

# A-magasinet i nyere tid

En analyse av hovedreportasjene i A-magasinet fra 2005 til  
2015

Linn Christoffersen

Vår 2015

Tverrfaglig fordypningsoppgave

Bachelorstudium i journalistikk

Høgskolen i Oslo

## Innholdsfortegnelse

<b>Del 1: Innledning og problemstilling.....</b>	<b>4</b>
1.1 Innledning.....	4
1.2 Problemstilling.....	5
<b>Del 2: Teori og bakgrunn.....</b>	<b>6</b>
2.1 Teori.....	6
2.1.1: <i>Hva er en reportasje?</i> .....	7
2.1.2 <i>Fiksjon eller fakta?</i> .....	7
2.1.3 <i>Endringer i journalistens tilstedeværelse</i> .....	9
2.2 Tidligere forskning.....	9
2.2.1 <i>De populære magasinene</i> .....	10
<b>Del 3: Metodevalg.....</b>	<b>11</b>
3.1 Avgrensninger.....	11
3.2 Valg av metode.....	12
3.2.1 <i>Kvantitativ versus kvalitativ</i> .....	12
3.2.2 <i>Struktur i den kvantitative analysen</i> .....	13
3.2.3 <i>Tekstanalyse – en nærmere titt</i> .....	14
3.3 Oppbygging.....	14
3.3.1 <i>Dramaturgisk fortelling</i> .....	15
3.3.2 <i>Den tredje fortellermåten</i> .....	15
<b>Del 4: Funn og analyse.....</b>	<b>16</b>
4.1 Funn i den kvantitative analysen.....	16
4.1.1 <i>Den tredje fortellermåten dominerer hele perioden</i> .....	16
4.1.2 <i>Økt bruk av rekonstruksjon</i> .....	18
4.1.3 <i>Kilder</i> .....	20
4.1.4 <i>Temaene</i> .....	21
4.1.5 <i>Illustrasjonens situasjon</i> .....	24
4.1.6 <i>Forfatterens tilstedeværelse</i> .....	25

<b>Del 5: Oppsummering</b> .....	<b>26</b>
5.1 Hva er de typiske trekkene i dagens reportasjelijournalistikk?.....	26
5.1.1 <i>Utviklingen</i> .....	27
<b>Del 6: Litteraturliste</b> .....	<b>28</b>
6.1 Litteraturliste.....	28
<b>Del 7: Vedlegg</b> .....	<b>30</b>
7.1 Vedlegg 1 Kodebok.....	30
7.2 Vedlegg 2 Artikkeloversikt.....	35

## Del 1: Innledning og problemstilling

### 1.1 Innledning

A-magasinet har alltid vært en fast favoritt hjemme hos oss. Hver fredag ligger det et ferskt eksemplar på puffen ved godstolene hjemme. Hva er hovedsaken i dag? Jeg må bort og titte. Ukas høydepunkt for mange, muligens. Men hvorfor er det så spennende å lese alle disse reportasjene? Hvilke grep gjør journalistene for å gjøre lesingen interessant? Reportasjen har vært en velkjent sjanger i lang tid, men den har også forandret seg, og min interesse ligger i å se på hva som kjennetegner dagens reportasjer i A-magasinet. I min oppgave ønsker jeg å se på både den ferdige reportasjen og metodene som ligger bak. Hvilke metoder har journalisten brukt i sitt arbeid med reportasjen? Hvilke metoder er synlige i teksten? Hva kjennetegner dagens reportasjer egentlig?

I 2013 var A-magasinet det mest leste avismagasinet i landet med 723 000 lesertall (Futsæter 2015). I 2014 er det bare VG Helg som så vidt klarer å toppe helgemagasinet til Aftenposten (op.cit). A-magasinet blir, som tallene viser, lest av mange. På mange måter er magasinet Aftenpostens ”flaggskip”. Høsten 2008 kom finanskrisen til landet, og like etter startet overgangen til digitale plattformer i mediehus for fullt. Det har ført til sviktede annonseinntekter og avissalg (Bjørnstad m.fl. 2014 s 48). Høsten 2012 måtte Aftenposten gjennom en nedkjæringsprosess der det totalt skulle kuttes 200 millioner kroner frem til 2016 (Gjestad 2014). I løpet av de siste ti årene har avisopplaget i landet gått ned med nesten 800 000 eksemplarer (Bjørnstad m.fl. 2014 s 19). På tross av dette har lesertallene på magasiner gått opp i 2014. Totalt leser 35 % av landets befolkning til daglig minst ett blad eller magasin (Gjestad 2014). Magasiner ser ut til å være populært, og A-magasinet er blant de mest populære. Reportasjen er en av hovedsjangrene som brukes i helgemagasinerne, så hva er det som fenger? Det er interessant å se om, og hvordan, digitale tider og store nedskjæringer har påvirket reportasjen som sjanger i A-magasinet. Reportasjen krever ofte mye tid av journalisten. Har journalisten den tiden som skal til, eller bruker journalistene i A-magasinet andre metoder for å få ferdig reportasjen raskere? Blir magasinet påvirket av nedskjæringene som foregår i Aftenposten generelt? Har sosiale medier og Internett-satsing gjort noe med reportasjen? Hva skrives det egentlig om?

## 1.2 Problemstilling

Aftenposten har lansert A-magasinet hele tre ganger, først i 1927, så i 1963 og til slutt i 2005. I denne oppgaven ønsker jeg å se hvordan reportasjene i A-magasinet har utviklet seg i den siste lanseringsperioden, fra 2005 og frem til i dag. En stor del av magasinet består av reportasjer, og jeg vil finne ut hva som kjennetegner disse. Som tallene i innledningen viser er det mange som lar seg rive med i magasinet og reportasjenes verden. Jeg vil belyse hva alle disse reportasjene formidler til det norske folk, og samtidig på hvilken måte. I tillegg ønsker jeg å se hvordan A-magasinet har endret seg fra de tidligere årene som A-magasinet har blitt lansert. For å finne disse endringene vil jeg ta utgangspunkt i masteroppgaven til Line Nagell Ylvisåker som i 2009 skrev om A-magasinet gjennom de tre epokene 1927, 1963 og 2005. Hun har i likhet med meg hatt et stort fokus på reportasjer i oppgaven sin, i og med at magasinet alltid har inneholdt denne sjangeren i større eller mindre grad. Det vil være interessant å bygge videre på det Ylvisåker fant i sin oppgave, ettersom det har skjedd mye i mediebransjen de siste årene, som også har påvirket Aftenposten. Nedskjæringer, Internett-satsing og sosiale medier er tre av grunnene som gjør det spennende å se hvordan det kan ha påvirket reportasjesjangeren i A-magasinet i nyere tid. Problemstillingen min har jeg derfor formulert slik:

- *Hva kjennetegner hovedreportasjene i A-magasinet fra 2005 til 2015 og hvordan har de endret seg?*

Ylvisåker fant store endringer i reportasjesjangeren gjennom de ulike epokene, noe jeg vil komme tilbake til under teorikapittelet. Jeg forventer ikke å finne like store endringer i min analyse, ettersom Ylvisåker så på tre ulike årstall med stort sprik, mens jeg ser på en sammenhengende tiårsperiode. Da A-magasinet kom for første gang i 1927 var det helt andre vilkår og retningslinjer i mediebransjen. I dag er det igjen usikkerhet i bransjen, og fremtiden er uklar. Sosiale medier, ny teknologi, borgerjournalistikk og et stort hav av personlige blogger på nett, har gjort at redaksjonene har måttet omstille seg. I Norge var det i 2007 15 % av Internett-brukerne som sa at de brukte sosiale medier, mens det i 2011 hadde økt til 51 % som oppga at de brukte sosiale medier (Aalen 2013 s 11). Sosiale medier har åpnet for en ny type kommunikasjon: mange-til-mange-kommunikasjon. Det er med på å bryte ned skillet i massemediene mellom produsenter og forbrukere (Aalen 2013 s 14). I A-magasinet har de begynt å legge ut noen av sakene fra fredagsmagasinet på nett, slik at lesere som kun er på nett kan se hva magasinet har å tilby. I min oppgave skal jeg ikke undersøke reportasjejournalistikken på nett, men det vil likevel være interessant å se om økt satsing på

nett har endret reportasjene i A-magasinet. Kan de ha blitt mer ”nettvennlige” for eksempel? Jeg håper å finne sammenhenger mellom endringer i reportasjesjangeren og redaksjonelle endringer som følge av for eksempel kutt i Aftenposten. Det er absolutt interessant å se hvordan reportasjene har utviklet seg fra 2005, ettersom både økonomien og strategiene i ulike mediehus har endret seg. Som kjent har sosiale medier og Internett blitt en større del av journalistenes hverdag, og det er interessant å se hvorvidt dette har påvirket reportasjejournalistikken i A-magasinet. I og med at jeg undersøker en tiårsperiode har jeg mulighet til å skaffe meg et solid helhetsbilde, og samtidig se på utviklingen innad i perioden. Jeg har også mulighet til å se på flere detaljer i hver av reportasjene, som kan danne et bilde av hvordan journalistene i A-magasinet skriver og former sakene sine. Bruker alle journalistene de samme ingrediensene, eller finnes det forskjeller?

## Del 2: Teori og bakgrunn

### 2.1 Teori

A-magasinet, VG Helg, Dagbladet Magasinet og Dagens næringslivs D2 er de største, og mest kjente helgemagasinerne i vår tid. De fleste oppstod på 2000-tallet. Magasinene har spesielt en ting til felles: de vektlegger reportasjen. Reportasjesjangeren er nært knyttet til featurejournalistikken med sin litterære skriveform.

Feature journalism is generally associated with newspaper weekend sections and glossy magazines. Human interest stories, reportage, celebrity profiles, colorful background stories, lifestyle stories, personal columns- these are among the kinds of stories we call "feature journalism"(...) (Steensen 2011 s 49).

