utvikling i journalistikken før internett (Steensen, 2010). Meyrowitz peker på dette som et vitenskapelig problem innen mediumteorien der det er problematisk å gjenskape tidligere praksiser som en før-elektronisk trykkekultur for å så beskrive disse på en vitenskapelig måte (Meyrowitz, 1994, s. 70). Det betyr at søken etter potensielle kommunikative egenskaper i konstruksjonen kan bli det viktigste i et forskerkonstruert mediedesign og at eksempelvis omfattende brukerundersøkelser vil kunne bli utilstrekkelige siden mediepraksiser ikke har befestet seg.

Et mediedesign vil i utgangspunktet forholde seg til en komplisert virkelighet. Dette er som regel utgangspunktet for alle samfunnsvitenskapelig og humanistiske studier. For *Lokanytt*s del utgjør journalistikkens rolle, mobilpraksiser, topografi og demografi bare noen av faktorene som inngår i et slikt «økosystem» et medium skal brukes i. John Law (2004) beskriver hva som skjer når samfunnsvitenskapen prøver å beskrive komplekse, diffuse og rotete ting. Hans tabloide svar er at det som regel blir et rot ut av det (Law, 2004, s. 2). Grunnen til dette er at enkle klare beskrivelser ikke virker dersom det de beskriver ikke selv er sammenhengende. Dette ligner på Parks utfordring når han sammenligner avisene med den moderne byen og peker på at hverken avisene eller byen er rasjonelle og vil fortsette å utvikle seg på en ukalkulert måte (Park, 1923). Dette påvirker samfunnsvitenskapenes og sosiologiens metodiske praksiser og er med på å skille de fra de naturvitenskapelige. Vivian Palmer argumenterer med at siden sosiologien er eksplorativ av natur kreves en mer detaljert dokumentasjon enn i de fysiske vitenskapene (Hammersley, 1989, s. 84).

Law hevder at metoder ikke bare beskriver sosiale virkeligheter, men også er involvert i å skape disse virkelighetene. Law oppfordrer oss til å tenke på metode som noe som er bredere, løsere, mer generøs, og temmelig annerledes enn de mange konvensjonelle forståelser av metode. Han anerkjenner de standardiserte metodene som ekstremt gode til det de gjør og takker disse metodene (blant annet for å etablere linken mellom røyking og lungekreft). Likevel er disse metodene dårlig overført til studiene av det flyktige, ubestemte og det irregulære. Der noen av utfordringene knyttet til å studere fenomener relatert til

kommunikasjonsteknologier, er nettopp denne den konstante endringen i tid, sted, format, innhold og prioriteringer. Dette danner en kompleks tekstur som vitenskapelige metoder ikke fanger opp godt nok. På det grunnlaget advarer han mot å belønne forskningsmetoder som hevder metodologisk hegemoni eller monopol (Law, 2004). Nye medier kan beskrives som flyktige, ubestemte og dels irregulær og deres situasjonelle bruk skaper nye komplekse dimensjoner. Det er dette Bjur mfl. beskriver når de identifiserer nye metodiske utfordringer når nyhetsbruken, gjennom mobiltelefonen, foregår i helt andre situasjoner og kontekster enn tidligere (Bjur mfl., 2014). En utfordring for *Lokanytt* er at mediet ikke er testet i en slik komplisert virkelighet – som en del av et pluralistisk nyhetstilbud og som en del av hverdagslivet over tid. Dette gjør at resultatene både kan presenteres og fortolkes som om *Lokanytt* representerer «hele» journalistikken som institusjon og at journalistikken som helhet plutselig skulle ene og alene levere nyhetsstof basert på geografisk nærhet. Slik er det selvfølgelig ikke.

Et annet metodisk dilemma er hva slags empirisk grunnlag vi skal benytte for å beskrive en slik kompleks livsverden. Dette er metodiske problemer i all kvalitativ forskning. I et mediedesign vil en testbruker forholde seg til noe «ekte» eller materielt. Sånn sett vil man kunne fange opp brukerens forhold til denne tingen eller systemet. Men, hvilken verdi har disse erfaringene når grunnlaget er oppkonstruert? Dette kan ligne på kritikken av Park sin metafor og syn på byen som et sosialt laboratorium. Ved å låne naturvitenskapens forståelse av et *laboratorium* oppstår et fortolkningsproblem når dette skal relateres til et større og mer komplisert «økosystem» som en by eller et samfunn. Martyn Hammersley mener det er overraskende at metodiske diskusjoner knyttet til bruk av ulike data til samme formål og fortolkningen av disse var fraværende hos Chicagoskolen (Hammersley, 1989, s. 83-84). Erfaringer gjort i et mediedesign eller i en by kan derfor ikke direkte sammenlignes med det som gjøres i naturvitenskapens laboratorier. Parks bruk av byen som laboratorisk utgangspunkt for feltstudier er kritisert for å gjøre krav på gyldighet eller sannhet gjennom det lånte laboratoriebegrepet (Gieryn, 2006). En kan se for seg lignende kritikker knyttet til mediedesigns forhold til virkeligheten og verdien av å bruke virkeligheten som empirisk legitimering av selvkonstruerte datagrunnlag.

Et fellestrekk for disse praktisk-baserte mediedesign-prosjektene er at de som fører denne diskusjonen også har gjennomført slike forskningsprosjekt, der man lager, designer eller konstruerer løsninger. Sånn sett er diskusjonen et pågående arbeid for å legitimere egen forskningspraksis. I dette legitimeringsarbeidet, der jeg selv er aktør, stiller jeg meg noen ganger spørsmålet om dette handler mer om selvlegitimering enn faglegitimering ettersom jeg fremdeles ikke har møtt spesiell stor motstand for denne design-tilnærmingen eller lest gode kritikker av den. Som nevnt vil tilnærmingen mediedesign kreve en redegjørelse for fremgangsmåten for å avgjøre dens eventuelle vitenskapelige validitet og troverdighet i forhold

til designaktiviteten. En spesifikk kritikk av *Lokanytt* er at forskerne aldri hadde intensjoner om å gjøre mediet tilgjengelig for allmenheten. Dermed får folk ingen mulighet til å delta i mediet og må i beste fall nøye seg med kunnskap om hvordan en ikke-etablert måte å bedrive journalistikk på ble undersøkt, produsert, utformet og mottatt. Dette ville i større grad åpnet opp for kritikere og kunne dermed invitert andre inn i legitimeringsdebatten.

Som nevnt, forholder jeg meg til mediedesign som en tilnærming og som en holdning. Testing og undersøkelser av spesifikke deler av et mediedesign krever tydeligere og mer konkrete metoder. I neste del vil jeg gjøre rede for de konkrete fremgangsmåtene og metodene i *Lokanytt*. Det er kombinasjonen av denne tilnærmingen og metodene som muliggjør empiriske undersøkelser av lokativ journalistikk, som tidligere kun har vært omtalt som et fenomen som muligens kan påvirke journalistikken, men der empiriske undersøkelser har vært fraværende.

4.3 Metoder i bruk

Forrige kapittel diskuterte overordnede metodologiske aspekt rundt tilnærmingen og rammeverket mediedesign og *Lokanytt*. Dette delkapittelet vil konkret gjøre rede for delmetodene i tre av de tilhørende artiklene (2, 3 og 4) som tar for seg innholdsproduksjon, innholdsanalyse og brukererfaringer knyttet til *Lokanytt*-prosjektet. Artikkel 1 er i stor grad en metodeartikkel som oppsummerer prosjektet som helhet. Enkeltvis bidrar disse artiklene med dets tilhørende del-studier med konkrete empiriske funn som kan leses hver for seg. Funnene er oppsummert i innledningen og diskuteres videre i kapittel 5.

Jeg vil minne om og presisere at *Lokanytt* har fokusert på skriftlig tekstjournalistikk og tar derfor ikke hensyn til video og lyd. Videre representerer *Lokanytt* en form for lokativ journalistikk som kan karakteriseres som streng. Grunnen til at den er streng eller «ekstrem» er utelukkende av analytiske årsaker der ønsket var å presse journalistikken inn i noen bestemte rammer for å studere den. Det finnes ulike grader av lokativitet og om *Lokanytt* skulle vært et kommersielt medium ville rammene til systemet vært annerledes.

Teknologi og lokasjon har vært sentrale element i prosjektet og har lagt føringer både på designet av mediet og måten dette har blitt testet på. Disse blir vurdert som egenskaper som inntar journalistikken gjennom mobile medier på andre og forskjellige måter enn hva tidligere journalistikk har gjort. Disse egenskapene antas både å øke og bli mer raffinert fremover og denne avhandlingen har som mål både å utforske potensielle praksiser og faktorer som gjør seg gjeldende gjennom et slikt medium, og ved å se disse opp mot tidligere lignende kommunikative praksiser i journalistikken. Innen rammen av en fler-case-studie er spesielt observasjon, innholdsanalyser og kvalitative intervjuer vurdert som gode til å undersøke hvordan formen påvirker journalistikken og bruken av den. Spørreskjemaene fungerte som metodisk supplement for å blant annet sjekke om kjønn, bakgrunn og tidligere nyhetserfaringer

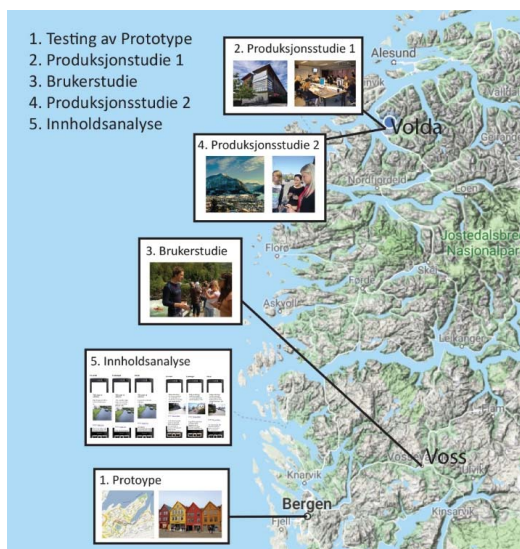
eller hvorvidt geografisk eller teknisk interesse kunne påvirke interessen knyttet til produksjon eller opplevelse av nyhetene. I dette prosjektet var det ekstra verdifullt å være deltakende observatør når applikasjonen skulle testes. Årsaken til dette var i all hovedsak det kontekstsensitive innholdet som skulle undersøkes.

Brukervennligheten og den tekniske utviklingen henger sammen med og påvirker prosjektet, men vies mindre oppmerksomhet i denne avhandlingen. En evaluering av dette finner man i artikkelen *Design and Evaluation of a Location-based Mobile News Reader* (Bjørnestad, Tessem & Nyre, 2011). Deler av evalueringsdatene kommer fra brukerundersøkelsene og spørreskjemaene jeg og Lars Nyre gjennomførte på Voss med 32 deltakere, men der Bjørnestad, Tessem og Nyre har analysert disse i lys av utviklingen av selve mobilapplikasjonen, men med fokus på brukervennlighet. Analysene deres viser at brukervennligheten var høy og at de fant konseptet lett å forstå. Videre peker den på at analyser av innholdsapplikasjoner som denne, der innhold og lokasjon har stor betydning for brukernes opplevelse, ikke er lette å studere uten å gjennomføre feltstudier. De peker på at de kvalitative analysene er vel så viktige som de kvantitative for en videreutvikling av applikasjonen. I denne artikkelen redegjøres det også for tekniske valg og utfordringer man hadde underveis i utviklingen av systemet (Bjørnestad mfl., 2011).

I tillegg til egen arbeids- og forskningstid har prosjektet mottatt interne midler fra instituttene ved HVO (20.000; norske kroner) og UIB (20.000; norske kroner) for å gi dekke honorar, reise, kost og losji for deltakende studenter i åtte dager. Universitetet i Bergen stilte 3 mobiltelefoner av typen Nokia N95 til rådighet for testing underveis.

Undersøkelsene som involverer personer har blitt vurdert både i forhold til forskningsetiske retningslinjer (se www.etikkom.no), forvaltningsloven om behandling av personopplysninger og retten til selvbestemmelse. Prosjektet har vurdert at ingen sensitive opplysninger samles inn og prosjektet har ikke vært konsesjonspliktig. Prosjektet er rutinemessig meldt til Norsk Samfunnsvitenskapelige Datatjeneste (NSD) med en plan om hvordan personopplysningene skal behandles, lagres og når det skal makuleres.

Om Lokanytt



Figur 6: Oversikt over prosedyrer for testing av systemet.

diskusjoner, ideer, kravspesifikasjoner og koding. Prototypen som produkt ble testet første gang i Bergen av og med forskere, masterstudenter og journalister i februar 2009. Underveis i prosjektet ble det gjort mindre endringer og forbedringer av systemet. Dette har vært sentralt for prosjektet og for å legge til rette for å kunne gjøre endringer om ting ikke fungerte på den måten vi hadde tenkt på forhånd. Studenter har vært en viktig del av prosjektet. 95 studenter, mediestudenter og journaliststudenter, har bidratt med produksjon av tekstene under veiledning av forskere og med forskere som redaktører.

Tre av utprøvningsfasene har generert empiri denne avhandlingens artikler bygger på. Disse tre fant sted i Volda 2009, Voss 2010 og Volda 2010. Disse har i tillegg generert 246 tekster i tre ulike versjoner (totalt 738 tekster) som har blitt analysert.

En felles interesse for posisjonsmulighetene i mobilen som teknologi og hvilke muligheter dette gir for journalistikken var utgangspunktet for at forskergruppen fant sammen. Gruppen som vi kalte for eksperimentgruppa hadde ingen forhåndsdefinert struktur eller baserte seg på tildelte midler som krevde en bestemt organisering eller plan for fremdrift. Lars Nyre var den som samlet gruppen i første omgang og fungerte som leder av gruppen. Gruppen bestod av undertegnede, Solveig Bjørnestad (UiB), Christine Leirvåg (masterstudent UiB) Lars Nyre (UiB), Eirik Stavelin (masterstudent UiB), Bjørnar Tessem (UiB) og Pål Aam (HVO). Gruppen bestod av både av informasjonsvitere og medievitere som gjorde det mulig å konstruere tekniske løsninger som var tilpasset journalistiske arbeidsmetoder.

²⁸ Denne var ikke planlagt på forhånd, men ble gjennomført for å undersøke effekten av endringene gjort mellom de andre undersøkelsesfasene.

Samarbeidet rundt utviklingen av systemet og testing av de første prototypene var basert på kontinuerlige diskusjoner rundt tekniske løsninger og muligheter, og journalistiske prosedyrer. Prosjektgruppen hadde fellesmøter der vi diskuterte tekniske problemstillinger som hvordan georeferansen best mulig kan plottes av journalisten og hvordan den bør vises frem for brukerne. Alle deltakerne undersøkte også hvor stor grad av nøyaktighet det var i brukerprototypen for å se om dette ville kunne fungere for leseren. Videre diskuterte vi sammen hva slags ønskelige endringer som var viktige å gjennomføre før neste iterasjon av prosjektet. I tillegg til felles møter, benyttet vi oss til et prosjektstyringsverktøy (gjennom ScrumWorks) med oversikt over endringer gjort i *Lokanytt skriver*. Her lå også en liste over gjøremål som måtte gjøres, hvem som hadde ansvaret og hva slags funksjoner som ville være ønskelig.

En viktig del av diskusjonen til gruppen var hva vi skulle åpne opp for i systemet. Skulle det for eksempel det være mulig å få tilgang til nyhetssakene selv om man ikke befant seg innen den aktuelle nærhetssonen – altså kunne lese de andre versjonene av sakene uten at man var der. En annen diskusjon var hvorvidt vi skulle åpne for brukergenerert innhold. Dette hadde vært lett å løse teknisk. Vi hadde også diskusjoner om vi skulle begrense tekstlengden på sakene produsert. Alle disse diskusjonene er av teknisk art, men like fullt journalistisk art. Av analytiske grunner valgte vi å begrense leserens mulighet til å lese andre nærhetsversjoner uten at leseren flyttet seg fysisk. Vi åpnet heller ikke for brukergenerert innhold til tross for at dersom dette skulle vært en kommersiell applikasjon, hadde den sannsynligvis åpnet for dette. Tekstlengden ble heller ikke begrenset. De analytiske vurderingene bestod blant annet i at vi ville «tvinge» brukerne å bevege seg fysisk siden det var den sosiale og fysiske interaksjonen til nyhetene vi ønsket å undersøke. Vi åpnet ikke for brukergenerert innhold siden vi ønsket å ha kontroll på nyhetssakene og at disse var tilpasset formen. Begrensninger i tekstlengden ble heller ikke gjort siden vi ønsket å undersøke en eventuell sammenheng mellom tekstlengde og nærhetsversjon, og en sammenheng mellom tekstlengde og brukeropplevelse. I sum betyr dette at *Lokanytt*, av analytiske grunner, er en streng variant av lokative medier der hensikten er å fremprovosere innsikter når journalistikken inngår i en slik form.

Antall iterasjoner i prosjektet var ikke helt bestemt på forhånd. For eksempel ble iterasjon Volda 2010 (se tabell 1) bestemt senere da jeg ønsket å ha mulighetene til å sammenligne om endringer i systemet påvirket produksjonen. I sum dannet dette et felles «produkt» som gruppen undersøkte på hver sine måter med hver sine interesser.

Iterasjon/Sted	Bergen 2009 (feb)	Volda 2009 (apr)	Voss 2009 (jun)	Volda 2010 (mai)
Fokus	Prototype: Produksjon/brukere	Produksjon	Brukere	Produksjon
Varighet	5 dager	5 dager	5 dager	5 dager
Informanter	8	45	32	44
Tekster generert (publiserte)	105	327	93	318

Tabell 1: Oversikt over prosjekts undersøkelsesfaser, fokus og datamateriale generert.

I starten hadde masterstudentene hovedansvaret for den tekniske utviklingen av prototypene. Prototypene bestod av et dataprogram²⁹ – *Lokaskriver*, som var det journalistiske verktøyet og der sakene ble skrevet inn (Stavelin, 2009) og en mobil applikasjon – *Lokaleser*, som var grensesnittet nyhetsbrukeren fikk nyhetene sine gjennom (Leirvåg, 2009). I denne perioden ble prototypene og sakene diskutert og testet sammen med to representanter fra bransjen: Terje Angelshaug, tidligere nyhetsredaktør i Bergens Tidende, og Anders Eriksen, som da var datajournalist i TV2. Tilbakemeldingene gikk i all hovedsak ut på at det tekniske fungerte tilfredsstillende, men at det var større usikkerhet knyttet til funksjonen en slik tjeneste ville ha. I tillegg pekte de på flere begrensninger i systemet som en kommersiell «ekte» applikasjon ikke ville hatt. Aller mest var de opptatt av hvor ressurskrevende det var å skulle måtte lage tre versjoner av hver sak i et lokaljournalistisk dekningsområde.

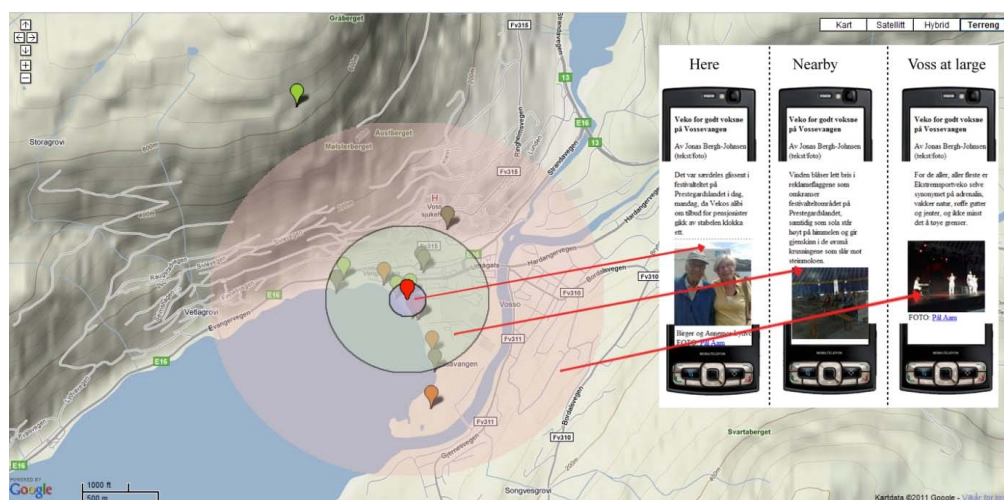
For de siste iterasjonene av prosjektet var Tessem og Bjørnstad ansvarlig for den tekniske videreutviklingen av programmene. Undertegnede har vært involvert i alle delene av prosjektet, men ikke bidratt til selve programmeringen av systemet. I tillegg har jeg vært ansvarlig for produksjonsstudiene, innholdsanalysen og brukertesting.

I Lokanytt-systemet skjer en filtrering av nyheter gjennom geografisk nærhet. Leseren vil motta ulike nyheter basert på hvor hun befinner seg, og nyheten som dukker først opp, er den som er nærmest. Nyhetssakene blir altså ikke rangert av redaktør/redaksjon etter aktualitet, men etter hvor nær man er sakens geografiske plassering. Dette er den største umiddelbare forskjellen fra tradisjonell journalistikk. Dette styres av publiseringsverktøy (lokaskriver) og en mobilapplikasjon (lokaleser) forskergruppen laget og er skreddersydd for lokativ journalistikk (Stavelin 2009, Leirvåg 2009). I publikasjonsverktøyet kreves det at det

²⁹ Programmet er en prototype skrevet i PHP, basert på en mySQL database i bunn. Programmet fungerer som en webapplikasjon som bruker nettlesere som klienter. CSS og javascript er brukt til utforming av visuell presentasjon og funksjonalitet (Stavelin, 2009, s. 33-34).

produseres tre ulike versjoner av hver sak. Disse ulike versjonene skal representere saken for leseren som befinner seg innenfor 100 meter fra hendelsen, fra 100-500 meter fra hendelsen og over 500 meter fra hendelsen. Disse nærhetssonene som ble kalt *her*, *i nærheten* og *i byen (hele Voss)*, er hva som gjør lokanytt lokasjonsbestemt og lokasjonsavhengig og ikke bare lokasjonsorientert. Dersom brukeren ikke befinner seg i den aktuelle sonen som systemet korresponderer med, har hun ikke mulighet til å få opp andre versjoner av saken. Dette sørger mobilleseren for via mobiltelefonens innebygde GPS. Disse sonene er ikke bare en lokativ tilnærming, men samtidig også en analytisk tilnærming. Ved å kunne studere ulikhetene mellom tekstversjonene kan man finne ut om det bør knyttes ulike produksjonsprosedyrer, vokabular og bruk av disse versjonene. På samme tid representerer de noe som kan ligne på en ultralokal, hyperlokal journalistikk og lokaljournalistikk. Det ble diskutert og testet ulike størrelser på disse sonene, men vi endte opp med 100, 100-500 og over 500 meter siden disse er soner som man stort sett kan se (0-100 meter), bevege seg til (100-500 meter), eller forholde seg til på avstand (over 500 meter).

Publiseringsverktøyet studentene benyttet tillater og krever at man kan/må være pinlig nøyaktig på hvor man plasserer nyheten geografisk. Til dette inneholdt verktøyet et skalerbart kart der de geograferte sakene sine.



Figur 7: Eksempel fra Lokanytt som viser plasseringen av nyhetssaken og dets geografiske soner med tilhørende nyhetsversjon



Figur 8: Eksempel på mobilgrensesnittet deltakerne forholdt seg til under testingen

Presentasjonen av delstudiene under viser bare delvis kronologien i prosjektet som helhet. Grunnen til dette er at fokuset på produksjon (se artikkel 2) er gjennomført to ganger for å se om iterative forbedringer gav effekt. I tillegg er innholdsanalysene (se artikkel 3) basert på tekster fra tre av disse iterasjonene for å kunne sammenligne tekster fra ulike geografiske områder og situasjoner. Gjennomførelsen av delstudiene var viktig for mediedesignet på grunn av dets iterative karakter, der tekniske feil og andre rettelser ble justert underveis. De konkrete metodene presentert her, er i rekkefølgen produksjon, innhold og bruk.

Produksjonsprosedyrer og praksiser

Denne delstudien gikk over to faser i 2009 og i 2010 og hadde som formål å studere produksjonspraksiser og prosedyrer gjennom produksjon av lokative nyheter for mobiltelefonen. For å studere dette er spørreskjema, kvalitative underveis-intervju og observasjon valgt som metoder jeg best mener kan belyse dette. En årsak til dette er at jeg både hadde tid og mulighet siden jeg var ansvarlig for prosjektet og tilbrakte 6 timer sammen med studentene hver dag. Analysene av denne studien er redegjort for i artikkel 2.

Undersøkelsen baserer seg på spørreskjema (se vedlegg 1), underveis-intervju og observasjon av til sammen 89 mediestudenter, derav 52 kvinner og 37 menn med en gjennomsnittsalder på 21 år. Journalistikk som fag utgjorde en liten del av deres teoretiske og yrkesrettete utdanning. Studentene var i deres andre semester i en bachelorgrad som het Media IKT og design og fikk i oppgave å lage lokativ journalistikk. Prosjektet foregikk over to omganger – en gang i 2009 der 45 studenter deltok og en gang i 2010 der 44 studenter deltok. Hver av prosjektperiodene hadde en varighet på 5 dager, der studentene hadde obligatorisk oppmøte fra kl 09-15.

Studentene fikk i oppgave å dekke saker i Volda kommune. I tillegg skulle sakene være knyttet til et geografisk punkt, oppfylle tradisjonelle journalistiske nyhetskriterier og etiske krav, samt at alle sakene skulle skrives i tre ulike versjoner gjennom publiseringsverktøyet

Lokaskriver. Utover dette valgte studentene selv hva slags saker de skrev. Gjennomføringen foregikk i et redaksjonslokale som Høgskulen i Volda bruker i sin utdanning av journalister. Dette rommet er laget for å ligne på en ekte mellomstor redaksjon. Dette var ment å skape en mest mulig realistisk redaksjonell ramme for produksjonen. I tillegg ble det utnevnt redaktører, vaksjefer og det ble holdt daglige redaksjonsmøter. Alle tekster ble evaluert og gjennomgått av lærere. Studentene forholdt seg hovedsakelig til publiseringsverktøyet (*Lokaskriver*) utviklet til dette formålet, men det var også viktig at de fikk testet sakene sine på mobilleseren ute i felt. Dette økte nøyaktigheten til geografisk plassering og bruken av romlig informasjon i tekstene.

Bruken av mediestudenter kan kritiseres både siden de ikke har nok journalistisk produksjonserfaring og fordi de ikke er rene journaliststudenter. Valget av studenter er gjort på bakgrunn av flere årsaker, der tilgjengelighet og mengde er de viktigste. De deltakende mediestudentene i prosjektet fungerer som innholdsprodusenter, men er også selv brukere av et konstruert mediesystem – og blir derfor test-brukere selv. Systemutviklingen og formen på denne type lokativ journalistikk er derfor avgjørende og påvirker innholdsprodusentene på ulike måter. Mediestudenter er benyttet som empirisk grunnlagsmateriale også siden de representerer en gruppe mennesker med en viss kjennskap til journalistisk produksjon, men fortsatt kan sees som delvis urørte eller uformet av redaksjoners innøvde praksiser og prosedyrer. Dette kan også ha andre konsekvenser. En konsekvens av dette er at studenter har en viss oppfattelse av hva nyheter skal være og kopierer dette, mens en erfaren journalist, som er vant til å forholde seg til ulike sjangre og produksjonsprosedyrer, raskere ville kunne ha omstilt seg til prosedyrene og formen ved denne journalistikk.

Alle studentene fikk og besvarte et spørreskjema med generelle demografiske spørsmål, forholdet deres til teknologi, bruken av geografiske nettjenester, GPS, mobiltelefon, andre medier og avispreferanser (se vedlegg 1). Del to av spørreskjemaet fokuserte på Lokanytt sitt publiseringsystem og journalistiske og arbeidsrelaterte element knyttet til produksjon av lokative nyheter. Det samme spørreskjema ble brukt året etter og viste blant annet en større endring i bruken av og bevisstheten om mobilen og mobile tjenester.

Mellom prosjektene ble det gjort flere endringer/forbedringer. Mobilapplikasjonen ble flyttet over fra Symbian til Android på grunn av tekniske vanskeligheter med Symbian, og for å forenkle installasjon på telefonene. Dette åpnet for at flere studenter kunne legge inn applikasjonen på egen telefon og teste systemet mer på egenhånd. I tillegg ville vi gjøre det lettere for studenter å dele applikasjonen, slik at de skulle få flere «ekte» lesere til sakene de produserte og dermed øke motivasjonen deres. Overgangen til Android gjorde det teknisk lettere, men motivasjonen med flere «ekte» lesere økte ikke.

Endringene i publiseringsverktøyet åpnet for at man kunne ha ulike titler og bilder på saksversjonene sine. Dette resulterte blant annet til at studentene fant det lettere å skrive de

ulike versjonene. En annen endring mellom iterasjonene som hjalp studentene var introduksjonen av retningslinjer for å skrive lokativ journalistikk (se vedlegg 2). Dette var retningslinjer der formålet var å hjelpe studentene inn i en lokativ tankegang. Dette var noe vi erfarte under første gang at studentene brukte lang tid på å forstå. Retningslinjene tar utgangspunkt i de tradisjonelle nyhetskriterier, men tilpasset en lokativ journalistikk og de ulike nærhetssonene. Studentene rapporterte at dette hjalp noe, men at ofte glemte å forholde seg til dem. Observasjonsnotater ble gjort underveis og ble oppsummert i daglige dokument. Typiske observasjonsnotater viste til diskusjoner studentene mellom om vinkling av saker, valg av saker refleksjoner rundt hva slags bilder som fungerte osv. Noen av observasjonene var overlappende med referat fra daglige morgenmøter i redaksjonen.

Underveis-intervjuene ble tatt opp med lydopptaker, men tilførte ikke noe utover hva deltakende observasjon og referater fra redaksjonsmøter gjorde.

Analyse av tekstene

De tre delstudiene i Volda og på Voss i 2009 og 2010 genererte 738 tekstversjoner produsert av 95 studenter som er analysert kvantitativt og kvalitativt. Formålet med denne tekstanalysen er å undersøke hva som karakteriserer lokative journalistiske tekster for mobiltelefonen ved å studere hva slags historier som blir fortalt og hvordan de blir fortalt. Ved å sammenligne de tre ulike nærhetsversjonene sett opp mot romlige tekstuelle element i teksten, vil man også kunne identifisere om noen av nærhetssonene skilte seg fra de andre. Geografiske element i teksten ble vektlagt i analysen siden alle tekstene er geo-tagget, og journalistene var blitt bedt om å fokusere på dette gjennom produksjonsverktøyet deres (Lokaskriver).

Alle tekstene ble kodet i programmet PASW (SPSS) opp mot variabler som blant annet hva slags sted som var omtalt i teksten, utvalget av kilder, tema, hvilket fortellerstandpunkt (første, andre eller tredjeperson), dominerende nyhetskriterier, om teksten oppfordrer til bevegelse, om teksten karakteriseres som nyttig og hvilken tidsinnretning teksten har (se vedlegg 3 for kodeskjema). Kodeboken inneholder totalt 29 variabler³⁰ der 10 kan karakteriseres som sjanger- og narrative variabler (henvendelsesform, sjanger, vinkling, nyhetskriterier osv), 6 som geografiske variabler (hva slags sted teksten refererer til, oppmuntringer til å bevege seg til et sted osv) og 11 som deskriptive variabler (tekstlengde, antall bilder, kilder osv). Variablene er valgt ut for å forsøke å identifisere hva som skiller denne lokative formen for journalistikk fra andre for å kunne peke på innholdselement som en nyhetsbruker kan komme til å forholde seg til. Det lokative og geografiske er altså sentralt i kombinasjon med hva slags journalistiske fortellinger som blir fortalt og hvordan de blir fortalt.

³⁰ To variabler er artikkelnummer og publiseringsdato.

Kodingen er gjennomført av meg selv. Tekstene ble kodet eksplisitt eller strengt i forhold til variablene. Dette innebærer at tekstene kan inneholde en høyere frekvens enn det som er oppgitt, dersom det noen ganger ligger implisitte innholdselement eller formuleringer i teksten. Dette forsøker den kvalitative gjennomgangen av tekstene å kompensere for.

Basert på en kombinasjon av foreløpige resultater (deskriptive frekvenser) og egenskaper ved mobiltelefonen som teknologi og dets bruk, ble det endelige analysefokus lagt på tre dominerende journalistiske narrativer. Disse er: (1) andre-person narrativ, (2) bevegelsesimperativ og (3) nytteformuleringer. Dette er i tråd med både mobilen som et personlig nytteverktøy man har med seg, og i tråd med en lokativ tankegang om at det er bevegelse som skal trigge innhold for den enkelte bruker. Disse narrative ble analysert opp mot de ulike nærhetssonene for å se om det var mønstre som gikk igjen. I tillegg foretok jeg en kvalitativ gjennomgang av alle tekstene som helhet siden tekstene kan ha både innholdsmessige, situasjonelle og lokasjonselement som implisitt påvirker tekstinholdet og analysene.

Krippendorff (2004) peker på at innholdsanalyser har sine styrker i at de er diskrete, de aksepterer ustrukturerte tekster, de er kontekstsensitive og kan derfor også benyttes til symbolske former for kommunikasjon, og til slutt kan en innholdsanalyse forholde seg til store mengder data (Krippendorff, 2004, s. 40-42). I Lokanytt er hovedsvakheten til innholdsanalysene, slik jeg ser det, at analysene i stor grad er preget av å sammenlignes med tradisjonell og eksisterende journalistikk. En tilsvarende analyse av eksisterende journalistikk har jeg ikke gjort, og sammenligningsgrunnlaget baserer seg derfor på egne erfaringer og antakelser. Om en slik analyse hadde blitt gjort, ville det likevel vært problematisk å sammenligne de journalistiske tekstene siden de er skrevet i ulike journalistiske former med ulike forutsetninger og rammer.

Brukerundersøkelse

Undersøkelsen på Voss hadde som hovedformål å studere hvordan brukerne erfarte denne formen for journalistikk. En teknisk og redaksjonell stab på 13 personer jobbet i 10 dager med hovedsakelig å produsere nok journalistiske saker til at en brukertesting kunne gjennomføres på en best mulig måte. 32 saker i 3 ulike versjoner (totalt 96) ble produsert og var geografisk spredt i Voss og i områdene rundt. Dette danner grunnlaget for brukerundersøkelsen og sikret at vi hadde nok tekster til å kunne gjennomføre en brukertest der brukeren selv kunne bevege seg mest mulig fritt basert på tekstene og stedene hun måtte ønske å forholde seg til uten at tekstlandskapet var så lite at brukerne forholdt seg til de samme tekstene og stedene.

Voss ble valgt som testområde av flere grunner. En grunn var det var en ekstremsportfestival i denne perioden, som tiltrekker seg turister, deltakere, tilskuere og frivillige. Dette gjorde det mulig å rekruttere deltakere fra både Voss og andre steder i Norge.

I tillegg er denne festivalen attraktiv og gjorde det lettere å leie inn journaliststudenter i en periode der de normalt er opptatt med sommerjobber av lengre varighet og med bedre lønnsvilkår. Journalistene som var tilknyttet prosjektet var tidligere journalist- og mediestudenter trent i lokativ journalistikk fra tidligere testfaser eller gjennom opplæring. Disse journalistene ble rekruttert gjennom en søknad og fikk et honorar samt dekket kost og losji.

At undersøkelsen er lagt til en festival preger nyhetene og nyhetsbruken og kan sees på som en svakhet. Dette var riktignok noe vi var klar over og som vi sikret gjennom produksjonen av tekster. Tekstgrunnlaget var både festival- og hendelsesorienterte saker, men også kritisk journalistikk. Tekstinnholdet blir diskutert og analysert i artikkel 3. Her blir også sakene fra festivaluka sammenlignet med andre saker som ikke er produsert under en festival og viser at det ikke er så veldig stor forskjell på sakene. Selv om bygda «stod på hodet» på grunn av festivalen, bestod flere av testbrukerne av folk som ikke hadde noe med festivalen å gjøre. Brukervennligheten til applikasjonen er en viktig forutsetning for tolkningen av resultatene fra brukertesting. Vi har lagt mest ressurser i å lage journalistisk godt innhold, men for å kunne studere dette er det viktig at brukervennligheten til applikasjonen ikke kommer i veien for innholdet. Applikasjonens brukervennlighet er analysert i Solveig Bjørnestad mfl. og konkluderer med en høy grad av brukervennlighet (Bjørnestad mfl., 2011).

32 frivillige ble rekrutterte til brukertesting. Antallet var basert på et estimat av hva vi mente vi kunne klare på 5 dager. Gentikow (2005, s. 77) anbefaler normalt sett mellom 15-20 informanter, men siden vi ønsket en sammensetting mellom kjønn, alder, og hvorvidt de var lokale innbyggere eller ikke, ønsket vi et noe høyere antall. 32 informanter viste seg å gå, men krevde lange dager siden vi hadde undervurdert tiden det tok å koordinere testene, lage avtaler med brukerne og det å bevege oss tidvis over lange avstander. Testbrukerne ble rekruttert i festivalområdet og ellers rundt i Voss. Vi lette aktivt etter deltakere som kunne representere en balansert gruppe av mennesker basert på kjønn, alder, bosted og om de var involvert i festivalen eller ikke. Noen ganger fikk vi tips om andre vi kunne vurdere å spørre om å delta på testingen, men utover dette var rekrutteringen tilfeldig. Utvalget bestod av 18 menn og 14 kvinner med en gjennomsnittsalder på 29 år. 12 var lokale mens resten var fra andre deler av Norge. Flere av deltakerne var ikke involvert i festivalen.

Selve brukertesting ble gjennomført over 5 dager og er basert på spørreundersøkelse, feltnotater (se vedlegg 4) og observasjon. Disse metodene er vurdert som de best egnede for å undersøke hvordan folk opplever å lese stedstilpassede nyheter på ulike steder. For å fange opp dette var spesielt feltundersøkelsen der vi fulgte informanten rundt under testing nyttig. Dette gav innsikt over hva slags erfaringer denne formen for journalistikk genererer, hvilken betydning stedet har på denne erfaringen og om dette endrer brukerens sosiale interaksjon med nyhetene.

Deltakerne ble holdt en og en i gjennomsnittlig 80 minutt for å gjennomføre både spørreskjemadelen og selve utprøvingen (brukertesten). Forskeren var med deltakeren hele tiden under testperioden og hadde et felles skjema for feltnotater. I dette feltnotatet ble det registrert hvor testen startet og sluttet, varighet, hvor mange nærhetsoner som ble lest, hvor godt de mestret å navigere i applikasjonen samt felt for kvalitative underveisobservasjoner. Den total tid selve brukertesting tok for 32 personer var 28 timer. Disse brukerundersøkelsene ble gjennomført av meg og Lars Nyre.

