

MEVIT1510

Journalistikk på nett

Forelesningens innhold:

- Rasmussen: *Nettmedier*
- Engebretsen: *Nyheter på nettet*
- Oversikt over ulike nettmedier.
- Hva kjennetegner journalistikk på nettet?
- Nyhetspresentasjon i hypertekst.
- Fokus på nyhetsjournalistikk.
- Hypotese: teknologier som tas i bruk i journalistikk og formidling av nyheter, deltar direkte i endringen av nyhetsformidlingens karakter.

Ulike nettmedier

1. Nettaviser som har utspring i avisorganisasjoner
2. Rene nettmedier
3. Temainnrettede nettmedier
4. Nettmagasiner
5. Portaler og søkemotorer
6. Nettmedier som har utspring i TV- og radioselskaper
7. Andre nettmedier

1: Nettaviser som har utspring i avisorganisasjoner

- Den vanligste formen for nettmedium som formidler nyheter.
- Dagbladet på nett 8. mars 1998.
- Relativt høy grad av stabilitet, gradvis utforskning av nye muligheter.
- Økonomisk tilknytning til større medieorganisasjon: relativt trygg posisjon.

2: Rene nettmedier/nettavisar

- Allmenne nettavisar utan tilknytning til en papiravis eller et kringkastingsmedium er sjeldnere.
- Nettavisen (TV2 Nettavisen) lansert 1. november 1996.
- Målsetning: en allmenn nettavis med kontinuerlig oppdatering av nyhetene.

3: Temainnrettede nettmedier

- Rettet mot bestemte segmenter ut fra spesielle interesser eller behov.
- Informasjonsteknologi (itavisen.no, digi.no), finansstoff og økonomi (imarkedet.no), graviditet (barnimagen.com), osv.
- Relevans for målgruppen.

4: Nettmagasiner

- Mer innovative enn både de allmenne og de temainnrettede nettavisen?
- Mindre bundet av journalistiske konvensjoner?
- *HotWired*: Lansert oktober 1994. Tidlig ute med bl.a. bannerannonser og nyhetsbrev på epost.
- *Salon.com*: Etablert 1995. Fra litterært nettmagasin til "nettavis".

5: Portaler og søkemotorer

- Store aktører fra rundt 1998, som en følge av veksten i antallet nettsted.
- Et fast punkt i informasjonsmengden.
- Ulike søkemotorer.
- Scandinavia Online (SOL).
- Søkemotoren Kvasir.
- Flere nettaviser har sin egen portal: (Dagblade: START), eller samarbeider med en portal (TV2 Nettavisen: Spray).

6: Nettmedier med utspring i TV- og radioselskaper

- Både allmennkringkastere og kommersielle selskaper.
- TV2: tv2.no, TV2 Nettavisen, Kanal24, Spray.
- NRK: nrk.no
- BBC: bbc.co.uk
- SVT: svt.se
- Nettavis? Kringkastingsweb?

7: Andre nettmedier

- Ullent nyhetsbegrep. Gråsone.
- Private idealister, reklamebyråer...
- altculture.org
- slashdot.org
- feedmag.com
- *Slashdot*: Open source, IT og politikk. Leserne skriver selv oppslagene. Liten grad av redaksjonell bearbeiding.
- Weblogger?

Nye medier – ny journalistikk

- Nettjournalistikk som en *fjerde* type journalistikk, i tillegg til journalistikk i trykte medier, radio og TV?
- Mediespesifikke konvensjoner.
- ”Journalistikk” vs nettets særtrekk.
- Bruk av medieteknologi både sosialt og teknisk betinget.
- Teknologien spiller en rolle i å definere spesifikke trekk ved nettjournalistikk.

Nettjournalistikk som sjanger:

1. Responsstrategier
2. Diskusjonsfora
3. Personalisering
4. Hypertekstualitet
5. Arkiv
6. Multimedialitet
7. Hovedsidens logikk
8. Interaktivitet

1: Responsstrategier

- Teknikker for å nærme seg publikum, og holde på dem.
- Epost.
- ”Dagens spørsmål”, avstemminger.
- Nettmøter.
- Andre?

2: Diskusjonsfora

- Varierende grad av styring.
- Tap av kontroll.
- Mindre grad av redigering enn i debatter i andre medier?
- Vet ikke hvem som vil ta ordet, og hva de vil si.
- Overtramp slettes i etterkant.