Det skriver professor i journalistikk, Steen Steensen, i artikkelen ”The Featurization of Journalism”. Han mener de fleste forbinder featurejournalistikk med ukeblader og avismagasiner i helgene. Feature-sakene er, som han skriver, ofte reportasjer, men det kan også være saker om kjendiser, i for eksempel portrettintervjuer. Steensen bygger på tre diskurser i featurejournalistikken: den intime diskursen, opplevelsesdiskursen og den litterære diskursen (2011 s 49). Thore Roksvold, som kaller featurejournalistikk for pregjournalistikk, er mest opptatt av fortellerkunsten som hører til innenfor denne type journalistikk.

I pregjournalistikken finner vi de glitrende penner: Journalisten ”merker” sitt produkt ved hjelp av skrivekunst – for eksempel med skildreteknikker som tradisjonelt hører hjemme i skjønnlitteraturen. Pregjournalistikken er gjerne varmere enn de andre typene. Betegnelsen dekker også at journalisten skildrer det særprega (Roksvold 1989 s 21).

### 2.1.1 Hva er en reportasje?

Featurejournalistikken er også nært knyttet til reportasjesjangeren. Reportasjen inneholder mye feature, og gjennom observasjoner og skildringer får den en subjektiv form. En av dem som har skrevet mye om reportasjen som sjanger er Jo Bech-Karlsen, som selv har vært reporter gjennom 30 år. De viktigste bøkene han har skrevet om reportasjen er *Avisreportasjen* (1984), *Featurereportasjen* (1988) og *Reportasjen* (2007), og i tillegg boka *Åpen eller skjult* (2007) om fortellende journalistikk. I boka *Reportasjen* gjør Bech-Karlsen rede for to viktige prinsipper for å kunne kalle en tekst for reportasje. Først og fremst må reporteren selv være på stedet og bruke observasjon aktivt. I tillegg er det viktig at observasjonene kommer tydelig frem i teksten som skrives. Reportasjen skal på mange måter inneholde journalistens nærvær til stedet som beskrives (2007 s 22). Disse to prinsippene har alltid vært bærebjelkene i reportasjens historie, selv om mye annet har endret seg siden reportasjen først så dagens lys. ”Reportasjens idé er å anskueliggjøre. ”Don’t tell it, show it!” sier amerikanerne. Ikke fortell om det, men vis hvordan det ser ut!” (Bech-Karlsen 2007 s 32) Reportasjens fremste ambisjon, er i følge Bech-Karlsen å levendegjøre stoffet, og dermed bringe det nærmere leseren (2007 s 28).

Thore Roksvold tar for seg reportasjesjangeren i boka *Avisjangerer over tid* (1997). Om sjangeren skriver han blant annet at ”journalisten oppsøker steder for å observere, personer for å intervju og dokumenter for å referere.” (Roksvold 1997 s 24) Reportasjen kan for eksempel være analyserende, oppsøkende, observerende og skildrende, og journalisten samler alle opplysningene til en helhetsfremstilling av et emne (op.cit). Roksvold er enig med Bech-Karlsen i at det er viktig at journalisten oppsøker steder og begivenheter for selv å observere, slik at han eller hun kan rapportere både skildrende og subjektivt i reportasjen (1997 s 58).

Steensen mener reportasjen gjerne kan betraktes som journalistikkens ”urform”. Helt tilbake til antikken dro folk ut og formidlet det de hadde opplevd. ”Dette er journalistikkens utgangspunkt. Å formidle hendelser fra virkeligheten. Og det er dette som former reporteridealet.” (2009 s 14).

### 2.1.2 Fiksjon eller fakta?

Reportasjen blir farget av journalisten som skriver den. Journalisten bruker seg selv som kilde ved å observere. Observasjon er, som nevnt, et viktig kriterium i reportasjen som fortsatt er en mye brukt metode blant journalistene i A-magasinet. Steensen mener at det objektive blikket

ikke finnes når en journalist observerer, det er en illusjon (2009 s 43). Bech-Karlsen viser til medieforsker Odd Raaum og reportasjeprinsippet, som er den første av tre pliktnormer Raaum lanserte i 1996. Reportasjeprinsippet går ut på at journalistikken må være basert på ”reportasjeartens kvalitetskriterier, framfor alt normen virkelighetstroskap eller faktisitet”. (2007 s 226-227) Raaum sa også at reportasjen ikke gir rom for ”å bruke fiksjonselementer i journalistisk forkledning”. Bech-Karlsen sier seg enig, og mener det er avgjørende at journalister ikke har lov til å ta seg disse frihetene (op.cit).

Rekonstruksjon er også en del av undersøkelsen, som jeg vil beskrive nærmere i analysen. Først vil jeg forklare nærmere hva som menes med rekonstruksjon. Metoden innebærer at journalisten skildrer opplevelser som han eller hun selv ikke har vært en del av, og dermed ikke er førstehåndskilde til. Steensen mener rekonstruksjon kan være en god metode fordi den får frem nærhet og drama gjennom sceniske fremstillinger, men at den samtidig kan være problematisk med tanke på presseetikk. Han trekker frem et kjent eksempel på rekonstruksjon, som på mange måter illustrerer dilemmaet med metoden (2009 s 128-129). Truman Capotes skrev i 1966 boka *In Cold Blood*, der han intervjuet to drapdsdømte fanger og rekonstruerte forbrytelsene de hadde gjort. Samtidig intervjuet han bekjente av de drepte, og dermed rekonstruerte tankene og følelsene til de drepte (op.cit). Og her ligger dilemmaet, for hvordan kan Capotes vite hva disse menneskene følte og tenkte uten en gang å ha snakket med dem? Snakker vi da om fiksjon eller fakta? En som stiller seg direkte kritisk til rekonstruksjon som metode er Bech-Karlsen, som kritiserer metoden i boka *Åpen eller skjult* (2007). Han mener journalister som bruker rekonstruksjon ikke lever med åpne øyne, men derimot med åpne ører. Dette er fordi de baserer seg på det som blir fortalt under omfattende intervjuer. ”Dersom de overhodet bruker observasjon, innskrenker metoden seg til miljøresearch på åsteder”, skriver han (2007 s 160-161). Bech-Karlsen stiller to krav til bruk av rekonstruksjon i reportasjer. Det første kravet er at journalisten må sette en scene ved å oppsøke et sted å rapportere fra. Det andre kravet er at rekonstruksjonen må bygge på pålitelige kilder, anerkjente metoder og være åpen om usikre tolkninger (op.cit). Åpenhetsprinsippet og kildekritikk står altså sterkt for at rekonstruksjon skal være innenfor godkjente rammer ifølge Bech-Karlsen Han er også svært kritisk til bruk av indre monolog, der personen har samtaler med seg selv gjennom direkte eller indirekte tankereferat. Bech-Karlsen stiller spørsmålet om hvor mye som faktisk er personens tanker og hvor mye av det som er journalistens egne fortolkninger (2007 s 212).



### 2.1.3 Endringer i journalistens tilstedeværelse

Den svenske forskeren Lars J. Hultén undersøkte reportasjer fra 1960 til 1985 i svenske aviser på 90-tallet. I boka *Reportagen som kom av sig* skriver han blant annet at journalisten sin rolle har blitt mindre synlig, og at det er få personlige refleksjoner i reportasjene. Hultén tolker det som at journalistene savner en tydelig oppskrift på hva en reportasje er, og at de er usikre på hva som er tillatt når det gjelder det personlige og subjektive i reportasjen (1990 s 221). Bech-Karlsen tar også for seg hvor synlig en forteller i en tekst skal være i boka som heter nettopp: *Åpen eller skjult*. Han hevder at det i den nordiske journalistikken alltid har vært en tradisjon for at journalisten er til stede i teksten, for eksempel i jeg-form. ”Jeg i teksten er identisk med journalisten som historisk person, som faktisk observatør og forteller. Det skaper en klarhet; leseren vet hvem som snakker i teksten.” (2007 s 16-17) Bech-Karlsen mener en ny form for fortellende journalistikk er på vei til Norge fra Danmark. Det som amerikanerne kaller Narrative Journalism, som danskene kaller fortellende journalistikk og som Bech-Karlsen velger å kalle ny fortellende journalistikk. Idealet i denne fortellerformen, ifølge Bech-Karlsen, er at fortelleren gjemmer seg og fører leserne inn i en illusjonsverden (op.cit).

## **2.2 Tidligere forskning**

Line Nagell Ylvisåker skrev i 2009 masteroppgaven *A-magasinet i tre epokar, ein komparativ analyse av Aftenposten sitt helgebilag i 1927, 1963 og 2005*, og i sammendraget skriver hun: ”På eit overordna plan viser undersøkinga at A-magasinet har gått frå å ha ein dominerande underhaldningsdiskurs til å få ein klar opplysningsdiskurs.” (s 3) Dette var det hun i grove trekk fant ut da hun gjorde en analyse av A-magasinet gjennom de tre periodene 1927, 1963 og 2005. Ylvisåker har sett på hvordan journalistikken generelt, og reportasjen spesielt, har endret seg over disse tre epokene. Hun har i tillegg til å analysere reportasjer, tatt for seg A-magasinet i sin helhet, og derfor også sett på hvilke sjangertrekk og diskurser som er dominerende. Ylvisåker valgte å gjøre en dypere analyse av én reportasje fra hver epoke for å tydeliggjøre kjennetegnene til reportasjen i den valgte epoken. Reportasjen fra 1927 valgte hun å kalle *Den personlige, narrative reportasjen*, og hun fant ut at alle reportasjene fra denne epoken, bortsett fra én, har journalisten selv som hovedkilde. Samtidig er over halvparten av reportasjene basert på kun én kilde, nemlig journalisten selv (2009 s 56). I perioden 1963 har reportasjesjangeren i A-magasinet fått en drastisk endring, og Ylvisåker konkluderer med at den litterære diskursen ikke står like sterkt som i den første perioden.