Deltakerne fikk utdelt et spørreskjema før og etter selve brukertesting. Før brukertesting svarte deltakerne på den delen av spørreskjemaet som inneholdt spørsmål om demografi, bruk av teknologi, mobiltelefoner, kart og forholdet deres til nyheter. Etter brukertesting besvarte deltakerne del to av spørreskjemaet som inneholdt spørsmål om erfaringene deres mens de brukte systemet og hvordan de forholdt seg til denne type nyheter og form sammenlignet med tradisjonelle nyheter. Disse opplysningene ble analysert i kombinasjon med forskerens feltnotater fra testingen.

Under brukertesten fikk deltakerne utdelt en mobiltelefon med en forhåndsinstallert versjon av Lokanytt på en symbianbasert telefon. Denne applikasjonen var bare tilgjengelig for deltakerne og medforskere. Deltakerne stod fritt til å velge hvor og hvordan de skulle bevege seg under testingen, men forskeren styrte og sikret seg at alle deltakerne fikk minimum lest en sak i alle tre versjoner (her, i nærheten og i hele Voss). Testingen ble gjennomført i strålende solskinn og rundt 28 grader alle fem dagene.

5. Diskusjon

Denne avhandlingen handler om hvordan nyheter kan se ut og hvordan journalistikk kunne blitt praktisert. Med utgangspunkt i en ny-sammenstilling av sted og romlighet som mobile og lokative medier kan utgjøre, har jeg diskutert hvordan medie- og journalistikkforskningen kan være med på å utvikle nye innsikter i journalistikken gjennom eksperimentelle mediedesign-prosjekt som *Lokanytt*. I denne delen vil jeg peke på noen perspektiver knyttet til prosjektets empiriske funn og diskutere konsekvenser av at lokativ journalistikk ser ut til å vri journalistikken i en mer personlig og informasjonsdrevet retning. Dette kan på noen punkter utfordre den tradisjonelle forståelsen av journalistikken. Umiddelbart virker det litt rart å skulle trekke konklusjoner fra et fenomen som må kunne omtales som en ikke-eksisterende journalistisk praksis. Men, det er nettopp her styrken og bidraget i denne avhandlingen ligger.

I starten av 2000-tallet skjedde det store endringer innen mobile medier og journalistikk. Folk flest fikk tilgang til, og har tatt i bruk, smarte mobiltelefoner som etter hvert utgjør en sentral del av journalistikkens distribusjonsplattform. Utviklingen av *Lokanytt* og undersøkelsene rundt det ble gjennomført i en periode man kan kalle etableringsfasen til lokative medier. Det var i denne fasen at folk fikk tilgang til smarttelefoner med posisjonsteknologi og at for eksempel Apple og Google nylig hadde lansert sine plattformer for applikasjoner for mobiltelefonen. Prosjektet ble gjennomført for snart ti år siden og både teknologi, journalistikk og mobile praksiser har endret seg siden det.

Forventningene til teknologien og lokasjonsbaserte medier var høye, men fremdeles 10 år senere utgjør dette ingen etablert sjanger innen journalistikken. Selv om populariteten til tidlige lokative applikasjoner har falmet litt, har betydningen av sted, situasjon og bevegelse i mobile medier ikke. Over tid har bruken av lokasjon, tvert imot, fått stor betydning og i flere tilfeller er blitt blant de aller viktigste funksjonene til mange andre sosiale medier.

Selv om *Lokanytt* representerer et analytisk «strengt eksempel» på journalistikk gjennom mobile medier, er det likevel passende å reflektere over spørsmålet – hvorfor har ikke lokativ journalistikk blitt noe av? Teknologien er der, brukerne er der og infrastrukturen er der. Er det økonomi, kunnskap, eller holdninger som gjør at hverken den etablerte nyhetsbransjen eller nye nyhetsinitiativ har tatt dette i bruk? Er lokativ journalistikk så langt fra hva journalistikken selv mener de bør drive med? Hvorfor lages nyheter til mobile plattformer som *Facebook Messenger*, *Instagram* eller *Snapchat*? Er disse kommersielle plattformene bedre egnet til å fylle pressens samfunnsoppdrag enn lokativ journalistikk? Og i såfall, hvorfor lykkes ikke *Everyblock* i dette landskapet? Både lokativ journalistikk og plattformer som *Instagram* har klare begrensninger i formatet som vil påvirke journalistikken, men på hver sine måter. Kanskje er den etablerte lokaljournalistikken bedre egnet til å ivareta rollen og samfunnsoppdraget en lokativ journalistikk

ville kunne hatt? Disse spørsmålene har jeg ikke svar på, men er interessante utgangspunkt for en diskusjon rundt karakteristikene til *Lokanytt* og hvordan en bestemt form for journalistikk får konsekvenser.

Avhandlingens overordnede formål var å undersøke hvordan en lokativ form for påvirker journalistikken og bruken av den. Funnene fra artiklene viser at lokativ journalistikk representerer noe temmelig annerledes enn hva eksisterende journalistikk gjør. Dette viste analysene av innholdet (Øie, 2015), undersøkelsene av produksjonen (Øie, 2013) og brukerundersøkelsene (Øie, 2012). Om forutsetningen om at hvert medium har sine særegne egenskaper, funksjoner, estetikk og form legges til grunn – hva er det da som er annerledes med lokativ journalistikk og hva består disse særegenhetene av?

Hva er særegenhetene til *Lokanytt* som medium?

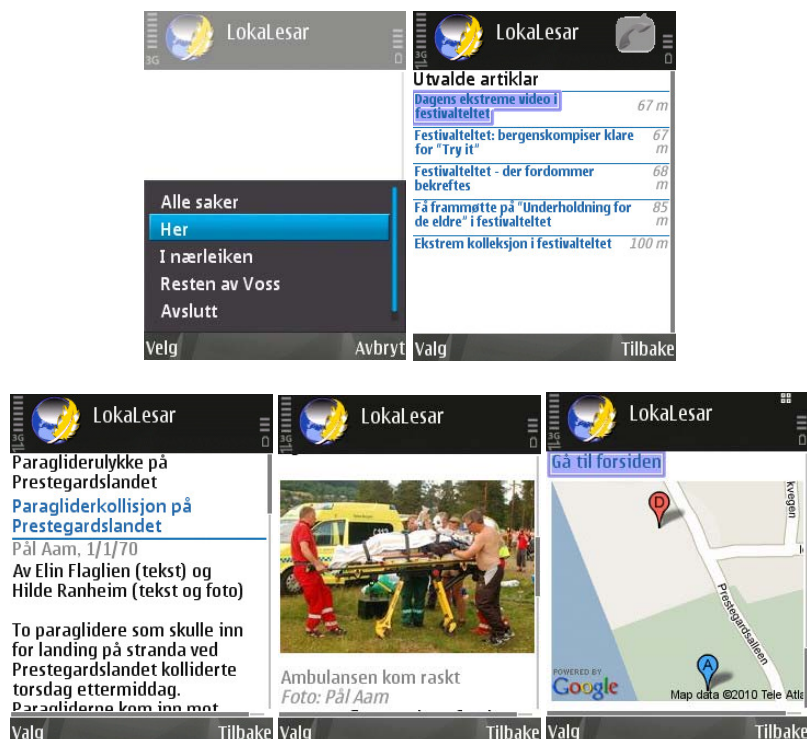
Nancy Baym presenterer syv karakteristikker som kan hjelpe oss med å skille et medium fra et annet. Disse er: *interactivity, temporal structure, social cues, storage, replicability, reach, and mobility* (Baym, 2015, s. 7). Med utgangspunkt i disse vil jeg diskutere hvordan *Lokanytt* forholder seg til disse karakteristikene. Siden Bayms karakteristik av lagring hovedsakelig er ment for å kunne skille verbal analog kommunikasjon med lagrede medier fokuserer jeg ikke på denne. Og, siden mobilitet ligger som en grunnleggende forutsetning i dette prosjektet vil jeg heller fokusere på de resterende elementene. Jeg vil derimot inkludere Glen Farrellys kategori *Geographical relevance* som han mener karakteriserer lokative medier godt siden den høye graden av portabilitet og geografisk utstrekning muliggjør at lokative medier, gjennom posisjonsteknologi, kan levere geografisk relevant informasjon (Farrelly, 2017, s. 7). Under kommer dermed en diskusjon basert på følgende karakteristikker: (1) Interaktivitet, (2) temporal struktur, (3) sosiale *cues*, (4) repliserbarhet, (5) utstrekning, og (6) geografisk relevans.

(1) Interaktivitet: Med interaktivitet mener Baym i hvilken grad mediet tillater sosial, teknisk og tekstuell interaksjon. I lokative medier er normalt alle disse interaksjonsformene aktive, men i *Lokanytt* er både den sosiale interaksjonen (interagere med andre mennesker) og den tekstuelle interaksjonen noe begrenset siden vi ikke åpnet for brukergenerert innhold, deling på sosiale medier eller kommentarfelt til tekstene. En annen interaksjon Baym ikke legger vekt på, som er gjeldende i *Lokanytt*, er interaksjonen med omgivelsene – geografisk interaksjon. Denne er både av sosial og tekstuell art siden fysisk tilstedeværelse har direkte påvirkning på hvilken tekst man får lese. Den tekniske interaktiviteten er en forutsetning og en nødvendighet i *Lokanytt* siden det er denne digitale teknologien som registrerer posisjonen og fasiliterer hvilke tekster som er tilgjengelig til enhver tid.

(2) Temporal struktur: Innen kommunikasjonsmedium er organiseringen av kommunikasjonsstrukturen sentralt for å karakterisere et medium gjennom hvilke

kommunikasjonsstrukturer som er lagt til grunn. I *Lokanytt* er dette en asynkron form. Dette er karakteristisk for det meste av journalistisk produksjon og massekommunikasjon. Dette skiller strukturen fra synkron kommunikasjonsstruktur som skjer gjennom ansikt-til-ansikt kommunikasjon, en telefonsamtale eller chattetjenester som innebærer en forventning om at det skjer i sanntid og med en innforstått gjensidig turtagning. Innen journalistikken er en asynkron struktur nødvendig for å skaffe informasjon, finne kilder, undersøke fakta og presentere dette til en målgruppe. Dette skaper en forventning til at informasjonen er gjennomarbeidet, stemmer og produsert til formålet. Det tillater også at større grupper forholder seg til den samme informasjonen, men i *Lokanytt* må de være på samme sted.

(3) Sosiale cues: Med *social cues* mener Baym informasjon som indirekte kan gi oss mer informasjon knyttet til den aktuelle konteksten, som kommunikasjonen foregår i eller meningen med medieteksten. I ansikt-til-ansikt kommunikasjon vil kroppsspråk være en åpenbar form for sosiale hint eller tegn som øker forståelsesrammene våre. *Lokanytt* er full av sosiale cues. For det første viser det mobile grensesnittet deg hvor mange meter du er fra en bestemt sak. Videre gir sakens tekstinhold og tilhørende bilder deg ytterligere informasjon knyttet til konteksten og hvordan innholdet skal forstås. Nederst i hver sak ligger et kart som viser din posisjon i forhold til saken du leser (se figur 9). *Lokanytt* har både tekniske, tekstuelle og visuelle cues som er sentrale når journalistikken skal fortolkes og være meningsfull gjennom denne formen – i en bestemt geografisk kontekst. Dette skiller lokative medier fra en del annen digital kommunikasjon der disse sosiale hintene ofte mangler eller er mye mindre eksplisitte. Eksempel på dette kan være når vi ringer noens mobiltelefon og spør hvor de er. Et annet eksempel er mangelfulle personlige identifikasjonstrekk ved bruk av digitale kundeservice-tjenester. Disse hintene eller kontekstuelle markørene kan sammenlignes med en sufflørfunksjon som kan hjelpe både journalisten og leseren. I *Lokanytt* kan det for journalisten være *overflødig* å skrive hvor noe er siden dette allerede geotagget i systemet. For brukerne kan tekstene og tilhørende bilder fungere som sosiale kontekstuelle kontrakter som resulterer i en annen forståelse av teksten. Baym mener at slike personlige og kontekstuelle cues kan bidra til økt troverdighet og til å få folk til å føle seg tryggere (Baym, 2015, s. 9).



Figur 9: Brukergrensesnittet til mobilapplikasjonen

(4) Repliserbarhet: For asynkrone medier kan teksten ofte lett bli lagret, gjenskapt og delt med andre. For journalistikk skjer dette gjerne gjennom at saker blir delt på sosiale medier. Denne muligheten var til stede i *Lokanytt*, men ikke noe det var lagt til rette for. Selv om *Lokanytt* er et asynkront medium som i utgangspunktet lett kan bli lagret og delt, vil det ikke fungere med journalistikk i denne formen. Det betyr at innhold laget for lokative medier, med en stedstilpasning, ikke egner seg i like stor grad til å redistribueres i andre medier eller på andre plattformer. Mye av meningsinnholdet i innholdet og den journalistiske relevansen ville gått tapt siden sakene er skrevet til å leses på et bestemt sted med ultralokale nyhetskriterier. Dette gjør at lokative medier på mange måter kan ha likheter med det som kalles *ephemeral media* der innholdet forsvinner etter det er kommunisert.

(5) Utstrekning: Med utstrekning (reach) mener Baym i hvilken grad mediet er tilgjengelig på tvers av befolkningsgrupper og geografier. Digitale medier har i utgangspunkt fordelen ved at de, i motsetning til fysisk personlig kommunikasjon, kan nå geografisk globalt, umiddelbart og nesten uten hindringer. Baym peker på at portvaktrollen til massemediene er utfordret siden enkeltindivider kan bruke digitale medier til å dele innhold lettere, raskere og til mange flere enn hva som tidligere har vært mulig (Baym, 2015, s. 11). For mobile medier betyr en slik *reach* enda større muligheter for tilgang til digitalt medieinnhold der du er og gjør mobile medier til

en attraktiv distribusjonskanal for journalistikken. For lokative medier er muligheten for å nå folk overalt, og der de er, sentralt. Men når innholdet er knyttet til spesifikke steder og trigget av brukeren begrenser nytteverdien av en global massespredning og skiller lokative medier betraktelig fra andre digitale medier. Sann sett vil en portvaktrolle som Baym snakker om fremdeles være gjeldende siden grensesnittet i *Lokanytt* begrenser hva som får lese nyhetene gjennom lokasjon. Portvaktrollen har dermed en litt annen form.

(6) Geografisk relevans: Mobilen har stor evne til å bli fysisk flyttet og være tilgjengelig på ulike lokasjoner. I tillegg muligheten for å bære den med oss, tilbyr digitale medier muligheten for å bevege oss mellom ulike *rom* på tvers av kontekster, og uavhengig av tid siden den alltid er tilkoblet nettverket. Dette har i stor grad påvirket hvordan vi koordinerer hverdagslivene våre og hvordan vi lager avtaler (Ling, 2004). For lokative digitale medier er kombinasjonen mellom portabilitet, geografisk utstrekning og posisjonsteknologi noe som skiller lokative medier fra andre kommunikasjonsformer. Det gir en form for informasjonsrelevans knyttet til brukerens lokasjon. Dette er i aller høyeste grad hva *Lokanytt* baserer seg på. Farrelly mener en geografisk relevans er tydelig i lokative medier på flere måter. Den mest brukte formen er en romlig nærhet (*spatial proximity*) som er hvorvidt det er samsvar mellom det aktuelle geografiske innholdet og brukerens posisjon. Jo høyere dette samsvaret er, jo høyere grad av geografisk relevans. Dette er også den mest verdsatte funksjonen i mobile medier for brukeren, ifølge Farrelly (Farrelly, 2017, s. 7). Premisset om romlig og geografisk nærhet er hva *Lokanytt*s grensesnitt baserer seg på – geografiske nærhetskriterier fremfor temporale aktualitetskriterier. Det betyr også at nyheter i større grad integreres i hverdagslivets bevegelser og rutiner siden de både følger mobilens portabilitet og konstante kobling til internett, og den relaterer til nyheter i nærheten av der du befinner deg. For *Lokanytt* vil dette si at nyhetene i større grad må fremstå som relevante for folks hverdagslige aktiviteter og rutiner.

Summerer vi opp disse seks karakteristikkene kan *Lokanytt* sies å ha vesentlige begrensninger i sosial og tekstuell interaksjon, men fokuserer i større grad på interaksjon med steder og omgivelsene. *Lokanytt*s asynkron struktur skaper, i likhet med øvrig journalistikk, forventninger om at informasjonen er gjennomarbeidet, at den stemmer og er produsert til formålet. *Lokanytt* baserer seg i stor grad på både tekniske og visuelle cues når journalistikken presenteres og fortolkes. Dette kan bidra til en økt sosial kontrakt med brukeren som skiller seg fra en del andre digitale medier. Konsekvensen av dette kan bidra til en større troverdighet til innholdet. På grunn av det stedsspesifikke og lokativt trigget innholdet egner innholdet i *Lokanytt* seg ikke til redistribusjon eller import av andre medietekster. Med sine ultralokale og posisjonstrigget nyheter kan *Lokanytt* sammenlignes med *ephemeral media* (medier som forsvinner etter bruk). Disse tekniske og innholdsbegrensningene knyttet til mediets

utstrekning og relevans kan fungere som en portvaktrolle siden sakene er knyttet til sted. Samtidig distanserer slike tekniske lokasjonsbegrensninger seg fra andre digitale mobile medier. *Lokanytt*s geografiske relevans baserer seg på nærhet til brukeren. Det innebærer at jo nærmere du kommer, jo større relevans. Konsekvensen av dette er at journalistikken i større grad må fremstå som relevante for folks hverdagslige aktiviteter og rutiner.

Lokanytt – en hverdagstilpasset personlig nyttejournalistikk

Om man legger til grunn premisset om at hvert medium bringer inn dets egne særegenheter knyttet til romlighet og sosialitet (Lange 2009:56) og sin egen «style of behavior» (McLuhan i Meyrowitz, 1994) vil jeg nå gå gjennom funnene fra undersøkelsene og relatere disse til karakteristikken til *Lokanytt* som journalistisk medium. Jeg vil kort diskutere hva slags potensielle konsekvenser en slik journalistikk ville kunne fått. Å gå inn på alle deler rundt dette spenningsfeltet vil bli for omfattende og heller ikke hensikten med prosjektet. Jeg vil likevel peke på noen elementer ved dagens syn på journalistikk som åpenbart ikke vil fungere så godt gjennom en lokativ form.

Journalistisk produksjon- og yrkesutøvelse

Det viste seg vanskelig å integrere lokativ journalistikk inn i mediestudentenes etablerte forståelse og erfaring av hva journalistikk er og bør være. Mer enn 8 av 10 studenter så på *Lokanytt* som noe annerledes eller veldig annerledes enn den journalistikken de kjenner fra før. Det tar tid å endre en etablert praksis eller en grunnleggende forståelse eller holdning til hvordan noe er og bør være. Det er mulig at en erfaren nyhetsjournalist som har vært med på mange tidligere endringer i bransjen ville ha taklet overgangen til å lage lokativ journalistikk lettere. Samtidig kan det være at denne journalistens bakgrunn og profesjonsidentitet bød hun imot når geografisk nærhet skulle bestemme rangeringen av sakene – og ikke en redaksjonell vurdering som hun er vant med.

At studentene måtte lage tre versjoner av samme sak var vurdert som vanskelig og krevende. Spesielt utfordrende synes de det var å forstå hvordan man skulle klare å skille mellom nærhetsversjonene slik at sakene skulle fremstå forskjellige. Dette var noe studentene lærte seg teknikker for etter hvert. Innsiktene kom gradvis og baserte seg i stor grad testing av egne saker som førte til en større forståelse om hvordan saken kom til å bli lest og brukt. Hvis man skal lage en sak til den nærmeste versjonen (0-100 meter) kan man anta at leseren vil se fysiske geografiske elementer som saken kan knyttes til. Dette preget utforming av de nærmeste sakene ved at de inneholdt svært spesifikke beskrivelser av geografiske element. På samme måte var tekstversjonen (100-500 meter) av en slik art at du sannsynligvis ikke kunne se saken det var snakk om, men ofte i en slik rekkevidde at om saken er «nyttig» eller

interessant nok til å oppsøke, så er folk villige til dette. Her fant studentene ut at de kunne få folk til å bevege seg i forhold til sakene de skrev om de vinklet sakene som nyttige og gav gode veibeskrivelser og informasjon om fremtidige hendelser eller arrangementer.

En annen teknikk som ble benyttet for å skille mellom saksversjonene var bruken av forskjellige kilder. Her skilte studentene gjerne mellom «generelle» eller overordnede kilder som ordfører, kommunerepresentanter osv. Deretter var det gjerne grendalag, borettslag og lignende. Til slutt var det øyenvitner og folk som bodde nøyaktig der saken var plassert. Disse var ofte lettest å få tak i siden journalistene som regel måtte ut i felten for å skrive sakene sine, sanse omgivelsene og ta bilder.

Det å lage tre versjoner ble sett på som ressurskrevende og faglig utfordrende for studentene, men det var ikke det de likte minst med systemet. Det studentene ved *Lokanytt* likte aller minst, var at det ikke var alle saker som passet inn i formatet som krevde at sakene knyttes til en lokasjon gjennom geo-tagging. Dette tvang dem til å tenke annerledes. Hva slags innhold var nyttig hva slags var ikke nyttig for leseren. Studentene ble mye mer geografisk bevisst og brukte aktivt kartet i alle fasene av det journalistiske arbeidet. Over halvparten av studentene rapporterte at de følte en sterkere tilhørighet til stedet de skrev om og 8 av 10 studenter mente etiske betraktninger til stedene var viktig eller veldig viktig.

Gjennom øvelsene med å lage lokativ journalistikk og tilpasse dem de ulike nærhetssonene utvikles en forståelse for at oppgaven deres som lokative journalister er å legge til rette for interaksjonen mellom det journalistiske innholdet og brukeren – der hun er. For å gjøre dette best mulig må journalisten gjøre innholdet geografisk relevant både tekstuell og sosialt. En slik romlig sensitivitet kan sees på som en slags yrkesforståelse av hva oppgaven eller rollen til journalisten er i lokativ journalistikk.

En slik yrkesforståelse strider mot rollen og samfunnsoppdraget som normalt har kjennetegnet journalistikken. Rollen om å avdekke kritikkverdige forhold, forholde seg nøytral og ta den svake parts sak er på mange måter byttet ut med rollen som hverdagsguide. Mange saker og temaer som klimaforandringer eller utenriksjournalistikk vil ikke passe like godt i denne formen for journalistikk. Det som derimot passer, er en journalistikk med høyt geografisk presisjonsnivå som oppleves nyttig for leseren der hun befinner seg eller beveger seg rundt i nærområdet.

En annen konsekvens er at når systemet prioriterer geografiske nærhetskriterier fremfor temporale aktualitetskriterier forsvinner diskusjoner i redaksjonen knyttet til hva som bør settes på agendaen, hvorfor og på hvilke måter dette skal dekkes på.

Med dette vil andre kompetansekrav som geografisk sensitivitet, publikumsforståelse og høy grad av format og plattformtilpasning forventes av journalisten. Disse kompetansene finnes i deler av journalistikken allerede, men blir virksomt på en tydelig måte i *Lokanytt*.

Radiojournalisten har for eksempel ferdigheter knyttet til å skape «et rom» for lytterne sine i reportasjene som kan tenkes å ha direkte overføringsverdi til lokativ journalistikk.

I sum vil en såpass annerledes journalistikk bidra til en utvasking av tidligere profesjonsidentiteter. Dette kan tenkes at dette vil skje i sterkere grad i lokativ journalistikk enn i annen mobil digital journalistikk siden innholdsflyt mellom den lokative plattformen og andre journalistiske plattformer sannsynligvis ikke vil være så høy. Man kan forestille seg at statusen til yrket svekkes siden den autonome, kritiske og fortolkende stemmen til journalisten ikke vil være det kvaliteten til innholdet vurderes etter. I tillegg vil journalisten sannsynligvis ha betraktelig færre lesere.

Bevegelsen bort fra det fortolkende og mot det geografisk spesifikke og personfokuserede går i diametralt motsatt retning enn den retningen journalistikken har beveget seg de siste 200 år, i følge Barnhurst og Schudson (flere arbeide, se kapittel 2).

Journalistisk innhold og form

De journalistiske vurderingene, valgene og presentasjonen blir tydelige gjennom en analyse av innholdet. Svært mange av tekstene henvendte seg direkte til leseren gjennom å bruke *du* som henvendelsesform. Dette skaper en særlig kontrakt med leseren ved at den er både personlig og geografisk relevant på en annen måte enn annen journalistikk er. I lokative medier får du-begrepet en helt annen sosial funksjon (cue) ved at den er mer direkte og knytter seg i større grad til en konkret fysisk kontekst. Denne andre-person-vinklingen gjør det derfor mulig for leseren å skape en førsteperson opplevelse av teksten.

De ulike nærhetssonene forholder seg ofte til hverandre som et slags innebygd bevegelsesnarrativ. Det betyr ofte at de antar at tekstene kommer til å bli brukt på en måte at leseren først leser den fjerneste nyhetssaken (> 500 meter) for å deretter bevege seg inn til sakens geografiske punkt. Dette var et funn jeg ikke hadde forventet, men kommer til syne i tekstene gjennom at de nærmest foreskriver hvilken vei, og på hvilken måte, nyhetsleseren beveger seg. Det er tydelig at journalistene har tatt hensyn til topologiske omgivelser som elver, vann, fjell, veier osv. når de har formulert sakene. Gjennom denne geografiske sensitiviteten kan journalisten i større grad vite hvilken vei nyhetsleseren tar og i større grad tilpasse innholdet etter brukeren i bevegelse.

Over halvparten av tekstene inneholdt direkte oppfordringer om at leseren skulle bevege seg. Tekstene som oppfordret brukeren til å bevege seg begrunnet dette med at dette ville komme brukeren til nytte. Slik nytteinformasjon er sterkt koblet til den geografiske relevansen og til den implisitte leseren. Typiske nytteformuleringer var knyttet dagsaktuelle hendelser, planlagte arrangementer og åpningstider. Nytteaspektet kunne også være knyttet til advarsler som at et bestemt sted er trafikkfarlig eller har spesielt høy kriminalitet. Her

oppfordret sakene leseren til å komme seg vekk. Som tidligere illustrert, i *rottesaken*, oppfordres leseren til å kaste søpla si på et bestemt sted for å begrense et rotteproblem i Bergen sentrum. Her oppfordrer teksten til en konkret handling for å hjelpe å løse et problem. Siden innholdet kommer med tydelige oppfordringer til leseren må leseren ta aktive valg om hvorvidt hun skal bevege seg eller ikke. Her vil innholdet balansere hvor viktig denne saken er og hvor sterk oppfordring innholdet bør ha til å bevege seg. Innholdets troverdighet vil trolig i stor grad baseres på dette.

Summen av den personlige henvendelsesformen og geografiske tilpasningen og nytteverdien gjør at tekstene skiller seg ut fra andre journalistiske tekster både tematisk og formmessig. Innholdet er i all hovedsak basert på geografisk relevant for leseren. Denne relevansen skaper en tekstuell forpliktelse til leseren om at leseren skal få den nødvendige informasjon basert på hvor leseren befinner seg. Flytter leseren på seg forventes det at saken tilpasses. Dette innebærer i all hovedsak nyttige saksformuleringer. Nære hverdagslige nyttesaker vil trumfe fjerne sensasjonssaker.

Det er tydelig at mye av innholdet er formulert for å ha høy grad av geografisk og situasjonell relevans og nytteverdi for leseren. Saker som er plassert på en sportsarena handler gjerne om ting folk ønsker å gjøre på en sportsarena, mens saker som er plassert på en busstasjon kan handle om problemer med regelmessighet og med informasjon om bussruter eller avvik fra rutene. Sånn sett er innholdet i *Lokanytt* opptatt av å være relevant for folk der de beveger seg, men også mens de beveger seg. Dette betyr også at terskelen for nyhetskriterier blir senket i tråd med hvor nærmeste saksversjonen er nyhetens geografiske plassering. Det fører blant annet til at de ikke vil egne seg å redistribuere på en annen plattform.

Om innholdet ikke stemmer eller er oppdatert vil dette umiddelbart identifiseres av leseren som er på stedet og kan se det med egne øyne. Derfor vil det stilles store krav til nøyaktigheten til innholdet og kontinuerlig oppdateringer av visse type hendelsessaker som ulykker, stengte veier osv.

Man kan se for seg at lokativ journalistikk vil være en attraktiv plass for innholdsmarkedsføring. I den grad innholdet er i stand til å få folk til å bevege seg, vil lokale bedrifter kunne posisjonere seg aktivt etter dette.

Bruk

Selv om journalistene syntes det var krevende å skrive god lokativ journalistikk og tilpasse seg en ny form for journalistikk, synes ikke leserne det. De hadde ingen særlige problemer med å forholde seg til en applikasjon som baserte seg på lokasjonen deres. De forholdt seg umiddelbart til innholdet i *Lokanytt* i forhold til de omgivelsene de befant seg i. Hvis saken ikke var direkte koblet til nærområdet hadde de problemer med å se relevansen. Selv om brukerne

satt mest pris på de nærmeste sakene, var det ikke geografisk nærhet som var årsaken til at de valgte å lese saken i første omgang. Det var heller knyttet til personlig interesse. Når de leste en sak likte de godt at saken henvendte seg direkte til dem gjennom henvendelsesformen *du*. Dette var med på å skape inntrykk av at dette var en personlig tjeneste. Det medførte også en forventning til at sakene skulle være personlig og geografisk relevante. Hvis noen av saksversjonene var for like, ble det vurdert som dårlig håndverk siden de ikke tilførte noe nytt til situasjonen.

Brukerne brukte ikke sakene som veiguide selv om tekstene i stor grad innholdt slike beskrivelser.

Det gjorde ingenting om brukeren kjente til innholdet i saken fra før. Dette kunne være at de allerede hadde vært på sportsarrangementet som ble omtalt i saken eller at en de kjenner er intervjuet i en sak. De mener at sakene uansett tilfører noe nytt enten gjennom bilder eller bare fordi de liker å lese om folk de kjenner fra før. Slik sett fungerte disse sakene som en sosial og geografisk leserkontrakt.

De fleste omtalte *Lokanytt* som en nyttig og interessant tjeneste. Flere dro paralleller til at en lignende tjeneste ville være nyttig på for eksempel Roskilde-festivalen³¹. Dette synet på *Lokanytt* som en personlig informasjonstjeneste viser at brukerne har problemer med å forholde seg til dette som journalistikk. Dette er enten fordi de ikke er vant til å forholde seg til lokativ journalistikk på mobiltelefonen eller fordi de ikke ser på dette som en erstatning til lokalavisen, men heller noe som egner seg aller best til behovet de har der og da. Sakene som åpenbart ikke passer inn i den situasjonelle, personlige og nyttige informasjonstjenesten var sakene som kan karakteriseres som kritisk og konfronterende journalistikk. Disse sakene passet bare ikke inn, mente brukerne.

Det ser ut til at det oppstår en spenning basert på det mobile brukergrensesnittet som er privat og samtidig bundet i en større sosial struktur av digitale nettverk. Brukerne av *Lokanytt* forholder seg til mobilen i dagliglivet til å koordinere aktiviteter og oppdatere seg på nære og nyttige ting. I denne hverdagslige rutinen integreres *Lokanytt* – ikke først og fremst som journalistikk, men som en tjeneste med potensiale for å fylle et informasjons- og underholdningsbehov til hverdagslivet i bevegelse. I den grad journalistikkens oppgave er å engasjere leserne, ligger det et stort potensial i andrepersons-engasjementet som *Lokanytt* genererte. Dette samsvarer i stor grad med eksisterende mobile nyhetspraksiser omtalt i kapittel 3.2.

Alt dette viser at det er flere ting med det karakteristiske ved *Lokanytt* som medium som påvirker hvordan journalistene jobber, innholdet og hvordan brukerne forholder seg til

³¹ I senere tid har det kommet en rekke lignende applikasjoner både i forbindelse med Roskildefestivalen eller andre festivaler.

innholdet. Gjennom mobile situerte brukerpraksiser økes forventningen om personlig tilpasset innhold. Og, i tråd med denne forventningen oppstår et behov for å tilby nyttige nyheter som passer inn i hverdagslivets rutiner og bevegelser. Dette ser ut til å være ekstra tydelig gjennom lokativ journalistikk der svært mange av sakene henvender seg til brukeren direkte gjennom en andre-persons vinkling og der majoriteten av tekstene inneholder nytteinformasjon basert på aktuelle stedbaserte hendelser og geografisk relevans. Sakene som best oppfylte disse kriteriene var også de nyhetene brukerne likte best å forholde seg til. Disse personlige og nyttige sakene skaper et helt annet målgruppebehov enn hva journalistikken tradisjonelt sett har vært vant med.

Oppsummering – Lokanytt som egen handlingsstil

Ovenfor har jeg pekt på en rekke karakteristikk for *Lokanytt* og diskutert potensielle konsekvenser dette vil kunne ha for en tradisjonell forståelse av journalistikken. Disse karakteristikkene og diskusjonene er ikke en fullstendig oversikt, men bidrar i sum til at *Lokanytt* fremstår som, oppfattes som og brukes annerledes en tradisjonell tekstjournalistikk. En streng lokativ form vil derfor få store konsekvenser for journalistikken på flere plan. Dette ser ut til å medføre en egen fortellingsstil for journalistene og en egen handlingsstil for brukerne.

Det finnes også noen klare styrker til mediet som jeg ikke har fokusert på her. Noen av disse er handlingsorienterte, aktive og engasjerte lesere. Dette er på mange måter drømmemålgruppen til journalistikken. Mediet har i tillegg stort potensial til å flytte folkegrupper på relativt kort tid. Dette vil være en annen måte å mobilisere publikum enn hva journalistikken som regel har lagt i begrepet. Lokativ journalistikk vil også trolig få en større betydning, rolle og funksjon i folks hverdagsliv. Det vil kunne styrke en stedsidentitet og muligens kunne ansvarliggjøre personer på et hyperlokalt plan. Nyhetsterskelen vil kunne senkes som gjør at kanskje flere vil kunne få en stemme ut, selv om det ikke ville ha nådd opp i den tradisjonelle nyhetsfiltreringen.

John Dewey ville nok ikke omfavnet *Lokanytt* verken som demokratiets redning eller som grunnlaget for *the great community*. Hans drøm var at teknologien skulle bidra til en større grad av kollektiv deltakelse og på den måten bidra til økt demokratisk levesett. Til dette vil nok *Lokanytt* ha for stort fokus på individet og personlige nyttesaker fremfor delte opplevelser som bidrar til utdanning og demokrati. Han ville nok likevel anerkjent potensiale for at man kan gjøre mer med nyheter enn å bare lese dem.

En svakhet med *Lokanytt* er at det ikke er testet i forbindelse med annen journalistikk. Nyhetsbrukere benytter seg nemlig ikke av en type journalistikk og ett medium til nyheter, men har et komplisert nyhetsrepertoar bestående av en rekke nyhetskilder og plattformer. Vi må derfor ikke tillegge *Lokanytt* alle de kvalitetene som annen journalistikk har til sammen selv om *Lokanytt* forsøkte å imitere journalistikken gjennom klassiske nyhetskriterier, organisering, kildesøk og bruk. Slik ser vi heller ikke på VGs snapchat-redaksjon og snachat-nyheter.

6. Avslutning – avhandlingens nytteverdi

Jeg vil argumentere for dette avhandlingsprosjektets nytteverdi innenfor flere dimensjoner: Det første er knyttet til utdanningen av journalister. Her er det behov for generering av nye teorier og kunnskaper, og justeringer av de etablerte teoriene som matcher vårt postmoderne samfunn. Jeg sikter her spesielt til vitenskapsteoretiske perspektiver som tar høyde for sannhet og erfaring som noe midlertidig, situert og uten ende. Dette vil også på litt sikt ha betydning for journalistikk som utøvende virksomhet.

Den mest interessante konsekvensen eller nytteverdien av dette avhandlingsprosjektet, er imidlertid knyttet til generering av ny teoretisk innsikt. Jeg sikter til spørsmål knyttet til hvordan nyheter kan bli konstruert, hvilke metoder og prosedyrer innen journalistikken som lar seg påvirke av en lokativ form og hvilke konsekvenser det får for innhold og konsum av lokativ journalistikk. Pragmatismens særtrekk som vilje til endring og eksperimentering er sentralt innenfor all ny teorigenerering. I forhold til journalistikkforskningen er forskerkonstruksjon av mediesystemer og innhold uvanlig og andre kan mene det finnes bedre tilnærminger for å undersøke medieutvikling på. Slike diskusjoner vil være nyttige og det er snart på tide at kritikerne til mediedesign som tilnærming kommer på banen.

Det kan være problematisk å snakke om demokratisk forståelse som nytteverdi. Jeg vil like fullt understreke den lokative journalistikkens anerkjennelse av kontekst – sted og tid. Det som gir mening på et sted, gir ikke nødvendigvis mening et annet sted. Med et slikt utgangspunkt må steder likestilles og tillegges samme betydning. Likefullt, om man legger forståelsen av journalistikken som demokratisk fasilitator til grunn, vil ikke lokativ journalistikk isolert sett forbedre samfunnet. Om tilfelle, må den sees som en del av det pluralistiske medielandskapet og aller helst fylle et hull i det demokratiske samfunnet. Slik det ser ut nå – ser det ikke ut til at dette hullet er der.

På flere måter er *Lokanytt* min utgave av *Thought news*. Hovedforskjellen er kanskje at mens *Thought news* skulle redde verden, skulle *Lokanytt* redde journalistikkforskningen. Med dette avslutter jeg denne avhandlingen i beste pragmatisk tradisjon: kunnskap vil alltid fremstå som «midlertidig sann» og uten ende. Ny kunnskap vil alltid komme til og endre våre forståelser. Vi kan heller ikke komme utenom at ting endrer seg i fremtiden på måter vi ikke kan kontrollere.