3: Personalisering

- Personalisering innebærer at leseren på forhånd kan velge stoff. Massemedienes universelle innholdsstruktur brytes opp.
- "Min avis": velge eller prioritere ulike stoffkategorier, enkeltsaker eller tema.
- - Liten utbredelse?
- - Bredde allmennavisenes fortrinn.
- - Demokratisk problem?
- Nyheter på epost eller mobiltelefon.

4: Hypertekstualitet

- Papiravisen: innholdsmessige hierarkier, fleksibel lese måte.
- Nettavisen: viderefører dette, pluss at lesningen ikke nødvendigvis er over når artikkelen er ferdiglest.
- Interne og eksterne lenker.
- Forutsetter en ny form for journalistisk kompetanse: Lenker skal være **relevante, korrekte, informative og etisk forsvarlige**.
- Eksterne lenker: redaksjonelle dilemmaer.

Engebretsen: Presentasjon av nyheter på nett

- Fokus: hvordan nyhetene *presenteres* på nettet. Stikkord: Form.
- Er den lineære, fortellende nyheten den "naturlige" - eller teknologiske rammer?
- Utgangspunkt: web-teknologien gir nye rammer for nyhetsformidlingens former.
- Hvordan kan nyhetsartikkelen *redefineres* for nettet?

- Mulighetene for *hypertekstualitet* den viktigste endringen.
- Tre grunnleggende brukerfunksjoner for enhver kommunikasjonsteknologi:
lagring/tilgjengeliggjøring, presentasjon og kontakt.
- **Presentasjon:** Hvordan gi nyhetsstoff en form tilpasset mediets egenskaper?
- Hypertekstteknologien påvirker direkte:
- **Tilgjengeliggjøring:** lenker.
- **Presentasjon:** hypertekststruktur.

Nyhetsartikkelen som tekstsjanger

- Dramaturgi, fortelling.
- Fortellingsformens begrensninger:
- Kontekstualiseringstvang.
- Relasjonstvang.
- Reduksjonstvang.
- Dette er begrensninger knyttet til selve tekstsjangeren. Når nyhetssjangeren beveger seg fra papir til skjerm, kommer det flere tilleggsbegrensninger.

Hypertekststruktur

- Hvordan kan hypertekstualiteten på web utnyttes i praksis for å utvide formrepertoaret i produksjon av nyheter?
- To hovedkategorier:
- Aksial/hierarkisk struktur.
- Nettverksstruktur.
- Ikke enten/eller: ulik grad av *åpenhet* i strukturen.

Oppsummering

- Noen av hypertekst-nyhetens fortrinn:
- Fleksibilitet med hensyn til informasjonsmengde og relasjoner mellom ulike momenter.
- Mer egenkontekst og tydeliggjøring av materialets indre dynamikk.
- Større grad av leseraktivitet.
- Ulemper:
- Nyhetene blir mer flertydige og mindre koherente.
- Krever ny lesekompetanse.

5: Arkiv

- Nettmediets hukommelse.
- Lager av ordnet og systematisert informasjon: avisens arkiv.
- Tendens: det lenkes mest til tidligere artikler i samme nettavis.

6: Multimedialitet

- Utgangspunkt: informasjonstypene (tekst, lyd, bilder og video) digitaliseres.
- Multimedialitet og hypertekstualitet: **hypermedialitet**.
- Remediering.
- **Umiddelbarhet**: mediet forsvinner for å vise fram verden.
- **Hypermedialitet**: mediet retter oppmerksomheten mot seg selv.

- Hypertekstualiteten blir mer problematisk når informasjonstyper integreres.
- Ulike medieformer leses på ulik måte.
- **Dynamiske** informasjonstyper (lyd og levende bilder) vs. **statiske** (verbal tekst og stillbilder).
- Når ulike medieformers retorikk kombineres i nettmedier, oppstår det "retorisk konvergens".

7: Hovedsidenes logikk

- Førstesiden vs. hovedsiden.
- Hovedsiden: siden der nettavisen presenterer seg selv som helhet.
- Skal lokke leseren videre innover i avisen.
- Publisere flere nyheter, oppdateres gjennom hele døgnet.
- Et referansepunkt i lesingen.

8: Interaktivitet

- Et problematisk begrep.
- Hyppig brukt merkelapp.
- Kontrast til massemediens enveis-kommunikasjon.
- Hypertekstualitet og personalisering.
- Konkurransen: ta i bruk de tekniske mulighetene.
- Mer publikumsorientert journalistikk?

Oppsummering:

- Hva definerer journalistikk på nett vs. journalistikk på papir, i radio og på TV?
- Nyhetene settes inn i en ramme definert av mediet.
- Nye begrensninger.
- Ny journalistisk kompetanse.
- Kontinuerlig deadline.