Om eg skulle ha teikna ei spenningskurve, ville ho vorte heilt flat. Det gjeld for ein stor del av artiklane i 1963. I staden for å skriva ei gjennomgåande forteljing, vekslar journalistane mellom faktatung informasjon, skildringar, intervju og scener (...)” (Ylvisåker 2009 s 73).

Ylvisåker mener altså at komposisjonen i reportasjene har endret seg, og at journalisten prioriterer informasjon og opplysning i tekstene sine fremfor egne opplevelser. I den siste epoken, 2005, har reportasjesjangeren fått en styrket posisjon etter en litt svak periode i 1963. Reportasjen som er analysert i denne epoken, *Den tause tidsklemma*, har en tydelig komposisjon. Reportasjen er bygd opp etter den tredje fortellermåten som kombinerer underholdning og informasjon. Ylvisåker registrerer at selv om denne reportasjen er bygd opp av mange scener er det kun én av scenene som inneholder forfatterens egne observasjoner. ”Rekonstruksjon av scener er ein klar trend i 2005-reportasjen.” (Ylvisåker 2009 s 94) Et annet trekk ved reportasjen er at den tar for seg et samfunnsproblem, tidsklemma. Ylvisåker reflekterer rundt den stramme oppbygginga, og konkluderer med at det gjør at journalistene ikke er like eksperimentelle som de ellers ville ha vært (op.cit).

### 2.2.1 De populære magasinene

Det er mange master- og fordypningsoppgaver som tar for seg problemstillinger rundt at avisene har fortsatt å lansere magasiner på tross av at bransjen generelt opplever nedgang i opplag og lesertall. Mange master- og fordypningsoppgaver dreier seg derfor om magasinene som helhet. Linda Johnsen Ørstavik har i sin masteroppgave *Magasinflom i norsk presse* studert magasinene VG Helg, VG 7, A-magasinet, Magasinet og D2 (2009 s 9). Hun så blant annet på sjangerbruk og temavalg, og fant ut at magasinene i all hovedsak dyrket featuresjangeren og handlet om temaer som kultur, underholdning, helse, samliv og livsstil (s 3).

En annen som har vekket sin interesse etter den store populariteten rundt magasiner er Torunn Sæth, som undersøker Dagbladets Magasinet i masteroppgaven *Livsstil og helgebilag, magasinet som journalistisk produkt*. Hun har i hovedsak undersøkt Magasinets tematikk, valg av intervjuobjekter, faste spalter og forsider med et ønske om å finne kjennetegn ved moderne livsstiljournalistikk. I analysen fant hun ut at temaene som går igjen er kultur, underholdning, politikk, samfunn og media. Sæth konkluderer med at livsstiljournalistikken er i endring.

Andreas Fay undersøkte i sin fordypningsoppgave om vesentlighetskriterier og andre nyhetsverdier får plass i featurereportasjene i to store norske magasiner: Dagbladet Magasinet og Dagens Næringsliv Magasinet. Fay skriver: ”Funnene mine viser at featurejournalistikken i to av Norges ledende featureredaksjoner  *gjerne* benytter seg av grep for å få nyheten inn i featuren – eller er det kanskje featuren inn i nyheten? Jeg heller mot sistnevnte.” (2011 s. 28)

## **Del 3: Metodevalg**

### **3.1 Avgrensninger**

I min undersøkelse har jeg valgt å fokusere på reportasjer i A-magasinet. Som tallene innledningsvis tilsier, er dette magasinet en av de største på markedet. I tillegg har jeg valgt å ta utgangspunkt i en masteroppgave fra 2009, for å bygge videre på funnene om hvordan reportasjesjangeren har utviklet seg. I og med at jeg kun ser på utvalgte reportasjer i A-magasinet, vil jeg ikke ha mulighet til å si noe om reportasjejournalistikken generelt. Jeg vil undersøke dagens reportasjer i A-magasinet, og se hvordan de har utviklet seg innenfor en tiårsperiode fra 2005 og frem til 2015. Jeg har gjort et systematisk utvalg innenfor perioden, der jeg analyserer hovedreportasjene i A-magasinet den første fredagen i månedene mars, juli og september fra 2006 til 2014. I 2005 har jeg valgt den første reportasjen som ble utgitt etter magasinet ble lansert på nytt, som var i oktober, mens jeg i 2015 har valgt å ha med den første fredagen i mars. Til sammen har jeg valgt ut 29 reportasjer spredt over en tiårsperiode (se artikkeloversikt i vedlegg 2). Reportasjene har jeg først og fremst hentet fra Aftenpostens digitale arkiv som er tilgjengelig for abonnenter, men i og med at ikke alle reportasjene lå i arkivet, har jeg også hentet ut en del av reportasjene i arkivet til Deichmanske bibliotek i Oslo. Tatt i betraktning oppgavens format og tidsbegrensning mener jeg at jeg har et passende utvalg av reportasjer. Selv om utvalget ikke er nok til å kunne generalisere, er det nok til å kunne si noe om tendenser til reportasjesjangeren i A-magasinet.

### 3.2 Valg av metode

Jeg har valgt å gjøre en kvantitativ undersøkelse av alle reportasjene for å skaffe meg et overblikk over reportasjene i det utvalgte tidsrommet. Kvantitativ innholdsanalyse kan være et smart valg dersom man for eksempel ønsker å få oversikt over det normale innholdet i én eller flere kanaler i ett eller flere tidsrom (Østbye m.fl. 2013 s 207). I min undersøkelse ønsker jeg å få oversikt over det normale innholdet, altså det typiske i reportasjen, i reportasjer fra A-magasinet i en tiårsperiode. Jeg mener en slik innholdsanalyse vil være dekkende for å svare på problemstillingen min. Analysen bør være både systematisk og objektiv (Østbye m.fl. 2013 s 208). For å få innholdsanalysen min så systematisk og objektiv som mulig har jeg valgt å lage en kodebok med alle variablene og verdiene jeg ønsker å undersøke. I kodeboken har jeg redegjort grundig for hva jeg mener med de ulike variablene (vedlegg 1). Det er viktig å ha satt klare grenser for dette på forhånd, slik at materialet blir analysert etter de samme kriteriene, og kan etterprøves. I og med at jeg også ønsker å se på endringer i oppgaven min, har jeg tatt utgangspunkt i de samme variablene og verdiene Ylvisåker brukte i sin analyse. Jeg har tatt forbehold om at hun analyserte tekster fra en annen tid, og at hun også analyserte andre tekster enn reportasjesjangeren. Derfor har jeg gjort noen endringer for at kodeboken skal være oppdatert både til tid og til min egen problemstilling, ettersom variablene bør springe ut fra den problemstillingen som er valgt (Østbye m.fl. 2013 s 216). For eksempel har Ylvisåker verdiene *en*, *to*, *tre* og *flere enn tre* under variabelen kilder, mens jeg har valgt å telle totalt antall skriftlige og muntlige kilder. Dette er fordi jeg regner med at det er større bruk av kilder i dagens reportasjer, og at det derfor gir et bedre bilde enn å kode alle reportasjene inn under *flere enn tre*. Variablene mine tar generelt høyde for problemstillingen min, der jeg ønsker å finne kjennetegn ved reportasjen. For å finne dette må jeg ha variabler som samsvarer med reportasjesjangeren, der for eksempel oppbygging, observasjon, rekonstruksjon og tema er viktige kjennetegn. For å være sikker på at jeg har kodet tekstene etter de samme kriteriene hver gang, har jeg fulgt kodeboka nøye, og samtidig gått gjennom alle reportasjene to ganger. For å teste intersubjektiviteten til analysen kan man se på hvordan to ulike kodere klassifiserer det samme materialet (Østbye m.fl. 2013 s 221).

#### 3.2.1 Kvantitativ versus kvalitativ

Selv om jeg velger å kalle innholdsanalysen min for kvantitativ, inneholder den også variabler som åpner for kvalitative tolkninger. En kvantitativ innholdsanalyse betyr ikke at man må utelate alle kvalitative egenskaper i tekstene (Østbye m.fl. 2013 s 208). Det kvalitative innholdet er ofte vanskelig å etterprøve for andre kodere, i og med at det innebærer mer

subjektivitet. I min kodebok har jeg for eksempel ved flere av variablene valgt å kode etter hva som *dominerer* i teksten, blant annet når det gjelder oppbygging og bildebruk. Dette er noe som er vanskelig å telle gjennom kvantitativ tilnærming, i og med at jeg selv tolker hva jeg oppfatter som mest dominant i teksten. For eksempel kan det være forskjell på hva jeg mener er grensen for hva som er et privat bilde og ikke, til forskjell fra en annen person som koder de samme bildene. Hva er private bilder og hva er offentlige? Må man være hjemme hos en person for å kunne kalle et bilde privat? Dette er spørsmål man hele tiden må stille seg selv når man koder kvalitativt. Et annet eksempel på det jeg vil oppfatte som kvalitativt i min innholdsanalyse er variabelen *tema*. Det har til tider vært vanskelig å bestemme hva som er temaet i de ulike reportasjene, og jeg har selv gått inn og tolket det jeg mener er hovedtemaet i teksten. Jeg har prøvd å gjøre verdiene gjensidig utelukkende, men det kan være vanskelig å skille mellom verdier som er så ”vide”. Det er for eksempel ganske mange tekster som kan kodes under temaet *politikk og samfunn*. Det har vært nødvendig å ha variabler hvor jeg tolker hva som er mest dominant. Det ville blitt feil om jeg skulle kodet oppbyggingen til reportasjen uten å basere det på hva som dominerer. Ikke alle reportasjer følger en streng komposisjon, og det er ofte vanlig å blande de forskjellige modellene. Og nettopp derfor, fordi en reportasje ikke nødvendigvis bare er komponert slavisk etter for eksempel Hollywood-modellen, så jeg behovet for å innføre hva som dominerer. Likevel er de fleste av variablene kvantitative, og åpner i liten grad for egen tolkning (vedlegg 1).