Referanser

- Aam, P. (2013). *Fjernsynsforskaren - frå kritikal til innovatør: som døme: mediedesign av interaktiv journalistikk med levande bilde* (PhD). Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Trondheim.
- Abbott, A. (1997). Of Time and Space: The Contemporary Relevance of the Chicago School. *Social Forces*, 75(4), 1149-1182. 10.1093/sf/75.4.1149
- Andreassen, J. E. (2014). Blir journalistikken ny på nettbrett? I L. Morlandstø & A. Krumsvik (Red.), *Innovasjon og verdiskaping i lokale medier* (s. 154-170). Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Anonym. (1916). Wireless Transmission of News. *Telephony*, 32-33. Hentet fra <http://earlyradiohistory.us/1916df.htm>.
- Baker, P. J. (1973). The Life Histories of W. I. Thomas and Robert E. Park. *The American Journal of Sociology*, 79(2), 243-260.
- Barnhurst, K. G. (2003). The Makers of Meaning: National Public Radio and the New Long Journalism, 1980-2000. *Political Communication*, 20(1), 1-22. 10.1080/10584600390172374
- Barnhurst, K. G. (2013). Newspapers experiment online: Story content after a decade on the web. *Journalism*, 14(1), 3-21. 10.1177/1464884912448898
- Barnhurst, K. G. (2016). *Mister Pulitzer and the Spider: Modern News from Realism to the Digital*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Barnhurst, K. G. & Mutz, D. (1997). American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47(4), 27-53. 10.1111/j.1460-2466.1997.tb02724.x
- Barnhurst, K. G. & Nerone, J. (1999). The President Is Dead: American News Photography and the New Long Journalism. I B. Brennen & H. Hardt (Red.), *Picturing the Past: Media, History, and Photography* (s. 60-92). Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- Barnhurst, K. G. & Nerone, J. (2001). *The form of news: a history*. New York: Guilford Press.
- Barnhurst, K. G. & Steele, C. A. (1997). Image Bite News: The Visual Coverage of Elections on U.S. Television, 1968-1992. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 2(1), 40-58. 10.1177/1081180x97002001005
- Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age* (2nd ed. utg. Digital media and society series). Cambridge: Polity.
- Becker, H. S. (1999). The Chicago School, So-Called. *Qualitative Sociology*, 22(1), 3-12. 10.1023/a:1022107414846
- Bernstein, R. J. (1991). *The new constellation : the ethical-political horizons of modernity/postmodernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bjur, J., Schrøder, K. C., Hasebrink, U., Courtois, C., Adoni, H. & Nossek, H. (2014). Cross-Media Use-Unfolding Complexities in Contemporary Audiencehood. I N. Carpentier, K. C. Schrøder & L. Hallett (Red.), *Audience transformations: shifting audience positions in late modernity* (s. 15-29). New York: Routledge.
- Bjørnstad, S., Tessem, B. & Nyre, L. (2011). *Design and Evaluation of a Location-Based Mobile News Reader*. Foredrag holdt ved New Technologies, Mobility and Security (NTMS), 2011 4th IFIP International Conference on, Paris.
- Blackwell, C., Birnholtz, J. & Abbott, C. (2015). Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app. *New Media & Society*, 17(7), 1117-1136. doi:10.1177/1461444814521595
- Blumer, H. (1986). *Symbolic interactionism : perspective and method*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Boczkowski, P. J. (2004). *Digitizing the news: innovation in online newspapers*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999). *Remediation: understanding new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

- Brown, A. L. (1992). Design Experiments: Theoretical and Methodological Challenges in Creating Complex Interventions in Classroom Settings. *The Journal of the Learning Sciences*, 2(2), 141-178.
- Bruhn Jensen, K. (2010). *Media convergence: the three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. London: Routledge.
- Bruhn Jensen, K. (2013). What's mobile in mobile communication? *Mobile Media & Communication*, 1(1), 26-31. 10.1177/2050157912459493
- Buchanan, C. (2009). Sense of Place in the Daily Newspaper. *The Journal of Media Geography*, (4), 62-84.
- Bulmer, M. (1984). *The Chicago school of sociology : institutionalization, diversity, and the rise of sociological research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Campbell, S. W. (2013). Mobile media and communication: A new field, or just a new journal? *Mobile Media & Communication*, 1(1), 8-13. 10.1177/2050157912459495
- Carey, J. W. (2009). *Communication as culture: essays on media and society*. New York: Routledge.
- Carlson, M. & Lewis, S. C. (2015). *Boundaries of journalism : professionalism, practices and participation* (Shaping inquiry in culture, communication and media stories). London: Routledge.
- Chan-Olmsted, S., Rim, H. & Zerba, A. (2013). Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(1), 126-147. 10.1177/1077699012468742
- Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9(2), 119-161. 10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x
- Cresswell, T. (2004). *Place: a short introduction*. Malden, Mass.: Blackwell.
- Cross, N. (2001). Designerly Ways of Knowing: Design Discipline Versus Design Science. *Design Issues*, 17(3), 49-55. 10.1162/074793601750357196
- Czitrom, D. J. (1982). *Media and the American mind : from Morse to McLuhan*. Chapel Hill, N.C.: University of North Carolina Press.
- Dahlberg, P., Redström, J. & Fagrell, H. (1999). *People, places and the newspilot*. CHI '99 extended abstracts on Human factors in computing systems, Pittsburgh, Pennsylvania.
- Dalsgaard, P. (2014). *Pragmatism and Design Thinking* (2014).
- Darling, F. W. & Smith, E. (1904). The Geography Course in the Chicago Normal School. *Journal of Geography*, 3(3), 122-131. 10.1080/00221340408985486
- De Maeyer, J. & Trudel, D. (2018). @franklinfordbot. *Digital Journalism*, 6(9), 1270-1287. 10.1080/21670811.2018.1514273
- de Souza e Silva, A. (2006). From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space and Culture*, 9(3), 261-278. 10.1177/1206331206289022
- de Souza e Silva, A. (2009). Hybrid Reality and Location-Based Gaming: Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments. *Simulation & Gaming*, 40(3), 404-424. 10.1177/1046878108314643
- de Souza e Silva, A. & Frith, J. (2010). Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location in Urban Spaces. *Mobilities*, 5(4), 485 - 505.
- de Souza e Silva, A. & Sutko, D. M. (2011). Theorizing Locative Technologies Through Philosophies of the Virtual. *Communication Theory*, 21(1), 23-42. 10.1111/j.1468-2885.2010.01374.x
- Deegan, M. J. (1988). Hull-House Maps and Papers: The Birth of Chicago Sociology. I *Jane Addams and the men of the Chicago school, 1892-1918* (s. 55-69). New Brunswick: Transaction Books.
- Deuze, M. (2003). The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society*, 5(2), 203-230. 10.1177/1461444803005002004
- Dewey, J. (1917). The Need for A Recovery of Philosophy. I J. Dewey, A. W. Moore, H. C. Brown, G. H. Mead, B. H. Bode, H. W. Stuart, . . . H. M. Kallen (Red.), *Creative Intelligence: Essays in the Pragmatic Attitude* (s. 3-70). New York: Henry Holt and company. Hentet fra <https://archive.org/stream/creativeintellig00dewe#page/n3/mode/2up>
- Dewey, J. (1991a). *How We Think*. New York: Prometheus Books.

- Dewey, J. (1991b). *The public and its problems*. Athens, Ohio: Ohio University Press.
- Dimmick, J., Feaster, J. C. & Hoplamazian, G. J. (2011). News in the interstices: The niches of mobile media in space and time. *New Media & Society*, 13(1), 23-39. 10.1177/1461444810363452
- Donnelly, L. (2005). Proximity, Not Story Format, Improves News Awareness among Readers. *Newspaper Research Journal*, 26(1), 59-65. 10.1177/073953290502600107
- Dörr, K. N. (2016). Mapping the field of Algorithmic Journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700-722. 10.1080/21670811.2015.1096748
- Eck, D. L. (1981). India's "Tirthas": "Crossings" in Sacred Geography. *History of Religions*, 20(4), 323-344. 10.2307/1062459
- Eide, M. (2011). *Hva er journalistikk* (Hva er). Oslo: Universitetsforl.
- Eide, M., Larsen, L. O. & Sjøvaag, H. (2012). *Nytt på nett og brett : journalistikk i forandring*. Oslo: Universitetsforl.
- Erdal, I. J. (2010). Lokalsamfunnsopdraget på nett: fleirmediale nyhende i avishus og allmennkringkasting. I (s. 172-186). Kristiansand: IJ-forl.
- Erdal, I. J., Øie, K. V., Oppegaard, B. & Westlund, O. (2019). Invisible Locative Media: Key Considerations at the Nexus of Place and Digital Journalism. *Media and Communication*, 7(1), 166-178. 10.17645/mac.v7i1.1766
- Fagerjord, A. (2011). Between Place and Interface: Designing Situated Sound for the iPhone. *Computers and Composition*, 28(3), 255-263. <http://dx.doi.org/10.1016/j.compcom.2011.07.001>
- Fagerjord, A. (2012). Design som medievitenskapelig metode. *Norsk medietidsskrift*, 19(3), 198-215.
- Fagerjord, A. (2015). Humanist Evaluation Methods in Locative Media Design. *The Journal of Media Innovations*, 2(1), 107-122. <http://dx.doi.org/10.5617/jmi.v2i1.893>
- Fagerjord, A. (2017). Toward a Rhetoric of the Place: Creating Locative Experiences. I L. Potts & M. J. Salvo (Red.), *From Rhetoric and Experience Architecture* (s. 225-240): Parlor Press.
- Farman, J. (2012). *Mobile Interface Theory : Embodied Space and Locative Media*. New York, NY: Routledge.
- Farrelly, G. E. (2017). *Claiming Places: An Exploration of People's Use of Locative Media and the Relationship to Sense of Place* (Ph.D). University of Toronto, University of Toronto. Hentet fra <http://hdl.handle.net/1807/78991>
- Fast, K., Jansson, A., Lindell, J., Ryan Bengtsson, L. & Tesfahuney, M. (Red.). (2017). *Geomedia Studies : Spaces and Mobilities in Mediatized Worlds*. New York: Routledge.
- Fink, K. & Schudson, M. (2014). The rise of contextual journalism, 1950s–2000s. *Journalism*, 15(1), 3-20. 10.1177/1464884913479015
- Forsberg, K. (2001). *Mobile Newsmaking* (PhD). Göteborg University, Sweden. Hentet fra <https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/2962/1/forsberg.pdf>
- Friedland, L. A. & Campell, K. B. (2004). Connected Research: The Chicago School Precedent. I S. H. Iorio (Red.), *Qualitative research in journalism : taking it to the streets* (s. 21-41). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Frith, J. (2013). Turning life into a game: Foursquare, gamification, and personal mobility. *Mobile Media & Communication*, 1(2), 248-262. doi:10.1177/2050157912474811
- Galloway, A. (2008). *A brief history of the future of urban computing and locative media* (Ph.D). CARLETON UNIVERSITY, Ottawa. Hentet fra <http://www.purselipsquarejaw.org/dissertation.html>
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*: Pantheon Books.
- Gentikow, B. (2005). *Hvordan utforsker man medieerfaringer?: kvalitativ metode*. Kristiansand: IJ-forl.
- Gershøj Bruhn, E. & Malmberg, M. (2017, 27 Januar). [Foredrag: DR X: How to lead innovation projects].
- Gieryn, T. F. (2006). City as Truth-Spot. *Social Studies of Science*, 36(1), 5-38. 10.1177/0306312705054526

- Goggin, G. (2017). Locating Mobile Media Audiences: In Plain View with Pokémon Go. I C. Hight & R. Harindranath (Red.), *Studying Digital Media Audiences: Perspectives from Australasia* (Routledge Studies in New Media and Cyberculture.): Taylor & Francis.
- Goggin, G., Martin, F. & Dwyer, T. (2015). Locative News. *Journalism Studies*, 1(16), 41-59. 10.1080/1461670X.2014.890329
- Goodchild, M. (2009). NeoGeography and the nature of geographic expertise *Journal of Location Based Services*, 3(2), 82-96. 10.1080/17489720902950374
- Greenspan, B. (2011). The New Place of Reading: Locative Media and the Future of Narrative. *Digital Humanities Quarterly*, 5(3).
- Gutsche Jr., R. E. & Hess, K. (2019). *Geographies of Journalism -The Imaginative Power of Place in Making Digital News*: Routledge.
- Hammersley, M. (1989). *The dilemma of qualitative method: Herbert Blumer and the Chicago tradition*. London: Routledge.
- Heidegger, M. (1996). *Being and time : a translation of Sein und Zeit* (J. Stambaugh, Overs.Sein und Zeit). Albany, N.Y: State University of New York Press.
- Hess, K. & Waller, L. (2014). Geo-Social Journalism. *Journalism Practice*, 8(2), 121-136. 10.1080/17512786.2013.859825
- Hess, K. & Waller, L. (2016). Hip to be Hyper. *Digital Journalism*, 4(2), 193-210. 10.1080/21670811.2014.1002859
- Hickman, L. (2001). *Philosophical tools for technological culture : putting pragmatism to work* (The Indiana series in the philosophy of technology). Bloomington: Indiana University Press.
- Hight, J. (2013). Narrative Archaeology. Hentet 30 sept, 2013 fra <http://www.neme.org/texts/narrative-archaeology>
- Hjorth, L. (2017). *Guest Editor for Special section: Pokémon GO: Playful phoneurs and the politics of digital wayfarers*: Mobile Media & Communication.
- Hoem, J. Ø. & Nyre, L. (2018). Tilhører. *Norsk medietidsskrift*, 25(01), 1-19. 10.18261/issn.0805-9535-2018-01-04 ER
- Humphreys, L. (2010). Mobile social networks and urban public space. *New Media & Society*, 12(5), 763-778. 10.1177/1461444809349578
- Höllerer, T., Feiner, S. & Pavlik, J. (1999, October 18-19). *Situated Documentaries: Embedding Multimedia Presentations in the Real World*. Foredrag holdt ved ISWC. International Symposium on Wearable Computers, San Francisco, CA.
- Ihde, D. (2009). *Postphenomenology and technoscience : the Peking University lectures* (SUNY series in the philosophy of the social sciences). Albany, N.Y: State University of New York Press.
- Ihde, D. (2010). *Heidegger's Technologies : Postphenomenological Perspectives* (Perspectives in Continental Philosophy). Bronx: Fordham University Press.
- Jansson, A. & Falkheimer, J. (2006). *Geographies of communication: the spatial turn in media studies*. Göteborg: Nordicom.
- Joas, H. (1996). *The creativity of action* (Die Kreativität des Handelns). Cambridge: Polity Press.
- Johannessen, A. & Tufte, P. A. (2002). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Abstrakt.
- Jokela, T., Vääätäjä, H. & Koponen, T. (2009). *Mobile Journalist Toolkit: a field study on producing news articles with a mobile device*. Foredrag holdt ved Proceedings of the 13th International MindTrek Conference: Everyday Life in the Ubiquitous Era.
- Joyce Chang, K. M. H., Amy Lee, Hope Needles, Hilary Powell, Satta Sarmah. (2008). *Locate Chicago 2016 -Using location-based technology to enhance journalism* (Master). Northwestern University, Chicago.
- Katz, E., Peters, J. D., Liebes, T. & Orloff, A. (2003). *Canonic texts in media research: are there any? should there be? how about these?* Cambridge: Polity.
- Kramp, L. (2018). Journalism in a deeply mediatized city. A locative approach to urban reporting. I L. Peja, N. Carpentier, F. Colombo, M. Francesca, S. T. Murru, R. Kilborn, . . . P. Pruulmann-Vengerfeldt (Red.), *Current Perspectives on Communication and Media Research* (s. 177-202). Bremen: edition lumière

- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*: Sage.
- Krumsvik, A. H. (2009). *The online news factory: a multi-lens investigation of the strategy, structure, and process of online news production at CNN and NRK* (Ph.D). University of Oslo, Oslo.
- Kunert, J. & Thurman, N. (2019). The Form of Content Personalisation at Mainstream, Transatlantic News Outlets: 2010–2016. *Journalism Practice*, 1-22. 10.1080/17512786.2019.1567271
- Larrondo, A., Domingo, D., Erdal, I. J., Masip, P. & Van den Bulck, H. (2014). Opportunities and Limitations of Newsroom Convergence. *Journalism Studies*, 1-24. 10.1080/1461670X.2014.977611
- Law, J. (2004). *After method: mess in social science research*. London: Routledge.
- Leckner, S. & Nygren, G. (2016). Det lokala och hyperlokala medielandskapet: nyhetspublicering utanför de etablerade medierna. I L. Truedson (Red.), *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2015/2016* (s. 42-85). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Leirvåg, C. (2009). *Lokaleser -brukersentrert design av en lokasjonssensitiv mobilapplikasjon* (Master). University of Bergen, Bergen.
- Licoppe, C. (2004). 'Connected' presence: the emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. *Environment and Planning D: Society and Space*, 22(1), 135-156.
- Licoppe, C. & Inada, Y. (2006). Emergent Uses of a Multiplayer Location-aware Mobile Game: the Interactional Consequences of Mediated Encounters. *Mobilities*, 1(1), 39-61. 10.1080/17450100500489221
- Liestøl, G. (1999). *Essays in rhetorics of hypermedia design* (Ph.D.). University of Oslo, Oslo.
- Liestøl, G. (2009). Situated Simulations: A Prototyped Augmented Reality Genre for Learning on the iPhone. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 3(Special Issue IMCL2009), 24-28.
- Ling, R. (2004). *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. Amsterdam: Elsevier.
- López-García, X., Silva-Rodríguez, A., Vizoso-García, Á.-A., Westlund, O. & Canavilhas, J. (2019). (Preprint) Mobile journalism: Systematic literature review. *Comunicar*, 59. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-01>
- Lowrey, W., Sherrill, L. & Broussard, R. (2019). Field and Ecology Approaches to Journalism Innovation: The Role of Ancillary Organizations. *Journalism Studies*, 1-19. 10.1080/1461670X.2019.1568904
- Lüders, M. (2007). *Being in mediated spaces : an enquiry into personal media practices* (no. 323). Department of Media and Communication, Faculty of Humanities, University of Oslo, Oslo.
- Løvlie, A. S. (2011). *Textopia: Experiments With Locative Literature* (Doctoral thesis). University of Oslo.
- Løvlie, A. S. (2012). You are the one thinking this: locative poetry as deictic writing. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 18(1-2), 109-127. 10.1080/13614568.2012.617845
- Maiden, N., Zachos, K., Brown, A., Brock, G., Nyre, L., Nygård Tonheim, A., . . . Evans, J. (2018). *Making the News: Digital Creativity Support for Journalists*. Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Montreal QC, Canada. Hentet fra <http://dx.doi.org/10.1145/3173574.3174049>
- Martela, F. (2015). Pragmatism as an attitude. I U. Zackariasson (Red.), *Action, Belief and Inquiry : Pragmatist Perspectives on Science, Society and Religion* (s. 187-207). Helsinki: Nordic Pragmatism Network. Hentet fra <http://www.nordprag.org/nsp/3/Martela.pdf>
- Mead, G. H. & Murphy, A. E. (1932). *The philosophy of the present*. Chicago and London: Open Court.
- Mersey, R. D. (2009). Online News Users' Sense Of Community. *Journalism Practice*, 3(3), 347-360. 10.1080/17512780902798687
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D. & Rowley, K. M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media & Society*, 13(5), 772-787. 10.1177/1461444810385095
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.

- Meyrowitz, J. (1994). Medium Theory. I D. Crowley & D. Mitchell (Red.), *Communication theory today* (s. 50-77). Cambridge: Polity press.
- Meyrowitz, J. (1997). Shifting Worlds of Strangers: Medium Theory and Changes in "Them" Versus "Us". *Sociological Inquiry*, 67(1), 59-71.
- Micallef, S., Sawhney, G. & Roussel, J. (2003). [murmur]. Hentet 30 sept, 2013 fra <http://murmurtoronto.ca>
- Midtgarder, T. (2002). Arven frå den amerikanske pragmatismen. *Nytt Norsk Tidsskrift*, 19 (03), 321-326.
- Mitchell, A., Rosenstiel, T. & Christian, L. (2012). *The State of the News Media 2012: An Annual Report on American Journalism -Mobile Devices and News Consumption: Some Good Signs for Journalism*. Washington, DC: Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism.
- Molyneux, L. (2018). Mobile News Consumption. *Digital Journalism*, 6(5), 634-650. 10.1080/21670811.2017.1334567
- Morgan, L. V. (1921). The Motivation of Sixth Grade Geography. *Journal of Geography*, 20(7), 264-269. 10.1080/00221342108984341
- Morlandstø, L. (2012a). Institusjonalisering og vekst. En studie av journalistikkforskningen i Skandinavia. *Nordicom Information*, 34(3-4), 3-17.
- Morlandstø, L. (2012b). Tema med visse variasjoner – en studie av utviklingen i skandinavisk journalistikkforskning. *Norsk medietidsskrift*, 19(04), 291-310.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L. & Kleis Nielsen, R. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*.
- NRK. (2013). Spionbyen Oslo. Hentet Jan 8. 2013 fra <http://www.nrk.no/spionbyen>
- Nygren, G. (2008). *Yrke på glid: om journalistrollens de-professionalisering*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för mediastudier.
- Nygren, G. (2014). Multiskilling in the newsroom—de-skilling or re-skilling of journalistic work? *The journal of media innovations*, 1(2), 75-96.
- Nygren, G. & Leckner, S. (2016). Facebook och hyperlokalt i de lokala mediernas ekosystem. I J. Ohlsson, H. Oscarsson & M. Solevid (Red.), *Ekvilibrium: SOM-undersökningen 2015* (s. 329-348). Göteborg Göteborgs universitet.
- Nygren, G., Leckner, S. & Tenor, C. (2017). Hyperlocals and Legacy Media. Media Ecologies in Transition. *Nordicom review* 39(1), 33-49. 10.1515/nor-2017-0419
- Nyre, L. (2007). Minimumsjournalistikk: eksperimentelle prosedyrer for demokratisk deltagelse i lydmedier. I B. Gentikow & E. Skogseth (Red.), *Medier og demokrati* (s. S. 122-[145] : fig., tab.). Oslo: Scandinavian Academic Press.
- Nyre, L. (2010). Experimenting with new media for journalism. *Nordicom Review*, 32(2-3).
- Nyre, L. (2012). Offentleg mediedesign. *Norsk medietidsskrift* 19(3), 196-197.
- Nyre, L. (2014a). God lokaljournalistikk berre på nett: Hypotetisk redesign av avisa Hordaland på Voss. I L. Morlandstø & A. Krumsvik (Red.), *Innovasjon og verdiskaping i lokale medier* (s. 279-303). [Oslo]: Cappelen Damm akademisk, 2014.
- Nyre, L. (2014b). Media design method. *The Journal of Media Innovations* 1(1), 86-109. <http://dx.doi.org/10.5617/jmi.v1i1.702>
- Nyre, L. (2015). Designing the Amplifon: A Locative Sound Medium to Supplement DAB Radio. *The journal of media innovations*, 2(2), 58-73. <http://dx.doi.org/10.5617/jmi.v2i2.985>
- Nyre, L., Bjørnstad, S., Tessem, B. & Øie, K. V. (2012). Locative journalism: Designing a location-dependent news medium for smartphones. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 18(3), 297-314. 10.1177/1354856512441151
- Nyre, L., Hoem, J., Tessem, B. & Ringheim, J. (2017). Designing the Auditor: A Prototype of Locative Radio with Original Sound Content. *Journal of Radio & Audio Media*, 24(1), 90-110. 10.1080/19376529.2017.1297152
- Nærland, T. U. (2015). *Music and the public sphere : exploring the political significance of Norwegian hip hop music through the lens of public sphere theory* (Ph.d.). University of Bergen, Bergen.

- Oppegaard, B. & Rabby, M. K. (2016). Proximity. *Digital Journalism*, 4(5), 621-638. 10.1080/21670811.2015.1063075
- Oppegaard, B. & Shine, G. P. (2014). Going Mobile: Changing the Face of Interpretation in the National Park Service. *Federal Histor*, (6), 123-142.
- Park, R. E. (1915). The City: Suggestions for the investigating of human behavior in the city environment *The American Journal of Sociology*, 20(5), 577-612.
- Park, R. E. (1922). *The Immigrant Press and its Control*. New York and London: Harper & Brothers Publishers.
- Park, R. E. (1923). The Natural History of The Newspaper. *The American Journal of Sociology*, 29(3), 273-289.
- Park, R. E. (1929). Urbanization as Measured by Newspaper Circulation. *The American Journal of Sociology*, 35(1), 60-79.
- Park, R. E. (1936). Human Ecology. *American Journal of Sociology*, 42(1), 1-15. 10.2307/2768859
- Park, R. E. (1938). Reflections on Communication and Culture. *American Journal of Sociology*, 44(2), 187-205. 10.2307/2768727
- Park, R. E. (1940). News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *The American Journal of Sociology*, 45(5), 669-686.
- Park, R. E. (1941a). Morale and the News. *The American Journal of Sociology*, 47(3), 360-377.
- Park, R. E. (1941b). News and the Power of the Press. *The American Journal of Sociology*, 47(1), 1-11.
- Park, R. E. (1968). The Mind of the Hobo: Reflections upon the Relation Between Mentality and Locomotion IR. E. Park, E. W. Burgess & R. D. McKenzie (Red.), *The City: Suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment* (s. 156-160). Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Pavlik, J. & Bridges, F. (2013). The Emergence of Augmented Reality (AR) as a Storytelling Medium in Journalism. *Journalism & Communication Monographs*, 15(1), 4-59. 10.1177/1522637912470819
- Pavlik, J. & McIntosh, S. (2006). Mobile News Design and Delivery. I J. Groebel, E. Noam & V. Feldmann (Red.), *Mobile media: Content and Services for Wireless Communications* (s. 87-95.). Mahwah, N.J.: Erlbaum.
- Perry, D. K. (2003). *The roots of civic journalism: Darwin, Dewey, and Mead*. Lanham, Md.: University Press of America.
- Peters, C. (2012). Journalism to go. *Journalism Studies*, 13(5-6), 695-705. 10.1080/1461670X.2012.662405
- Peters, C. (2016). Spaces and Places of News Consumption. I T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo & A. Hermida (Red.), *The Sage Handbook of Digital Journalism* (s. 354-369). London: Sage.
- Peters, J. D. (2004). Media and Communications. I J. R. Blau (Red.), *The Blackwell companion to sociology* (s. 16-29). Malden, Mass: Blackwell.
- Pinter, A. (2003). Thought News: A Quest For Democratic Communication Technology. *Javnost-The Public*, 10(2).
- Platt, J. (1994). The Chicago school and firsthand data. *History of the Human Sciences*, 7(1), 57-80. 10.1177/095269519400700103
- Pooley, J. & Katz, E. (2008). Further Notes on Why American Sociology Abandoned Mass Communication Research1. *Journal of Communication*, 58(4), 767-786. 10.1111/j.1460-2466.2008.00413.x
- Quinn, S. (2009). *Mobile Journalism in the Asian Region*. Singapore: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Raley, R. (2008). On Locative Narrative. *Genre: Forms of Discourse and Culture*, 41(1-2 (fall/winter)), 123-147.
- Reese, S. D. (2016). The New Geography of Journalism Research. *Digital Journalism*, 4(7), 816-826. 10.1080/21670811.2016.1152903
- Rogers, E. M. (1986). *Communication technology: the new media in society*. New York: The Free Press.

- Ruscha, E. (1966). *Every Building on the Sunset Strip*. Los Angeles. Hentet fra http://cdm.reed.edu/cdm4/artbooks/ruscha_sunsetstrip.php
- Ryfe, D. M. (2009). Broader and deeper: A study of newsroom culture in a time of change. *Journalism*, 10(2), 197-216. 10.1177/1464884908100601
- Saker, M. & Evans, L. (2016). Everyday life and locative play: an exploration of Foursquare and playful engagements with space and place. *Media, Culture & Society*, 38(8), 1169-1183. 10.1177/0163443716643149
- Saker, M. & Frith, J. (2018). Locative Media and Sociability: Using Location-Based Social Networks to Coordinate Everyday Life. *Architecture_media_politics_society*, 14(1), 1-21. 10.14324/111.444.amps.2018v14i1.001
- Sande, Ø. (1992). *Frå brevduer til satellittar: ei innføring i nyheitsformidling*. Oslo: Samlaget.
- Sanjay, R. & Joliveau, T. (2009). NeoGeography: an extension of mainstream geography for everyone made by everyone? *Journal of Location Based Services*, 3(2), 75-81. 10.1080/17489720903146824
- Scharl, A. & Tochtermann, K. (2007). *The Geospatial Web : How Geobrowsers, Social Software and the Web 2.0 are Shaping the Network Society*. London: Springer London.
- Schmitz Weiss, A. (2013). Exploring News Apps and Location-Based Services on the Smartphone. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(3), 435-456. 10.1177/1077699013493788
- Schmitz Weiss, A. (2015). Place-Based Knowledge in the Twenty-First Century. *Digital Journalism*, 3(1), 116-131. 10.1080/21670811.2014.928107
- Schmitz Weiss, A. (2018). Journalism Conundrum: Perceiving Location and Geographic Space Norms and Values. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 13(2), 46-60. <http://doi.org/10.16997/wpcc.285>
- Schrøder, K. C. (2014). News Media Old and New. *Journalism Studies*, 1-19. 10.1080/1461670X.2014.890332
- Schrøder, K. C. & Steeg Larsen, B. (2010). THE SHIFTING CROSS-MEDIA NEWS LANDSCAPE. *Journalism Studies*, 11(4), 524-534. 10.1080/14616701003638392
- Schudson, M. (1982). The Politics of Narrative Form: The Emergence of News Conventions in Print and Television. *Daedalus*, 111(4), 97-112.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: Norton.
- Sheller, M. & Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A*, 38(2), 207-226.
- Simmel, G., Frisby, D. & Featherstone, M. (1997). *Simmel on culture: selected writings*. London: Sage.
- Singer, J. B. (2003). Who are these Guys? The Online Challenge to the Notion of Journalistic Professionalism. *Journalism*, 4 (2), 139-163. 10.1177/146488490342001
- Sjøvaag, H. (2015). The Emergence of Metropolitan News. Shifting Concepts of Localism in Norwegian Regional Newspapers. *Nordicom Review*, 36(2), 17-32. 10.1515/nor-2015-0014
- Slaatta, T. (2010). Norsk medieforskning i sosiologiens første år. *Sosiologi i dag*, 40(4), 5-31.
- Smith, R. L. (1977). *George Herbert Mead and Sociology: the Chicago Years* (Doctor of Philosophy Doctoral thesis). University of Illinois at Urbana-Champaign, Urbana.
- Soja, E. (1999). Thirdspace: Expanding the Scope of the Geographical Imagination. I D. Massey, J. Allen & P. Sarre (Red.), *Human geography today* (s. 261). Cambridge: Polity Press.
- Stavelin, E. (2009). *Utviklingen & evalueringen av LokaNytt CMS - en innholdshandteringssystem for lokasjonssensitiv journalistikk for mobiltelefoner* (Master). University of Bergen, Bergen.
- Stavelin, E. (2013). *Computational journalism : when journalism meets programming* (Ph.D.). University of Bergen, Bergen. Hentet fra <https://bora.uib.no/handle/1956/7926>
- Steensen, S. (2009). The shaping of an online feature journalist. *Journalism*, 10(5), 702-718. 10.1177/1464884909106540
- Steensen, S. (2010). ONLINE JOURNALISM AND THE PROMISES OF NEW TECHNOLOGY. *Journalism Studies*, 12(3), 311-327. 10.1080/1461670x.2010.501151

- Struckmann, S. & Karnowski, V. (2016). News consumption in a changing media ecology: An MESM-study on mobile news. *Telematics and Informatics*, 33(2), 309-319. 10.1016/j.tele.2015.08.012
- Sundet, V. S. (2012). *Making sense of mobile media: institutional working notions, strategies and actions in convergent media markets*. Oslo: University of Oslo, Faculty of Humanities.
- Taneja, H., Webster, J. G., Malthouse, E. C. & Ksiazek, T. B. (2012). Media consumption across platforms: Identifying user-defined repertoires. *New Media & Society*, 14(6), 951-968. 10.1177/1461444811436146
- Tessem, B., Bjørnstad, S., Chen, W. & Nyre, L. (2015). Word cloud visualisation of locative information. *Journal of Location Based Services*, 9(4), 254-272. 10.1080/17489725.2015.1118566
- Tessem, B. & Nyre, L. (2012). Lokaljournalistikk for mobilen. I M. Eide, L. O. Larsen & H. Sjøvaag (Red.), *Nytt på nett og brett : journalistikk i forandring* (s. 127-145). Oslo: Universitetsforlaget.
- Theory, B. (2001). Can You See Me Now? Hentet 30 sept, 2013 fra <http://www.blasttheory.co.uk/projects/can-you-see-me-now/>
- Thielmann, T. (2010). Locative Media and Mediated Localities: An Introduction to Media Geography. *Aether. The journal of media geography*, 5a(spring), 1-17.
- Thurman, N. (2011). Making 'The Daily Me': Technology, economics and habit in the mainstream assimilation of personalized news. *Journalism*, 12(4), 395-415. 10.1177/1464884910388228
- Thurman, N., Moeller, J., Helberger, N. & Trilling, D. (2018). My Friends, Editors, Algorithms, and I. *Digital Journalism*, 1-23. 10.1080/21670811.2018.1493936
- Townsend, A. M. (2000). Life in the Real-Time City: Mobile Telephones and Urban Metabolism. *Journal of Urban Technology*, 7(2), 85-104. 10.1080/713684114
- Tuchman, G. (1973). Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. *American Journal of Sociology*, 79(1), 110-131.
- Tuters, M. & Varnelis, K. (2006). Beyond Locative Media: Giving Shape to the Internet of Things. *Leonardo*, 39(4), 357-363. doi:10.1162/leon.2006.39.4.357
- Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century*. London: Routledge.
- Urry, J. (2002). Mobility and Proximity. *Sociology*, 36(2), 255-274. 10.1177/0038038502036002002
- Uskali, T., Väätäjä, H. & Sirkkunen, E. (2017). Virtual reality prototyping in journalism. -How to best collaborate with agile methods. *Nordicom Information*, 39(1), 28-31.
- van Dalen, A. (2012). THE ALGORITHMS BEHIND THE HEADLINES. *Journalism Practice*, 6(5-6), 648-658. 10.1080/17512786.2012.667268
- Van Grove, J. (2010). Foursquare's New Frontier: Newspapers. Hentet 30 januar fra <http://mashable.com/2010/01/25/foursquare-metro-news/>
- Wahl-Jorgensen, K. (2016). The Chicago School and Ecology: A Reappraisal for the Digital Era. *American Behavioral Scientist*, 60(1), 8-23. 10.1177/0002764215601709
- Wahl-Jorgensen, K. (2012). The Chicago School of Sociology and Mass Communication Research: Rise, Rejection, Incorporation, and Rediscovery. I A. N. Valdivia & J. Nerone (Red.), *The International Encyclopedia of Media Studies* (Bd. 1, s. 554-577). Oxford: Wiley Blackwell. Hentet fra <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781444361506.wbiems027>
- Wake, J. D. (2013). *Mobile, location-based games for learning : developing, deploying and evaluating mobile game technology in education* (PhD). University of Bergen, Bergen. Hentet fra <https://bora.uib.no/handle/1956/7376>
- Walton, H. (1962). Now it's instant information: Robot Tells You Where to Go. *Popular Science*, 180, 108-109. Hentet fra <http://books.google.com/books?id=ByEDAAAAMBAJ&printsec=frontcover&hl=no#v=onepage&q&f=false>.
- Weiser, M. (1991). The Computer for the Twenty-First Century. *Scientific American*, 265(3), 66-75.
- Westbrook, R. B. (1991). *John Dewey and American democracy*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.

- Westlund, O. (2011). *Cross-media News Work - Sensemaking of the Mobile Media (R)evolution* (Ph.D Doctoral Thesis). University of Gothenburg, Gothenburg. Hentet fra <http://hdl.handle.net/2077/28118>
- Westlund, O. (2013). Mobile news. *Digital Journalism*, 1(1), 6-26. 10.1080/21670811.2012.740273
- Westlund, O. (2015). News consumption in an age of mobile media: Patterns, people, place, and participation. *Mobile Media & Communication*. 10.1177/2050157914563369
- Westlund, O. & Quinn, S. (2018). *Mobile Journalism and MoJos*: Oxford University Press. Hentet fra <http://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-841>
- Witschge, T. & Nygren, G. (2009). Journalistic Work: A Profession Under Pressure? *Journal of Media Business Studies*, 6(1), 37-59. 10.1080/16522354.2009.11073478
- Wolf, C. & Schnauber, A. (2014). News Consumption in the Mobile Era. *Digital Journalism*, 1-18. 10.1080/21670811.2014.942497
- Yin, R. K. (2003). *Case study research : design and methods* (3rd ed. utg. Applied social research methods series vol. 5). Thousand Oaks, Calif: Sage.
- Øie, K. V. (2012). Sensing the News: User Experiences when Reading Locative News. *Future Internet*, 4(1), 161-178. 10.3390/fi4010161
- Øie, K. V. (2013). Location sensitivity in locative journalism: an empirical study of experiences while producing locative journalism. *Continuum*, 27(4), 558-571. 10.1080/10304312.2013.803307
- Øie, K. V. (2015). News narratives in locative journalism – rethinking news for the mobile phone. *Journal of Media Practice*, 16(3), 245-262. 10.1080/14682753.2015.1116763

Del 2. Artiklene

Artikkel 1: Locative journalism: Designing a location-dependent news medium for smartphones

Abstract

This article provides an account of the tensions between locative context-awareness and the act of writing journalistic copy for a mobile application. Based on the field trials of the interdisciplinary LocaNews project, the article discusses locative media's potential for spatially sensitive news journalism.

In 2009 researchers in Norway made a medium design called LocaNews, and tested it out with pre-planned procedures for the two fundamental activities production and reception. 12 people worked as journalists, editors, technicians, and they generated 93 journalistic stories that were read and watched by 32 test-users who were interviewed. The present article deals with findings regarding the production of news content, and presents the strategies used to reinterpret the traditional news criteria of journalism to be fit for a GPS-equipped smartphone. First the article discusses the connection between journalism and cartography, and then introduces the experimental method used for this research. The bulk of the article consists of an evaluation of the experimental attempt at practicing location-dependent journalism. It deals with four issues: putting stories on the map, the characteristics of 'zoom in stories', the construction of an implied position for the readers, and finally the formulation of news criteria that focus on spatial proximity instead of temporal actuality

Keywords: locative media, journalism, cartography, experimental research, smart phone, medium design.

Introduction

This article deals with the potential of GPS-equipped phones in *local journalism*. While not ordinarily considered a 'locative medium', local journalism is certainly a candidate, along with other paper-based material like resort brochures, hiking maps, roadmaps and other directions for travel. Journalists annotate the public dimension of a town, landscape or a transport infrastructure in a way that increases the citizen's awareness and interpretation of his surroundings. Furthermore, the printed local newspaper is often the lifeblood of a town. It contains location news often directly relevant for the reader, but nonetheless the content cannot change with the reader's movement through the environment that the paper writes about. This is to say that local news is *location-oriented*, but not *location-dependent*. In contrast to the printed paper, the smartphone allows the news to change as the readers move around in their environment.