### 3.2.2 Struktur i den kvantitative analysen

Materialet fra den kvantitative analysen har jeg ført inn i et Excel-ark, som er å betrakte som datamatriksen i undersøkelsen (Østbye m.fl. 2013 s 165). Excel gir en god oversikt, og mulighet til å strukturere materialet. Etter å ha kodet alle reportasjene innenfor ulike variabler og verdier har jeg laget tabeller, der jeg for eksempel har telt antall kilder. Tabellene har jeg valgt å dele opp i tre tidsperioder: 2005 til 2009, 2010 til 2015 og 2005 til 2015. Grunnen til at jeg har valgt å dele opp tiårsperioden i to deler er for å se etter endringer innenfor perioden, ettersom mye har skjedd i mediebildet i løpet av disse årene. I den første perioden fra 2005 til 2009 er det 13 reportasjer, mens det i siste periode fra 2010 til 2015 er 16 reportasjer. Selv om jeg har valgt å dele opp tiårsperioden i to deler i tabellene mine, er det likevel flere av diagrammene jeg bruker som kun viser tall for hele perioden, altså 2005 til 2015. Disse beregningene har jeg gjort dersom det ikke er noen store endringer fra den første perioden til den andre, og det dermed heller vil være interessant å se på tallene for hele perioden.

### 3.2.3 Tekstanalyse – en nærmere titt

For å tydeliggjøre hva som kjennetegner reportasjene innenfor tiårsperioden har jeg valgt å gå nærmere inn på én utvalgt reportasje som inneholder mange av de typiske kjennetegnene innenfor perioden. Mens den kvantitative innholdsanalysen undersøker i overflaten på tekstens manifeste nivå, undersøker vi med tekstanalyse hva som skjuler seg under overflaten, og det vi kaller tekstens latente nivå (Østbye m.fl. 2013 s 63). Jeg mener at en kombinasjon av disse to styrker analysen min, ettersom den mer tydelig kan svare på problemstillingen ved å gå inn i funnene på en kvalitativt tilnærmet måte. Samtidig kan det styrke troverdigheten til den kvantitative delen, ettersom jeg gjennom tekstanalyse kan vise tydeligere hvordan jeg har tenkt når jeg har analysert og kodet alle reportasjene. Det er mye man kan undersøke ved bruk av tekstanalyse, for eksempel diskurs, slik Ylvisåker hadde fokus på i sine analyser. I min analyse vil det være hensiktsmessig å trekke frem virkemidler og journalistiske grep i reportasjen for å kunne si noe om hva som er typisk for sjangeren. Hvordan er journalisten til stede i teksten? Finnes det observasjon som beviser at journalisten selv har vært på stedet og observert, slik kravet er ifølge Bech-Karlsen? Hvordan er teksten bygd opp? Dette er spørsmål jeg vil undersøke, men på grunn av begrenset format vil jeg ikke ha mulighet til å trekke frem alle kjennetegn, så jeg vil derfor trekke frem de jeg ser på som mest interessante og relevante i forhold til den kvantitative analysen og problemstillingen. Disse eksemplene, fra den kvalitative analysen, vil jeg bruke som eksempler når jeg presenterer funn i innholdsanalysen.

### **3.3 Oppbygging**

Under variabelen oppbygging i kodeboka har jeg definert tre dominerende metoder som ofte brukes for reportasjesjangeren. Her vil jeg forklare nærmere hvordan jeg har vurdert hvilken oppbygging som dominerer, og hva de ulike modellene for oppbygging egentlig kjennetegner. Oppbygging, eller komposisjon som det også heter, handler om å kombinere ulike innholdselementer slik at summen av elementene blir helhetlig. Denne helheten kan være vanskelig å få til, og ofte støter journalisten på komposisjonsproblemer når det gjelder overordnet struktur og flytende overganger mellom det konkrete (skildringer) og det generelle (saksinformasjon) (Steensen 2009 s 92-93).

### 3.3.1 Dramaturgisk fortelling

Det finnes ulike måter å definere en dramaturgisk fortelling på. I kodeboken (vedlegg 1) har jeg valgt å følge prinsippene i Hollywood-modellen, som i stor grad bygger på de samme virkemidlene som blir brukt i Hollywood-filmer. I boka *Stedets sjanger* har Steen Steensen formulert en rekke punkter som er nødvendige for at reportasjen skal fungere dramaturgisk (2009 s 105-106):

- a) Man må ha en hovedperson med et mål, som det er vanskelig å nå.
- b) Man må ha et tidsforløp der hovedpersonen forsøker å nå målet.
- c) Tidsforløpet bør romme et høydepunkt der kampen for å nå målet blir utkjempet.
- d) Man må ha nok materiale til å kunne skildre/beskrive dette høydepunktet i detalj.
- e) Man bør ha et fengende anslag, der hovedpersonen og målet presenteres, gjerne sammen med eventuelle hindre.
- f) Hovedpersonen bør gjennomgå en utvikling som en konsekvens av det han har opplevd.
- g) Hovedpersonens mål og utvikling bør være allmenn karakter – det vil si at leseren potensielt kan lære noe viktig av prosessen som hovedpersonen gjennomgår.

### 3.3.2 Den tredje fortellermåten

”Tanken i den tredje fortellermåten er at en fortellermåte som bare gir saksinformasjon, kombineres med en fortellermåte som bare er underholdende. Fakta fortalt på en fascinerende måte, med andre ord.” (Steensen 2009 s 107) Steensen viser til danske Mikkel Hvid som har laget en modell som enkelt forklarer tanken bak den tredje fortellermåten (op.cit):

Scene – BBI – Scene – BBI – Scene

Det er denne modellen, og tanken om å kombinere saksinformasjon med underholdning, som jeg tar utgangspunkt i når jeg koder om det er den tredje fortellermåten som dominerer i en reportasje. Modellen viser en veksling mellom scene (skildringer) og litt tyngre informasjon, som Hvid selv kaller ”Boring but important”, altså BBI (Steensen 2009 s 108). Denne måten å komponere reportasjer på gjør at leseren ikke bare får underholdning, men også meningsfull informasjon som man kan lære noe av.

Til slutt har jeg valgt å ha med den kronologiske fortellingen, som handler om å skrive reportasjen i kronologisk rekkefølge. Dersom reportasjen i dominerende grad blir fortalt uten hopp i tid vil jeg kode den som kronologisk fortelling. Det er midlertidig en mindre brukt oppbygging for reportasjene i A-magasinet.

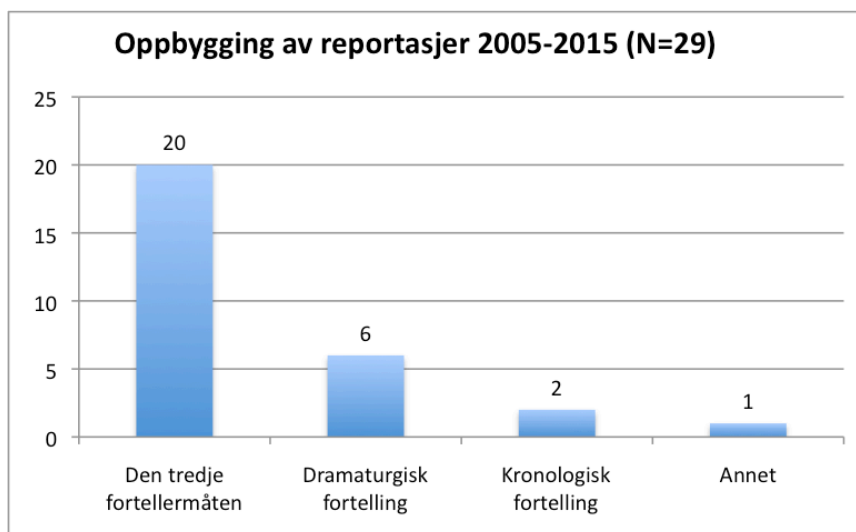
## Del 4: Funn og analyse

### 4.1 Funn i den kvantitative analysen

I denne oppgaven ønsker jeg å finne svar på hva som kjennetegner hovedreportasjene i A-magasinet fra perioden 2005 til 2015, og hvordan de har endret seg. For å besvare problemstillingen vil jeg presentere funnene i undersøkelsen jeg har gjort i denne delen. Som sagt har jeg brukt Excel for å samle materialet mitt, videre har jeg laget tabeller, som jeg igjen har gjort om til diagrammer. I funnene under har jeg valgt å ha med diagrammer i teksten dersom det er hensiktsmessig for å belyse problemstillingen. Funn og analyse går litt hånd i hånd nedover, samtidig som jeg sammenligner funnene med tidligere forskning, for å svare på om det har blitt endringer i reportasjesjangeren. Tekstanalysen er også flettet inn i analysedelen gjennom eksempler fra reportasjen *Anjas sorg*, skrevet i 2013 av Mette Bugge. En reportasje har mange kjennetegn, og jeg vil her presentere de mest interessante og dominerende i undersøkelsen.

#### 4.1.1 Den tredje fortellermåten dominerer hele perioden

Som *figur 1* viser, er det den tredje fortellermåten som dominerer hele perioden.



**Figur 1**

Den tredje fortellermåten dreier seg om å kombinere saksinformasjon med skildringer. Fakta på en fascinerende måte, som Steensen påpekte (2009 s 107). Det er også denne modellen som står sterkt da A-magasinet på nytt blir lansert i 2005, og Ylvisåker bruker en reportasje i sin tekstanalyse som er komponert etter Hvids Scene – BBI – Scene – BBI – Scene – modell. Men hvorfor blir denne oppbyggingen så flittig brukt etter lanseringen i 2005?



Ylvisåker fant i sin analyse ut at det i 1927 var vanlig å bruke seg selv, altså journalisten, som hovedperson i reportasjen. Den gang var derfor reportasjen ofte krydret med hauger av egne opplevelser og skildringer. I 1963 var oppbyggingen så godt som flat, og reportasjen hadde en svekket posisjon. Journalistene i 1963 startet gjerne reportasjene med faktatung informasjon om noe, før de først lenger ut i teksten presenterte hva dette egentlig handlet om, og hvem som var hovedpersonen. I 2005, og i dag, som den tredje fortellermåten står sterkt, er starten på reportasjene en helt annen. De fleste journalistene ønsker å vekke oppmerksomheten til leseren i starten, og samtidig sette problemstillingen. En typisk start på en reportasje i nyere tid er som denne i *Anjas sorg*:

Den 1. mai i fjor mistet Anja Johansen sin kjæreste gjennom tre år, svømmeren Alexander Dale Oen. Først nå vil hun fortelle offentligheten om tiden etterpå.  
Fredag 11. mai 2012 går Anja Johansen på talerstolen i Blomvåg kirke i Øygarden. Hun har en enkel, sort kjole og lave sko. Foran henne står en hvit kiste. Og et bilde av Alexander. Hun har skrevet talen selv. Den handler om Store Trille og Lille Trille. Om at hun nå må trille videre alene, uten han som gjorde dagene hennes betydningsfulle. Om at Alexander kunne være borte i 250 dager i året, men at hun elsket følelsen av å vente på ham. Hun visste at han alltid kom hjem til henne – til slutt.

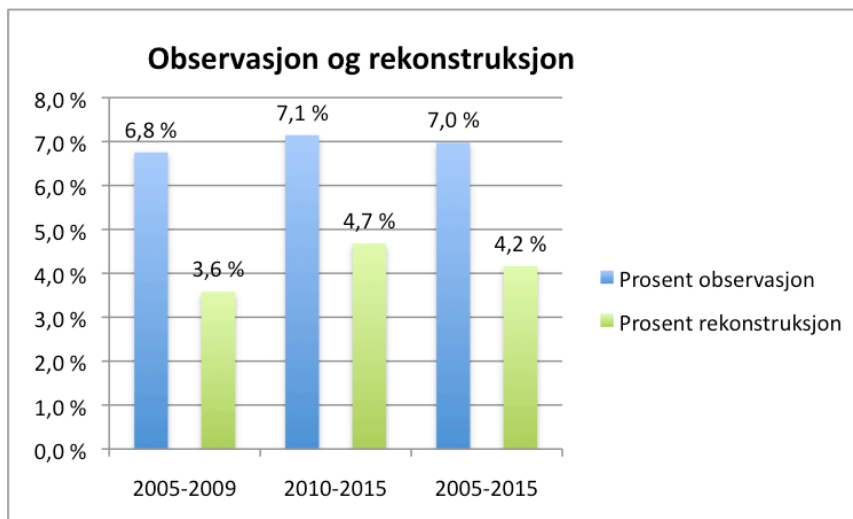
Reportasjen handler om Anja Johansen som mistet kjæresten sin Alexander Dale Oen i fjor. Alexander, som var en kjent svømmer, døde under en treningsleir i USA. Begravelsen ble overført direkte til store TV-skjermer der over 1200 fulgte med, og det er fra begravelsen journalisten skildrer i avsnittet over. Dette er starten på reportasjen, og journalisten prøver å skape interesse gjennom skildringer som skaper bilder i hodet hos den som leser. Samtidig får vi tidlig presentert *hvem* og *hva* reportasjen skal handle om. Det finnes svært få reportasjer fra 2005 og frem til i dag som ikke starter med skildringer.

Mens det i reportasjene fra 1927 var stor vekt på journalistens egne refleksjoner og skildringer, er det fra 2005 og frem til i dag mindre bruk av egen refleksjon og skildring. Det kan skyldes den økte bruken av den tredje fortellermåten. Journalisten må gi mer plass til opplysninger som er relevant for hva reportasjen handler om, ofte kommer disse opplysningene i informasjonspartiene (BBI). Det at den tredje fortellermåten har holdt seg stabil som oppbyggingsmodell henger også sammen med hovedfunnene til Ylvisåker, som viste at reportasjene har gått fra å være bare underholdene til også å bli opplysende. Underholdning og opplysning kan fint kombineres i denne modellen. Hvis man vil danse mellom opplysninger og skildringer kan den tredje fortellermåten være en god modell for en flink reportasjefjournalist. I reportasjene jeg har undersøkt finnes det flere eksempler på overganger mellom skildring og informasjon som skaper sammenheng og flyt i teksten. Mye

tyder på at den klare opplysningstrenden har ført til at journalisten i større grad ser seg nødt til å bygge opp reportasjen etter en modell som smidig kan flette saksinformasjon og skildringer sammen. Dette henger også godt sammen med det Andreas Fay fant i sin fordypningsoppgave fra 2011. Der han fant ut at featurejournalistikken i stor grad er preget av nyhetsverdier. Nyheten bygger ofte på aktuelle temaer, og informasjon blir vel så viktig som underholdning og skildringer.

#### 4.1.2 Økt bruk av rekonstruksjon

Figur 2 viser at bruken av rekonstruksjon har økt fra 3,6 prosent til 4,7 prosent fra 2005 til 2015. Observasjon som metode har derimot holdt seg stabilt, og fungerer også i nyere tid som en viktig metode i reportasjen.



**Figur 2**

Bruken av rekonstruksjon i reportasjer har ifølge mine undersøkelser økt i tidsperioden 2010 til 2015. Dette på tross av at jeg har fjernet én av reportasjene i perioden 2010-2015, fordi bruken av rekonstruksjon var unormalt høy i denne reportasjen, og den avviker derfor fra resten av materialet mitt. Både observasjon og rekonstruksjon er tydelige kjennetegn på reportasjene som skrives i A-magasinet i nyere tid. Rekonstruksjon er et mye diskutert virkemiddel. I metodekapittelet var jeg inne på denne diskusjonen. Er bruk av rekonstruksjon problematisk? Steensen mener at rekonstruksjon kan være et positivt virkemiddel for å få frem nærhet og drama, mens Bech-Karlsen er mer kritisk, og mener rekonstruksjon hvert fall bør følge to krav: Journalisten må sette en scene ved å oppsøke et sted å rapportere fra, og rekonstruksjonen må bygge på pålitelige kilder, anerkjente metoder og være åpen om usikre tolkninger.

Hun vil ikke forstå at han er død. Ligger i sengen i leiligheten sin. Vil ikke ut. Stirrer i veggen. Tenker. Vennene bryr seg om og vil ta vare på. (...) Der står hun med et glass hvitvin i hånden. Da kommer en mann hun aldri har sett før. Han sier hun er en skam for Norge fordi hun er ute, og fordi hun drikker. Hun har lyst til å forsvare seg. Gjør det ikke, men undrer seg over at noen kan si at hun er et dårlig menneske fordi hun holder et glass og bare prøver å komme seg igjennom dagen. (*Anjas sorg* 2013)

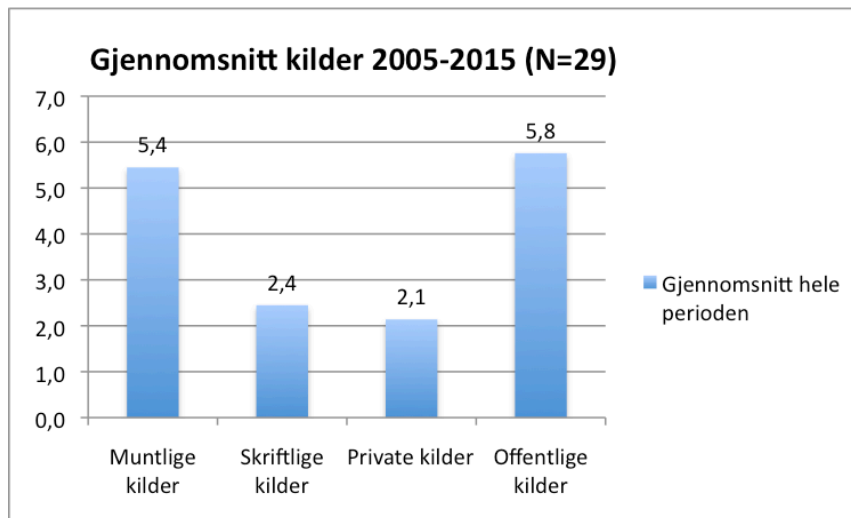
Hvordan kan journalisten rekonstruere denne hendelsen uten å ha vært til stede? Hvordan kan hun vite hva Anja tenker og føler? Indre monolog, som vist i eksempelet over, er et virkemiddel som skaper nærhet. Dette virkemiddelet stiller Bech-Karlsen seg kritisk til, og han mener det ofte er journalistens egne fortolkninger, og ikke de faktiske tankene til personen som kommer frem.

Rekonstruksjon av scener er ein klar trend i 2005-reportasjen. Truleg heng dette saman med at journalisten ikkje lenger sjølv står i sentrum. Det er andre kjelder sine historier journalistane er opptekne av, og dei nyttar i stor grad intervju for å etterforska fram scener som dei ikkje sjølve har vore ein del av (Ylvisåker 2009 s 94).

Det er ikke bare i de senere årene at journalister har benyttet seg av rekonstruksjon som virkemiddel i reportasjene, og Ylvisåker varslet den økte trenden i sin undersøkelse fra 2009. Funnene mine viser at bruken er økende i perioden 2010-2015. Hva er grunnen til at flere og flere journalister velger å bruke denne skrivemåten? Ylvisåker peker på at journalisten selv ikke er i sentrum lenger, noe jeg også ser i mange av reportasjene jeg har analysert.