We wanted to test such location-dependence in a real setting. In 2009 we made a custom-made design called LokaNews, and tested it out at the Extreme Sports Festival at Voss, a municipality with 14.000 people, and thousands more arriving for the week-long festival in June. The LokaNews experimenters performed pre-planned procedures for the two basic activities production and reception. 12 people worked as journalists, editors, technicians, and they generated 93 journalistic stories that were read and watched by 32 test-users. The present article deals with the production of news content, and presents our strategies for how to re-interpret the traditional local news logic into a smartphone application.



Figure 1: Three screens from the LokaReader. First, the reader can choose between Here, Nearby and The rest of Voss. Second, after choosing Here, the reader gets a list of five stories within 100 meters, and third; the reader clicks on one to read through.

Before going into the production of news for the interface shown in figure 1, we will first discuss the persuasive powers of journalism and cartography, and establish the communicative link between them. Then we introduce the experimental method used for this research, which we call 'medium design'. The latter part of the article is an evaluation of our experimental attempt at practicing location-dependent journalism. It deals with four issues: putting stories on the map, the characteristics of 'zoom in stories', the construction of an implied geographical position for the readers, and finally the importance of resisting the established news criteria in order to focus on proximity. We conclude that LocaNews was counter-intuitive for journalists, and our set-up is unlikely to be attempted again.

Nevertheless, there is good reason to investigate location-dependent, hyperlocal technologies in search for robust journalistic solutions for the future. National and regional newspapers suffer a crisis because of falling subscription to the paper versions, increased concentration of ownership, and insufficient revenue from the online versions. Although Norwegian local newspapers are still in a relatively strong economic position, the falling rate of paper subscription is likely to eventually weaken the local newspapers too. We propose that local journalism migrate to the mobile phone, because this platform allows local newsrooms to respond more sensitively than ever to the readers' movement through their surroundings, and is likely to become more sustainable in the future.

Journalism: short-term reporting of social information

While maps change relatively slowly, the journalistic profession deals profusely with the newest events. At the level of social and political life interesting variations take place in a matter of hours and days, and journalism portrays it routinely.

Journalism's greatest merit lies in the double-check quality control and professional norms, which is sorely lacking in contemporary free-for-all forums like blogs, Facebook profiles and Twitter streams. Some journalism researchers suggest that professional news can be trusted more for its accuracy and objectivity than any other form of public communication, because of its strong professional ethics and venerable history (Keen, 2007).

Journalism consists of short-term reporting of social information that can be used to update oneself on important issues and happenings in a given region of a country. It is mainly linguistic, meaning that it relies on the written and spoken word to a very large extent. This verbal dimension is expected to be truthful, well-researched, autonomous, critical and relevant in a democratic way. Papacharissi (2009: vii) states that 'It is via *association* that citizens are

able to perform their democratic duties, and the press has been instrumental in providing citizens with the information, venues, and tools needed to associate freely and for the common good of a democratic state’.

In this article we are particularly concerned with the reporting typical of local journalism. Local news is always about people and events in a sharply limited geographical area, and this has implications for the news criteria. The national Oslo-based newspaper VG with its 884.000 readers has a different news agenda from the 27.000 reader strong Hordaland, which covers the Voss region. People and events are dealt with in a much closer perspective, for good and bad. The writers live in the same community as the ones they write for and about, which for example means that the editor may be careful about criticising the mayor, or may routinely refrain from writing about tragic accidents in the same tabloid style as the capital newspaper.

Although regional newspapers have very precise local coverage, this information is accessible wherever you are, and is also written in order to be potentially relevant for anybody. It seems ideal to introduce smartphone cartography into local journalism because the relevance of proximity is already so strong in the profession, and the journalists are already so familiar with their local environment.

There are interesting examples of attempts at combining cartography and news. The sociologist Robert Park in the 1920s worked with urban ecology studies, and studied cartography in order to try out how news events related to each other when their location was plotted on a map. ‘We had a diphtheria epidemic. I plotted the cases on a map of the city and in this way called attention to what seemed the source of the infection, an open sewer’ (Baker, 1973: 254). The interest in collecting public (and journalistic) information on a mapped surface was tremendously strengthened with the emergence of the Internet. In the last decade research in the field of geographical information systems (GIS) has provided sophisticated examples of movement mapping, for instance by Neuhaus (2010) and Mei-Po Kwan (2000). In relation to journalism, geo-tagging is a powerful tool. Any kind of media content can be annotated on a web-based map. While maps previously had a modest role in journalism, they have now become versatile, dynamic and very useful.

One renowned example of journalism and location-based news services is www.everyblock.com. Everyblock combines public data that is geo-tagged, and the users can zoom in on a map-based interface to see for example what kinds of crime are being perpetrated in their neighbourhood. In 2009 Everyblock released a mobile application that took into consideration the users’ physical position. The application now also has a feature that allows you to draw your own geographical boundaries, called ‘custom locations’.

However, it may be difficult to introduce location-dependent journalism into the practices of local newspapers in the future. There are several reasons why this remediation process is slow, or even unlikely. Local newspapers have been the same for hundreds of years, in that they consist of printed paper and are distributed to houses and establishments with lorries and by other means, and this age-old practice cannot be expected to leapfrog to the mobile phone platform just like that. The most dramatic possibility is that local newspapers may not survive. Deuze (2007: 141) argues that journalism is coming to an end. 'The boundaries between journalism and other forms of public communication – ranging from public relations or advertorials to weblogs and podcasts – are vanishing'. Deuze in particular thinks that journalism is too nationalistic, 'losing touch with a society that is global as well as local' (Deuze, 2007). We believe that local newspapers will lose touch with their community and shrink in relevance if they don't take up the smartphone's location awareness alongside their traditional editorial remit.

In addition there may be a genuine confusion about which methods of journalism will work best in the new technical environment. There is a continuous introduction of new software and platforms, and it further fragments the opportunities for innovation. Most prominently, social media based on the principle of locative information have appeared in ever greater numbers since approximately 2005, notably for the iPhone, Android and Symbian smart phones with GPS (Goggin, 2011). You can now register your location in Facebook Places, Twitter, Google Latitude, Foursquare, and a host of other services. Some of the social media are starting to integrate editorial news in their cartographic applications, and in this way directly challenge local newspapers. Foursquare has made editorial partnership with the Canadian Metro News, and the national coverage service includes restaurant reviews, city tips, to-dos and articles that mobile users can stumble upon as they traverse the landscape.

All these cross-media opportunities are genuinely confusing for the practitioners of local journalism. The offer of online news is experimental and heterogeneous, and subject to the extremes of international success and immediate obscurity. There is still no indigenous public sphere for these media, like there is for radio or television, and local journalism is unlikely to be a driving force in the innovation process. On this basis it seems that researchers must create cartographic local journalism experimentally in order to study it at all.

Cartography: long-term accumulation of locative information

Cartography is the skill of drawing a map, and maps in their turn are 'graphical representations that facilitate a spatial understanding of things, concepts, conditions, processes, or events in

the human world' (Harley and Woodward, 1987: xvi). Maps consist of long-term accumulation of physical information that can be used for navigation and orientation in a landscape. The graphic design theorist Tufte is concerned about the visual 'dimensionality and density of portrayals of information' (Tufte, 1990: 9), and promotes maps as one of the most complex forms of visual instruction. Tufte calls cartography 'cognitive art', and this art form involves large amounts of images that are created and multiplied in the world over every year.

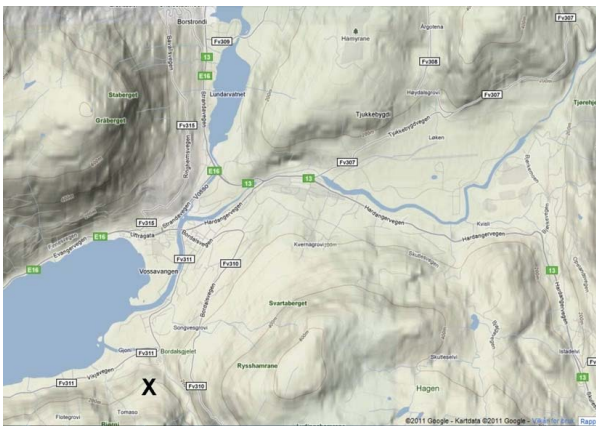


Figure 2: The same topographical perspective on Voss as represented in a photograph (Wikipedia Commons) and a web map (Google Maps). The X on the map shows the approximate position of the photographer.

Both the photograph and the map in figure 2 show the landscape of Voss. The map's main function is to describe the location and characteristics of physical structures that the user can expect to be there if he seeks out the landscape in question (Glud et al., 2009).

Described in geographical terms Voss is a landscape of river valleys with many mid-size rivers coming together in a lake system where Lake Vangsvatnet is the biggest at 56 meters above sea level. Steep mountain slopes swing up from the valleys and the mountains peak at around 1500 meters. The peaks create a continuous natural border between civilized, cultivated land and the cold, barren mountains. In the valleys and by the lake shores wide pine forests stretch out on flat sandy ground, and small-scale farms climb the sides of the valleys with grass production for sheep and milk cows. A major road system runs from the regional centre Bergen through Voss towards Oslo in the east, and there are several road crossings towards Sognefjorden in the north and Hardangerfjorden in the south. The railroad between Bergen and Oslo goes through Voss, and there is an airfield for private planes. The rivers are too small to support boat traffic.

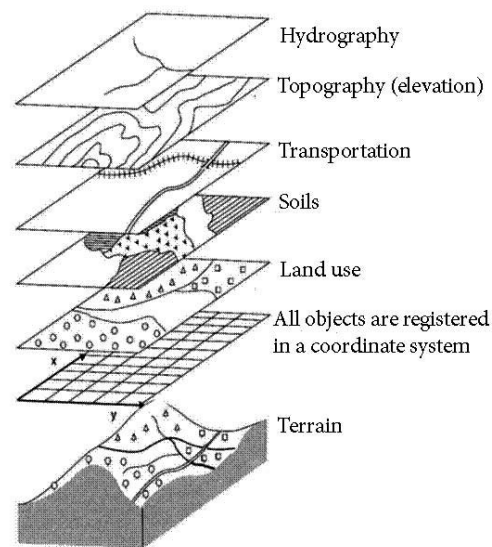


Figure 3: Display of physical information through layering in geographical information systems (Bernhardsen, 2006: 17, our translation).

Figure 3 shows that there are at least six physical layers that can be mapped in territorial maps: Waterways/oceans, elevation, transport infrastructures, soil/surface, and land use. The six

layers are cut through by a coordinate system, and 'projected' as a complete map. Figure 3 presents the type of information that is traditionally contained in paper maps, but it is important to stress that maps can also contain various types of social and historical information.

In terms of information portrayal, a map makes use of the fundamental principle that Tufte (1990: 32) calls 'a sense of *average* and of *variation* about that average – the two fundamental summary measures of statistical data'. Figure 3 allows for an understanding of the town of Voss where the geology is expected to be very stable, while the changing weather creates seasonal variations in the hydrography. The transportation infrastructures change quite slowly, but in dramatic bursts when a new public building is erected or a new highway cuts through the landscape. In such cases the map has to be reprinted in order to stay factual.

Territorial maps have a visual form that allows the user to navigate from point A to B without previous knowledge about B, and this in turn makes for a highly realistic understanding of one's surroundings. Adams (2009: 193) refers to the 'communication model' of cartography, where a map is considered 'a linear flow of communication through a neutral conduit'. This conception is widespread in relation to territorial maps. It is nevertheless important to remember that this realism is carefully constructed by the cartographer. Critical cartographers such as Wood (1992) and Kitchin and Dodge (2007) deconstruct assumptions about the neutrality and objectivity of maps, and claim that they are socially biased just like written texts. This conception seems particularly reasonable in relation to choropleth maps, where thematic information is portrayed. For example different parts of a country can be shaded or patterned in proportion to the measurement of the per capita income of the citizens living there. Representing human populations on maps is a cartographic practice that has been deployed for many decades across a number of disciplines including census geography, political geography and health studies. Since the advent of the Google Maps API there are also now plenty of online examples and mashups that use this thematic style of mapping (Gordon and de Souza e Sliva, 2011).

Medium design method

In an appeal for more empirical research on digital media, Gripsrud (2009: 15) writes that 'the web does not warrant mystification, uncritical celebration or prejudiced condemnations. It deserves innumerable serious, theoretically informed, multifaceted, multi-method, empirical investigations'.

Before the 1990s there was little direct contact between design science and media studies, but the increasing importance of journalism, music and video on the internet made a shared focus inevitable. In the international literature Bolter and Grusin (1999), Nielsen (2000) and Manovich (2001) were influential in giving media students and academics a more practical

understanding of computers and their communicative potential. Murdock (2005) promotes an agenda called 'building the digital commons', where he gives advice about how best to make new media designs for the old medium of broadcasting. Scheible, Tuulos and Ojala (2007) tested a mass participation photo art project, where 184 participants walked around in Manhattan taking photos that were shown on large public signs in Times Square. Liestøl (2009) designed an augmented reality tool for portrayal of ancient structures (Viking burial mounds, Roman buildings) that are projected into the landscape they once existed in, and Nyre (2007) designed procedures for an dialogic Internet talk radio for local and national elections. They are all representatives of a tendency for researchers to shifted emphasis from how artefacts ought instrumentally or rationally to function (engineering), to what they mean to those affected by them. This has also been dealt with theoretically as 'the semantic turn' (Krippendorf, 2006), and it is practiced in education and industry as 'interaction design' (Sharp et al., 2007).

Scientific investigation implies that there is testing of hypotheses, monitoring and logging of activities and qualities, and various types of systematic interpretation of the material, where the aim is to draw conclusions and learn more about future options. The LocaNews project is governed by the traditional expectation that social science should be useful in for society, combined with the constructive attitude of 'interaction design' (see Nyre 2010; 2011). The core of media design is that researchers have direct, experimental contact with reality. In some cases, as in the case of locative journalism, researchers cannot analyse the ongoing events from a distance, or recapitulate their historical development, they must actually propose concrete solutions, and make functional prototypes of their proposed solutions. In the same way that a new Internet banking system can be designed, implemented and tested, a new media system can also be designed, implemented and tested. And, most interestingly; since such a project deals with people and their communicative interests, it is by definition a sociological project.

In LocaNews the main sociological challenge was journalistic. Could we formulate a reasonable instruction for the journalists working in the prototype medium? According to (Latour, 1994: 226) every technology contains a 'program of action', that is, a series of prescriptions for behaviour that the user must adhere to (or ignore at his peril). We wanted to construct a spatially oriented program of action. The design method for LocaNews can be summed up in three phases:

1. *Build a functional medium design.* The LocaNews project is based on two separate interfaces specially tailored for journalists and readers respectively. The interfaces were called the LocaWriter and the LocaReader. The first is the editorial software for journalists, photographers and editors (Stavelin, 2009), where all the text and photos are uploaded, and

the layout is generated. The second is the reader software for mobile phone users, where people select news stories and scroll through, reading the news (Leirvåg, 2009). The LocaReader was first programmed in the Python programming language for Nokia Symbian smartphones, and then rewritten into the C++ programming language to be run on the same phones. In newer versions made after the 2009 experiments, the software runs on Android smartphones and is programmed in Java. This simple structure of production-reception makes LocaNews a strictly one-way medium, without channels for feedback from readers. The programming and design choices of LocaNews are analysed in Bjørnstad, Tessem and Nyre (2011a).

2. Make procedures for content-production. LocaNews was organized to simulate the productive capacity of an average Norwegian local newspaper. The staff consisted of 13 people, including technicians, editors, journalists and photographers. Five journalists worked full time during the week-long experiment, with an editor and technical support. All photos and journalistic copy were published under the auspices of a responsible editor. Since our focus was the new type of locative content and the news criteria associated with it, we made no attempt at being innovative at the organizational level. LocaNews had a desk editor, journalists worked in teams with a writer and a press photographer, and the news was presented with a catchy headline, lead and journalistic copy. See Deuze (ed) (2011) for an overview of essential journalistic practices.

3. Evaluate the design in a public setting. It is highly pedagogical for the researcher to have members of the general public trying out the design. LocaNews needed people who could function as readers of the news while moving around in Voss. We exposed a sample of 32 people to the service, and monitored their behaviour with a questionnaire and observation notes. We gave the users access to the phone and the application for 1-2 hours. The participants had to conform to a certain set of procedures that we were testing, but there were no limitations on their behaviour beyond this (for interesting projects in the same vein, see Gjedde and Ingemann, 2008; Elwood and Martin, 2000). The LocaNews user evaluations are analysed in Bjørnstad, Tessem and Nyre (2011b) and Øie (2011).

It seems necessary to stress that LocaNews is not action research. This tradition is typically conceived of as being active in the sense of improving the conditions for behaviour and experience in an involved group. This can be making a business staff more efficient because they are made to enjoy work more (Gustavsen, 2001), or teaching discriminated immigrants how to cope better with their situation (Fals Borda, 2001). However, LocaNews only involved the participants for one week at Voss, and the production unit was shut down permanently after the festival. LocaNews did not aim to change the lives of any particular social group; we

only wanted to learn about the reactions of some individuals in order to assess the viability of our procedures for location-dependent journalism.

Due to the large amount of data from LocaNews, we will specify that the following analyses are based on four data types: summaries of exemplary news stories, statistical data about the entire text corpus, screen shots from the two software programs, and illustrations of cartographic/navigational features. LocaNews is not just textual, but has also two important graphical information types; photographs and positions and directions on maps. In this article the graphical dimension is paramount, and the figures are essential to our report, and should be considered core evidence. A partial goal in the following is to develop a vocabulary for analysing locative journalism.

Procedures for journalistic location sensitivity

LocaNews introduces cartography in the journalistic practice in order to rehearse a skill that is likely to become more important in the future, namely (professional) location sensitivity. For one week in June 2009 the town of Voss was filled with thousands of athletes, volunteer staff, onlookers and ordinary tourists, and for the same duration we made a special news service appealing to their location sensitivity. The swollen population was a good test-case for LocaNews, and we established our newsroom in the morning on a Sunday, and packed it down on a Saturday night.

We worked with three information types in order to cultivate location sensitivity among our journalists: *proximity* to a location plotted on a map, *photographs* of people, places and events, and *descriptions and arguments* written in journalistic form. Proximity was registered in the form of GPS-signals generated by the movements of the users, which the researchers used to generate a relevant priority of news. Photographs, descriptions and arguments were made more or less in accordance with standard professional values, since this was not our main testing ground.

LocaNews mainly contained news from the centre of Voss, although some news locations were further afield. The base jumping events in Gudvangen and ski-railing competition at Vikafjell were both at least 40 kilometres away in different directions.

The analysis deals with four issues that turned out to be quite challenging for the research team: putting stories on the map, creating the genre 'zoom in stories', constructing an implied position for the readers, and creating specifically locative (as opposed to temporal) news criteria.

1: Putting stories on the map

How did LocaNews work? Imagine that you have a Nokia N95 in your hand. The software is running and a menu appears. The LocaReader gives you a choice of stories from *here*, *nearby* and *Voss at large*. If you choose 'here' the stories that are located in a radius of 100 meter from your position will be filtered out and presented.

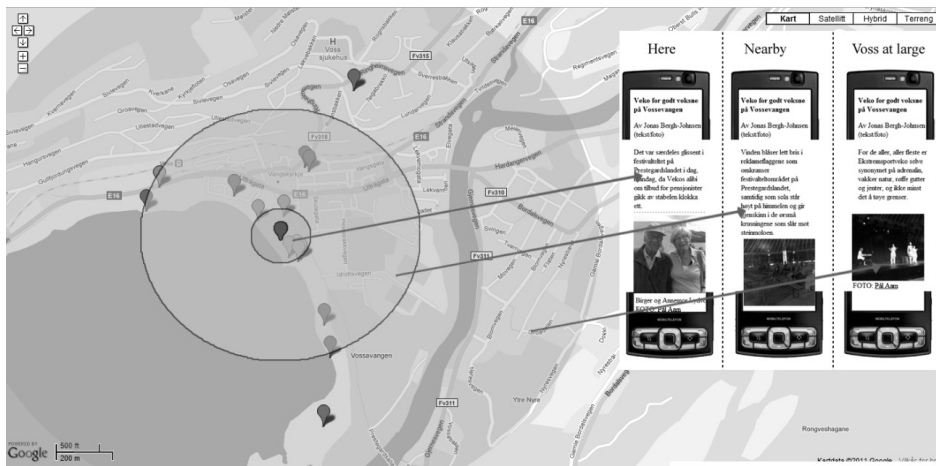


Figure 4: Illustration of the three proximity zones. Note that although the outermost zone actually extends endlessly in all directions, it is drawn up with boundaries for clarity.

In fact LocaNews contains *three* versions of the same story. Whichever story you are reading in the 'here' mode, there are two more versions that are not displayed in the software; one which is only available if you are 100-500 meters away, and one which is only available if you are more than 500 meters away. These three proximity zones are illustrated in figure 4. Due to restrictions in the software the reader could only access the article that corresponded to his location within the three-divided geographical space. The LocaReader could have been constructed to give access to all three versions at the same time, but we chose the mutually exclusive solution in order to force a sense of context-dependency on users. The LocaReader had no help text that explained this significant feature, and the readers could only discover the differentiation by moving around and discovering that this would cause the story to be presented in different ways.

The three-version approach to journalism was the crucial context-aware feature of LocaNews, because it follows the movements 'towards' and 'away from' that is a constant of travelling and moving around. The journalists were supposed to work from a systematic differentiation between the three areas of proximity, and to make this the fundamental distinguishing feature. News criteria, types of photographs, choice of sources, writing style, etc. would be tailored to the three proximity distinctions.

It turned out to be a real challenge to make rules for location-aware journalism. The newsroom didn't succeed in developing the analytic rigor required to systematically distinguish between three areas of proximity to the event. For example, the same headline and picture was often used in all three stories although it was possible to differentiate, and this expressed relatively weak location sensitivity among the staff. Several topics were treated in the same writing style across the three versions; especially the descriptive style where an arena, concert hall or town square was presented in exactly the same way in all three versions. It was difficult to find good criteria for differentiating between them in a journalistically relevant way. Furthermore none of our news writers were locals, and they lacked the familiarity with landscapes and social life bred from permanent habitation at Voss. These factors made it difficult for the journalists to become truly enthusiastic about their job.

2: Zoom in stories

We learnt that there were ways of dramatizing the three-version story into simple narratives, and developed one such narrative in a comprehensive way. Zoom in-stories are written to encourage the reader to walk or drive to a certain location in Voss because there is a particularly interesting thing to see there. One story deals with a PR-stunt related to the festival. The Bula clothes company has hung a mock-up clothes line across a river canyon. It is more than a kilometre long, and the clothes hang 40 to 60 meters down in the gorge, and it is visible from parts of central Voss.



Figure 5: An illustration of the procedure for zoom in-stories, using 'Clothes Line Saga' as example.

Regardless of how far away you are, you can read the version called *Voss at large*. The planned news criterion is that you cannot see the news location, and the news is written to be interesting for anyone who is in Voss, or who approaches Voss on the roads or the railway. The two thick black arrows in figure 5 show the intended direction of travel. This far-away version should have a critical perspective and focus on decision makers and other powerful persons and organizations. This version of the clothes line story contains critical opinions about the spectacle, in that several people voice objections to the ugliness of the spectacle and argue that it should not have been allowed. This presumably increases the curiosity of the reader, and makes her want to see it for herself.

You have to be nearer than 500 meters to access the version called *nearby*. You may be able to see the news location, and maybe not. The planned news criterion was that this version is written to capture the social mood in a given neighbourhood, and to write about its influence on the news story in question. You can walk to the exact location of the story in a matter of minutes, if the story captures your interest. The grey arrows in figure 5 show the intended direction of travel. The clothes line story is located in the neighbourhood where you can best see the clothes line from across the lake. There are interviews with tourists, local people and café guests, who all have an opinion about the clothes line. The best position for looking at it is described, and the reader is encouraged to go there.

You have to be nearer than 100 meters to read the version called *here*. The black point in figure 5 marks the reader's implied position. The planned news criterion was that interviews

and witness reports are written in a personal way, to increase the sense of presence. Not only can you see the news location, you are so close that you can touch and handle the news topic, walk around and look at the context, and by reading the story learn what has happened or may happen right here in the future. The 'here' version of the 'Clothes line saga' basically confirms that you have reached the best visual position, and can now enjoy the recommended spectacle with maximum effect. The written story contains background information on how they have stretched the wire across the canyon, and other facts that presume the heightened interest of a person who is looking at it right now.

The zoom in procedure is the most explicitly 'location dependent' procedure we were able to create during the LocaNews experimental phase. It would work well for example for drawing tourists towards sights of public interest, like a waterfall, a special building or an installation art work. Based on the experimental procedures we see that future iterations must have several different narratives that are pre-planned, and which all help to differentiate better between the three levels of proximity. There have to be intuitively graspable differences between the three levels if they are to succeed in creating a realistic sense of context-awareness.

3: Constructing the implied position

The biggest challenge was that locative journalism requires a strong sense of location sensitivity in order to realize its potential. The stories have to be written (and photographed) in a way that creates good bearings for the readers, and the 'here' story should preferably create a sense of what navigators call 'point position'. This means that you know exactly where you are. 'You can use that knowledge to identify on the map any major feature that you can see in the landscape. You can also identify in the landscape any major visible feature that is shown on the map' (Burns and Burns, 2004: 47). We will discuss three practical dimensions of constructing the point position: finding the interesting places and events to cover journalistically, taking photographs that gives the right sense of presence, and display the reader's position in relation to the location that the journalists are describing (the implied or point position).

For the editorial staff the job of locating the story on the map was a crucial part of its production. The journalists used the hybrid and roadmap functions of Google Maps to find the best location for the story. In technical terms this was an easy job.



Figure 6: The LocaWriter's display of news stories. Half-way through the week there were 13 stories on the map.

We also supported a journalistic perspective on what has been 'covered' (Figure 6). The map in the LocaWriter was progressively saturated with news stories represented by flags, with different colours signifying the genres 'news', 'culture' and 'sports'. Sometimes it was difficult for journalists to give the story a position because the map didn't match the terrain, especially not at very close range.

Figure 7 shows a photograph from a story about a paraglider crash. The photograph quite realistically represents the point of view of somebody who was actually at the scene of events. The journalist is a witness in the traditional sense, and the story constructs the reader as being present at the scene. The news item in figure 7 looks much like ordinary web journalism, except that the reader is likely to read it hours or days after the accident happened; in the same place that it happened.



Figure 7: The LokaReader display of a photograph for the story 'Paraglider crashes on lake shore'. The caption reads 'The ambulance arrived quickly'.

It was very difficult to photograph the two outer zones in a meaningful way. Landscape and overview photos were impractical on the small screen as all the details disappeared. The quantitative analysis shows that the photos tend to represent social gatherings. The photo of a man being carried on a stretcher is a good example. Only 8 % of the photos were landscapes (and 3 % were portrait photos). 68 % of the first photos in a story deal with activities and persons in a semi-total frame, which means that the bodies of several people are captured, along with features such as cars, paragliders, bridges, etc. Photos were overall the most successful feature of our journalism, especially in the 'here' zone. They gave a strong sense of presence to the news stories.

In LokaNews there is a positioning map at the bottom of all news stories, and the relationship between the two marked positions has an important function. With yourself as a reference point you can move around in this parallel journalistic sphere and see how the information density increases or decreases with your movements. Notice that this differentiation required that the users reload the story after relocating themselves. It displays the navigator's position relative to the various news stories in the vicinity.



Figure 8: The LokaReader's display of your position (D) in relation to the news story (A). In the top left corner it reads 'Return to front page'.

Studying the map in figure 8 the user can look around and identify geographical markers like the road, the shoreline and the border zone between the park and the sand dunes. This is a topologization of information where 'mapping' is not meant metaphorically as some form of compartmentalization of thoughts and ideas, but geographically as a placement of claims and facts in suitable locations (Brennan-Horley et al., 2010).

The visualisation of the reader's position (D) in relation to the event (A) was generated automatically, and was not actively used by the LokaNews production team. This directional map could have had a more prominent function, for example as the main principle for organising the articles (instead of a list). The layout and typography of LokaNews resembled the designs of established online news too much. The way of thinking and writing was dominated by the perceived need for a snappy headline, short lead, and inverted pyramid report, and this made it even more difficult to write with proximity as the main news criterion.

4: Locative news criteria

LokaNews's journalistic ambitions at the outset were to make the news criterion *proximity* into the primary criterion for selection of news stories, and then to write three highly differentiated versions of the news, where traditional writing styles and priorities were followed. This is described in detail above. Along with the mobile display this strategy would presumably create a very high sense of relevance for readers. After the completion of the experiment, we no

longer have such ambitions. It turned out to be very difficult to resist the established news criterion of *temporal actuality* in order to focus on spatial proximity, and we encountered four problems in particular. They were confirmed by a quantitative analysis of the 93 stories (Klausen, 2011).

1. *Events, not structures.* Since LocaNews deals with places, we registered the kinds of places identified in the news stories. 26 % of the stories took place by a river bed, which can be explained by the many events involving river boats, and also by the welcoming flat terrain along the rivers and lakes, where most of the infrastructure is located. A further 40 % of the stories were located on mountain tops, hillsides and along the lakes, which are also important venues for sports like biking, skiing, kiting, etc. A meagre 20 % of the stories took place in public places, buildings or in private homes.

2. *Sociability, not politics.* We rated the news stories according to what type of description was dominant, and found that social surroundings and activities dominated in 46 %, other people's action in 37.6%, and the larger geographical surroundings in only 7.5% of the stories. This reflects the types of events that are considered newsworthy at a festival, where some hundreds of people gather around a pivotal activity for a few hours, then disperse and gather anew at another venue. Our journalists captured this laid-back migration through the landscape without using the first-person perspective; only 5 % of the stories were dominated by the journalist's own experience.

3. *Observation, not analysis.* During the experimental production period the journalism turned out to be observational rather than analytical. The statistics shows that uncontroversial issues like outdoor life, sports, tourism and entertainment make up 80 % of the content, while culture journalism makes up an additional 13 %. The bias towards colourful descriptions without background research is shown by the fact that the average number of photos in LocaNews was 2.8, while the average number of interviewees was 0.9. A more investigative method would imply talking to many people and checking many facts before writing the story, and this strategy would have increased the average number of interviewees.

4. *Positive, not negative bias.* We rated all stories on the felt bias of the story, and 13 % were strongly positive, 46 % positive, 40 % neutral and only 1 % raised a confrontational perspective on the given topic. There was 0 % coverage of presumably controversial issues like municipal economy, business reports, agriculture and crime. The lack of investigative attitude also shows in the analysis of how many sources the news stories had. A whopping 37 % of the articles had no sources, while 26 % were festival organizers, 15 % athletes, and 9 % audience members. The rest was made up of business people and media workers, but none of the locals were politicians, policemen or other officials.

These facts suggest that LocaNews became an information service for a festival instead of an independent news organization. The news criteria of conflict and polarization were not at all central to our journalism. This can partly be attributed to the enthusiastic ethos that the Extreme Sports Festival has in the public eye. Especially journalists and media professionals tend to like it a lot, mainly because there are endless photo opportunities with dramatic sports action and beautiful natural sceneries. This visual abundance tends to undermine the motivation for writing properly critical journalism about the arrangement and its local implications. There is an element of ad-hoc loyalty at work, and it is even practiced by presumably disinterested journalists who find themselves caught by the good vibrations, the wonderful weather and the smooth organization of everything. By the way, this kind of patriotism is typical of local Norwegian newspapers.

Conclusion

What did we learn from the LocaNews project? Although it may be easy to design a medium which affords location-dependent journalism, it is very difficult to re-orient the established journalistic procedures and textual conventions so that they effectively exploit the possibilities of the new medium. It is easier to design a new technology than to establish a new journalistic practice.

Locative journalism is a very different writing practice from traditional local journalism. Our journalists had problems adapting to the news criteria related to the three levels of context-awareness. It seemed to be almost counter-intuitive for journalists to work with news criteria based on spatial proximity rather than temporal actuality. Brian Winston's 'law of suppression of radical potential' describes the social mechanism that we encountered in our own practices during the LocaNews experiments. Constraints operate to reduce the level of unfamiliarity to a minimum, and to "slow the rate of diffusion so that the social fabric in general can absorb the new machine and essential formations such as business entities and other institutions can be protected and preserved' (Winston, 1998: 9). Along the way the radical potential for location-dependent journalism is likely to be watered down, and the public is left with a less sensitive conception of local space than it could have had. Journalists need more precise knowledge of location differences, and the ability to use it in a critical way, something which can really only come about through long-term education and adoption of locative journalism in the profession itself.

References

- (2012) *EveryBlock*. Available at: www.everyblock.com
- Adams PC. (2009) *Geographies of Media and Communication. A Critical Introduction*, Oxford: Wiley-Blackwell.

- Baker PJ. (1973) The Life Histories of W. I. Thomas and Robert E. Park. *The American Journal of Sociology* 79: 243-260.
- Bernhardsen T. (2006) *Geografiske informasjonssystemer (Geographic Information Systems)*, Nesbru: Vett og viten.
- Bjørnstad S, Tessem B and Nyre L. (2011a) Design and Evaluation of a Location-Based Mobile News Reader. *New Technologies, Mobility and Security (NTMS), 2011 4th IFIP International Conference on*. Paris.
- Bjørnstad S, Tessem B and Nyre L. (2011b) Experimental evaluation of tools and concepts for location-aware journalism. *IADIS International Conference E-Society 2011*. Avila, Spain.
- Bolter JD and Grusin R. (1999) *Remediation: understanding new media*, Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Brennan-Horley C, Luckman S, Gibson C, et al. (2010) GIS, Ethnography, and Cultural Research: Putting Maps Back into Ethnographic Mapping. *The Information Society* 26 92-103.
- Burns B and Burns M. (2004) *Wilderness Navigation. Finding your way using map, compass, altimeter & GPS*, Seattle: Mountaineers Books.
- Deuze M. (2007) *Media work*, Cambridge: Polity.
- Deuze Me. (2011) *The Routledge Companion to News and Journalism*, London: Routledge.
- Elwood S and Martin D. (2000) Placing interviews: Location as a consideration in doing qualitative interviews. *The Professional Geographer* 52: 649-657.
- Fals Borda O. (2001) Participatory (Action) Research in Social Theory. Origins and challenges. In: Reason P and Bradbury H (eds) *Handbook of Action Research. Participative inquiry and practice*. London: Sage.
- Gjedde L and Ingemann B. (2008) *Researching Experiences: Exploring processual and experimental methods in cultural analysis*, Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Glud LN, Albrechtslund A and Harder H. (2009) The persuasive qualities of maps. *Persuasive'09*. Claremont, CA. USA.
- Goggin G. (2011) *Global mobile media*, London: Routledge.
- Gordon E and de Souza e Sliva A. (2011) *Net Locality. Why location matters in a networked world*, Oxford: Wiley-Blackwell.
- Gripsrud J. (2009) Digitising the public sphere: two key issues. *Javnost - the public* 16 5-16.
- Gustavsen B. (2001) Theory and practice. The mediating discourse. In: Reason P and Bradbury H (eds) *Handbook of Action Research. Participative Inquiry and Practice*. London: Sage.
- Harley JB and Woodward D. (1987) *The History of Cartography. Cartography in Prehistoric, Ancient, and Medieval Europe and the Mediterranean*, Chicago: University of Chicago Press.
- Keen A. (2007) *The cult of the amateur : how today's Internet is killing our culture*, New York: Doubleday/Currency.

- Kitchin R and Dodge M. (2007) Rethinking Maps. *Progress in Human Geography* 31: 331-344.
- Klausen R. (2011) Lokasjonsstyrte medietekster for mobile medium (Location-guided media texts for mobile media). Volda: University College of Volda.
- Krippendorf K. (2006) *The Semantic Turn. A New Foundation for Design*, New York: Taylor & Francis.
- Kwan M-P. (2000) Analysis of human spatial behavior in a GIS environment: Recent developments and future prospects. *Journal of Geographical Systems* 2: 85-90.
- Latour B. (1994) Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts. In: Bijker WE and Law J (eds) *Shaping technology/building society : studies in sociotechnical change*. Cambridge, MA: MIT Press, 225–258.
- Leirvåg C. (2009) Lokaleser -brukersentrert design av en lokasjonssensitiv mobilapplikasjon. *Department of Information Science and Media Studies*. Bergen: University of Bergen.
- Liestøl G. (2009) Situated Simulations: A Prototyped Augmented Reality Genre for Learning on the iPhone. *International Journal of Interactive Mobile Technologies* 3: 24-28.
- Manovich L. (2001) *The language of new media*, Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Murdock G. (2005) Building the digital commons. Public broadcasting in the age of the Internet. In: G. L and P. J (eds) *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting. RIPE@2005*. Stockholm: Nordicom.
- Neuhaus F. (2010) UrbanDiary - A Tracking Project Capturing the Beat and Rhythm of the City: Using GPS devices to visualise individual and collective routines within Central London. *The Journal of Space Syntax* 1: 315-336.
- Nielsen J. (2000) *Designing web usability : The Practice of Simplicity*, Indianapolis, Ind: New Riders.
- Nyre L. (2007) Minimumsjournalistikk: eksperimentelle prosedyrer for demokratisk deltagelse i lydmedier. Oslo: Scandinavian Academic Press, S. 122-[145] : fig., tab.
- Nyre L. (2010) Experimenting with new media for journalism. *Nordicom Review* 32.
- Nyre L. (2011) Medium design considered as a method for research on new media. *Paper presentation at NordMedia 2011 Conference in August 11-13, 2011*. Akureyri, Iceland.
- Papacharissi Z. (2009) Journalism and Citizenship. *New Agendas in Communication*. New York: Routledge.
- Scheible J, Tuulos V and Ojala T. (2007) Story Mashup: Design and evaluation of novel interactive storytelling game for mobile and web users. *MUM07: The 6th International Conference on Mobile and Ubiquitous Multimedia*. Oulu, Finland.
- Sharp H, Rogers Y and Preece J. (2007) *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*, Chichester: John Wiley.

- Stavelin E. (2009) Utviklingen & evalueringen av LokaNytt CMS - en innholdshandteringssystem for lokasjonssensitiv journalistikk for mobiltelefoner. *Department of Information Science and Media Studies*. Bergen: University of Bergen.
- Tufte ER. (1990) *Envisioning Information*, Cheshire, CT: Graphics Press.
- Winston B. (1998) *Media technology and society : a history : from the telegraph to the Internet*, London: Routledge.
- Wood D. (1992) *The Power of Maps*: The Guilford Press.
- Øie KV. (2011) A sense of news. Investigating user experiences when reading locative news. *NordMedia 2011 Conference*. Akureyri, Iceland.