I 13 av 29 reportasjer er intervju den mest dominerende metoden. Rekonstruksjon har sitt utspring i intervjuet, og det kan se ut til at journalisten bruker tid på å foreta grundigere intervjuer som gir mulighet til å gjenfortelle hendelser som rekonstruksjon. Bech-Karlsen mener at journalister som bruker rekonstruksjon ikke bruker øynene, men ørene, fordi de baserer seg på det som blir fortalt i lange intervjuer. Det at intervju og rekonstruksjon henger sammen ser vi tydelig gjennom Ylvisåker sine undersøkelser. Bare i 2 av 17 reportasjer i 1927 brukte journalisten intervju som metode, og tilsvarende 2 av 7 reportasjer i 1963. I begge disse periodene var rekonstruksjon en ukjent metode, og journalisten brukte mer plass til egne refleksjoner, referat og observasjoner. I 2005 var intervjuet som metode styrket, og 20 av 23 reportasjer inneholdt denne metoden, som i dag er en avgjørende og innforstått metode for reportasjefjournalister. Samtidig økte som sagt bruken av rekonstruksjon i takt med intervjuet i 2005, rett og slett fordi journalisten er avhengig av bakgrunnsinformasjonen som kommer gjennom et intervju for å kunne rekonstruere hendelser.

### 4.1.3 Kilder



**Figur 3**

I min undersøkelse har jeg valgt å telle antall skriftlige og muntlige kilder, og samtidig se om de kan karakteriseres som private eller offentlige (se kodebok). Ylvisåker hadde, som forklart i metoddelen, ulike verdier for antall kilder. I 1927 var totalt 9 av 17 reportasjer basert på bare én kilde, mens det i 2005 bare var to reportasjer basert på én kilde. Under verdien *flere enn tre* kilder var det i 1927 tre reportasjer, og i 1963 var det ingen av reportasjene som hadde *flere enn tre* kilder. I 2005 hadde kildebruken økt, og totalt 13 av 23 reportasjer inneholdt *flere enn tre* kilder. I og med at jeg ikke vet hvor mange kilder som er i reportasjene kodet under verdien *flere enn tre* kilder, blir det vanskelig å sammenligne tallene med mine tall. Det jeg derimot kan si, er at gjennomsnittet for bruk av kilder i reportasjene som jeg har analysert er høyt. Gjennomsnittet for antall muntlige kilder i hele perioden, altså fra 2005 til 2015, er 5,4 kilder som vist i *figur 3*. Tilsvarende gjennomsnitt for skriftlige kilder er på 2,4. Det er altså mer bruk av muntlige enn skriftlige kilder i reportasjene. Samtidig er det interessant å se hvor mange offentlige kilder som blir brukt i reportasjene. Det totale gjennomsnittet ligger på 5,8 offentlige kilder, og totalt er det brukt 167 offentlige kilder av de totalt 229 kildene, uavhengig av om de er muntlige eller skriftlige. Det første jeg tenker etter å ha presentert disse tallene er at det er en økt bruk av såkalte ”ekspertkilder”, som ofte også er muntlige kilder. I analysen Ylvisåker gjorde av *Den tause tidsklemma* fra 2005 fant hun ut at BBI-partiene, det som ifølge Hvid er ”Boring but important”, var basert på intervju med ekspertkilder. Det ser ut til at A-magasinet har holdt på denne trenden frem til i dag. Det er hvert fall det inntrykket jeg sitter igjen med etter mine undersøkelser. I tillegg vil jeg tro at mange av de skriftlige kildene også utgjør de offentlige kildene ettersom flere av reportasjene

trekker frem undersøkelser og forskningsresultater for å opplyse, og underbygge problemstilling og tema i reportasjen.

I reportasjen om Anja møter vi tre kilder, og alle er muntlige. Det er hovedperson Anja, som er en privat kilde, og det er to ekspertkilder som er offentlige. Dette er en typisk kombinasjon av kilder i reportasjene. Det er relativt få kilder i denne reportasjen, under gjennomsnittet av undersøkelsene mine, men de er likevel representative for hvordan journalister tar i bruk ”ekspertkilder”.

Når en kjent person dør, berører det hele nasjonen. Alle føler at de har et forhold til ham. Han er vår, et slags felleseie.

Slik forklarer forsker Terje Tilden reaksjonene. Han har doktorgrad i parterapi ved Senter for familie og samliv på Modum Bad, der han hjelper mennesker i sorg og krise.

- Når Anja ikke sørger på den måten det kanskje forventes at hun skal, reagerer folk. De tror de har rett til å mene noe fordi han er offentlig, men det skaper jo en enda større belastning for henne (...) (*Anjas sorg* 2013).

Eksperten, som her er en forsker, kommer med opplysninger og meninger rundt temaet og problemstillingen. Dette er også et av BBI-partiene i reportasjen. Men hva gjør det med teksten å ha med disse ekspertkildene? I stor grad dreier det seg om nettopp det å opplyse. I tillegg bruker journalistene ofte flere ekspertkilder med ulike synspunkter, og da blir det opp til leseren å gjøre seg opp en tanke. Det vil være sannsynlig å tro at journalistene gjør dette for å belyse flere sider av saken, i samme tradisjon som man gjør i nyhetsaker. For slik som Ylvisåker fant ut i sin undersøkelse holder det ikke lenger med bare underholdning. Leserne vil lære noe også.

#### 4.1.4 Temaene

Temaene i reportasjene viser både likheter og ulikheter med tidligere undersøkelser. I 1927 var det underholdningen som stod sterkt i reportasjene, ifølge Ylvisåker. Dette påvirket også temaene journalistene valgte, som ikke var særlig kritiske til samfunnet på den tiden.

Temaene ble heller valgt på bakgrunn av om de kunne skape spenning og opplevelser (2009 s 63). Om reportasjene i 2005 skriver Ylvisåker at det settes mer fokus på samfunnsproblemer og vitenskap. I mine undersøkelser handlet totalt 4 av 29 reportasjer om politikk og samfunn. Reportasjene innenfor temaet politikk og samfunn tar ofte for seg samfunnsproblemer. Et eksempel er *Bolighaiene* av Pål Vegard Hagesæther som handler om unge mennesker som tar seg inn i forlatte hus og bor der til de blir kastet ut av politiet, såkalte ”husokkupanter”. ” – Vi vil gjøre folk oppmerksom på kommunens manglende boligpolitikk (...)” sier en av husokkupantene om hvorfor de velger å ta seg inn i forlatte hus. Konflikten er altså mellom

husokkupantene og kommunen, og problemet ligger i boligmarkedet, som for mange er dyrt. Grovt fortalt. Torunn Sæth undersøkte Dagbladet Magasinet i sin masteroppgave fra 2007, og fant ut at det ble skrevet mye om både politikk og samfunn. Det kan derfor se ut til at helgemagasinene ofte skriver om de samme temaene.

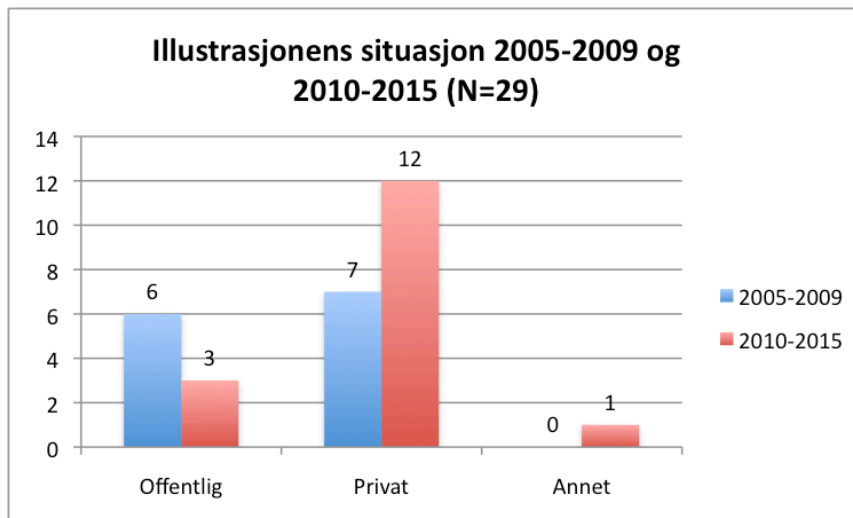
4 av 29 reportasjer i min undersøkelse handler om hverdagsliv og familie. Dette samsvarer godt med Ylvisåkers funn, som i 2005 hadde 3 av 23 reportasjer innenfor dette temaet. Igjen er dette et vidt tema, og det kan derfor være vanskelig å få grep om hva slags reportasjer det er snakk om. I mine undersøkelser har jeg for eksempel kodet reportasjen *Skriv ditt liv!* og *Ingen vits i pappaperm?* under temaet hverdagsliv og familie. Reportasjen *Skriv ditt liv!* handler om at det har blitt en stor trend, og et marked for å skrive bøker om familiehistorie i generasjoner tilbake i tid. Den andre reportasjen, *Ingen vits i pappaperm?*, handler om at fedrekvoten i pappapermen kan være oppskrytt. Pappaperm fører ikke nødvendigvis til likestilling, og meningene er delte mellom ulike ”ekspertkilder”. Reportasjer om hverdagsliv og familie ser ut til, hvert fall i disse eksemplene, å være noe som berører mange. Det er mange som kan kjenne seg igjen i hovedpersonen vi møter i reportasjen om pappaperm, som er en far som prøvde så godt han kunne å balansere mellom en travel jobb og kvalitetstid med sønnen sin.