Artikkel 2: Location sensitivity in locative journalism: an empirical study of experiences while producing locative journalism

New possibilities for journalism arise by virtue of the emergence of an 'always on' generation of mobile device users. Positioning technologies, such as GPS, as part of mobile devices opens opportunities for adopting content to both the user's physical and social contexts (context-aware services) and so have the potential to transform ways in which people conceive of and relate to news. This article focuses on aspects of production of locative news texts. Through the project LocaNews, we used the mobile phones' built-in GPS in order to tailor news relevant to the physical position of users. This project explores what kind of spatial notions are required for production of locative journalism for a mobile platform. The project consists of two iterations with empirical experiences from a total of 89 informants.

Introduction

This article focuses on production strategies for locative news texts and presents findings based on the experiences of 89 students producing locative news texts targeting readers in their specific physical location through their GPS-enabled mobile phone. News and location have always been key issues for journalism and have the potential to extend further with the properties of ubiquitous computing. Newspapers that take a city or a region's name, their impact areas, the logistics of their distribution and advertising, and their targeting of specific groups of readers is all about location. Today, with the technological development already achieved, the news content productions have remained pretty much unchanged for the last 200 years. News tailored for mobile devices, based on their GPS position, can potentially be tied to the terms context-awareness, pervasive computing and ubiquitous computing, particularly since mobile connections made the proximity electronic. Several attempts in journalism innovation can be labelled within these terms and could represent a future reorientation of part of the field of journalism. While ubiquitous computing gradually develops, spreads and gains popularity in various urban cultures, it seems that journalism, as we know it, has not taken this path yet. This article explores such an attempt in news production represented through the approach taken by the project, *LocaNews*.¹ *LocaNews* takes an explorative approach to journalistic practices and therefore has the potential to represent an alternative way of producing and presenting news. This article's central interest investigates how producers of journalistic content (media students) cope with the geospatial elements of what I label *locative journalism*. On the basis of the results of this two-step project, I will try to determine what kind of knowledge and skills practitioners need to develop in the specific field

of locative journalism. This locative platform was chosen since it makes use of electronic positioning facility in the mobile devices that have already changed our practices within Internet searching, marketing and social media and is believed to change journalism practices and use.

Before going into the spatial approaches during the production of locative news, I will discuss the potential impact of location-based services, locative media storytelling and provide some existing examples. Then, I will follow up with a discussion on the journalism profession before introducing the LocaNews system and its methods. The last part is the findings from the project.

Background

Brian Greenspan argues that site-specific digital literature is perfectly situated to engage large audiences who already adopt locative media for other purposes. However, the growing use of location-based technologies has not yet produced a sizeable audience for locative media storytelling (Greenspan, 2011). Naturally, there is a large scholarly interest in location-based services at the moment. Several newer contributions explore the rising locative narratives, as Rieser (2005) does in his paper on locative spatial narratives, Løvlie (2011b) does in his work on locative literature and Messeter (2009) suggests place-specific computing as a genre of interactive design, mediated by digital technology and influenced by the structuring conditions of place.

The issue of how journalistic content has, can or will change in relation to locative news stories for users on the move remains a lacuna for contemporary research. In journalism, most of the context-awareness interest is related to hyperlocal news, such as blogging or citizen/participatory journalism (Bruns, 2005; Bruns et al., 2008). However, there is a great deal of research on the diffusion of the news habits of readers of journalistic content on smartphones (Goggin, 2006; Katz and Aakhus, 2002; Ling, 2004; Rheingold, 2002; Westlund, 2008) and how technology reshapes journalistic production (Erdal, 2008; Pavlik, 2000; South and Nicholson, 2002). One reason for the lack of journalistic research on locative news for handsets can be the lack of existing journalistic practices and that Media Studies tend to approach existing practices.

In 2003, the term 'locative media' was coined by Karlis Kalnins in order to provide a more precise terminological understanding of a fuzzy field which artist and activist both inhabit. In Kalnins' understanding, locative is a case, not a place. Locative media works within a location and yet many of its applications are still location-independent in a technical sense. As in the case of digital media, where the medium itself is not digital but the content is, locative media's medium may itself not be location-oriented, while its content is (Thielmann, 2010). Locative media can be several things. I define locative media as a framework for understanding

the relationship of consciousness to place and other people, which is enabled by or with digital technologies. LocaNews is location-aware and location-dependent since the key feature of the system is that the user gets different versions of the news story depending on her physical position. This happens because the journalist writes three different versions of each story that is programmed to occur in three different proximity zones related to the mobile device position. The zones are 0–100 m, between 100 and 500m and exceeding 500 m. These zones were chosen since it represents the here, the neighbourhood and the town at large.

Background

This project set out to examine how newsroom-driven journalism, which comprises a traditional gatekeeper role, can be produced on a location-aware system for mobile phones.



Figure 1. The circles show the range of the three versions based on the news story in the centre. The proximity zones are overlaid the rural town of Volda, Norway.

This makes it possible to test and compare the common understanding of traditional journalism on a new platform. Implemented audio and video facilities are excluded in this study in order to focus on the role of spatiality in the traditional news text production. However, implementing audio and video in a technical sense would be easy to do within this system. Thus, the content production in this project does not affiliate directly with citizen/participatory-driven hyperlocal news even though there can be similarities. In opposition to the common meaning of hyperlocal news, which often can be considered location-oriented, this system is location-aware or location-dependent as the content changes and varies along with your movement. Figure 1 shows the proximity zones and its corresponding texts that make the system location-aware.

It is necessary to stress that the LocaNews project is not meant to be a realistic approach for future practice within the journalism industry itself. Even though, it represents an alternative approach, the application design and the production strategies are considered to lack holistic user possibilities and not to be cost-efficient enough for the industry. However, writing three different versions of each story provide the opportunity to compare the spatial differences in the production of the news.

Current industry practices

There are, however, a few existing forms of location-based news services, still, they are not location-dependent in the same way as LocaNews. One well-known example of journalism and location-based news service is www.everyblock.com. Its founder, Adrian Holovaty, is both a programmer and a journalist. *Everyblock* combines public data that are geotagged and the users can zoom in on a map-based interface to see the frequency and type of crime happening in their neighbourhood. In 2009, *Everyblock* released a mobile application that took into consideration the user's physical position in March 2011. *Everyblock* is one of the first news services of its kind despite its ongoing debate on whether this is journalism or not, since it is all computer-generated or citizen-driven. Holovaty resigned from *Everyblock* in August 2012 and characterize the site as a tremendous success highlighting their achievement within open-data movement, custom maps, open source code and the impact the site had on the current neighbourhood (Holovaty, 2012). Some of the popular location-based social network mobile applications also have integrated news within the application. *Foursquare* has made editorial partnership with newspapers, and Canada's free daily newspaper *Metro News* was the first. Its editorial partnership includes restaurant reviews, city tips, to dos and articles that mobile users can stumble upon as they browse. Later, the *Wall Street Journal* also partnered up with *Foursquare*, launching their first 'breaking news' one month later, in May 2008. The story about an evacuation at Times Square following the discovery of a suspicious package was sent to users who followed the Journal on *Foursquare* and happened to be in New York at that time.² The best-known pedagogical project in locative journalism, *Locate Chicago 2016* (<http://lojoconnect.com>),³ was completed at the Medill School of Journalism of Northwestern University in 2008. This project is similar to the LocaNews project and was aimed at finding answers to the following questions: (1) How do newsrooms use locative storytelling, if at all, and what can they learn from it? (2) How viable is locative storytelling? (3) How can journalists incorporate locative storytelling, both immediately and further along in the future? In the student report which summarizes the project, the key findings were that geography and geotagging are powerful tools for organizing and searching for content and that news organizations should be geotagging content as much as possible. Also, the study concludes that mobile technology is ideal for location-based services, and while audio presentation has been underappreciated,

newsrooms should utilize it more considering the tendency for people to use portable devices while multitasking (Joyce Chang, 2008). The main difference between *Locate Chicago 2016* and LocaNews is that *Locate Chicago 2016* mainly focuses on a predefined walking tour relying heavily on audio related to historical features and the potential changes in the surroundings if Chicago was to be successful in its bid to host the Olympic Games in 2016 (which they were not). *Locate Chicago 2016* participants receive location dependent stories using the Google Earth platform, but are limited to one storyline that automatically gives the users push-audio when they enter a new area defined by the writers. The experiences in producing content are limited to this fixed linear storyline approach. In LocaNews, potential users choose where to go and what kinds of stories they want to read. This means that each story must stand alone without leaning on other stories. In LocaNews, we did not use audio, just pure text and photos focusing on a variety of news, including hard news.

Journalism profession as changed by digital storytelling

Pavlik argues that online digital journalism changes the production, nature, structure and organization of news content. The once basic inverted pyramid is becoming obsolete in the online news world. It is to some extent replaced or supplemented by interactive multimedia presentations and different ways of telling the news story – zoomable maps, 360-degree navigational pictures and videos are some of many examples not previously available. Pavlik (2000) suggests that some of these alternative ways of telling stories could in some way perhaps move news reporting closer to the truth by removing one level of filtering. Mark Deuze's study of global journalism education confirms that there is an international debate between scholars and the industry about what journalism is and what it should be. One of several reasons for these problems or deficiencies can be that journalism as a profession is under pressure from different phenomena such as citizen journalism, blogs, PR professionals, governments, advertisers and, not the least, the readers (Deuze, 2006). According to Singer (2003), the biggest challenge to preserving or strengthening journalism as a profession is the growth of online journalists. With online journalism comes a focus on emerging technologies, new attitudes, skills and competencies for journalists (Deuze, 2003). Some of these skills and competencies change faster than university curricula and skills. At the same time, the news media employ more people from other fields than the traditional journalism schools.

Method

This project explores and takes advantages of some of the properties of the mobile platform for locative journalism. The participating media students in this project act as content providers to media consumers, but they are also the consumers of the system and so become media consumers themselves. The system and the design of this project are therefore crucial and

influence the media consumers (students) in various ways. Students are used as content providers in order to control and do a close study of this non-existing practice.

First, we built a system for producing and presenting news articles. This web application (LocaWriter) is the tool the media students use to write news stories with geotagging, permitting an editor to accept, revise or reject articles (Stavelin, 2009). We also produced a mobile application for reading this news (LocaReader) in order to allow the students to test and experience their writings from a user perspective. The LocaReader's usability is tested on ordinary news consumers and evaluated in Bjørnstad, Tessem, and Nyre (2011a) and was found to be highly usable. The user experiences of the news content are treated in the article 'Sensing the News – User Experiences When Reading Locative News' (Øie, 2012) and discovered that the average user found this kind of news more interesting and more informative than ordinary news. At the same time they had a problem identifying this as journalism, rather than an information service. Nyre et al. (2012) discuss the design of LocaNews as a news medium and conclude that it is easier to design a new medium than to establish a new journalistic practice.

Similar approaches for exploring digital media or genres are argued by Nyre (2008; Nyre, 2010a) who suggests a future scenario for radio journalism using GPS journalism for the stations in order to administer and tailor news to the life of urban navigators and in experimenting with new media for journalism, by Liestøl (2009) in his prototyped genre situated simulations based on a augmented reality system and in Løvlie's (2009; Løvlie, 2011b) Textopia project experimenting with locative literature.

The empirical material this project generated consists of both a questionnaire and an observational data, gathered during and at the end of a five-day intensive session involving a total of 89 students (45 students in 2009 and 44 in 2010). The questionnaire was divided into sections with questions about demographics, daily use of media technology and a main part on the journalistic work during the LocaNews project. Within these sections, most of the questions approached location technology, mobile media and spatial notions. Classroom observation data were chosen instead of interviews and aims to be a correction to elements during the production of journalism that the questionnaire cannot catch. These may cover how students collaborate, how they organize their work, their real-time experiences and their answers to questions during the process. Some of the text produced during the project will be used in the analyses to provide relevant examples.

The project consisted of two iterations or periods, to be able to trace possible changes. The first one, completed on April 2009, was more explorative and tested some of the limits within this system, and the second, completed on May 2010 with a different group of students,

was more structured and based on the analyses of the first one. Between the first and the second iterations, several changes were made. The most important changes included additional lectures about the emergence of mobile phones and the usage of location-based technology and the possibilities they give for news media usage. We hoped this would introduce more vocational value to the learning and an interest in exploring the text spatial possibilities. We spent less time on learning how to use LocaWriter (production tool) for producing news. We changed the mobile platform from Symbian based phones to Android-based phones because of technical problems with programming and distribution to make it easier for the students to share with family and friends. We hoped this would give the impression of more 'real' readers. We opened up LocaWriter to make it possible to add different titles and photos to the different versions within the story and instructed the students to make use of this functionality. We hoped that this would make it easier to produce the different versions, which most students struggled with in the first iteration. Finally, we provided guideline proposals for this type of journalism which was divided into three sections: one focused on newsworthiness, the second on describing geographical elements and the third on sources and presentation. The guidelines forced the students to improve their differentiated versions by using different sources, titles and photos. All this made the organization of the teaching more structured, which can affect the results on teaching professionalism and organization both positively and negatively. Students may have felt as though they lost 'freedom' when we gave them guideline proposals, but felt safer when using the guidelines.

We used the classroom at the journalism department to simulate a real newsroom setting. The course participants were given the role of journalists and editors, and these roles rotated during the week. The students were free to write any kind of written journalistic content regardless of length and genre within the overall journalistic ethical criteria. Two hundred twenty journalistic stories (in three versions, total 660 texts in both years) were published even if the students were not given a minimum number of texts during that week. The students' mission in the LocaNews project was to concentrate on issues with journalistic potential for the centre of the rural town of Volda (62.148517N, 6.070361E) with 8500 inhabitants on the west coast of Norway. In the town centre, there are 5500 people in addition to 1800 students.

In LocaWriter, the students wrote three versions of the same news story. These versions differ and appear to users who are within 100m from the news item, between 100 and 500m and exceeding 500m from the geolocated news story. The version of the news story is limited to the readers' specific location zone in relation to the news item. The user would not be able to see the other versions unless she/he moved to another proximity zone. All of this will be dictated by the built-in GPS in the mobile phone. In the users' mobile interface, the different distance categories appear as 'Here', 'Neighborhood' and 'In the Town'. This was the

crucial feature of the LocaNews project. The proximity zones were chosen in order to push the differences these geographical zones represent since it facilitates the right here, the walking distance and the more distant. In this sense, the three zones can be equivalent to the notions of ultralocal, hyperlocal and local news. I consider this tripartite division of the story to be a unique starting point for the student's training in considering different aspects of useful geographical and spatial adjustment for the three versions. It forces the students to work systematically for geographical and spatial differences between the versions. This affected almost every aspect in their journalistic work containing source selection, photography, writing styles, titles and more. At the same time, this is what makes the LocaNews project location-aware. This means that the journalist must consider the potential surroundings of the user when writing the different versions of the story.

The results and what kind of effect the changes between the two iterations resulted in are presented in the next section. Empirical tendencies will be presented related to spatial skills and experiences, and will be followed by a conclusion. Traditional journalistic skills such as ethics, public responsibility, writing and research skills are not forgotten, but stand as a premise and will not be the focus of this article.

Analysis

Prior knowledge and background – participants' usage of media and online geographical services

Of the 89 student participants 52 were female and 37 were male, with an average age of 21 years. The students were in their second semester in their first year of a total of three years. The bachelor's degree they take is called Media, ICT and Communication and is a theoretical-practical programme at Volda University College, Norway. This journalistic part is just one of many elements in their vocational training. Out of 10 students, 8 had no recent experience of studying at this level before.

The student participants were asked about their relationship to different kinds of media technologies and relevant online geographical content in order to trace changes and adapt the teaching in the best way. The students had advanced media habits and were exposed to numerous sorts of media content and technology in their everyday life. They were active news consumers both of printed and online news and clearly had opinions about the content and form of the news they consumed. When it came to the participants' mobile use, they were more likely to be considered as traditional mobile users. They mainly used their mobile phone to stay connected via voice calls and SMS. Most of the students would rather choose to access the Internet via a PC. These results are quite similar to Westlund's (2008) studies which show that

many of the Swedish users of mobile phones were very happy with the present Internet access and used their computers for their news.

The use of mobile services changed significantly from 2009 to 2010. Students who used their mobile phones for Internet services several times a week or even more increased radically from 2009 to 2010. Half of the students who rarely or never used Internet on their phones stated that it is too expensive and the rest did not have phones that support Internet, or the students were not familiar with this functionality. The most used Internet services on a mobile device were social media and news. In 2009, 1 of 10 students had used the mobile device to locate places through maps compared to 1 of 3 in 2010. Few of the students used the GPS on their mobiles. This answer is probably related to the fact that GPS is most common in newer phones (smartphones) that only 2 of the students owned in 2009 and 17 in 2010. Only half of the students were willing to use battery life on their phones in order to read content that they could have waited to read when they went home in 2009. In 2010, this number increased to 8 out of 10. The usage of online geographical orientation through maps is well covered by the students and they were active users of online digital maps. The Norwegian map service www.gulesider.no (yellow pages) and Google Maps were the most widely used services. Half of the students had navigated on embedded maps in online news articles.

All this shows that the students had great experience in general media use and were familiar with online maps on the Internet. They had less experience and knowledge about how location-based services on mobile devices should be or work, even though this usage seems to increase constantly. I consider this to be the skills and knowledge most lacking which the students need for producing location-aware news for mobile devices, although even in 2010, one out of four students reported that they had downloaded mobile applications that were location-based and the students cope well with the use of online maps.

Addressing location

So, what new practices, if any, are being implemented in newsrooms that make location-dependent news for mobile devices? Basic journalistic skills can be considered fundamental, but the new spatial dimension in this journalism forces the students to take the user's perspective in a different way than in ordinary journalism. This new practice requires new skills. The main difference is place and the users' relation to that place. Important questions for the journalists to ask themselves are what kind of information, description, interviewed sources and photos are useful, relevant and can add value to the user's potential-related physical distance to the story. The three versions of each story, which can be criticized for being artificial, forced the students to distinguish between the spatial annotations suitable for each specific proximity version. An example of this, experienced by students, was that many spatial

annotations believed to be useful for the closest proximity version were later deemed superfluous. The reason for this was that the potential reader was already present at the current location and could observe or see these specific elements in real-time while reading the story. The skills I focus on in this analysis and suggest the students must practice in this spatial-oriented project are writing text, taking photo and geotagging. The results and interpretations will be presented partly overlapping due to several crossing causalities and the change between the first iteration and the second, to give an overall picture of the process. Unless specifically stated, the presented result represents the total student group.

The students had no or few problem with using the Content Management System (CMS) for publication of the news and its functions for writing texts. Most of the students looked at LocaNews as very different or different from the journalism they were used to. The main reason for this is the three different versions they had to write in each case. The students reported that they had problems with constructing different versions (Here, Neighborhood and In the Town at large), and the greatest difficulty was differentiating between the versions Here (0–100 m) and Neighborhood (100–500 m).

They found geotagging (pinpointing the news article on the map) easy. The cases that were most difficult to place on the map were consumer subjects, followed by culture, science, local news and economy. Some of these findings are probably coloured by the subjects covered by the students. Of the cases, the most difficult to place were those that contained several locations and those that lacked an obvious location. This could mean that the student collected or got inspiration from existing news tailored for other formats and experienced that this approach did not work completely in this format. I suggest that some journalistic subjects or content are not suitable for this format even though I cannot tell specifically from the results. The students managed this by rewriting their texts to make them fit or gave them an approximate location. This means that the students adopted the journalistic texts to fit this format without major problems.

The fact that the students adopted the format easily does not, however, imply that they liked it. What the students did not like about this form of journalism was that there were only certain stories that were appropriate to bind to a specific location. Half of the students disliked making three versions of each case. This stands as a contrast to the user experiences, which showed that the users appreciated this kind of news (Øie, 2012). Some of the course participants also disliked that the project did not have 'real' readers. These results were similar both in 2009 and 2010. We changed the receiver platform from Symbian to Android phones to make it easier to share and to programme and to solve some Symbian problems with authentication which we had in the first iteration. Even though this gave students more

opportunity to share the application with friends and family, few, if any, did. This could have given them motivation for writing stories to 'real' readers, but it did not.

The students who disliked that there were no established guidelines for this kind of journalism decreased from 2009 to 2010 when we provided guidelines. Our guidelines affected the result, but did not change what the students' interpreted as well established. With the guidelines provided in the second iteration (2010) we thought that this was something the students would consult when they found it difficult to differentiate the story versions. The number of students who found it difficult to write three different version of a news story remained the same even if guidelines were given. Almost all of the students reported that the guidelines were useful, but about half of them used the guidelines only at the start of this project. This could mean that the guidelines were not sufficient to define the proximity versions. At the same time, the guidelines offered students a sense of security. The differential of proximity zones is probably the most unusual and demanding for the students, due to challenges of finding different sources, considering newsworthiness and coping with the topography of the rural town of Volda with mountains, fjords and undefined neighbourhoods. In larger, more urban surroundings, where the sense of predefined neighbourhoods is stronger, this may feel more natural. Table 1 shows which part of the guidelines the students consider the most useful.

In the second iteration, we let the CMS (LocaWriter) support different photographs and subheadings in the three different versions of the story. The students were instructed to present different photos representing their approaches to their story versions. The students found it easy to take relevant photos in both iterations, but the photos influenced the stories more and appeared more tailored for location in the second iteration. Some students reported that taking different photos specific to each version made it easier to distinguish between the versions (Here, Neighborhood and In the Town at large). This resulted in more differential versions of the story. Figure 2 shows one story from 2009 (a) and one from 2010 (b). Both stories deal with a case about a dangerous road.

In the example from 2009, the story is quite similar to an ordinary story in a local newspaper and the titles and photographs are the same in all versions. The spatial differences here can be seen in the use of different interviewed sources. In the version 0–100m (Here), there is an eyewitness who walks this road daily and experiences the road as dangerous. In the Neighborhood version (100–500 m), the source is an ambulance driver who says the road is narrow and suggests there should be a sidewalk on the road. He states that there have been no accidents so far in this specific location. In the Town at large version (exceeding 500 m), the municipality confirms the problem with missing sidewalks and says the safety on the road

will be improved by the end of 2010, according to existing plans. These three versions represent differences, but seem to be driven by the choice of sources more than specific spatial annotations.

Table 1. Guidelines that students consider most useful?

	Criteria for selecting stories	Addressing spatiality	Source selection and presentation	Do not know the difference	Total
Count	9	13	15	7	44
Percentage of total	20,5	29,5	34,1	15,9	100

In the example from 2010, the text appears more tailored to the user in order to give useful information instead of just reporting a phenomenon. The versions contain different subheadings and photos. In the version 0–100m (Here), the story warns the drivers about the dangerous road to the site, and the person walking on the specific site. The story contains specific street address with house numbers and does not bother to tell us which district we are in, addressing both walkers and drivers (hopefully passengers in the moving car). In the version 100–500m (Neighborhood), the story warns about pedestrians walking along the road after an abrupt turn. The story contains the road name and places of the specific location between the ferry landing and the nearby town Ørsta (which represents landmarks or junctions for travellers) in order to orient the reader. This version is tailored for drivers. In the version exceeding 500m (the town), readers are informed about the dangerous road and that the road lacks sidewalks for pedestrians. Furthermore, the story generally asks the drivers approaching Volda to pay attention. The version addresses potential drivers.

It seems that including more technical possibilities in the CMS to differentiate the story versions along with the practical training makes the students far more sympathetic to including spatial annotations and to sense the needs of different readers based on their

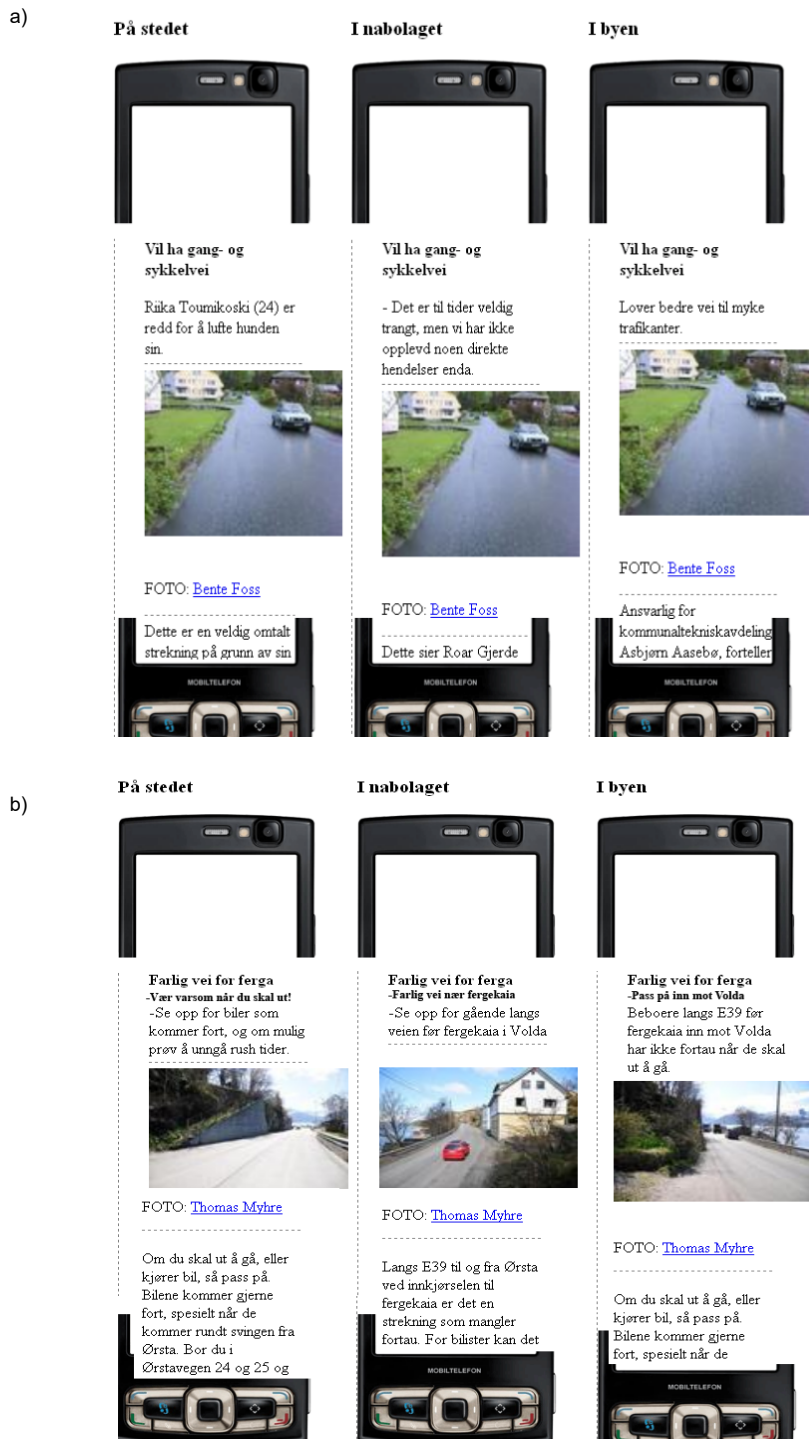


Figure 2. Two examples of stories from 2009 (a) and 2010 (b). Both deal with a case about a dangerous road, but in different ways.

location. Kevin Lynch's works on the social cityscape represent an early understanding in how physical movement in a city could work as a narrative experience. Lynch divides the image of the city, as he calls it, into elements such as landmarks, districts, paths, nodes and edges. These elements, according to Lynch (1960), are what people use to orient themselves in a cityscape. I asked the students which of Lynch's elements they used for orientation in Volda when geotagging their stories. In addition, I added place names to the alternatives since this rural town does not follow the same grid system for roads as the cities Lynch studied and the locals are more likely to address something with place names. Table 2 shows which elements the students used to orient by when pinpointing (and most likely addressing) locations for their news stories during the project.

This shows that the students used several aspects in order to orient themselves when pinpointing and addressing the location. Spatial annotations from these categories can be traced in the texts being produced.

Table 2. Elements that the students orient on when placing the story on the map.

	2009	2010	Total
Place name	59.1 %	55.6 %	57.3 %
Landmarks	40.9 %	57.8 %	49.4 %
Districts	20.5 %	26.7 %	23.6 %
Streets (paths)	75 %	64.4 %	69.7 %
Cross (nodes)	38.6 %	48.9 %	43.8 %
Edges	13.6 %	35.6 %	24.7 %

Conclusion

The *LocaNews* project represents a new perspective on journalism, which is non-existent in the industry and still to be proven as useful for large groups of newsreaders. The feature of writing three versions of each news story is not likely to be cost-effective for the industry, but is what that makes the journalism in this project location-aware and location-dependent. In this article, I have focused mainly on what kind of spatial skills and practices students need and experience when addressing location-dependent news to a mobile platform. There is obvious problem with measurement of needed skills in a non-existing practice, but the results of their experiences show what parts they are struggling with when coping with spatial differentials in the production of texts and can be read as skill development at least. Students' news production tends to be close to existing industry practices (Frey and Simonsen, 2010), and when introducing the students to something new a framework is crucial. Within the *LocaNews* framework and with some teacher instructions the students adapted the new form very quickly

and the students gave positive feedback on being part of the project and experiencing something new. The form of journalism in this project breaks with the students' preconceived notions about what journalism should be, and maybe this is the reason why the minority of the participants in 2009 believed that the project was useful or very useful for their future work. In the second iteration of the project in 2010, we gave lectures about mobile culture and the industry's strong focus on mobile platforms. This can partly explain why the majority believed, in 2010, this could be useful or very useful in future work, but is not the only explanation. The number of students who found this useful for future work was the same for the group that did not physically attend the lectures about mobile culture, etc. This could mean that their perception of the usefulness of this project just as well could come from external interests and beliefs.

In this project, the most important aspects were the technical possibilities and spatial and geographical notions. One week of training on producing locative journalism is not sufficient in itself, but the kind and amount of practical training and text production this project gave the students were valuable also for traditional journalism work. For example, the students learned a lot after they went out and tested reading their written news stories on a mobile phone. They all changed their story in different ways when re-entering the newsroom after testing. Some of these changes were to replace the story on the map because it was inaccurate. Other changes included more accurate descriptions of the place or neighbourhood and nearby neighbourhoods, in order to help the user to navigate to or away from the subject location. Student opinions about what kind of photo suited the location changed as well. Several students wanted the proximity zones we had predefined to be more accurate (0–10m) because the rural town of Volda had few obvious landmarks to navigate from and between. Some found new sources they could interview, such as construction workers at the location of a story related to rehabilitation of water pipelines.

This kind of journalism does not fit stories that contain several locations and stories that obviously lack a specific place, such as climate change, some municipal plans and larger governmental reforms, social or group criticism, etc. This can violate what one would expect journalism to be or what journalism should be. On the other hand, the format can provide news stories that suit the mobile phone as a personal device and lower the threshold of newsworthiness and appear as more tailored or personalized. All this, however, depends on the content production and its spatial and personal tailored annotations.

If our prototype is to be improved further with more technical possibilities in the future, implementing the social media aspect such as user feedback, commentary, sharing, video, sound and other forms of participating journalism would be the main focus. By shifting focus

from the current physical position, the focus could be on the situation. This situation affects the cultural and historical approaches to the urban space and by including human movement, this situation would be more complex for potential news tailoring. For example, this news tailoring may be addressed differently to a commuter, visitor, young, or old depending on whether it's a holiday, winter, weekend, etc. News can be potentially tailored to all these situations which Williams and Dourish (2006) calls differentiated mobility, still readers want to be surprised and 'educated' by news for which they did not search or anticipated. This represents the problem of addressing news and may be one of the reasons why the customization of news in this way has not taken off. The students would probably find more and different ways to address news to these situations.

Notes

1. LocaNews (in Norwegian: Lokanytt) refers to both locative and local news and is a larger project that is investigated by scholars with different approaches. Other approaches are field studies of user experiences of this kind of news, the usability of the mobile application, text analysis of the journalistic texts that is produced. In this article, the focus is on the production.

2. <http://www.observer.com/2010/media/wall-street-journal-breaks-news-over-foursquare-first-time>

3. A six-person group of graduate students worked for 10 weeks to investigate the intersection of geography and journalism to learn about 'locative storytelling' for media organizations.

References

- Bjørnstad S, Tessem B and Nyre L. (2011) Design and Evaluation of a Location-Based Mobile News Reader. *New Technologies, Mobility and Security (NTMS), 2011 4th IFIP International Conference on*. Paris.
- Bruns A. (2005) *Gatewatching: collaborative online news production*, New York: P. Lang.
- Bruns A, Wilson J and Saunders B. (2008) Building Spaces for Hyperlocal Citizen Journalism. *IR 9.0 – Rethinking Communities, Rethinking Place* Copenhagen: The Association of Internet Researchers.
- Deuze M. (2003) The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society* 5: 203-230.
- Deuze M. (2006) GLOBAL JOURNALISM EDUCATION -- A conceptual approach. *Journalism Studies* 7: 19 - 34.
- Erdal IJ. (2008) Cross-media news journalism: institutional, professional and textual strategies and practices in multi-platform news production. Oslo: Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo, VIII, 210 s.
- Frey E and Simonsen AH. (2010) Konvergens i klasserommet - En studie av flermedial nyhetsproduksjon blant journaliststudenter. *Norsk medietidsskrift*: 262-281.
- Goggin G. (2006) *Cell phone culture: mobile technology in everyday life*, London: Routledge.

- Greenspan B. (2011) The New Place of Reading: Locative Media and the Future of Narrative. *Digital Humanities Quarterly* 5.
- Holovaty A. (2012) *Onto the next chapter*. Available at: <http://www.holovaty.com/writing/goodbye-everyblock/>.
- Joyce Chang KMH, Amy Lee, Hope Needles, Hilary Powell, Satta Sarmah. (2008) *Locate Chicago 2016*. *Medill School of Journalism*. Chicago: Northwestern University, 61.
- Katz JE and Aakhus MA. (2002) *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Liestøl G. (2009) Situated Simulations: A Prototyped Augmented Reality Genre for Learning on the iPhone. *International Journal of Interactive Mobile Technologies* 3: 24-28.
- Ling R. (2004) *The mobile connection: the cell phone's impact on society*, Amsterdam: Elsevier.
- Lynch K. (1960) *The image of the city*, Cambridge, Mass.: M.I.T. Press.
- Løvlie AS. (2009) Textopia: designing a locative literary reader. *Journal of Location Based Services* 3: 249 - 276.
- Løvlie AS. (2011) Textopia: Experiments With Locative Literature. *Department of Media and Communication*. Oslo: University of Oslo, 267.
- Messeter J. (2009) Place-Specific Computing: A Place-centric Perspective for Digital Designs. *2009* 3: 29-41.
- Nyre L. (2008) *Sound media: from live journalism to music recording*, London: Routledge.
- Nyre L. (2010) Experimenting with new media for journalism. *Nordicom Review* 32.
- Nyre L, Bjørnstad S, Tessem B, et al. (2012) Locative journalism: Designing a location-dependent news medium for smartphones. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 18: 297-314.
- Pavlik J. (2000) The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies* 1: 229-237.
- Rheingold H. (2002) *Smart mobs: the next social revolution*, Cambridge, Mass.: Basic Books.
- Rieser M. (2005) Locative Media and Spatial Narrative. *REFRESH conference, First International Conference on the Media Arts, Sciences and Technologies*. Banff Center: Banff New Media Institute, the Database of Virtual Art and Leonardo/ISAST.
- Singer JB. (2003) Who are these Guys? The Online Challenge to the Notion of Journalistic Professionalism. *Journalism* 4 139-163.
- South J and Nicholson J. (2002) Cross-training: in an age of news convergence, schools move toward multimedia journalism. *Quill*: 10-15.

- Stavelin E. (2009) Utvikling & evaluering av LokaNytt CMS - en innholdshandteringssystem for lokasjonssensitiv journalistikk for mobiltelefoner. *Department of Information Science and Media Studies*. Bergen: University of Bergen.
- Thielmann T. (2010) Locative Media and Mediated Localities: An Introduction to Media Geography. *Aether. The journal of media geography* 5a: 1-17.
- Westlund O. (2008) From Mobile Phone to Mobile Device: News Consumption on the Go. *Canadian Journal of Communication* 33: 443-463.
- Williams A and Dourish P. (2006) Reimagining the City: The Cultural Dimensions of Urban Computing. *IEEE Computer* 39: 38-43.
- Øie KV. (2012) Sensing the News: User Experiences when Reading Locative News. *Future Internet* 4: 161-178.

Artikkel 3: News Narratives in locative journalism - rethinking news for the mobile phone

This article analyses narrative elements of journalistic texts written for a locative mobile platform. The locative platform prototype called LocaNews works as a framework for writing and reading location-dependent locative news. The system requires that the journalist write three different versions of each story addressed to one of three corresponding proximity zones that makes this locative journalism location-dependent and tailored to the users' position. The journalists had to pay attention to the spatial surrounding elements in order to tailor these news stories to the users' position. Thus, the article argues that locative journalism is more than a technical platform and should be considered as a journalistic skill. This locative approach affects the texts and the extensive use of several of the text narrative elements might represent a different kind of journalistic storytelling than journalism, as we know it. Three narrative elements stand out and are found particularly important when analysing 738 texts in this form of locative news. These elements are second-person address, the movement imperative and utility formulations.

KEYWORDS: Journalism; locative journalism; locative media; mobile journalism; mobile media; mobile news.

Introduction

Locative media practices have the potential to change part of the established media practices since they aim to rewrite *place*. This includes the reading interface, the user experience and the content production. In the myriad of locative and location-oriented mobile services available, this is more or less an unnoticed development for news content within news organisations (Schmitz Weiss, 2013). We still do not know what locative journalism could look like or what narrative differences could appear on a locative news platform. This article places itself in the field of journalism and locative media through a media design approach which Nyre (2014) characterises as placing editorial content at the centre of new developments. Nyre argues that media researchers should construct their own media and not just analyse previous or existing media. Therefore, it should be measured by its communicative ability due to a medium's potential for becoming important

in people's lives (Nyre, 2014).

This article focuses on the content presenting a content analysis of 738 news texts written for the research project *LocaNews* and identifies important narratives in locative content for journalism. This can help us identify what the user may be exposed to when dealing with locative news stories and gives a broader understanding of how a place-dependent user interface could be exploited in news narratives. In addition, it will tell us how radical this change of representation could be in this format.

Locative media, a concept first coined in 2002 by Karlis Kalnins (Galloway, 2008: 183), is understood here as digital media tied to places and triggered by its users' movement. Locative media represents a specific type of location-based services, which in addition to providing users with location-specific information allows users to locate themselves in relation to this information or other users' physical location. In this article, locative news is treated as a location-aware and location-dependent media application which contains journalistic-produced content that sorts and displays news based on one's physical location. In addition, the journalistic content in the project is tailored for the users' different positions, which distinguish this system from similar news services, such as *Everyblock.com*, and *Google News Near You* function which facilitates users location within the technical interface and not through content. In opposition to hyper-local news and the construction of locative media services, which often can be considered location-oriented, this system is location-dependent and location aware. Location-dependent in this context means that the news stories are exclusively produced and tailored for a limited geographical area and the same news story will change when the reader moves to another area. This makes the *LocaNews* system different from other media design projects and existing locative or location-oriented services, such as *Foursquare*, *Yelp* and *Everyblock*.

This article suggests that there are a minimum of three key narrative elements, which could characterise the locative journalism content. These elements are (1) *second-person address*, (2) *movement imperative* and (3) *utility formulations* and will be explained in the analysis. They are important for locative journalism and at the same time constitute the core affordances of the mobile phone as a device and its practices, by being personal, mobile and considered useful. Since these ephemeral practices of locative media are not established, this research should be considered as a genre exploration of possibilities and potential consequences. The article argues that the perspectives are valuable in explorative journalism research, and its increasing ubiquity and urban contextual focus represented by mobile devices.

First, the article provides a theoretical background presenting important studies related to the fields this article places itself before a short description of the *LocaNews* project and the system so that the reader may understand the analysed content and within which setting the content is produced in. Then I discuss the use of location

in journalism and relate that to locative narratives. This leads to the premise for this study and its analysis.

Theoretical background

Recent studies focusing on cross-media use and platform fluctuating audiences or users confirm that readers' current spatial situations and location are important elements in both their understanding of news texts and in choosing what kind of media platform they seek to access it through. Bjur et al. (2014) have studied cross-media patterns of media use and found that the meaning of media use might in some cases change more from context to context than from media to media (Bjur et al., 2014, 24). Schrøder (2014) studied what kind of situations and locations news consumers are in when dealing with news. He finds that a location's situational and technological frame clearly determines the news consumption. This is visible through which news platform is selected by the consumer (Schrøder, 2014). Thus, a news medium can contain a set of 'situational affordances' that makes it suitable for some kinds of news and not others. For the producer, this means that it is important to identify the specific situational use value, so it can meet the conditions and expectations of the user (Schrøder and Steeg Larsen, 2010). This also applies for locative news (Øie, 2012; Øie, 2013). Peters (2012) argues that to understand how audiences engage with journalism, we must conceive news consumption not just as something we do, but something we do in a particular place. Peters further calls for more research within the field of spatial awareness related to new mobile media, which has transformed the spatial experience of news (Peters, 2012).

Locative media is one way to address such situational and location-based news consumption, but still relies heavily on the mobile platform's affordances and its technical built-in positional user interface. This article not only focuses on the platform and the locative built-in interface, but also explores a situational fit within the news texts constructed as narratives. In addition to scholarly interest and studies mentioned on cross-media use and new ways individuals perceive and engage with news on mobile devices, studies on locative media have recently attracted a great deal of attention. Studies on locative social networks discuss the ongoing changing interaction between individuals and between individuals and ubiquitous technology (Humphreys, 2010; de Souza e Silva and Frith, 2010; Farrelly, 2014). Locative literature has been studied in relation to fictional digital narratives and modes of engagement much based on the interaction between the real and the fictional (Raley, 2008; Løvlie, 2011b; Greenspan, 2011;). Studies on locative games have focused on the interactional consequences when merging digital and physical playspaces (Licoppe and Inada, 2006; de Souza e Silva, 2009). Research on locative sound emphasises

that locative media applications are more than visual, textual and map based and show the importance of sound within this field (Fagerjord, 2011; Behrendt, 2012). These studies show various interests in locative media which in different ways all discuss the relationship between place, user interface, content and user practices. The mentioned studies by Løvlie and Fagerjord also contribute to a practice-based and experimental approach similar to the *LocaNews* media design and will be given further treatment later in the article.

A few studies focus directly on the relation between locative media and journalism. Goggin, Martin, and Dwyer (2014) state that location, locality and localism have long been important characteristics of news, but their functions have been given a dramatic twist with the advent of locative, mobile media. The authors investigate some of the complexities in the field of locative news and its implications for mobile news audiences and journalism scholarship in their article "Locative News" (Goggin, Martin, and Dwyer 2014). Weiss (2014) examines the traditions of location within journalism practice and the notions of geographic space and place in order to understand the evolution of location in today's digital media landscape. Weiss uses the concept *spatial journalism*, arguing that its value lies in its capacity to broaden earlier locative scholarship that highlights how storytelling and meaning-making can occur through places. This could then expand our notions of what meaning-making is as it relates to news content (Schmitz Weiss 2014).

The scholarly interest, including this article, seems to be a fascination with new possibilities driven by digital technologies for new ways of addressing location in news, new forms of user interaction with news and the potential to constitute a new supplementary news platform. Despite the somewhat optimistic future-oriented scholarship, based on these new possibilities and the widespread accessibility of mobile devices, most of the scholars emphasise their limited faith in seeing this adaption within news organisations in the nearby future. Some explanations for this pessimism include the financial and technological abilities of the news organisations. Other explanations concern privacy issues around media use of locational and personal data (Goggin, Martin, and Dwyer 2014). Westlund (2012) argues that after several years with online news publishing, the production and consumption of mobile news has gained a foothold. Still, most of this production is clearly a repurposing of existing online news. The production practice also seems to increasingly lean on machines instead of human-led customisation to accomplish this repurposing of news to the mobile phone (Westlund 2012).

Weiss (2013) points to a gap between smartphone consumers with a high use of location-based services and what the news providers are able to provide. The news organisations limit most of their geo-location features to weather and traffic (Schmitz Weiss 2013). Therefore, the treatment of location-based and locative news

represents just a marginal part of both the industry and scholarly discussions. One reason for this is the structure of news production, which tends to be dominated by large international media conglomerates with age-long history, and incorporated practice, which does not yet include locative journalism. These large companies are the ones that mostly drive the future development of news media (Boczkowski 2004). A second reason is that journalism research tends to study existing practices and does not design and explore new potential practices. Despite the absence of such attention in current journalism studies, several scholars speak of a spatial turn in media studies (Falkheimer and Jansson 2006), a new locative paradigm (Ricardo 2010), and describe this locative approach as a nascent genre (Raley 2008, 131).

The prototype -LocaNews

LocaNews is a research prototype for writing and reading locative news. It uses the built-in mobile GPS to address the user to proximity news geo-tagged by the journalists. The user interface ranks the news text in relation to proximity enabled by the users' physical position and not to temporal actuality, which most news providers do. This makes one of the most noticeable differences compared to existing journalistic interface together with a tripartial story system which makes *LocaNews* location aware or location-dependent, in contrast to just location based or oriented. The way this tripartial system works is that the journalistic texts in the *LocaNews* publication tool (called *LocaWriter*) are written in three different versions that relate to three proximity zones in the GPS-driven mobile application *LocaReader*. These zones appear as *Here* (0–100 m), *In the neighbourhood* (100–500 m) and *in the city at large* (exceeding 500 m) for the reader.

In a technical sense, these geographical zones work as geo-fences which determine what story version the user can access or not (see Figure 1). These different versions address differently to the reader in various ways since the journalist already knows the relative distance between the geo-tagged news and the potential reader. These story differences can be traced in the threshold of news value, the sources interviewed, the illustrative pictures and geographical in-text annotations or lack of them. Objects mentioned in the news articles are often described differently, depending on whether the reader can see the object, is within an acceptable walking distance from it or is far away from the object.

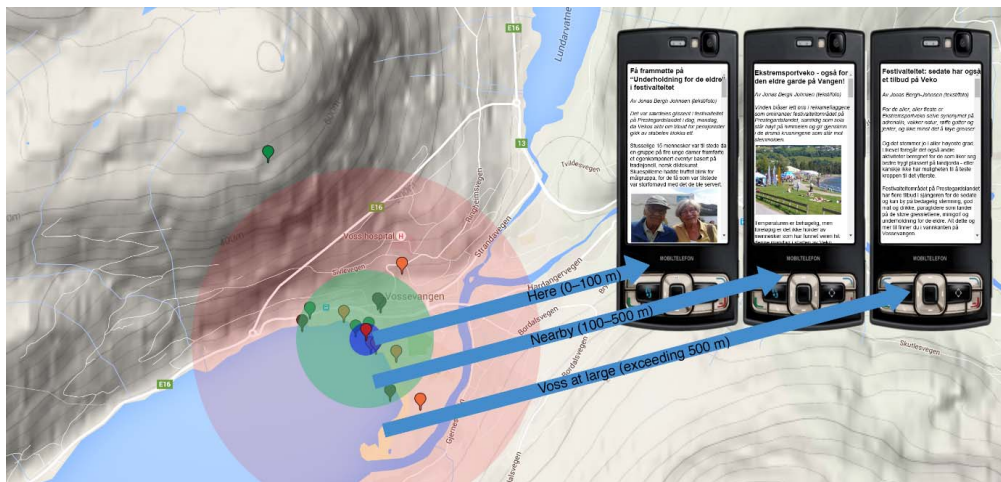


Figure 1: Illustration of the system including the three proximity zones. The outermost zone actually extends endlessly in all directions (exceeding 500 m), but is drawn up with boundaries for clarity.

This article, as mentioned, focuses on the text narratives, while other articles related to this project focus on the usability of the mobile news application (Bjørnstad, Tessem, and Nyre 2011), the design of producing a location-dependent news medium for smartphones (Nyre et al. 2012), the news production within this news medium (Øie 2013) and user experiences while reading locative news (Øie 2012).

Location in Journalism

Location, which is locative media's main concern, is not owned by locative media and practices and is nothing new for journalism. Journalism, in fact, has always been location focused or oriented. The important local and regional newspapers have always had location as one of their main foci; its distributions, target group and its content focus are all a question of location. The local press focus and narrative are often different from the national dailies. It is believed that the local news treats people's life closer and ties the communities together more than the national news. They treat the geographical conditions in a different manner and often take local and geographical notions for granted or as prerequisites. In both national dailies and the local press, the commonly accepted news criteria (Galtung and Ruge 1965; Allern 2001; Njaastad 2004) often include proximity in time, proximity of consequences, geographical proximity, cultural proximity and emotional proximity. With more recent citizen-driven hyper-local news or blogs such as *Everyblock.com*, these issues are strengthened due to its local character. At the same time the nationwide news distributors are 'zoning' their news in order to anchor to local issues to keep readers of local news within their readership.

Certain journalistic genres are more likely to address locational information in order to fulfil a demand of presence, engage people to act and to make the news useful. An obvious genre could be travel journalism where its reportages often try to create a sense of being there or to make you want to travel to this destination. These reportages often use a first- or/and a second-person address in order to engage. Steensen (2009) characterises the reportage genre as the genre of place and argues that what distinguishes the reportage from other genres is the demand of presence. He asserts that the genre developed from a first-person perspective dominated by artists, authors and other great personalities. Today, the genre still contains some subjective elements tied to the journalist, but is more coloured by the demand of reality and neutrality of the modern press and therefore dominated by the third-person address mode (Steensen 2009). Certain types of consumer journalism suggest where you can find the cheapest items or which used car salesman not to use. Such utility formulations are often associated with the label *news you can use*. Pavlik and McIntosh (2006) list this *news you can use* as one important possibility where mobile-designed content can make a difference, for example, through overlaid annotations (Pavlik and McIntosh 2006). Existing mobile practice indicates that the users already embrace the focus on news you can use and real-time mobile services (Purcell et al.2011).

The widespread use of smartphones and ubiquity of computing call for a new attention to how journalism could use location. Despite the increasing number of users reading news on the move on their mobile phone and accessing location-based information, the news and its content are not yet tailored for your position or surroundings. In fact, most journalistic content is not tailored for mobile devices or wireless transmission, a hundred years after the first wireless transmission of news.

Locative Narrative

Locative media aims to rewrite *place* and thus has the potential to change established practices tied to annotated or augmented place-specific information (Farman 2012). As Bull suggests in his study of MP3 players and iPod users, additional overlaid information/elements do something with how we perceive place (Bull 2007). But locative media is more than overlaid information and user practices. To take advantage of the locative affordances, knowledge on how such locative storytelling or information can be told is important. A recent project that explores this is Løvlie's project *Textopia*, which investigates the relationship between places, literary texts and poetics (Løvlie 2011b). Løvlie asks how a story can be written if the plot is to be followed not just from paragraph to paragraph, but also physically from location to location (2011a, 2). Løvlie divides the locative texts into three categories labelled *Placetexts*, *Voice*

sculptures and *stray voices*. *Placetexts* are texts which do not speak of the place in any way, which would not also make sense if it were done in a non-locative medium. *Voice sculptures* are texts which speak to the reader in a way that presupposes that the reader is present in a particular location. *Stray voices* are series of texts which make a story develop and form moving from place to place. This category requires engagement and willingness for the user to physically move (Løvlie 2011a). Fagerjord (2011) has analysed several locative audio guides and multimodal works and argues that the best locative audio commentaries were written with a focus on the users' experience in a certain spot. This focus includes an understanding of the place-based situation of the user and adaptation of the text to this place and surroundings (Fagerjord 2011). Both Løvlie's and Fagerjord's findings support the notion that the locative media changes established media practices by taking advantages of mobile devices' built-in technologies. This article supports these notions and argues that in order for journalism content to adapt to a locative approach its best practice has to include the feeling of being there, relate to movement and surroundings, and to be experienced as useful. These practices can already be found in journalism, but are strengthened when introduced into a locative platform.

It is important to remember that other media platforms explore geospatial elements in a similar way. The common approach is to make the sense of being there, as Steensen (2009) also characterised as the reportage goal. Radio, film and television have a long history of exploring this approach. Radio reportages often use ambient sound to create the feeling of being there. Another example from radio dealing with geospatial information, for example locational and directional addressing, is present in a coverage of a live soccer match as the commentator always provides us with enough spatial information to know which side of the field we are on and which way the play goes. Radio students are trained in techniques to address this spatial feeling. Often, large news-covered happenings provide examples of news presentations organised by time and place. These elements work as a contextualisation placing the reader into the occurred event and provide a larger frame of understanding. The presentations often include use of interactive digital maps often limited to pinpoints on Google Maps. These examples all facilitate a sort sense of being there which locative media strives for, and basically is founded on. With the smartphone and its built-in GPS there are opportunities to distribute these issues in a whole different manner. A locative approach, triggered by your physical movement and relating to your surroundings, would give a new experience of the news. It could also potentially strengthen the feeling of *being there*, make you want to move in relation to the news provided or to make the news useful through enough utility information which relates to your current surroundings.

Method

LocaNews consisted of researchers, designers, and an editorial group and involved media students as content providers organised after a traditional newsroom model. The empirical data in this article were produced over three different iterations in 2009 and 2010 and consist of a total of 738 texts produced by 95 media and journalism students and took place at two different rural towns in Norway. The first iteration was conducted in the rural town Volda in 2009 and involved 45 students, while the second iteration took place in Voss 2009 during a sport festival with 6 students and the third in Volda again in 2010 with 44 students. The sport festival in Voss represents an event-centred environment, which can be traced in some of the results presented later. None of the students were involved in more than one iteration and each iteration lasted for five full days.

The students were introduced to the system and had no problem adopting the technical side of it. They were then instructed to find and write news within the current municipality. There was no restriction in length, form or topic, but they were encouraged to write their stories based on imagining being in these different zones (see figure 1). Advice on variations between the versions was given and included the use of different sources, titles, photos and relating the texts to the surroundings. These instructions will, off course, influence the news texts and represent a weakness in the method. In addition, it was required that the stories were geo-tagged. It is important to state that the news texts were written by media and journalism students (average age of 21 years) in the first year of their bachelor degree. Students are used both for the benefit of producing the large amount of texts and for representing a fairly inexperienced and open group when it comes to professional and vocational standards of work practices. Even so, students of journalism tend to be close to the existing practices of the current industries (Frey & Simonsen, 2010) and through their news classes learn the patterns of previously written news stories. Later, these patterns constitute the news frame which they accumulate into a 'repertoire of examples, images, understandings, and actions' (Schön, 1995: 138; Wolfsfeld, 1997). The text results of the *LocaNews* showed many strange texts and with very different journalistic qualities as is often the case with fresh students. Still, the average texts in this locative news platform revealed many interesting adoptions to this format.

The analysed news texts are based on both a qualitative and a quantitative study. The quantitative study provides overall characteristics of the news texts. They are analysed with respect to spatial in-text annotations to discuss how locative journalism can be addressed. The quantitative coded text consists of variables referring to what kind of place is treated in the story, the selection of sources, the theme, its narrative point of view mode, the news criteria used, if the text engages the reader to move, the use of photo composition

used and narrative inquiry related to past, present and future point of view, among several other variables. Based on an initial variable frequency count and the affordances of the mobile device and locative approach which includes being on the move and on specific locations, content triggered by users' movement and the usefulness or surplus of this kind of journalism, three narratives stood out as coding categories. The narratives identified and analysed are the *second-person address*, the *movement imperative* and *utility formulations*.

The *second-person* category address was measured by counting articles that explicitly addressed 'you'. The *movement imperative* category includes texts that actively suggest that the reader should physically move to get closer, to see something or to avoid something. The category of *utility formulation* refers to articles that contain formulations that are considered useful and often with a potential to generate action such as directions, opening hours, time for the concert and prices. During the coding, I have only registered the explicit addresses in relation to the three elements. In several of the stories these elements can be found implicitly addressed, but without being coded.

The text examples are translated from Norwegian and may contain a cultural and local/hyper-local value that resides in the nature of the texts. This *LocaNews* project is not an attempt to make a sustainable and complete practice within the field of journalism. If this were the goal, the author would not have chosen the tripartial system in view of its large demand of resources. The *LocaNews* texts can be criticised for being artificial and to represent a non-existing genre or practice. The results generated can be seen as singular relating to small villages in Norway, but the normative purpose in creating a different form of journalism and analyse the related texts can be seen as more important for exploring new ways to communicating journalistic content. Content analysis is important to understand what kind of information people are being exposed to and this analysis refers to which news content the readers could be exposed to in this format. The normative dimension in this approach implies that the content analysis goes behind the descriptive and tends to contextualise and evaluate this new content, as a microscope of communication messages within a certain technological frame, in relation to other existing content. The use of students made it possible to test the location-aware system more extensively and the system was closed down after the testing. Therefore, this work contributes to an exploration of locative journalistic texts and of this particular system. I hope this also will contribute to a discussion when future journalistic forms and platforms emerge, such as a discussion of how to adapt or tailor local or hyper-local journalism in an augmented way on *smart glasses*.

Analysis

The analysis focuses on three narrative elements: second-person address, movement imperative and utility formulations. These narrative elements can be found and are important in most journalism, but are believed to be especially important in writing locative journalism, and to represent a considerable difference from the average of journalism, as we usually know it. The typical text in *LocaNews* may not seem very different from existing journalism, but small textual differences together with the readers' situation and the system interface make a difference and create a new reader experience. This system implies an active user in order to experience the full system, which can be argued both limiting and useful for the readers; limiting, since the system expects movement behaviour in order to maximise user experience and useful, since other proximity versions of the text can give you different information tailored to your position

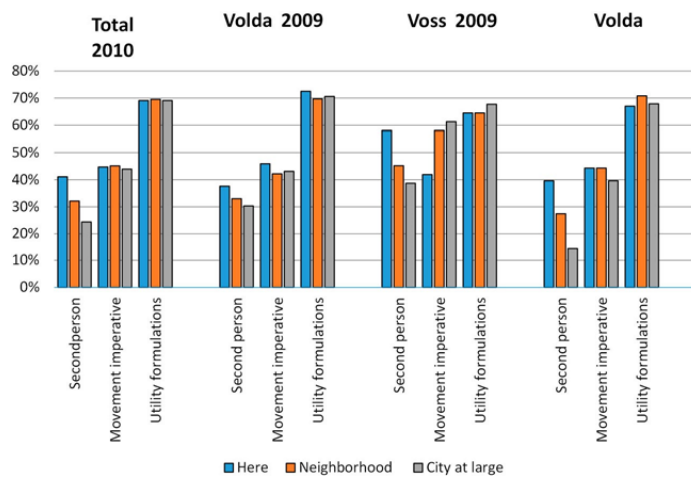
The typical news text in this project had an average length of 115 words (there were only small differences between the proximity zones). Typically, the text covered social environment and activities, culture, outdoor activities, sports and entertainment. Within these themes, the dominant genres were consumer journalism, event-centred, evocative and entertainment journalism. In more than 80% of the texts, the journalism appeared neutral or positive. In 52.7% of the text, it was obvious that the journalist physically had been at the place the story was written for. Normally there was one photo attached to the text, which illustrated either a half-close people perspective or a total frame perspective of an activity. The texts contained an average 0, 8 sources and organisers and users dominated the referred sources. The most distant proximity zone (exceeding 500 m) contained least sources. Most stories (58%) had a present time installation while the rest were evenly spread on the past and the future.

Table 1 summarises some of the main results of the three narratives in relation to the different proximity zones.

Analysis 1: second-person address

Perhaps most noticeable about many of these texts are the degree of turn of perspective; 32.4% of these texts addresses the person *you* and provide an explicit second- person narrative as its main form. As Steensen (2009) notes, the historically increasing demand of neutrality of the modern press leads to news stories dominated by the third- person address mode. This second-person address is interesting since it occurs in a place-dependent medium where the system already knows exactly where the reader is.

Table 1. Main results of the three narratives in relation to the different proximity zones.



In other words, it could have been obsolete to address this perspective since the ‘you’ already lays implicit in the system. This narrative element is often used in relation to a specific place or area and often attached with the adverbs *here*, *nearby* or *there* in order to address the distance between textual elements and the affected present surroundings. This works as a confirmation for the reader (Øie, 2012) and facilitates the movement imperative and the utility formulations treated in analyses 2 and 3. The use of the second-person address increases the closer you get to the geo-tagged story. In the most nearby proximity zone (0–100 m) 41.1% address *you*, while *in the neighbourhood* (100– 500 m) 32.1% do the same and *in the city* (exceeding 500m) 24.4% use the second- person address. This means that the journalists feel the need or see a possibility to guide the users’ attention in relation to the known surrounding context. This is particularly visible in event-related news, which can be the reason why the text from the festival-related Voss iteration scores higher on the use of second-person address (46.8%).

This second-person narrative mode referring to ‘you’ is easy to find in existing news as well. The differences in the *LocaNews* texts revolve around the frequency of use and the specific, precise and rich spatial annotations taking account of the readers’ position. Løvlie’s concerns is also in the ‘you’ and the ‘here’ related to his findings in locative poetics. He finds that the word ‘you’ changes meaning in the deictic relationship, which occurs when engaging with locative texts. ‘You’ no longer refers to just a generic you, rather it is the ‘you’ who is ‘here’, who are encountering the text at this very spot (Løvlie, 2012). This change of meaning from a specific individual to an inhabitant of a specific location can be found in the news texts often filled with additional spatial annotations such as descriptions of topography, an intersection, and more specific annotations such as a dark part of a river

that is illustrated in the text excerpt below. This excerpt belongs to a news text about swimming in Nærøydalsriver locally well known for being one of Norway's most beautiful rivers:

(...)You are currently on Skjerpi. If you stand where the small stream passes beneath E16 (a road) and look downwards to the stony beach where the stream meets Nærøydalsriver and with the launch area for the base jumpers behind you, you can see a river turn on your left side. The water here is darker and indicates a certain depth which makes it a perfect spot to get your hair wet by jumping from the river bank. (...). (Student text from the Voss iteration, 2009)

This second-person address makes it possible for the reader to put themselves in a first-person situation due to the related real physical observable surroundings. The spatial annotations in the text example above guide the reader to find a suitable spot to enter the otherwise dangerous white water rapids. The specific location of the text can be described as desolated without urban spatial elements to orient and direct the readers, except a passing road. The nearest populated place is Gudvangen (5 km) with a population of 86 inhabitants and 1400 goats. Your exact position is crucial for this text and the use of 'you' is bearing for this text to work. It also highlights the problem when the place is not uniform or limited. Fagerjord found that audio comments were easy to understand when the place was limited, but visual text types such as maps or photos were better and made it easier to point to details in a landscape (Fagerjord, 2011). This positional contract with the reader works as a textual augmentation and supports Løvlie's notions of the change of meaning triggered by the user of this locative medium. Another text starts with, *This intersection, where the Heltne road meets the Vikebygd road, is highly dangerous*. This title could have been an ordinary news article, but stands out as different in this locative system. With this article additional pictures and the fact that you can probably see the intersection when reading the article provide a different meaning. This text does not contain a second-person address, but 'this' refers to something visible and implicitly addresses 'you' meaning that more texts than the quantitative coded text contain the same narrative function.

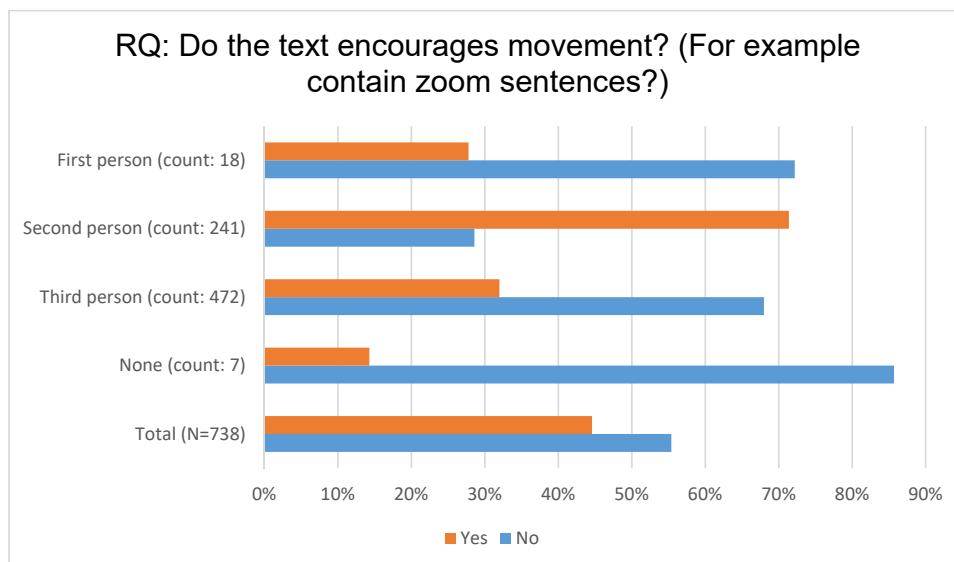
Analysis 2: movement Imperative

Typically, a movement imperative is used in texts in which the journalists want to make sure that the reader can get a visual view on the affected elements described in the text; 44.6% of the total texts included such movement imperatives and encouraged the reader to move in relation to the geo-tagged story.

It seems like the second-person address element to a large extent is related to the movement imperative, as illustrated in Table 2. In total, 71.4% of the stories in second-person address also explicitly suggest the reader to move for different reasons. The direct

'you' address combined with a geo-tagged story seems like a natural fundament for the journalist to involve the reader by suggesting movement on this platform. Looking closer, the results show that there is a small difference between the text from the Voss iteration and the Volda iterations. While 81.8% of the text with the second-person address mode from Voss had such explicit suggestions for movement, 69.4% of the texts from Volda iteration of 2009 and 2010 had the same suggestions. In the Voss iteration, the story mainly covered news stories related to an ongoing sport festival. Such festival news events are more likely to cover stories which report what, where and when to see a particular event and therefore more naturally to encourage movement. A present or future perspective dominated the stories that contained an explicit movement imperative. Barely any of the stories with past perspective had such embedded imperative.

Table 2. Movement imperative.



Beneath, there is a story written for the proximity zone *in the neighbourhood* (100– 500 m) about a future competition. The story lures the reader to a certain place where there is going to be a future event. Since the author does not know when the text is read it focuses just as much at the place attributes as on the competition which the title gives the impression of. Approximately half of this news text is devoted to how the user shall find this particular place. The *Here* (0–100m) version of this story focuses on the sport and not on how to get there:

Bouldering in the city

On the little green spot where the bouldering competition takes place, it is calm, quiet and a nice view. From here, you can experience the festivals aerial activities at the same time.

The competition will find place towards the water on the lower side of Park Hotel

It can be tricky to spot this square if you arrive from the city center. The best way to get there would be to cross the road from the square and look towards the waterline after Park Hotel. Cross the parking lot and stroll about 200 meters along the water in the direction of the hotel. Soon you will catch sight of a large three on the right side of Park Hotel's open-air café. Look closer and you will discover something reminding of scaffolding. This is the Extreme sports festival bouldering wall. The final starts at 12 o'clock and after the competition the arena will be open for the inspired audiences to test their static, dynamic and mental strength.

The text contains both a specific location, spatial annotations, and refers to 'you'. You might not be particularly interested in the competition, but the story clearly attracts you with other benefits if you go there. The specific directions given in the text refer directly to 'you' in this particular place. The reader will be able to relate to the physical surroundings and to use the spatial elements mentioned in the text in order to move to this specific place. This text contains both movement imperative and utility formulations represented by the description of how to get there.

Analysis 3: utility formulations

This narrative is closely related to the movement imperative as illustrated by the last text example, but includes suggestions not specifically related to movement; 69.1% of the total texts contained such utility formulations and was categorised as *news you can use*. This frequency is almost uniform across the different iterations and is considered high. There was no difference between the proximity zones according to the utility formulations. Within the texts that had an explicit movement imperative, almost all (97.3%) also contained utility formulations. The reason for this is that when users are encouraged to move, this is for a reason. These reasons in these texts can be a concert to attend, where to get a good view, a junction to avoid and other tips and tricks, which may be perceived as useful information for the mobile user. All these reasons are coded as utility formulations. The following text exemplifies the strong link between movement imperative and utility formulations:

Best view on Vangen

The cape Grandane has a nice scenic view towards the aerial activities going on during the Extreme sports festival.



Beach promenade in Voss

Barely 10 minutes walking from the lively festival area lays Grandane. The cape is a quiet and calm nature area and a popular hiking destination for the locals and the many visitors. In classic Santa Monica beach style you can stroll south along the beach promenade and when getting to the cape you will get a great scenic view towards the activities going on at Lake Vangsvatnet and above it.

The high amount of utility formulations matches the fact that the mobile users are more likely to appreciate real-time news and news you can use on the mobile platform (Purcell et al., 2011). However, whether these utility formulations actually work as useful news for the readers depends mainly on their interest and current position. From an age-long news legacy it is legitimate to think of the extensive use of this narrative element as a dangerous blend between editorial concerns and advertisement. In many of the produced texts these blurred boundaries are highly present. In the related user studies of the *LocaNews* project the users had problems with relating to this as news and instead looked at this as an information service which they usually expect from the mobile platform (Øie, 2012). The mobile use and its expectations seem to also affect the journalism students in their production of location-dependent locative news. If news practices similar to this explorative *LocaNews* will arise, one can assume that a larger discussion related to the boundaries between editorial and advertisement content will occur.

Conclusion

The media design method used in this research aimed to explore how journalistic storytelling, an age-long legacy, could develop on a locative platform. The absence of such examples from the industry (Schmitz Weiss, 2013) and the researchers' privilege to simulate and to make distinctions between the proximity zones make the media design valuable to examine these two fields of media practice, journalism and locative media, in a way commercial news organisations could not facilitate.

The identified and analysed narrative elements are closely related to the core affordances of the mobile device and the characteristics of locative media. The mobile device being a personal device and the chosen platform when on the move (Schrøder,

2014: 14) and the locative built-in interface putting the user's physical location at the centre for a spatial news experience forced the student journalists to exert a user-location sensitivity to affect the news narratives.

The main findings show the texts get a closer inquiry in the nearest proximity version, which can be seen by the frequency of explicit second-person address. At the same time, the qualitative analysis showed that more texts than those explicitly coded fulfilled the same function through an implicit address of 'you'. Second, about half of the news text included encouragements for the reader to move in relation to the geo-tagged story. Such movement imperatives featured in stories which had a present or future perspective meaning that this system may be considered extra suitable for event-based journalism. The encouragements for movement, also, were closely related to the texts addressing the reader as 'you'. Third, the texts contain a consistently high use of utility formulations, which can be explained by the student journalists feeling the need to help the reader with concise information in order to make the news useful for this mobile platform. This correlates with Purcell et al. (2011) who found that mobile users are more likely to appreciate news you can use on the mobile platform.

These frequencies show that the student journalists took advantage of the medium properties, which include showing directions, confirming the reader's position and relating in-text annotations to physical elements visible or nearby. The second-person address mode attributes an additional meaning in this medium and results in a textual augmentation overlaid or merged with the physical. This finding supports Løvlie's (2012) findings, but in this case dealing with journalism, not literature, it was not a given that the second-person address would have such high frequency based on the established news criteria. The 'you' address seems to work as a platform-tailored feature to increase the 'situational affordances' (Schrøder and Steeg Larsen, 2010) for this medium or to make the sense of being there as Steensen (2009) characterises as the reportage goal.

The student journalism texts are clearly dominated by established thinking and writing practices provided by traditional news criteria and the inverted pyramid. Still, it seems like the system indirectly encouraged the students to use the three elements. These narrative elements can easily be found in other journalistic genres, but what constitutes the main difference is that in *LocaNews* these elements provide the core for the reader and his or her situational experience. In that sense, locative journalism constitutes a different writing practice with respect to existing journalism.

Locative media means more than a technical platform or interface. In order for locative journalism to work, a locative sensitivity should be seen as a fundamental journalistic skill when producing locative content. Locative narration can be seen as a rhetorical practice, which should sense the actions of the users, include spatial

environment sensing and spatial content tailoring to make location-dependent locative news valuable. Locative news narratives should not just be seen as a written text, but as sensible and enabled by its users through the locative device. Situated engagement is a necessary condition for locative journalism and it is important that news should not hinder such an engagement, but support it by adding contextual references.

Acknowledgements

I would like to thank professor Lars Nyre (University of Bergen, Norway) for his contribution on the project and his valuable comments to this article, professor Bjørnar Tessem, Eirik Stavelin (University of Bergen, Norway) and Pål Aam for their technical and practical contribution before and during the project. I also wish to thank the students from Volda University College, Norway, who produced the texts for this project.

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the authors.

Funding

This research received no specific grant from any founding agency in the public, commercial or not-for-profit sectors.

Notes on contributor

Kjetil Vaage Øie teaches various media topics at the Department of Media, ICT, and Design at Volda University College, Norway. He has published several articles and papers on journalism and locative media both from a use, production and content perspective.

References

- Allern, Sigurd. 2001. *Nyhetsverdier: om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Behrendt, Frauke. 2012. "The Sound of Locative Media." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 18 (3):283–295. doi:10.1177/ 1354856512441150.
- Bjørnstad, Solveig, Bjørnar Tessem, and Lars Nyre. 2011. "Design and Evaluation of a Location-Based Mobile News Reader". 2011 4th IFIP International Conference on New Technologies, Mobility and Security (NTMS), Paris, February 7–10.
- Bjur, Jakob, Kim Christian Schrøder, Uwe Hasebrink, Cédric Courtois, Hanna Adoni, and Hillel Nossek. 2014. "Cross-Media Use-Unfolding Complexities in Contemporary Audiencehood." In *Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity*, edited by Nico Carpentier, Kim Christian Schrøder, and Lawrie Hallett, 15–29. New York, NY: Routledge.

- Boczkowski, Pablo J. 2004. *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bull, Michael. 2007. *Sound Moves: iPod Culture and Urban Experience*. London: Routledge.
- de Souza e Silva, Adriana. 2009. "Hybrid Reality and Location-Based Gaming: Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments." *Simulation & Gaming* 40 (3): 404–424. doi:10.1177/1046878108314643.
- de Souza e Silva, Adriana, and Jordan Frith. 2010. "Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location in Urban Spaces." *Mobilities* 5 (4): 485–505.
- Fagerjord, Anders. 2011. "Between Place and Interface: Designing Situated Sound for the iPhone." *Computers and Composition* 28 (3): 255–263. doi: 10.1016/j.compcom.2011.07.001
- Falkheimer, Jesper, and André Jansson. 2006. *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*. Göteborg: Nordicom
- Farman, Jason. 2012. *Mobile Interface Theory: Embodied Space and Locative Media*. New York, NY: Routledge.
- Farrelly, Glen. 2014. "Irreplaceable: The Role of Place Information in a Location Based Service." *Journal of Location Based Services* 1–10. doi:10.1080/17489725.2013.879217.
- Frey, Elsebeth, and Anne Hege Simonsen. 2010. "Konvergens i klasserommet - En studie av flermedial nyhetsproduksjon blant journaliststudenter." *Norsk medietidsskrift* 17 (3): 260–281.
- Galloway, Anne. 2008. *A Brief History of the Future of Urban Computing and Locative Media*. Ph.D., Department of Sociology and Anthropology, Carleton University.
- Galtung, Johan, and Mari Holmboe Ruge. 1965. "The Structure of Foreign News." *Journal of Peace Research* 2 (1): 64–90. doi:10.1177/002234336500200104.
- Goggin, Gerard, Fiona Martin, and Tim Dwyer. 2014. "Locative News." *Journalism Studies* 1–19. doi:10.1080/1461670X.2014.890329.
- Greenspan, Brian. 2011. "The New Place of Reading: Locative Media and the Future of Narrative." *Digital Humanities Quarterly* 5 (3). <http://digitalhumanities.org/dhq/vol/5/3/000103/000103.html>.
- Humphreys, Lee. 2010. "Mobile Social Networks and Urban Public Space." *New Media & Society* 12 (5): 763–778. doi:10.1177/1461444809349578.
- Licoppe, Christian, and Yoriko Inada. 2006. "Emergent Uses of a Multiplayer Location-Aware Mobile Game: The Interactional Consequences of Mediated Encounters." *Mobilities* 1 (1): 39–61. doi:10.1080/17450100500489221.
- Løvlie, Anders Sundnes. 2011a. "Locative Literature: Experiences with the Textopia System." *International Journal of Arts and Technology* 4 (3): 234–248. doi:10.1504/IJART.2011.041479.
- Løvlie, Anders Sundnes. 2011b. "Textopia: Experiments With Locative Literature." Ph.D., Doctoral thesis, Department of Media and Communication, University of Oslo.
- Løvlie, Anders Sundnes. 2012. "You Are the One Thinking This: Locative Poetry as Deictic Writing." *New Review of Hypermedia and Multimedia* 18 (1–2): 109–127. doi:10.1080/13614568.2012.617845.
- Njaastad, Olav. 2004. *TV-journalistikk: bildenes fortellerkraft*. Oslo: Gyldendal akademisk.