Frem til nå har jeg sett på temaer som kjennetegner den totale perioden fra 2005 til 2015. Det har ikke vært så store endringer i løpet av tiårsperioden, og noe av grunnen kan være at det er få reportasjer spredt på mange verdier i undersøkelsen. Noe som likevel er interessant er at reportasjer om helse og livsstil har økt fra 2010. I 2005 til 2010 var det ingen reportasjer som hadde dette temaet, mens fra 2010 til 2015 var det 4 av totalt 16 reportasjer som handlet om helse og livsstil. Hva kan det komme av? En tilfeldighet? Min spontane tanke er at vi mennesker har blitt mer og mer opptatt av helse og livsstil. Mediene skriver ofte saker om helse og livsstil, og på *Klikk.no* kan man for eksempel lese ”De hotteste treningstrendene for året” (Abdli 21.1.13). Bloggene er også med på å påvirke hva folk interesserer seg for, og trening er ofte noe det blogges mye om. Det er trendy å ha mye og gjøre, og det er trendy og trene mye. Det ser altså ut til at denne trenden også har funnet veien inn i reportasjene i *A-magasinet*, hvert fall er det tendenser til det. Reportasjen *Jakten på bikinikroppen* fra 2013 (se vedlegg 2) handler om helse og livsstil. Reportasjen handler om hva som er idealkroppen, og vi får møte ei jente som deltar i Bikini Fitness for første gang. Linda Johnsen Ørstavik, som nevnt i teorikapitlet, fant i sin masteroppgave fra 2009 ut at de største magasinene i norsk

presse dyrket temaer som kultur, underholdning, helse, samliv og livsstil. Blant magasinene hadde hun også undersøkt A-magasinet. I mine undersøkelser har jeg ikke brukt verdiene underholdning eller samliv, men jeg mener det kan knyttes opp mot temaene kjendis og kjærlighet. Kjendis kan gå innenfor underholdning, og kjærlighet under samliv. I mine undersøkelser fant jeg at kjendis og kjærlighet er blant de temaene som det ble skrevet mest om totalt i tiårsperioden. Det ser altså ut til at temaene har holdt seg ganske stabilt fra Ørstavik sine undersøkelser i 2009 og frem til mine undersøkelser i 2015.

Det at temaene i stor grad dreier seg om trender og samfunnsproblemer kan henge sammen med aktualiteten til reportasjen. I tiårsperioden jeg har undersøkt var det et flertall av reportasjene som hadde aktualiteten *år*, totalt 13 av 29 reportasjer. Tilsvarende var det 11 av 29 reportasjer som var ukesaktuelle, og dermed veldig få som var måneds- og dagsaktuelle. En trend er noe som går over lengre tid, og en reportasje om en trend kan være årsaktuell. Ofte velger journalisten å knytte et tidløst tema, som for eksempel et samfunnsproblem, opp mot noe aktuelt. I reportasjen om Anja finnes det ingen aktualitetsknagg i nåtid, og jeg har derfor kodet den under *år*. Store deler av reportasjen handler om noe som skjedde for nesten ett år siden, begravelsen i mai 2012. Et av funnene mine er at det i perioden 2010-2015 er flere tidløse reportasjer, totalt 9 av 16 reportasjer. Denne tidløsheten kan være med på å forklare den økte bruken av rekonstruksjon. Journalisten blir helt avhengig av å knytte reportasjen til hendelser i fortid, og det blir da naturlig å benytte seg av rekonstruksjon som metode. Ylvisåker fant i sin analyse av reportasjene ut at 10 av 17 reportasjer fra 1927 var tidsaktuelle under *år*. Hvilke metoder ble brukt den gang? ”Alle reportasjane i 1927, bortsett frå ein, har journalisten som hovudkjelde, og over halvparten av reportasjane er baserte berre på ei kjelde – nemleg journalisten.” (2009 s. 56) Dette forklarer forskjellen på den tidsreportasjer basert på fortid, og dagens reportasjer basert på fortid – journalisten skrev den gang om egne opplevelser, mens journalisten i dag skriver om andres opplevelser. I mitt utvalg av reportasjer er det kun én av reportasjene som har journalisten selv som hovedkilde. Andreas Fay fant i sin fordypningsoppgave ut at featurejournalistikken i DN Magasinet og Dagbladet Magasinet i stor grad var preget av nyhetsverdier, og at spesielt Dagbladet Magasinet benyttet seg av identifikasjon og aktualitet på forsiden for å lokke leserne (2011 s 27-28). Mine funn i A-magasinet viser derimot at reportasjene ikke er avhengig av en nyhet, men at en reportasje like greit kan handle om noe som er ”i tiden”.

#### 4.1.5 Illustrasjonens situasjon



**Figur 4**

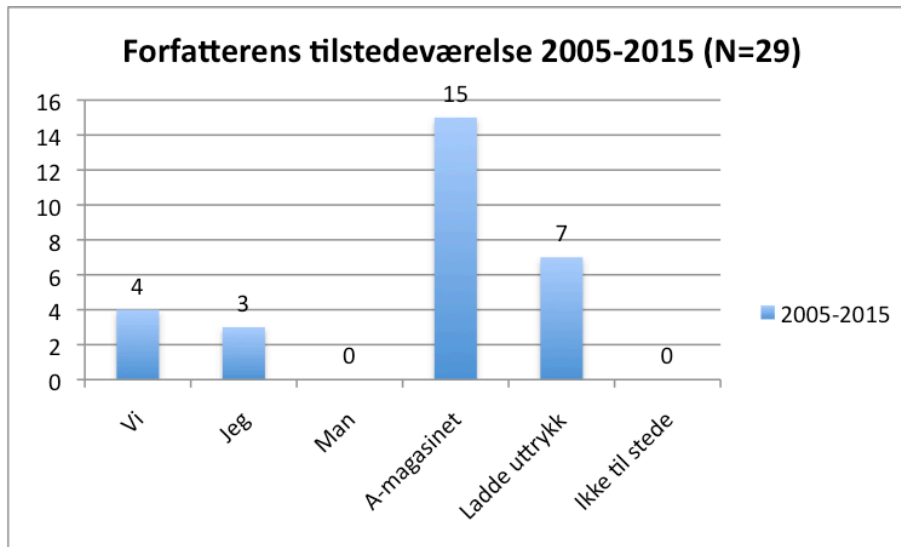
*Figur 4* viser en tydelig økning når det gjelder bruk av private bilder i reportasjen. Mens det i perioden 2005 til 2010 var 7 av 13 reportasjer der private bilder dominerte, var det i perioden 2010 til 2015 hele 12 av 16 reportasjer der bruken av private bilder var størst. Jeg har altså ikke telt antall bilder, men vurdert i hver enkelt reportasje om det er offentlige eller private bilder som totalt dominerer, som et helhetsinntrykk. Hva kan dette fortelle oss? Det er vanskelig å si noe konkret om hva grunnen til at bruk av private bilder har økt. Ofte skaper de private bildene nærhet og følelser til leseren, noe av det samme formålet som rekonstruksjon har. Kanskje er det sosiale medier som har ført til økt bruk av private bilder? Sosiale medier visker på mange måter bort skillet mellom det private og det offentlige. Private bilder kan øke nysgjerrigheten hos leseren, og i dagens sosiale-medier-verden er vi vant til å kunne snoke i andres privatliv gjennom kontoer på sosiale medier eller blogger.

Også i *Anjas sorg* er det de private bildene som dominerer. I reportasjen, som i mange andre, er det en klar sammenheng mellom private bilder og rekonstruksjon. Reportasjen, som handler om Anjas sorg etter kjærestens død, har flere bilder fra fortid som samsvarer med det journalisten skriver om fra fortid. Det er flere bilder fra begravelsen som ble holdt for kjæresten til Anja, Alexander Dale Oen, og det er også denne begravelsen journalisten stadig skildrer i teksten. I tillegg er det bilder av Anja, hovedpersonen, i nåtid, som jeg også definerer som private ettersom vi kommer så tett på. De private bildene gir oss et inntrykk av det som rekonstrueres i teksten.



#### 4.1.6 Forfatterens tilstedeværelse

Tabellen under viser i hvilken grad journalisten er synlig i reportasjen. Ved første øyekast er det tilstedeværelse gjennom "A-magasinet" som blir mest brukt.



Figur 5

I 1927 var journalistene i A-magasinet mest synlig gjennom jeg-form, viser undersøkelsene til Ylvisåker. Det samme gjelder for 1963, bare i litt mindre grad. I 2005 var det gjennom ladde uttrykk at journalistene gjorde seg synlige i teksten. Det var kun to steder der journalisten uttrykte sin tilstedeværelse gjennom "A-magasinet" i 2005. Ylvisåker har valgt å telle alle gangene journalisten er til stede i reportasjen, og det kan altså være gjennom flere måter. I mine analyser har jeg valgt den tilstedeværelsen som dominerer, altså som det er mest av. Selv om vi har gjort undersøkelsen på litt forskjellige måter er det sammenlignbart, og det er tydelige tendenser til at bruken av "A-magasinet" har økt siden 2005. Dette er i tråd med undersøkelsene til den svenske forskeren Lars J. Hultén. Han undersøkte reportasjer fra 1960 til 1985 i svenske aviser på 90-tallet, og fant blant annet ut at journalisten sin rolle i reportasjen har blitt mindre synlig, og at det er få personlige refleksjoner. Bruken av "A-magasinet" gir journalisten en mindre synlig rolle i reportasjen. Heller ikke i reportasjene jeg har undersøkt er det mye bruk av personlige refleksjoner, og det er selvfølgelig med på å svekke den personlige rollen i teksten. Hultén tror det kan komme av at journalistene mangler en fast forklaring på hva en reportasje er, og at de derfor er usikre på hva som er tillatt av personlighet og subjektivitet i teksten. Mitt inntrykk er derimot at journalistene har klart for seg hva en reportasje bør inneholde, og at det nye reportasjeidealet nettopp er å fjerne seg selv mer fra teksten. Ved å fjerne seg selv blir det mer plass til hovedpersonen, skildringer og rekonstruksjon. Mest av alt blir det mer plass til "ekspertkildene", og det kan se ut som at det

som før var journalistens egen synsing og refleksjon rundt en problemstilling, i dag har blitt overtatt av professorer og andre ekspertkilder som kan dele sine kunnskaper.