- Nyre, Lars. 2014. "Media Design Method." *The Journal of Media Innovations* 1 (1): 86-109. doi:10.5617/jmi.v1i1.702.
- Nyre, Lars, Solveig Bjørnstad, Bjørnar Tessem, and Kjetil Vaage Øie. 2012. "Locative Journalism: Designing a Location-Dependent News Medium for Smartphones." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 18 (3): 297-314. doi:10.1177/1354856512441151.
- Øie, Kjetil Vaage. 2012. "Sensing the News: User Experiences when Reading Locative News." *Future Internet* 4 (1): 161-178. doi:10.3390/fi4010161.
- Øie, Kjetil Vaage. 2013. "Location Sensitivity in Locative Journalism: An Empirical Study of Experiences While Producing Locative Journalism." *Continuum* 27 (4): 558-571. doi:10.1080/10304312.2013.803307.
- Pavlik, John V., and Shawn McIntosh. 2006. "Mobile News Design and Delivery." In *Mobile Media: Content and Services for Wireless Communications*, edited by Jo Groebel, Eli Noam, and Valerie Feldmann, 87-95. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Peters, Chris. 2012. "Journalism to Go." *Journalism Studies* 13 (5-6): 695-705. doi:10.1080/1461670X.2012.662405.
- Purcell, Kristen, Lee Rainie, Tom Rosenstiel, and Amy Mitchell. 2011. *How Mobile Devices Are Changing Community Information Environments*, edited by Pew Internet & American Life Project. Accessed November 2015. <http://pewinternet.org/Reports/2011/Local-mobilenews.aspx>.
- Raley, Rita. 2008. "On Locative Narrative." *Genre: Forms of Discourse and Culture* 41 (1-2): 123-147.
- Ricardo, J. Francisco. 2010. "Framing Locative Consciousness." In *Beyond the Screen: Transformations of Literary Structures, Interfaces and Genres*, edited by Jörgen Schäfer and Peter Gendolla, 261-299. Bielefeld: Transcript.
- Schmitz Weiss, Amy. 2013. "Exploring News Apps and Location-Based Services on the Smartphone." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 90 (3): 435-456. doi:10.1177/1077699013493788.
- Schmitz Weiss, Amy. 2014. "Place-Based Knowledge in the Twenty-First Century." *Digital Journalism* 1-16. doi:10.1080/21670811.2014.928107.
- Schön, Donald A. 1995. *The Reflective Practitioner*. Aldershot: Arena.
- Schrøder, Kim Christian. 2014. "News Media Old and New." *Journalism Studies*. 1-19. doi:10.1080/1461670X.2014.890332.
- Schrøder, Kim Christian, and Bent Steeg Larsen. 2010. "The Shifting Cross-media News Landscape." *Journalism Studies* 11 (4): 524-534. doi:10.1080/14616701003638392.
- Steensen, Steen. 2009. *Stedets Sjanger*. Kristiansand: IJ-forl.
- Westlund, Oscar. 2012. "Mobile News." *Digital Journalism* 1 (1): 6-26. doi:10.1080/21670811.2012.740273.
- Wolfsfeld, Gadi. 1997. *Media and Political Conflict*. Cambridge: Cambridge University Press.

Artikkel 4: Sensing the News: User Experiences when Reading Locative News

Kjetil Vaage Øie

Department of Media, Communication and Technology, Volda University College, Joplassvegen 11, Volda 6101, Norway; E-Mail: kvo@hivolda.no; Tel.: +47-7007-5382; Fax: +47-7007-5051

Received: 24 November 2011; in revised form: 16 January 2012 / Accepted: 13 February 2012 / Published: 21 February 2012

Abstract: *This article focuses on user experiences on reading location-aware news on the mobile platform and aims to explore what experiences this kind of locative journalism generates and how such experiences change the users' social interaction with news. We produced a specially designed mobile application and tailored news stories specific to this project called LocaNews in order to explore participants' relation to the content in this journalistic format. The result is generated through a field study and a questionnaire of 32 people to find out how they experience the news presented in this format. The user participants' responses are analyzed based on their news experiences, contextualizing places and their social interaction with the news within this form of journalism. Results showed that the local, semi-local and non-local user approaches the locative news in a different manner, but that the average user found this kind of news more interesting and more informative than ordinary news. The participants also have a problem identifying this as journalism, rather than an information service.*

Keywords: journalism; location-based services; mobile media; locative journalism; locative media; hyperlocal news

1. Introduction

What would it be like if news stories constantly changed depending on the reader's physical location? With a built-in GPS in the smartphone, it is now a possibility to adapt news content to the user's changing physical as well as social context. Mobile phones are used as very personal devices and users could demand news designed to cater to their personal interests. One way to meet this demand might be to take account for the readers' location in the selection of relevant news articles to adjust news stories to specific location while at the same time allowing for continuous change in order to compensate for relocation through geographical environment. What kinds of experiences will this kind of journalism generate, and how may context intervene? And does this change the readers' social interaction with news?

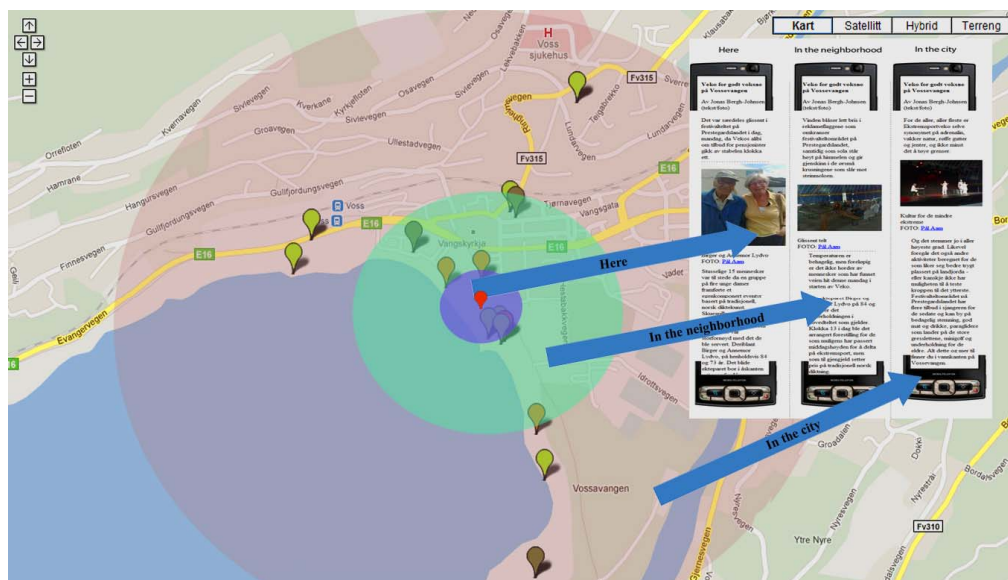
This article assumes that the emergence of mobile technology will change journalistic content and its use. The project of exploring the user's experiences within this form of journalism is investigated as part of a larger pilot study which consists of several field studies. The empirical results gathered from this field study focuses on experiences of users reading location-dependent news through a mobile application designed specifically to this project. The works of Robert Ezra Park and his co-fellows in early 20th century provide and seek a practical everyday view on communication philosophy and suggests approaches for exploring journalism. Alexander Halavais (2003) draws upon the parallels between the rise of the metropolis as technology which led to a renaissance in American Sociology, and the rise of the Internet by suggesting that following the lead of Park, the Internet can have a similar effect on the study of communication (Halavais, 2003). For Park data contextual approach in neighborhoods was a result of his earliest conception of sociology in order to become a superreporter (Bulmer, 1984: 90-91). This contextual view is shared by Dewey and both thought that one can do more than just reading news by importing meaning from the surrounding context. This article shares these views and sets the stage for the contextual approach to locative journalism and the city as a "laboratory" to make such an explorative research approach possible.

With a technical and editorial staff of 13 people, we produced an especially designed mobile application and tailored news stories specific to this project called *LocaNews*. The design of the mobile application can be considered explorative since this form of journalism is non-existing and its purpose is not the application of its results to the reality that belongs to the realm of practice. The mobile application is solely designed by researchers with the purpose to see if this works and to examine its use. The result in this article was generated by participating observation and a questionnaire of 32 people (average age 29) during a sport festival in June 2009 to find out how they experienced the news content presented in this format.

In the *LocaNews* system, journalists created three different versions of any given geotagged news story. Each version receives its own geographical proximity zone, which determines what version the users can access or not, based on their physical position to the news (Figure 1). The news appears on the mobile application interface as *Here* (0–100 m), *In the neighborhood* (100–500 m) and *Voss at large* (exceeding 500 m). One way to describe this tripartial system is that the news is "zoomable". Zoomable in a narrative sense means that one either moves towards a story or away from a story. Such "zoomable news" requires journalists to consider crucial aspects of the surroundings, such as topography, architecture, human behavior and infrastructure, all of which will impact the shaping of the journalistic texts and affect and alter the relationship between the reader and her/his surroundings. These different proximity journalistic versions addresses differently to the reader in various ways since the journalist

already knew the relative distance between the geotagged news and the reader.³² Objects mentioned in the article are for example described in different manners, depending on if the reader can see the object, is within an acceptable walking distance from it, or is far away from the object. One story about a mountain bike competition called MTB can in the closest proximity version (0–100 m) start with “Where you are standing right now the MTB finals starts at 17 p.m. (...), and the best place for spectators to follow the competition is right beneath the largest jump”. The article does not describe the MTB course further because the reader already stands at the course and can see it. The other two proximity versions of the same story may focus on how to get there, how big the course area is, famous MTB riders, etc.

Figure 1. An illustrative picture of the concept and how the different proximity zones correspond to the texts. The red dot in the middle illustrates the reader's physical location.



The user participants' responses are analyzed on the basis of the socio-cultural consequences in the place-based differences operative in this locative journalism by local, semi-local and non-local participants. The journalistic production of the news and the usability of the mobile application has recently been discussed in two other papers (Bjørnestad et al., 2011a; Øie, 2010) and will not be discussed in this article.

Location-based services (LBS) have been established for many users of smartphones and within the marketing industry. They can be found in services such as digital maps, real estate, Craigslist, Yellow Pages, location-based games and in social networks such as *Foursquare*,

³² This could be seen in the threshold of news value, the sources interviewed, the illustrative pictures and geographical in-text annotations.

Facebook Places and *Twitter*. These services represent the fastest growing market within Internet technology businesses (ABI Research in Sutko and de Souza e Silva, 2011). PEW Internet studies from January 2011 showed that half of all Americans get some sort of local news on their cell phone or tablet (Purcell et al., 2011). The PEW report from September 2011 shows that 28% of Americans use mobile and social location based services which also include directions and recommendations (Zickuh, 2012). Recently (May 13, 2011), Google announced their *News near you* feature on Google News for mobile devices (Singh, 2011), but so far the news companies have not recognized the full potential of LBS. Google's *News near you* feature and a few other applications can be characterized as location aware news services that sort and display news based on one's physical location. The *LocaNews* is the first attempt within the LBS field that changes the current story based on the reader's location.

In this article, locative news is conceived as a location-aware and location-dependent media application that contains journalistic content. Location-based services are currently generating a lot of scholarly attention paid to at the moment. In journalism, most of this interest is related to hyperlocal news, as in bloggers or citizen/participatory journalism (Bruns, 2005; Bruns et al., 2008; Perry, 2003). There is also a large research interest within the field of location-based (mobile) social networks and games (de Souza e Silva and Frith, 2010; Humphreys, 2010; Silva and Sutko, 2009; Sutko and de Souza e Silva, 2011).

My focus, however, is based on how newsroom journalism in its traditional gatekeeper function can be presented in the context of a location-aware system for mobile phones and to explore the participant's experiences of this journalism. In opposition to the common meanings attached to the concept of hyperlocal news, which can be considered location-oriented, this system is location-aware or location-dependent in physical terms. The story changes and varies according to where the reader moves in relation to the geotagged news story. This makes the *LocaNews* system different to other media design project. It is necessary to stress that *LocaNews* is purely an analytic explorative project and does not seek to make a system sustainable for the market industry.

The article will first present theory from the contemporary scholars dealing with place-based experiences and locative media and aims to relate the interdisciplinary works of Robert E. Park and his contemporaries. Borrowing from Park brings the urban and journalistic perspective into the present social practices of the mobile phone. As the founder of the term "new journalism" (Park, 1923) and his view of the public space as "laboratory", Park's works is seen as fruitful for exploring new forms of journalism in the new social space and in the practices that the mobile phone can represent. This chapter is organized in order to explore my research questions. The overall questions of (1) what kind of experiences does this kind of journalism generate, (2) how context matters, and (3) does this change the user's social interaction with news, facilitate my research question: How does locative journalism affect the consumption of

news? Further, I present my method and the *LocaNews* system before presenting the findings at the end. The findings presented are only representative within the group of 32 participants at the present time and place.

2. Theory

2.1. Place-Based Experience

What is a place-based experience? Are users of locative journalism likely to re-discover a sense of place? What do users gain? What do they lose? These are all big questions, but they constitute the ideational premise in this article. We can recognize the content on the mobile smartphones from earlier media and technology such as television, film, radio, newspapers, etc. Despite similarities, there are also many differences. At present, differences occur mainly within the social practice of the medium and in our relationship with place and localness (Humphreys, 2010).

Genius loci, the protective spirit of a place, is an ancient concept upon which philosophers have based their discussion about place and the meaning of place. In contemporary usage, the term still denotes the characteristics of a certain place, but without the guardian spirit. Geelhaar *et al.* challenge the understanding of this term insofar as it designates an inherent property of a distinct place to be perceived in an unmediated manner and therefore no specific surplus can be created or told as the place itself already tells all that could be told or enabled (Geelhaar et al., 2004). Further, Geelhaar *et al.* argues that if mediation through means of technology is unnecessary or even impossible, the combination of place and technology could potentially pave the way for the creation of the essential attention that is necessary for such experience. They give an example of how exhibits, for example at a museum, can utilize technology to help reawaken the visitors' awareness of the place itself as a medium.

According to Joshua Meyrowitz, the localness of experience is constant and the significance of locality persists even in the face of massive social and technological changes (Meyrowitz, 2005). He also acknowledges, however, that there is a shift in how we identify with such localness, referring to George Herbert Mead, among other scholars, to argue that we see and understand ourselves through others. Meyrowitz points to the fact that media have extended the boundaries of whom we understand to be our significant others, and that people and experiences from other localities provide us with external perspectives on our own perspectives to a greater extent than before. But this does not mean that the importance of physical locale is less important, even though Meyrowitz argues that physical proximity has gradually become less influential with the increased use of mobile phones, e-mail and various other modes of transportation. More suitable, perhaps, is Meyrowitz's second argument about what he calls "the generalized elsewhere", a notion which suggests that we construct and

develop our reflective self in a different way because of contemporary media and infrastructure. We are now more likely to see our physical locality as part of something bigger than we know of: it does not have to be our place of origin where we were born and raised, but rather the physical surroundings that surround us at any time.

All experience is local. Everything we see, hear, touch, smell, and taste is experienced through our bodies. And unless one believes in out-of-body experiences, one accepts that we and our body are permanently fused. We are always in place, and place is always with us (Meyrowitz, 2005: 21).

Even though we are always in place and place is always with us, both place and our perception of it is in a state of constant change. Technology and increased mobility are some of the elements that constitute the always changing context, since they can provide perceptual gains and losses, and bring about different ways of relating and experiencing localness.

2.2. How Does Context Matter?

Focusing on context is not new in journalism and communication studies. The fact that news context plays a major role in the gathering, interpreting, distilling and presenting of news has been closely examined by the scholars of the Chicago school, who made their impact on journalism, media and communication studies chiefly through the works of John Dewey, George Herbert Mead and Robert Ezra Park. Everett Rogers has characterized Dewey as the first philosopher in mass communication and Park as the first theorist of mass communication. Rogers also considers giving Park the title “The first mass communication researcher” in view of his empirical studies of newspaper content, their audiences, and ownership structures (Rogers, 1986). Park looked at the city as one big social “laboratory” which consisted of different worlds, neighborhoods and groups simultaneously connected and in conflict with each other. Such a “city” was to provide the frame or context for journalism analyses and practices. Park gives an example of how this context can be exploited by relating news to other events by plotting event location on a map. *“We had a diphtheria epidemic. I plotted the cases on a map of the city and in this way called attention to what seemed the source of the infection, an open sewer”* (Baker, 1973: 254). For Park, news contexts were not only an analytic framework, but a journalistic method for finding solutions and to reveal unseen patterns as well as a way of presenting news in relation to its context. This fits very well into today’s online journalism and the idea seems just as relevant today. Park’s works seem to be less used by contemporary scholars compared to his co-workers Dewey and Mead, but in the golden age of the Chicago School (1910–1935) his work had significant higher scholarly impact (Smith, 1977: 100-107). Rogers argues that Park did not point to specific directions that future communication research was to take and perhaps that is the reason why the relationship between the Chicago School

and modern disciplines has been so little appreciated, and often ignored (Rogers, 1986). However, if we follow the historical timeline from the Chicago school as a group, we can identify some followers which indeed have been appreciated and paved way into modern disciplines inspired by this context-explorative way of thinking, e.g., Dewey's "The Great Community" (Dewey, 1991b), further to Park's approach to the city as a "social laboratory" in "The City" (Park et al., 1968), to Harold Innis' examples of empires and communication (Innis and Godfrey, 1986), and to a certain extent Marshall McLuhan's "The Global Village" (McLuhan, 1969). Later Park has been criticized for his flirt with nature sciences by borrowing the terms experimental and laboratory (Gross and Krohn, 2005) and thus his view of the city as a truth-spot (Gieryn, 2006).

Both Dewey³³ and Park suggested explorative scientific approaches within their "laboratory" frame (Dewey, 1966; Dewey, 1991a; Park, 1915). Thus Park writes:

The city, in short, shows the good and evil in human nature in excess. It is this fact, perhaps, more than any other, which justifies the view that would make of the city a laboratory or clinic in which human nature and social processes maybe conveniently and profitably studied (Park, 1915: 46).

Like Park and his co-thinkers, *LocaNews* uses the city or village as a laboratory and environment for human practice and scientific explorations through the use of location-based journalistic texts for the mobile phone.

2.3. Social Interaction with the News

Place-based social practices of *LocaNews* users create mediated spaces. This changes the nature of participants' interactions with news. Since mobile devices are ubiquitous and so integral to our daily activities, we can no longer assume the disconnection between physical and digital spaces (Silva, 2006). Thus de Souza e Silva refers to "hybrid spaces". These spaces are created by the constant movement of users who carry mobile devices continuously connected to the Internet and to other users. They are transformative spaces insofar as they connect the distant, the far-off, and the here-and-now so intimately. This connection relates to both social interactions and the information space (Internet) (Silva, 2006).

This connection, enabled by technology, can be found in Dewey's argument that the concept of news indicates something that is new because it differs from the old and traditional. Its meaning, however, depends on what the news import and what social consequences it has. This import cannot be determined unless the new is related to the old. It has to be integrated into the course of events (Westbrook, 1991: 180). This view of news as a non-static product,

³³ Dewey initiated the university of Chicago laboratory schools in 1896.

which constantly changes by its course of events and the value generated by the citizens', show that users of news can do more with news than simply reading it. This import and its social consequences can partly be understood by Mead in the relation to experiences.

We look for the relations of things by their antecedents in the past and judge the future by its relationship to the past to what is taking place. In the same way we understand relations to places by our experiences (Mead and Murphy, 1932: 13-14).

Mead distinguishes between the field of consciousness and the field of awareness. The two terms are often used in the same sense, but "awareness" is more apt to carry with it the value of "awareness of" than the term "consciousness" (Mead and Murphy, 1932).

While a great deal of previous scholarship on mobile media assumed a disconnection between presence and virtuality (focused mainly on the mobile devices as voice communication) (Gergen, 2002; Plant, 2002; Puro, 2002), much contemporary scholarship assumes their intimate connection. The growing critical consensus is that mobile communication enhances the users' connection to space and sense of place (Lange, 2009; Nyíri, 2005). Mobile devices do not detract from reality. They help to make it more real.

All these views deal with context in some way or another. An important characteristic of location-based applications and *LocaNews* is the potential creation of doubled or merged perceptions of space which is presumably perceived to be different based on previous place-based experiences. The tripartial system of *LocaNews* and the fact that certain stories are programmed to not show up unless the user's physical location fits the story version's proximity zones makes *LocaNews* context-aware or location-aware in a technical sense. The users can see how many meters away the story is taking place and at the same time the journalistic story is written for this purpose. This will affect the users' perception of the news in relation to their surroundings (context). Journalists are often specialized in different fields of journalism such as radio, television, newspaper and the internet. Will there be a different specialization within mobile journalist, which not only refers to the mobile as a journalistic tool, but also in content?

3. Method

The *LocaNews* project is a pilot study which consists of four parts or iterations. These parts are conducted in (1) Bergen, (2) Volda, (3) Voss and (4) Volda (city and towns in Norway). Between each iteration we have improved the technical system in addition to investigating different aspects of this system. These aspects focus on the production of the news, the usability of the mobile application, the users' experiences of the content, and the text itself. This article deals with part three, *i.e.*, the user's experiences of this form of journalism. Similar explorative approaches to digital design can be found in Liestøl (2009); Løvlie (2009; Løvlie, 2011b) and Nyre (2010a). Different approaches to mobile media are treated in Fincham *et al.*

(2010); Büscher *et al.* (2011) and Goggin & Hjorth (2009). The design of *LocaNews* is not an attempt to make a system for the existing industry, but rather to explore how these news stories are experienced. I do not believe the industry can directly adapt this tripartite news story system due to production costs and the current scientific analytic limitations within the system.

To carry out our user studies of 32 participants, we hired and paid media and journalism students from the two earlier iterations to produce the news for our user studies. The students produced 93 news stories with photos. These students were trained in the system and about the idea of writing location-aware news stories. This was a time and space limited project which was conducted during the Extreme Sports Festival at Voss in the summer of 2009 over five days. During the festival the municipality of 14,000 people increased to around 20,000. Voss topography plays an important role which both the journalists and the users of *LocaNews* must take into account. The town (Figure 2) is surrounded by high mountains, rivers and lakes that create natural paths and lines which the town and its people has to deal with, and thus the topography differs from other large cities with higher urban density like London and New York. The festival was chosen as a frame in order to recruit editorial staff and informants. The editorial remit was to make location-aware news about and around the festival for the locals and many visitors during the event. Within this time and place limited project, we held each of the 32 voluntary participants one-by-one for approximately 80 min of their spare time in order to conduct a questionnaire and field-testing. The field-testing alone resulted in 28 hours of all participating observations. These user studies were conducted by the author and two co-workers. The participants were given a mobile phone with a pre-installed *LocaNews* application. This mobile application was accessible only to the research group and the participants. The mobile application was shut down right after the project.

Figure 2. The town of Voss and its natural surroundings (Photo: Terje N. Wikimedia Commons licensed).



The *LocaNews* system allows the users to walk around and read journalistic text tailored for the users' position in different ways. Therefore, if there is a certain important landmark like a public park, building or event, the users can expect to get the corresponding texts. Each news story is written in three different proximity versions, which is what makes *LocaNews* location-aware instead of only location-based. These proximity versions or zones are purely analytically chosen in order to force the producers to tailor versions right here, nearby and far away. They appear as optional categories in the mobile application as *Here* (0–100 m), *In the neighborhood* (100–500 m), and *Voss at large* (exceeding 500 m). The size of the zones was chosen based on the topography and the urban density of the rural town Voss. The users access the news through a mobile application developed specifically for this project. The user will only get access to the story within the proximity zone and will have to move physically to access another version of the same story. In opposition to ordinary news where the editors rank the most important news or place them on top on the site, *LocaNews* is ranked only by distance to the article.

Our 32 participants were on average 29 years old, in which 18 were males and 14 were females. Among the participants 12 were locals and the rest were from all across southern Norway. The participants were recruited at the festival area and in Voss at large. We looked actively for participants, who could represent a balanced group of people based on gender, age and locality. The participants were given a Symbian mobile phone with the *LocaReader*

software installed. On average each participant spent 53 min using *LocaNews* (Bjørnestad et al., 2011a). We followed the users around in order to assist them, to ask them questions about the news, and to make sure that the users got to read at least some news stories in all three proximity versions. The participants were also instructed to think aloud about the stories they read. In such field studies, both the limitations and the benefits of the researcher's presence have to be considered (Holstein and Gubrium, 1995; Kvale, 1996). The participants completed a questionnaire before and after the user testing. Before the user test the questionnaire contained questions about demographics and their use of technology, mobile phones, maps and relationship to news. After the user test, those participating fulfilled the second part of the questionnaire which consisted of questions about their experiences while using the system and how they relate this kind of news to ordinary news. The analysis is based on both the questionnaire and instant remarks from the users through participatory observation. The analysis will focus on the local, semi-local and the non-local user's experiences with the news, how they relate to places and how they interact with the news.

4. Analysis

I want to explore the users' experiences related to the news content and related environments of this locative journalism. The results should be read with the notice that this study is done at a festival with many events happening at the same time at several different places and that the participants may already have had the feeling of information shortage at the festival. This could be a reason why the participants appreciated this event-based journalistic approach during the project. The testing also took place in a fantastic sunny weather with about 28 degree Celsius. This kind of journalism also contains the limit which all news stories have to be geotagged, *i.e.*, only certain news suitable or pertaining to this system are used, and certain news stories are left behind. The demography of our sample reflects the sports festival fairly well. Our informants were on average 29 years old, came from all across Southern Norway, were largely involved in the festival as athletes, organizers or spectators, and tended to have advanced media habits (owning smartphones, digital video cameras and personal computers).

We cordially forced our informants to read as many stories as possible and made sure that they read the stories in all different proximity versions. We followed the participants where they wanted to go either by driving them in a car or by walking. We always traversed the main neighbourhoods of central Voss the hotel district, the shoreline and park, and the commercial center of town. In addition there were several far-away locations like Bavallen bike arena (3 km), Bømoen parachute arena (4.5 km) and Gudvangen base jumping (40 km). This was clearly a highly structured experience when it comes to movement and navigation. By doing

this we got responses from the same news stories and exposed them to the places where the most stories were geotagged.

Caroline, Anders and Anne are here presented as collective portraits in a descending order, representing the local, the semi-local and the non-local. The way that these people invest meaning in the news and Voss is different in the three portraits. The contrast between locals and non-locals had a representation of 20/12 respectively. The 12 locals had on average lived 25 years at Voss. Among all participants, 8 were from Oslo and 3 from Bergen, so the urban population was well represented. This breakdown is because the locals are better acquainted with the geographical surroundings and will presumably recognize the names of places, buildings and persons, while the non-locals on the other hand can learn useful and important things about the relatively unknown village they are in.

4.1. Portraits: The Local

Caroline is a 39-year woman who was born and raised at Voss and works as a teacher. She is involved in the festival as a spectator. She does not have a smartphone, but is familiar with internet map services. We started the test in a neighbourhood east of the city center, and we took her for a drive to the Centre, to visit the Town Square and the Festival Area where we walked around. She tried out the service for 50 min.

"I know all of this from before", Caroline exclaimed. For example she knew several of the interviewees by name, among them the old couple who had been interviewed about all the fuzz surrounding the Festival. Even though she knew much of the information from before, she found it engaging to read the news stories. They functioned as confirmations, as much as new information. In one story about the best viewpoint for spectators for certain sport events, she disagreed about the conclusion in the article. She still argued that this was a good consumer story which is useful with good descriptions of directions. While she uses her local knowledge when reading the news she also compares it with ordinary news from the area. One of the stories, which can be considered critical journalism, was about an organized event for old people with a very limited attendance. When reading this story she questioned the relevance of the article in this presented news format. "*How come that in this story, the versions get more and more critical the closer you get? I'm not used to this kind of critical news stories from my local newspaper.*" Caroline liked the festival news best and appreciated the useful information in these stories.

Caroline, who knew the festival and many of the sports very well, was just as concerned with the articles timestamps (or the lack of it) as with the geographical proximity. For her it was the combination of time and place that was crucial and not the search for places or events. "*The time shows the most updated story and by that you can sort out which event it is relevant*

to visit at the present time. If there are changes in the program, you want to know when the article is written. You also want to know when the semi-finals and the finals start so you can reach the right spot at time." Caroline also felt that "The stories in the version Voss at large (exceeding 500 m) is good for addressing what is happening and the closest version is good for telling how it happens".

4.2. Portrait: The Semi-Local

Anders is a 29-year old man from an area near Voss, has been a spectator for several years, and is into several of the same sports which are presented at the festival. He works as an architect and will leave Voss right after the festival. He is quite familiar with many of the places in Voss and has no problem navigating by landmarks within this small town. We met him at a private house in the city centre where he lived during the festival, and took him along to other central spots at the festival, among else the festival tent and to Bavallen Bike Arena. He tried out the service for 55 min.

Anders stated that his personal interest dominated which of the titles he accessed first, and not the proximity ranking the system suggested. The proximity ranking was more like a curiosity which he found interesting while he read the story and tried to link the story contents to the surroundings. Also Anders appreciated the information dimension and argued that "*when you use the mobile phone for news you basically have need for instant information*". He liked the useful tips and stories in this form of journalism and categorized the stories as useful or not when referring to them. Even if he did not find the story useful, he stated that it could be interesting as reportage. He felt that the system could do with only two proximity versions of the news story. "*Two versions (here and Voss at large) would probably do when it comes to orient yourself to which events you decide to seek. With good route descriptions in the version Voss at large (the most distant version) the system can work as a pathfinder and you can quickly find your way the specific event if you find it compelling enough. The versions here (0–100 m) should focus more on the specific event or competition in relation to what you actually can see.*" Anders argued that, as a user, you can get tired of reading "the same" story several times. "*If the purpose is to direct people to a certain place, should the title be the same in all versions. However, that is also quite boring and then you would probably not read them.*"

Anders loved the pictures in the articles and thought they represented the place perfectly and that they worked as confirmations that you reached the right place. "*The best with this system is probably that you can read about places you've walked by in the first days of the festival without knowing what it actually is. In addition, of course, to the fact that you get tips which helps you sort out what you should seek and take notice upon.*"

4.3. Portrait: The Non-Local

Anne is a 25-year old woman from the Oslo-area who is a graduate student, involved in the festival as a spectator and concert-goer for the first time. Anne, like Caroline, can be described as an ordinary mobile phone user. None of them have used the GPS on their phone. We met her at Bømoen, the festival tent camp, and took her along to the town centre, and stopped at Bavallen while driving her back again. She tried out the service for 104 min.

Anne found the mobile application easy to use since there were few and simple choices and categories in it. She frequently visits festival in Norway and other Nordic countries. *“This application is perfect for festivals. You can find information both about concerts and events happening on a festival at the same time. You can even get information about what you actual can see. That is useful when you just walk around at a festival, as you often do.”* She kept highlighting the information value and did not like the stories which can be considered as critical journalism. She looked at the application more like information service and thought the festival should implement it in their services. After reading stories she also learned about the places the events took place even though this was not her main purpose for accessing them in the first place. This also led to an engagement and willingness to visit the places described even if she did not care about the specific sport. One example is when she read a story about the ski lift the bikers used to get to their entry of their course. She read the story in the nearby version and found out that the ski lift was actually built by Adolf Hitler in Lillehammer, but got closed down when the Germans left Norway after World War 2. Then an optician from Voss discovered this and relocated the lift to Voss instead. *“Amazing story! I absolutely want to see this lift,”* she stated, and walked the last 300 m in order to see the lift and to read the most near story. She also stated that she first thought this was a pure fact, but then realised that this was an interview with the general manager of the ski resort. Anne also stated *“I am dependent of understanding my surroundings when I visit a new place. This application helps me with that and provides both route directions and information I need about the place and events. It could actually have even more detailed information in the stories, such as prices, opening hours, etc. In one of the stories I have read I was told to walk south. South!!? Which way is that? It would have been better if the story told me to go towards something I actually could see.”*

These three portraits reveal different approaches, use and perception of the news by the local, semi-local and non-local, which seems motivated by their purpose being there, and their local geographical and culture knowledge. Or, like Mead would put it; *their relations to places are understood by their experiences.*

Some of the following results from the questionnaire were more congruent and therefore should not be categorized into the groups of local, semi-local and non-local participants. Most of the participants found the festival related news most interesting. These stories had also the highest priority among the editorial staff. When asked if *LocaNews* could be compared with traditional local or regional news, only three participants answered no. This could mean several

things: that they found the quality similar, that our news fulfills their notions of public service, or that our news is so similar to traditional news that they cannot distinguish it from other form of news. The following answers show that the participants indeed found differences when experiencing this kind of locative news. A great majority of the participants found this kind of news more informative than ordinary news and most found the news more interesting (7 people found it less interesting). Here, the term interesting applies that this news encouraged them towards activity and thus became more involved with the news and its belonging surroundings. The majority found *LocaNews* more entertaining than ordinary news and the rest answered that it was indifferent (none answered less entertaining). These responses are mostly related to the event-based journalism presented and the treatment of places in the different proximity zones which they found useful. The participants found the stories about the sport festival the most interesting. This shows the participants' agenda for this week and the fact that the whole town of Voss is involved or affected by this annual festival.

The participant had no problem understanding what kind of place the news articles addressed even though most of the participants were festival visitors from other parts of Norway. The participants thought the related pictures in the article were clarifying or helped them to better understand the place the articles were written for. When it comes to the different proximity versions in the system, which probably is the most unusual to relate to in reading news, a moderate majority found it easy to notice the differences. There were small differences between which proximity version they liked the most, but a majority liked the nearest version (0–100 m) best, followed by the second nearest (100–500 m) and the most distant (exceeding 500 m). This means that they found the nearest stories the most useful, relevant or interesting. This contextual, tailored and local experience seems to enrich the participants' perceptions of the news.

In order to take advantage of these versions the participants learned to understand the system to develop suitable reading strategies, rather than passively consuming the news. As one participant puts it "*the system demands you learn a certain pattern*" and this opinion was shared by several other participants. These reading strategies were developed naturally by the participants themselves in order to make the system a useful tool for navigation of the news and around the town. The participants found this feature of social interaction with the news useful for attracting or orienting users to a certain place or event. The participants stated that they were more likely to visit the site the article was written for. This could mean that the system itself requires or results in more active readers than traditional news platforms, which supports Dewey and Parks' thoughts that one can do more with news than just reading it by importing meaning from surrounding context. More than half of the participants agreed that this form of journalism could create stronger ties between the user and the neighborhood. Nobody suggested that it could weaken this bond. The users had a clear opinion on how the system

should be used or how to get the most out of it. Several informants reported that the most natural starting point were the closest version, the stories right here (0–100 m). One participant suggested that it seems natural to “follow” news stories from the most distant to the closest version. “*If you read the stories the other way around (from close to distant) it felt weird*”. Some of the informants stated that they could get tired of reading one news item in three different versions. In particular, that is, when the story does not appeal to their personal interests.

This usability of the mobile application in this project was analyzed in by Bjørnstad *et al.* who concluded that the mobile application system (*LocaReader*) was easy to use and that there were no significant correlations related to technology expertise and preferences or to any other background variable³⁴ correlated to the USABIL variable (Bjørnstad *et al.*, 2011a).

5. Conclusions

The conclusions show that the participants liked this form of journalism within this festival frame. They found it overall more interesting, more entertaining and more informative. This event based news encouraged them towards activity. They wanted to visit the place the article was written for and are more likely to move physically than by ordinary news. It is unclear if the participants actually liked *LocaNews* as journalism or pure information or service-oriented news, even though they reported that the stories could be compared with other professional journalistic products. They kept highlighting the value of information during the field-testing. Potential further work with the *LocaNews* design could go in the direction of information services rather than hard news. The nearest news version (0–100 m) was most appreciated and they had no problem understanding which places discussed or distinguishing between the proximity versions.

The differences between local, semi-local and non-local participants were that the locals recognized a few more persons interviewed and knew about the many of the places mentioned. Since this was during a sport festival, temporal places like the festival tent and some of the course areas were created. In these particular places, the local, semi-local and non-local can be considered almost equal due to this specific event. The locals did focus more on how up-to-date the news was and their “re-discovery” of the place seemed not as important as for the semi-local and non-local. They seemed to seek the time stamp of the article just as much as the geographical proximity. Even though the locals knew much of the information from before, they found it interesting. The news worked for the locals as confirmation of something they

³⁴ These background variables also included locals vs. Festival visitors and their interest in the festival. It was also checked against how they perceived locative journalism as a concept with the same results.

knew from before, but in many cases, the stories added something new. It also seemed that the news could be a good supplement to their local newspaper.

The semi-local knew Voss and the festival area. They already knew what kind of sports event they should attend and how to get there. Their initial interests in the news application were the title, not the proximity ranking. They thought two versions of the story were enough because they already knew if they were close to an event. Their motivation for seeking the specific place was already determined by interests and initial planning even though some of the news stories made them seek places they had not planned. These festival-goers had large amount of free time between the events they attended and it was in this free time they were most motivated for seeking places based on the *LocaNews* articles. The semi-local also represented the majority reporting that they wanted the opportunity to read all versions from the same place without moving. The local participants also raised similar demands but they did not plan their festival schedule in the same way as the semi-local.

The non-locals were used to festivals and it seemed like *LocaNews* filled an information gap they previously had experienced. They mainly live in the festival camp with other visitors or non-locals and used this week as a holiday with the many sport events as a frame. They are “scared” of missing the most spectacular events and in need of navigation in an unfamiliar town. They represented the majority who wanted even more detailed information and road descriptions. When navigating to certain spot, they used the descriptions in the article as their only reference and continually looked for landmarks, buildings and other descriptions mentioned in the article in the terrain. The non-locals felt that all three versions helped them filter out what to seek. The nearby version (100–500 m) worked well in order for them to discover events they did not know about in a walking distance from them.

Common for the majority of all participants was that their hunger for site-related information seemed endless. They asked for more information about road directions and for example where they could rent a bike nearby. They loved the attached photos and used them to confirm that they were on the right place. The participants’ chose to read the news based on their personal interests instead of choosing the most nearby news article. My own assumption is that there may be significant differences in participants’ experience reading location-aware news in a rural place like Voss compared with other large cities. This form of journalism could also be more suitable for festivals and other large events than in everyday journalism which could explain why only one participant reported that he or she did not want to use *LocaNews* in an improved edition next year.

Coping with the many aspects of experiences of locative journalism within the social “laboratory” of Voss are challenging and easy to criticize due to the lack of comparable field studies and the limited participants involved. However, following these different people around while reading locative news gives insights and a sensibility between the news and places not

earlier collected. It shows a clear distinction of the participants dealing with this hybrid spaces which is anything than uniform. Looking at one town or city as a true-spot which is directly transferable to other places is not useful in itself, as no personal differences get to be revealed within this frame. Park & Burgess (Park et al., 1968: 142-155) acknowledges that community properties affect people in a given area and therefore such personal factors can vary. However, it is not the factors but the forces dominant in one urban area that Park assumes to be typical in other areas. These forces go hand in hand with the factors which are elements that co-operate in a place to make a given situation.

Further research should increase the numbers of informants and should implement video, audio and possibilities for commenting, participate and sharing. These features are easy to implement in the mobile application.

Acknowledgements

The author wishes to thank Lars Nyre (University of Bergen, Norway) for his valuable PhD counseling and comments to this article, Pål Aam (Volda University College, Norway), Bjørnar Tessem (University of Bergen, Norway), Solveig Bjørnstad (University of Bergen, Norway) and Eirik Stavelin (University of Bergen, Norway) for their technical help and constructive comments before and during the project. A last I wish to thank the students from Volda University College, Norway who produced the journalistic texts for this project. This research received no specific grant from any founding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

References and notes

- Baker PJ. (1973) The Life Histories of W. I. Thomas and Robert E. Park. *The American Journal of Sociology* 79: 243-260.
- Bjørnstad S, Tessem B and Nyre L. (2011) Design and Evaluation of a Location-Based Mobile News Reader. *New Technologies, Mobility and Security (NTMS), 2011 4th IFIP International Conference on*. Paris.
- Bruns A. (2005) *Gatewatching: collaborative online news production*, New York: P. Lang.
- Bruns A, Wilson J and Saunders B. (2008) Building Spaces for Hyperlocal Citizen Journalism. *IR 9.0 – Rethinking Communities, Rethinking Place* Copenhagen: The Association of Internet Researchers.
- Bulmer M. (1984) *The Chicago school of sociology : institutionalization, diversity, and the rise of sociological research*, Chicago: University of Chicago Press.

- Büscher M, Urry J and Witchger K. (2011) *Mobile methods*, London: Routledge.
- de Souza e Silva A and Frith J. (2010) Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location in Urban Spaces. *Mobilities* 5: 485 - 505.
- Dewey J. (1966) *Logic: the theory of inquiry*, New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Dewey J. (1991a) *How We Think*, New York: Prometheus Books.
- Dewey J. (1991b) *The public and its problems*, Athens, Ohio: Ohio University Press.
- Fincham B, McGuinness M and Murray L. (2010) *Mobile methodologies*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Geelhaar J, Wieneke L, Mende P, et al. (2004) An Example for Location Sensitive Media Integration: Re-discovering the Place Itself as a Medium by Adding Technology. In: Göbel S, Spierling U, Hoffmann A, et al. (eds) *Technologies for Interactive Digital Storytelling and Entertainment*. Springer Berlin / Heidelberg, 270-276.
- Gergen KJ. (2002) The challenge of absent presence. In: Katz JE and Aakhus MA (eds) *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance* Cambridge: Cambridge University Press, 227-242.
- Gieryn TF. (2006) City as Truth-Spot. *Social Studies of Science* 36: 5-38.
- Goggin G and Hjorth L. (2009) *Mobile technologies: from telecommunications to media*, New York: Routledge.
- Gross M and Krohn W. (2005) Society as experiment: sociological foundations for a self-experimental society. *History of the Human Sciences* 18: 63-86.
- Halavais A. (2003) Urban Sociology and a Research Agenda for the Blogosphere. . *Interconnections 4.0*. Toronto, Ontario: Association of Internet Researchers (AoIR).
- Holstein JA and Gubrium JF. (1995) *The active interview*, Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Humphreys L. (2010) Mobile social networks and urban public space. *New Media & Society* 12: 763-778.
- Innis HA and Godfrey D. (1986) *Empire & communications*, Victoria: Press Porcépic.
- Kvale S. (1996) *Interviews: an introduction to qualitative research interviewing*, Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Lange Md. (2009) From always on to always there: Locative media as Playful Technologies. In: Sutko AdSeSDM (ed) *Digital cityscapes: merging digital and urban playspaces*. New York: Peter Lang, 55-70.
- Liestøl G. (2009) Situated Simulations: A Prototyped Augmented Reality Genre for Learning on the iPhone. *International Journal of Interactive Mobile Technologies* 3: 24-28.
- Løvlie AS. (2009) Textopia: designing a locative literary reader. *Journal of Location Based Services* 3: 249 - 276.

- Løvlie AS. (2011) *Textopia: Experiments With Locative Literature. Department of Media and Communication*. Oslo: University of Oslo, 267.
- McLuhan M. (1969) *The Gutenberg galaxy: the making of typographic man*, New York: New American Library.
- Mead GH and Murphy AE. (1932) *The philosophy of the present*, Chicago: Open Court.
- Meyrowitz J. (2005) The Rise of Glocality: New Senses of Place and Identity in the Global Village. In: Nyíri JK (ed) *A sense of place: the global and the local in mobile communication*. Vienna: Passagen Verlag, 21-30.
- Nyíri JK. (2005) *A sense of place: the global and the local in mobile communication*, Vienna: Passagen Verlag.
- Nyire L. (2010) Experimenting with new media for journalism. *Nordicom Review* 32.
- Park RE. (1915) The City: Suggestions for the investigating of human behavior in the city environment *The American Journal of Sociology* 20: 577-612.
- Park RE. (1923) The Natural History of The Newspaper. *The American Journal of Sociology* 29: 273-289.
- Park RE, Burgess EW and McKenzie RD. (1968) *The City: Suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment*, Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Perry DK. (2003) *The roots of civic journalism: Darwin, Dewey, and Mead*, Lanham, Md.: University Press of America.
- Plant S. (2002) On the mobile: The effects of mobile telephones on social and individual life. In: Inc M (ed). Motorola Inc.
- Purcell K, Rainie L, Rosenstiel T, et al. (2011) How mobile devices are changing community information environments In: Project PIAL (ed).
- Puro J-P. (2002) Finland: a mobile culture. In: Katz JE and Aakhus MA (eds) *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance* Cambridge: Cambridge University Press, 19-29.
- Rogers EM. (1986) *Communication technology: the new media in society*, New York: The Free Press.
- Silva AdSe. (2006) From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space and Culture* 9: 261-278.
- Silva AdSe and Sutko DM. (2009) *Digital cityscapes: merging digital and urban playspaces*, New York: Peter Lang.
- Singh N. (2011) *Introducing "News near you" on Google News for mobile*. Available at: <http://googlenewsblog.blogspot.com/2011/05/introducing-news-near-you-on-google.html>.
- Smith RL. (1977) George Herbert Mead and Sociology: the Chicago Years. *The Graduate College*. Urbana: University of Illinois at Urbana-Champaign, 281.

- Sutko DM and de Souza e Silva A. (2011) Location-aware mobile media and urban sociability. *New Media & Society*.
- Westbrook RB. (1991) *John Dewey and American democracy*, Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.
- Zickuh K. (2012) Three-quarters of smartphone owners use location-based services. In: Project PIAL (ed).
- Øie KV. (2010) Teaching Location Sensitivity in Locative Journalism. *Ubiquity Network seminar 1: Ubiquitous Digitalization of Urban Life and Auditory Culture*. Copenhagen: Ubiquity Network.

Vedlegg:

1. Eksempel på spørreskjema

7. mai 2010:

Spørreskjema for studenter som deltok i Lokanytt 2

Det er viktig at alle svarer ærlig på **ALLE** spørsmålene. Dersom man er usikker på noen spørsmål spør Kjetil Vaage Øie som vil gå rundt under besvarelsen. Alle svar vil bli anonymisert.

Informantkode (fylles ut av forskeren): _____

1. Om deg selv

1.1. *Kjønn:*

Mann.....

Kvinne.....

1.2. *Alder:* _____

1.3. *Bosted:* _____

1.4. *Oppvekststed(er):* _____

1.5. *Kryss av for det som best beskriver din bosituasjon:*

Bor med foreldre eller andre slektninger.....

Bor med en eller flere voksne uten slektskapsbånd.....

Bor med partner/ektefelle med barn hjemme...

Bor med partner/ektefelle uten barn hjemme.....

Enslig

Enslig med forsørgeransvar.....

Eventuelle tilføyelser: _____

1.6. Annen utdanning før MID-studiet:

Spesifiser: _____

1.7. Har du arbeid, offentlige verv eller ansvarsposisjoner utover ditt studium?

Kryss av så mange som nødvendig.

- Ufaglært deltidsarbeid
- Hobbyklubb.....
- Sportsklubb
- Skole-/barneaktiviteter.....
- Religiøs organisasjon.....
- Politisk parti
- Veldedig organisasjon.....
- Arbeidslivsorganisasjon
- Annen organisasjon/forening.....

Hvis annet, spesifiser: _____

2. Din daglige mediebruk

2.1. Hvilke elektroniske medier og underholdningssystemer har du tilgang til?

Kryss av så mange som nødvendig.

- TV.....
- Kabel/ satellitt-TV.....
- Videopptaker.....
- Radio.....
- iPod/MP3-spiller.....
- Mobiltelefon
- Spilkonsoll (Xbox, PSP, PS2, PS3, Wii, GameCube etc)
- PC (hjemmedatamaskin).....
- Internettilknytning med modem/isdn

- Bredbånd/DSL.....
- Camcorder/video kamera.....
- Digitalkamera.....
- DVD.....
- Hjemmekino.....

Annet (spesifiser): _____

2.2. Hvilke medier bruker du mest tid på gjennom dagen? Vi har delt opp døgnet i syv faser, og vil vite hvilket medium som dominerer på de ulike tidspunktene. Kryss av for ett medium i hver tidsrubrikk.

	Web	TV	Mobil	Avis (papir)	Radio	Ingen
Morgengry (06.00 – 09.00)						
Formiddag (09.00 – 12.00)						
Tidlig ettermiddag (12.00 – 15.00)						
Ettermiddag (15.00 – 18.00)						
Kveld (18.00 – 21.00)						
Sen kveld (21.00 – midnatt)						
Natt (midnatt – 06.00)						

2.3. Hvor ofte bruker du de følgende medier og informasjonskilder? Kryss av i en tidsrubrikk for hvert medium.

	<i>Hele tiden</i>	<i>Mer enn en gang daglig</i>	<i>Mer enn en gang ukentlig</i>	<i>Mindre enn en gang i uken</i>	<i>Aldri</i>
Personlig samtale					
Telefon					
Epost					
Pressemeldinger					
Redaksjonelle arkiv					
Radio					
TV					

Dagsaviser					
Ukeblad og tidsskrift					
Bøker					
Andre:					

2.4. *Hvor ofte leser du papiraviser? Sett ETT kryss.*

- Mer enn seks ganger i timen
- Flere ganger i timen
- Mer enn fem ganger daglig
- En til to ganger daglig
- Noen ganger i uken
- Sjeldnere

2.5. *Hvor ofte er du på internett ved hjelp av PC, Mac eller bærbare datamaskiner (ikke mobiltelefon!)? Sett ETT kryss.*

- Mer enn seks ganger i timen
- Flere ganger i timen
- Mer enn fem ganger daglig
- En til to ganger daglig
- Noen ganger i uken
- Sjeldnere

2.6. *Bruker du kartinformasjon på Internett?*

- Ja
- Nei

2.7. *Hvis svaret er ja, hvilke kartkilder bruker du? Kryss av så mange som nødvendig.*

- Finn.no
- Gulesider.no
- Google Maps
- Google Earth
- Yahoo Maps.....

Live Search Maps....

Andre: _____

2.8. Har du noensinne navigert i kart på nettaviser, der en hendelse blir markert på kartet og markeringen er klikkbar?

Ja

Nei

2.9. Kjenner du til omgrepet "hypervideo" eller "klikkbar video"?

Ja

Nei

2.10. Hvis ja, hva legger du i det (skriv en kort forklaring):

2.11. Hvis ja, har du selv brukt en slik video?

Ja

Nei

2.12. Hvis ja, hvilken type videoinnhold ble presentert? Kryss av så mange som nødvendig.

Reklame

Undervisning

Salg/nettbutikk

Nyheter

Sport

Musikk

Sosialt nettverk

Videodelingstjeneste

Andre: _____

2.13. Hva slags mobil har du?

- Vanlig mobil med sms, kamera, wap
- Smartphone (Nokia N Series, Sony Ericsson Xperia , HTC, Iphone, Android, Blackberry etc) ...

2.13.1. Dersom du har en Smartphone. Hvilken Smartphone har du?

- Iphone
- Iphone 3gs
- HTC med windows mobile
- HTC med Android
- Sony Ericsson Xperia Windows Android
- Mobil med symbian (for eksempel Nokia N-serie).....
- Mobil med windows mobile
- Andre (spesifiser)

2.14. Hvor ofte bruker du mobiltelefonen? Sett ETT kryss.

- Mer enn seks ganger i timen
- Flere ganger i timen
- Mer enn fem ganger daglig
- En til to ganger daglig
- Noen ganger i uken
- Sjeldnere

2.14.1. Hva bruker du mobilen din mest til?

- Ringe.....
- Sende sms.....
- Spill.....
- Internett.....
- Musikk.....
- Annet (spesifiser)

2.15. Hvor ofte bruker du mobilt internett på mobil? Sett ETT kryss.

- Mer enn seks ganger i timen

- Flere ganger i timen
- Mer enn fem ganger daglig
- En til to ganger daglig
- Noen ganger i uken
- Sjeldnere

2.16. Hvis du sjelden bruker mobilt internett på mobilen, hva er grunnen? Kryss av så mange som nødvendig.

- Har ikke mobil med bredbånd
- Det blir for dyrt
- Jeg har ikke satt meg inn i det

Andre: _____

2.17. Hvilke Internettjenester bruker du på mobilen? Kryss av så mange som nødvendig.

- Nyheter
- Epost
- Værinformasjon (yr.no, etc)
- Nedlasting av musikk/spill/lyder
- Sosiale medier (Facebook, Twitter, etc)
- Finne steder ved hjelp av kart (restauranter, gater, fjelltopper)

Andre: _____

2.17.1. Hvor ofte bruker du Internett på mobilen via trådløst internett (WI-FI)?

- Mer enn seks ganger i timen
- Flere ganger i timen
- Mer enn fem ganger daglig
- En til to ganger daglig
- Noen ganger i uken
- Sjeldnere
- Bruker ikke

2.17.2. Bruker du oftere internet på mobil via Wi-Fi enn mobilt internet?

- Ja
- Nei

2.18. Har du noensinne installert programvare på mobilen som ikke kom med da du kjøpte den?

Ja

Nei

2.18.1. Hvordan vil du karakterisere deg selv som mobilbruker? Sett ETT kryss

Gammeldags

Tradisjonell

Normal

Avansert

Veldig avansert

2.18.2. Hvor mange nedlastede applikasjoner har du på mobilen din (anlagsvis). Sett ETT kryss

1-5

6-10.....

11-20.....

21-30.....

Over 30.....

Ingen

2.18.3. Hvor mange av disse applikasjonene baserer seg på lokasjon eller posisjon? Sett ETT kryss

1-3

4-6.....

6-10.....

Over 10.....

Ingen

2.18.4. Hvilken mobil kommer du til å kjøpe neste gang du skal ha ny mobil?

Spesifiser.....

2.19. Hvor ofte bruker du GPS på mobiltelefonen? Sett ETT kryss.

En til to ganger daglig

Noen ganger i uken

Noen ganger i måneden

- Sjeldnere
- Aldri

2.20. Hvis du bruker GPS, hvilke tjenester bruker du? Kryss av så mange som nødvendig.

- Finne min posisjon
- Finne andre personers posisjon
- Finne andre steder
- Bilkjøring
- Trening
- Andre: _____

2.21. Er du villig til å bruke batterilevetid for å lese stoff på mobilen selv om du kunne ventet til du kom hjem med å lese det?

- Ja
- Nei

3. Journalistisk arbeid i Lokanytt

3.1. Hvilket stoffområde jobbet du mest med i Lokanytt? Kryss av så mange som nødvendig.

- Krim
- Lokalnyheter
- Forbrukarstoff
- Kultur
- Sport
- Økonomi
- Underholdning
- Medier
- Vitenskap
- Kjendis.....
- Andre: _____

3.2. Hvilke av de følgende informasjonstjenestene på internett brukte du i Lokanytt-arbeidet? Kryss av så mange som nødvendig.

- Informasjonssider for stat og kommune
- Online nyhetsmedier

- Blogger og diskusjonsfora
- Søkemotorer
- Elektroniske nyhetsbrev
- Betalingsbaserte databaser
- Chattesider
- Lenkesamlinger
- Webradio
- Web-TV
- Podcasting
- RSS
- Videosider (YouTube, etc)
- Sosiale nettverkssider (facebook, twitter, etc)

Andre: _____

3.3. *Hvor annerledes synes du Lokanytt er fra den journalistikken du kjenner fra før? Sett ETT kryss.*

- Veldig annerledes
- Annerledes
- Verken annerledes eller lik
- Ganske lik vanlig journalistikk
- Veldig lik vanlig journalistikk

3.4. *I hvilken grad følte du at du fikk større tilhørighet med stedet du skrev om eller beskrev? Sett ETT kryss.*

- Mye sterkere tilhørighet
- Sterkere tilhørighet
- Verken sterkere eller svakere tilhørighet.....

3.5. *Hvor viktig synes du at etiske betraktninger er i forhold til steder du har skrevet om? Sett ETT kryss.*

- Veldig viktig
- Viktig
- Verken viktig eller uviktig
- Uviktig
- Veldig uviktig

3.6. *Hvor vanskelig synes du det var å skille mellom de ulike versjonene av en sak? (På stedet, nabolaget, i byen.) Sett ETT kryss.*

- Svært vanskelig
- Vanskelig
- Verken vanskelig eller lett
- Lett
- Svært lett

3.7. Hvilke versjoner var vanskeligst å skille mellom?

	Svært vanskelig	Vanskelig	Verken vanskelig eller lett	Lett	Svært lett
På stedet vs i nabolaget					
I nabolaget vs i byen					
På stedet vs i byen					

3.8. Syntes du det var problematisk å plassere saken på kartet?

Ja

Nei

3.9. Hvilke saker synes du var vanskeligst å plassere på kartet? Kryss av så mange som nødvendig.

Krim

Lokalnyheter

Forbrukarstoff

Kultur

Sport

Økonomi

Underholdning

Medier

Vitenskap

Kjendis.....

Andre: _____

3.10. Hvorfor var det vanskelig? Kryss av så mange som nødvendig.

Jeg visste ikke hvor stedet var

Saken omhandlet flere posisjoner

Saken hadde ikke noe innlysende sted

Andre: _____

3.11. Hvordan løste du dette problemet? Kryss av så mange som nødvendig.

Jeg forkastet saken

Jeg oppgav en ca stedsmerking

Jeg omformulerte saken til å passe til en naturlig posisjon

Andre: _____

3.12. Hvilke element orienterte du deg etter når du skulle plassere en sak på kartet?
Kryss av så mange som nødvendig.

- Stedsnavn
- Landemerker (fjell, skole, kjøpesenter, fergekai)
- Distrikt (Heltne, Rotset, Myrane, Bratteberg, osv)
- Gater (veier, stier)
- Kryss (rundkjøringer, veikryss, osv)
- Kanter (sjølinje, strandlinje på Rotevatnet og lignende)
- Andre: _____

3.13. Hvordan gikk du frem for å finne lokasjon når du ikke visste hvor stedet var?
Kryss av så mange som nødvendig.

- Google Maps
- Google Earth
- Gulesider
- Finn.no
- Norgebilder.no
- Microsoft Virtual Earth
- Papirkart (turkart, veikart)
- Sunnmorskart.no
- Yahoo Maps
- Andre: _____

3.14. Har du støtt på problemer i bruken av skriveverktøyet LokaNytt CMS? Kryss av så mange som nødvendig.

- Kategorier/stikkord kommer ikke opp på skjermen når jeg trykker på dem
- Tekstboksene som scroller horisontalt er forvirrende
- Det er vanskelig å sette markører på kartet
- Jeg mistet tekst
- Jeg fikk ikke logget meg inn
- Det er vanskelig å finne tilbake til tekster jeg har skrevet tidligere

Andre problemer: _____

3.15. Hvordan kan skriveverktøyet LokaNytt CMS bli bedre? Kryss av så mange som nødvendig.

- Det er godt nok som det er
- La meg skrive i tre spalter som i utskriftene
- La meg skrive rett inn i mobiltelefonen som i forhåndsvisningen
- La meg skrive to versjoner isteden for tre
- La meg formatere tekstene mine selv
- La meg lenke til de andre lokasjonskategoriene
- La meg skrive tekster sammen med andre
- La meg lage ulike overskrifter for hver versjon

Andre: _____

3.16. Var det ting ved denne typen journalistikk du ikke likte? Kryss av så mange som nødvendig.

- Å lage tre versjoner av en sak
- At bare visse typer saker passer dette
- At vi ikke hadde noen ekte lesere i dette prosjektet
- At jeg føler jeg bør skrive kort når saken skal leses på mobil
- At det ikke finnes klare (etablerte) retningslinjer for denne type journalistikk

Andre: _____

3.16.1 Synes du retningslinjene vi lagde til denne type journalistikk var hjelpsomme?

- Ja
- Nei.....

3.16.2 Når brukte du retningslinjene? Kryss av så mange som nødvendig.

- Hver gang jeg lagde en sak.....
- Jeg brukte de bare i starten.....
- Jeg brukte de når jeg satt fast underveis i prosessen.....
- Jeg brukte de til å dobbelsjekke om saken jeg allerede hadde skrevet inneholdt kriteriene
- Jeg brukte de ikke.....

3.16.3 Hvor hjelpsomme var retningslinjene? Sett ETT kryss

- Veldig hjelpsomme.....
- Hjelpsomme.....
- Verken eller.....
- Lite hjelpsomme.....

3.16.4 Hvilke av retningslinjene var mest nyttig? Sett ETT kryss

- Saksutvelgingskriteriene.....
- Plasskildringen (stedsrepresentasjon)
- Kilde og formidlingsmåte/sjanger.....
- Vet ikke forskjell.....

3.17. *Hvor vanskelig var det å ta relevante foto til sakene? Sett ETT kryss.*

- Svært vanskelig
- Vanskelig
- Verken vanskelig eller lett
- Lett
- Svært lett

3.18. *Hvor god var lærernes kompetanse og innspill underveis i prosjektet? Sett ETT kryss.*

- Svært god
- God
- Verken god eller dårlig
- Dårlig
- Svært dårlig

3.19. *Hvor nyttig tror du det du har lært blir i ditt fremtidige yrke? Sett ETT kryss.*

- Svært nyttig
- Nyttig
- Verken nyttig eller unyttig
- Unyttig
- Svært unyttig
- Kommentar: hvorfor eller hvorfor ikke?
-
-

3.20. *Hvor god synes du skolens organisering av Lokanytt-prosjektet var? Sett ETT kryss.*

- Svært god
- God
- Verken god eller dårlig
- Dårlig
- Svært dårlig

3.21. *Er du villig til å bruke opp batterilevetiden på å lese Lokanytt på mobilen (GPS-funksjonen drar mye energi fra batteriet)?*

- Ja
- Nei

3.22. *Ville du betalt for en slik tjeneste på mobilen din?*

- Ja
- Nei

Samtykke

Ved å skrive under på dette skjemaet samtykker du i at opplysningene som blir samlet inn kan brukes som grunnlag for vitenskapelige analyser, og siteres i henhold til forskerens vurdering. "Lokanytt" plikter gjennom denne avtalen å respektere de forskningsetiske retningslinjene som styrer bruk av kilder og opptak i kvalitative studier. Dette sikrer deg integritet og anonymitet.

Ta gjerne kontakt med intervjueren hvis du har spørsmål angående din deltakelse, eller vil se den ferdige rapporten når den foreligger. Ved å skrive under samtykker du i at forskerne som arbeider i prosjektet kan kjenne din identitet. Vi presiserer at forskerne er bundet av taushetsplikt når det gjelder personopplysninger og vi vil sørge for at alle informanter som deltar er anonyme. Du kan når som helst trekke deg fra undersøkelsen i ettertid. I så fall kontaktes Kjetil Vaage Øie (kvo@hivolda.no, mob 48009019/70075382).

Jeg gir mitt samtykke til å være informant for Lokanytt's undersøkelse "Produksjon av lokasjonsbasert journalistikk og forholdet til lokasjonsbaserte medier", og er innforstått med hva prosjektet går ut på.

Sted og dato: _____

Underskrift: _____

Navn m/blokkbokstaver: _____

Takk for din velvilje!

2. Kriterier for god lokasjonsjournalistikk

Kriterier og retningslinjer for god lokasjonsjournalistikk (4 mai. 2010)

Dette dokumentet er en omskriving av innholdet av de tradisjonelle nyhetskriteriene. Dere skal følge disse beskrivelsene nærmest slavisk i enhver sak og versjon dere lager. Brukerundersøkelser vi har gjort viser at leserne setter mest pris på saker som oppleves informative. Det er derfor spesielt viktig at dere forholder dere til de tradisjonelle spørsmålene hvem, hva, hvor, hvornår, hvordan og hvorfor i tillegg til kriteriene nedenfor. Dere skal så langt som råd bruke forskjellige kilder i hver versjon av en sak (dette er både journalisten og redaktørens oppgave å passe på at blir gjort). Bilder til sakene skal i tillegg til å fungere som et supplement velges ut på bakgrunn av de samme kriteriene som teksten.

Saksutvelgingskriterier (nyhetsterskel/verdi)

	På stedet	I nabolaget	I byen
Vesentlighet/konsekvens	1 person berørt (brøytebilen knakk gjerdet mitt) Det ved saken som angår en person	Angår en liten gruppe og et begrenset område. Vannlekkasje Det ved saken som angår et utvalg	Det angår alle som bor i byen. Det ved saken som angår mange/alle i byen
Identifikasjon	Intimitet: person til person (1:1). En hendelse med en konkret lokasjon.	Gruppeidentitet (1:flere). Konflikt mellom interesser	Nøytral: riks (1:mange)
Sensasjon	Oppsiktsvekkende for plassen?	Oppsiktsvekkende for nabolaget?	Oppsiktsvekkende for byen?
Aktualitet	Viktig fordi leseren er eller kan komme midt oppi det. Nytt for plassen?	Viktig fordi leseren er i nærheten. Nytt for nabolaget?	Viktig på tross av at leseren kanskje aldri drar dit. Nytt for byen?
Konflikt	Enkeltpersoners konflikter med andre små eller storgrupper.	Smågruppers (eller representanter) konflikter med andre smågrupper eller storgrupper	Storgruppers (eller representanter) konflikter med andre grupper

Plasskildring (stedsrepresentasjon)

-Viktig siden dette er det vi driver med

	På stedet	I nabolaget	I byen
Vesentlighet	Er dette betydningsfullt for de som er eller bor her? Kan det endre noe eller hindre at det endres noe? Hvordan påvirker dette stedet?	Er dette betydningsfullt for de som er eller bor i nabolaget? Kan det endre noe eller hindre at det endres noe? Hvordan påvirker dette nabolaget?	Er dette betydningsfullt for de som er eller bor i Volda? Kan det endre noe eller hindre at det endres noe? Hvordan påvirker dette Volda
Identifikasjon	Hva forbinder folk som bor på stedet hendelsespunktet med?	Hva forbinder folk som bort i nabolaget hendelsesområdet med?	Hva forbinder folk som bor i Volda hendelsen med?
Sensasjon	Dette skjer ikke på denne plassen ofte eller med denne personen/tingen ofte	Dette skjer sjeldent i dette nabolaget.	Sjeldent byen opplever dette.
Aktualitet	Hvordan påvirker dette de som er eller bor her?	Hvordan påvirker dette folk som er eller bor i nabolaget?	Hvordan påvirker dette folk som er eller bor i Volda?
Konflikt	Er de som er eller bor her i konflikt med noen eller noe som man kan/bør skrive om?	Er de som er eller bor nabolaget i konflikt med noen eller noe som man kan/bør skrive om? -smågruppekonflikter	Er de som er eller bor i Volda i konflikt med noen som man kan/bør skrive om? -storgruppekonflikter

Kilder og formidlingsmåte/sjanger – redaksjonell instruks:

	På stedet (feature/portrett/konkret hendelse)	I nabolaget (Reportasje)	I byen (Nyhet)
Kilde	Foreldre (vitne/grasrot/folk flest)	Rektor (talsperson) framstående person,	Ordfører (elite, ekspert, leder,

		leder for grendalag, "nabolags-kjendis"	folkevalgt, byråkrat, stor myndighet,)
Kildebehandling	Behandle skånsomt Kan ta parti med individet eller plassen.	Mellomkritisk dersom talsmann/kvinne	Kritisk
Henvendelsesmåte	Til er person som står ved siden av deg, intimt, personlig, nært. Du som journalist "står" rett ved siden av leseren. Supplere synsinntrykket leseren har på stedet. Guiding: Rette leseren sitt blikk mot en detalj.	Journalisten snakker til en gruppe, tale på seminar, årsmøtet, mer formelt enn når man skriver for <i>på stedet</i> Skildre hendelsen i forhold til landemerker, veier, kjente bygninger osv. Guiding: Rette leseren sin oppmerksomhet mot den delen av nabolaget der saken er relevant. Leserens sin bevegelse gjennom nabolaget.	Formelt. Distanse til enkeltpersoner. Journalisten er formel og distansert. Omtale distrikt og landemerker der hendelsen finner sted. Guiding: Guide til Volda, til et navngitt nabolag(distrikt).

Dersom lav nyhetsverdi kan man tenke seg at man skriver for plassen istedenfor om plassen.

Eventuelle forslag til endringer eller tillegg til skildring av kriteriene noteres og formidles til Kjetil Vaage Øie.

De opprinnelige tradisjonelle nyhetskriterier

- VESENTLIGHET – Nyheter av stor samfunnsmessig

betydning

- IDENTIFIKASJON – Personifisering, miljønærhet, kulturell

nærhet/relevans for leseren (Njaastad: *Nærhet i tid; konsekvensnærhet; nærhet i geografi; kulturell nærhet og følelsesmessig nærhet*).

- SENSASJON – Det oppsiktsvekkende, usedvanlige,

uventede

- AKTUALITET – Det som nettopp skjedde, det som er

samtaleemne, det som opptar mange

- KONFLIKT – Strid mellom personer og interesser

3. Skjema for kvantitativ tekstanalyse av artiklene i Lokanytt på Voss og i Volda

v1. Artikkelnnummer:

Løpende nummer

v2. Publiseringsdato:

ddmmåååå

v3. Tekstlengde:

Tall på tegn med mellomrom

v4. Overskrift:

Tekst

v5. Lokasjonstype:

0. Ikke kodbar
1. Lokasjon 1 (versjonen for 0-100 meter)
2. Lokasjon 2 (versjonen for 100 – 500 meter)
3. Lokasjon 3 (versjonen for over 500 meter)

v6. Hovedoverskrift artikkelen er knyttet til:

Tekst

v7. Saksområde:

0. Ikke kodbar
1. Kultur
2. Sport
3. Krim
4. Medier
5. Forbruk
6. Økonomi
7. Underholdning/ kjendis
8. Vitenskap
9. Kommunepolitikk
10. Turisme
11. Næringsliv
12. Landbruk
13. Friluftsliv
14. Jobb
15. Annet
16. Trafikk

v8. Hvilke Begrep beskriver best journalistikken i denne artikkelen:

0. Ikke kodbar

1. Forbruker-/lanseringsjournalistikk
2. Hendelsesrefererende journalistikk
3. Undersøkende/maktgranskende journalistikk
4. Stemningsskapende journalistikk (reportasje o. l)
5. Meningsbærende journalistikk
6. Tekstreklame
7. Underholdning
8. Refererende
9. Annet

v9. Er temaet gjenkjennelig fra de to andre versjonene:

0. Ikke kodbar
1. Klart gjenkjennelig
2. Lite gjenkjennelig
3. Ugjenkjennelig

v10. Antall kilder:

Tall

99=ingen kilder

v11. Beskrivelse av den mest fremtredende kilden:

0. Ingen kilder
1. Publikum
2. Bruker
3. Øyenvitne
4. Ordensmakt (politi, brannvesen, etc.)
5. Lokalpolitiker
6. Forretningsfolk
7. Arrangører
8. Mediefolk
9. Andre

v12. Beskrivelse av den nest mest fremtredende kilden:

0. Ingen kilde nr. 2
1. Publikum
2. Bruker
3. Øyenvitne
4. Ordensmakt (politi, brannvesen, etc.)
5. Lokalpolitiker
6. Forretningsfolk
7. Arrangører
8. Mediefolk
9. Andre

v13. Beskrivelse av den tredje mest fremtredende kilden:

0. Ingen kilde nr. 3
1. Publikum
2. Bruker
3. Øyenvitne
4. Ordensmakt (politi, brannvesen, etc.)
5. Lokalpolitiker

6. Forretningsfolk
7. Arrangører
8. Mediefolk
9. Andre

v14. Hva er det viktigste nyhetskriteriet bortsett fra nærhet i rom?

0. Ingen
1. Aktualitet
2. Vesentlighet/informasjonsverdi
3. Konflikt
4. Sensasjon
5. Personifisering
6. Eliteperson
7. Negativitet
8. Anna

v15. Hva er det dominerende stedet i saken?

0. Ikke kodbar
1. På fjelltopp
2. I dalside
3. Ved elv
4. Ved vatn
5. Langs veg
6. På offentlig, bebygd sted
7. Inni offentlig lokaler
8. Inni privat hjem
9. Annet
10. Private forretningslokaler

v16. Er det oppmuntringer om å dra nærmere (Zoom-setninger i teksten)?

0. Ikke kodbar
1. Ja
2. Nei

v17. Hvilken tidsinnretning har artikkelen?

0. Ikke kodbar
1. Fortid/historisk
2. Nåtid
3. Fremtid

v18. Hvilken beskrivelse dominerer i teksten?

0. Ikke kodbar
1. Journalistens sanseintrykk
2. Andre personers handlinger
3. Samtaler mellom andre personer
4. Sosiale miljø og aktiviteter i miljøet
5. Større geografiske strukturer
6. Andre

v19. Hva slags intimitetsforhold er dominerende i teksten?

0. Ikke kodbar

1. Intimt/privat
2. Personlig
3. Sosialt
4. Distansert/formelt

v20. Hvilken vinkling/engasjement er det i teksten?

0. Ikke kodbar
1. Sterk positiv
2. Positiv
3. Nøytral
4. Negativ
5. Sterkt negativ

v21. Bærer saken preg av at journalisten har vært på stedet?

0. Ikke kodbar
1. Ja
2. Nei

v22. Antall fotomotiv:

Tal

v23. Dominerende trekk ved foto 1 (øverste i saken, foto 2 nest øverst...):

0. Ingen foto
1. Menneske – nær
2. Menneske – halvnær
3. Menneske – total
4. Landskap
5. Aktivitet – total
6. Aktivitet – halvnær
7. Aktivitet – nær
8. Annet
9. Bygning nær

v24. Dominerende trekk ved foto 2:

0. Ingen foto 2
1. Menneske – nær
2. Menneske – halvnær
3. Menneske – total
4. Landskap
5. Aktivitet – total
6. Aktivitet – halvnær
7. Aktivitet – nær
8. Annet
9. Bygning nær

v25. Dominerende trekk ved foto 3:

0. Ingen foto 3
1. Menneske – nær
2. Menneske – halvnær
3. Menneske – total

4. Landskap
5. Aktivitet – total
6. Aktivitet – halvnær
7. Aktivitet – nær
8. Annet
9. Bygning nær

v26. Dominerende trekk ved foto 4:

0. Ingen foto 4
1. Menneske – nær
2. Menneske – halvnær
3. Menneske – total
4. Landskap
5. Aktivitet – total
6. Aktivitet – halvnær
7. Aktivitet – nær
8. Annet
9. Bygning nær

V29. Hvordan henvendelsesform har artikkelen?:

1. Første person (jeg/journalisten)
2. Andre person (du, dere)
3. Tredjeperson (hun, han, det, dem)
9. Ingen

V30. Kva slags sted refererer teksten til?:

1. Offentlig kjent sted
2. Spesifikt sted
3. Område
4. Kommune
5. Kryss
6. Vei
7. Kanter
8. Landemerker
9. Ingen

V31. Er dette nyheter du kan bruke?:

1. Ja
2. Nei
3. Usikkert

4. Eksempel på feltnotatskjema

Skjema for feltnotat, Lokanytt 3

Gjeld for informant (fullt namn): ANONYMISERT _____

Fakta:

Dato: 24.6.2009 _____

Start-tidspunkt: kl 15:39 _____

Slutt-tidspunkt: kl 16:53 _____

Opphaldsstad ved byrjinga av testen: Vangen (tre brør kafe) _____

Stader besøkt undervegs: 3 Vangen, festivalteltet, park hotell _____

Opphaldsstad ved slutten av testen: Park hotell _____

Teikn løypa inn på kartet:

Informanten si åtferd undervegs i testen:

Kor lang tid brukte informanten på spørjeskjema, del 1: 11 min _____

Kommentarar frå informanten om opplegg og spørjeskjema, del 1:

- Sak: hvor er vekofolket: - Dette var uinteressant informasjon for meg. Jeg vil heller ha saker om det majoriteten driver med på veko.
- Stilig med bilder
- Sak: opp en trapp: - Ok sak, den likte jeg
- Sak: Voi, voi (nærleiken): - Fint, men må passe seg for at sakene ikke blir gamle
- Sak: try-it (nærleiken): - poenget må komme tidlig i teksten
- - Ønsker korte, informative saker
- Sak: klessak: - grei sak i versjon her. Den var konkret og fungerte i ulike versjoner. Eg likte kanskje versjon 1 best (her).
- Velger saker utifra egeninteresse
- -Her ser jeg at jeg er feilsitert i en sak.
- -Ville hatt kategorier å velge mellom
- -jeg har bedre inntrykk av heile voss versjonene
- Heile voss versjonene fungerer godt for å informere om det som skjer. På det nære: Hvordan det skjer
- Når man bruker mobil har man i utgangspunktet akutt behov for informasjon
- - Jeg ser fordelene med stor skjerm
- Sak: camp for alle: fin sak nyttig
- Sak: try-it:- jeg likte bedre versjon 2 enn 1. Det burde vært mer om try-it i stedet for person. Bør også være mer konkret
- Sak: buldrevegg: - var bra, konkret og nyttig med veibeskrivelse og klokkeslett(lest i nærleiken)
- Sak: Festivalinfo: -var veldig bra