Bech-Karlsen hevder at journalistens tilstedeværelse har blitt svekket i det han kaller ny fortellende journalistikk. Den nye fortellende journalistikken har ifølge ham rot i den amerikanske Narrative Journalism og den danske formen for fortellende journalistikk. Bech-Karlsen mener en synlig journalist gjennom jeg-form er med på å skape klarhet i teksten. Likevel ser det ut til at det nye idealet som han selv også beskriver er i ferd med å ta over, og det nye er at fortelleren "gjemmer" seg. Bech-Karlsen mener journalisten da tar med leseren inn i en illusjonsverden (2007 s 16-17).

## Del 5: Oppsummering

### 5.1 Hva er de typiske trekkene i dagens reportasjejournalistikk?

- *Hva kjennetegner hovedreportasjene i A-magasinet fra 2005 til 2015 og hvordan har de endret seg?*

Reportasjene i A-magasinet ser ikke ut til å ha blitt preget av dårlige økonomiske tider i Aftenposten de siste årene. Tallene innledningsvis viser at A-magasinet faktisk har blitt mer populært, og leses av mange. Tendensene viser at A-magasinet har holdt en stabil profil siden oppstarten i 2005. Mye er likt, men noe har likevel endret seg.

Undersøkelsene mine viser at de fleste journalistene i A-magasinet bruker den tredje fortellermåten for å bygge opp reportasjene sine. Denne fortellermåten åpner for å vekse mellom informasjon og underholdning. Informasjonsdelen inneholder gjerne "ekspertkilder", noe som blir flittig brukt i mange av reportasjene. Reportasjene har flest muntlige kilder, med et gjennomsnitt på 5,4. I tillegg er det et flertall av kildene totalt, både skriftlige og muntlige, som kan karakteriseres som offentlige.

Bruken av rekonstruksjon ser ut til å ha økt de siste fem årene i reportasjene i A-magasinet. Fra 2005 til 2009 lå bruken av rekonstruksjon på 3,6 prosent, mens bruken hadde steget til 4,7 prosent fra 2010 til 2015. Denne økningen kan komme av at journalisten selv har trukket seg ut av teksten. Undersøkelsene mine viser at journalisten i hele 15 av 29 reportasjer er synlig gjennom bruken av "A-magasinet". Jeg-formen er kun brukt i tre av reportasjene. Dermed er det mer plass til hovedpersonen sine opplevelser. Et annet viktig trekk ved reportasjene i A-magasinet fra 2005 til 2015 er at i alt 13 av 29 reportasjer har intervju som den mest

dominerende metoden. Journalisten bruker ofte tid på lange intervjuer med hovedpersonen i reportasjen for å ha nok bakgrunnsinformasjon til å rekonstruere hendelser. Det er derfor en tydelig sammenheng mellom bruken av intervju og økningen av rekonstruksjon.

Noe annet som har økt de siste fem årene i reportasjene er bruken av private bilder.

Undersøkelsene mine viser nesten en dobling for perioden 2010 til 2015. Dette kan både henge sammen med økt bruk av rekonstruksjon, og økt bruk av sosiale medier. Flere av reportasjene, som i *Anjas sorg*, viser private bilder fra tidligere hendelser. Likevel tror jeg sosiale medier har spilt en vel så stor rolle. Gjennom sosiale medier deler vi personlige bilder, og skillet mellom offentlig og privat viskes bort. Bloggere deler privatlivet sitt på Internett, og vi har blitt mer og mer opptatt av å lese om andres liv. Private bilder har for mange blitt veldig spennende, men også noe man forventer å få se.

Reportasjene i A-magasinet handler i stor grad om politikk og samfunn, hverdagsliv og familie, helse og livsstil, kjendis og kjærlighet. Dette henger også sammen med et nytt digitalt samfunn der mange-til-mange-kommunikasjon har blitt mer vanlig. Journalistene skriver ikke lenger bare om det de selv har lyst til, men om det de tror opptar leseren. Hva vil det norske folk lese om? Det ser ut til å ha blitt den nye tankegangen i mediebransjen.

### 5.1.1 Utviklingen

Reportasjene nå er, som Ylvisåker også påpekte i sin masteroppgave, mer opplysningsorienterte. I 1927 var underholdning fokuset i reportasjesjangeren, i 1963 var reportasjen svekket, og i 2005 var det underholdning blandet med opplysning som var den nye suksessformelen. I mine undersøkelser finner jeg mange likheter med det Ylvisåker fant ut om reportasjen da A-magasinet på nytt ble lansert i 2005. Det ser derfor ut til at A-magasinet har holdt en stødig profil de siste ti årene. Det kan bli spennende å se om reportasjen holder sin form i tiden fremover. Aldri før har journalistikken hatt en så usikker og spennende fremtid som nå. Vil A-magasinet la seg påvirke av økonomi, publikum og sosiale medier i fremtiden? Eller vil de stå støtt som en påle, og sverge til sin egen suksessoppskrift?

## Del 6: Litteraturliste

### 6.1 Litteraturliste

Aalen, Ida (2013): *En kort bok om sosiale medier*. 2. opplag. Bergen: Fagbokforlaget

Abdli, Maria *Klikk.no* (21.1.13): "De hotteste treningstrendene for året". URL:  
<http://www.klikk.no/kvinneguiden/helse/article812222.ece> (Lesedato: 28.05.15)

Bech-Karlsen, Jo (1988): *Feature-reportasjen. Med ti norske reportasjer*. Oslo: Universitetsforlaget

Bech-Karlsen, Jo (2007): *Reportasjen*. 3. opplag. Oslo: Universitetsforlaget

Bech-Karlsen, Jo (2007): *Åpen eller skjult. Råd og uråd i fortellende journalistikk*. Oslo: Universitetsforlaget

Bjørnstad, Nina, Knut. A, Tornes (2014): *Medieåret 2013-2014. Medieutvikling i Norge: fakta og trender*. URL: <http://medienorge.uib.no/files/publikasjoner/Mediearet-2013-2014-WEB.pdf> (Lesedato: 01.06.15)

Fay, Hans Andreas (2011): *Påfyll eller pause? I hvilken grad er featurejournalistikken preget av vesentlighet og andre nyhetsverdier?* Høgskolen i Oslo.

Futsæter, Knut-Arne (3.3.2015): "Medietall 2014". URL:  
[http://www.mediebedriftene.no/globalassets/medietall2014/presentasjon\\_lesertall2014.pptx](http://www.mediebedriftene.no/globalassets/medietall2014/presentasjon_lesertall2014.pptx)  
(Lesedato 10.05.15)

Gjestad, Robert Hoftun *Aftenposten.no* (21.5.2014): "Nye sluttpakker i Aftenposten". URL:  
<http://www.aftenposten.no/kultur/Nye-sluttpakker-i-Aftenposten-7575189.html>  
(Lesedato 19.05.15)

Hultén, Lars J. (1990): *Reportaget som kom av sig*. Stockholm: Stockholms Universitet

Hågvar, Yngve Benestad (2011): *Å forstå avisa. Innføring i praktisk presseanalyse*. (2. opplag). Bergen: Fagbokforlaget

Roksvold, Thore (1989) *Retorikk for journalister*. Odda: Cappelens Forlag

Roksvold, Thore (1997): *Avisjangerer over tid*. Fredrikstad: IJ-forlaget

Steensen, Steen (2009): *Stedets sjanger. Om moderne reportasjejournalistikk*. Kristiansand: IJ-forlaget

Steensen, Steen (2011): *The Featurization of Journalism*. Oslo University College. Nordicom Review.

Sæth, Torunn (2007): *Livsstil og helgebilag: Magasinet som journalistisk produkt*. Universitetet i Oslo.

Ylvisåker, Line Nagell (2009): *A-magasinet i tre epokar. Ein komparativ analyse av Aftenposten sitt helgebilag i 1927, 1963 og 2005*. Universitetet i Oslo.

Ørstavik, Linda Johnsen (2009): *Magasinflom i norsk presse: et blikk på magasinsatsinger i Aftenposten, Dagens næringsliv, Dagbladet og VG: analyse av A-magasinet, D2, VG Helg og VG 7 i 2008*. Universitetet i Oslo.

Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog, Leiv Ove Larsen, Hallvard Moe (2013): *Metodebok for mediefag* (4. utgave). Bergen: Fagbokforlaget

## Del 7: Vedlegg

### 7.1 Vedlegg 1

## Kodebok for den kvantitative innholdsanalysen

Variablene med verdier og definisjoner:

**Variabel: Tittel**

Først vil jeg fylle inn tittelen på reportasjen jeg videre vil analysere.

**Variabel: Journalistens/journalistenes navn**

Navnet på journalisten(e) som har skrevet reportasjen.

**Variabel: Journalistens/journalistenes kjønn.**

*Verdier*

1 Mann

2 Kvinne

3 Begge

4 Annet

Det kan være en eller flere journalister som har skrevet samme reportasje. Dersom det er en eller flere av hvert kjønn registrerer jeg det på verdien begge.

**Variabel: Årstall**

Her vil jeg fylle inn årstall for hvilket år et gitt A-magasin er utgitt. Dette er årstall mellom 2005-2015.

**Variabel: Måned**

*Verdier*

Mars

Juli

September

Oktober

Jeg har hovedsakelig valgt reportasjer fra den første fredagen i månedene mars, juli og september, i og med at A-magasinet gis ut hver fredag i måneden. Oktober er med fordi A-magasinet først ble lansert 21. oktober i 2005.

**Variabel: Oppbygging**

*Verdier*

1 Kronologisk fortelling

2 Dramaturgisk fortelling (Hollywood-modellen)

4 Den tredje fortellermåten (Scene-bbi-scene)

## 5 Annet

I kronologiske fortellinger er selve fortellingen drivkraften, og den følger et bestemt hendelsesforløp fra begynnelse til slutt. I en dramaturgisk fortelling er også fortellingen sentral, og det er en satt spenningskurve. Hovedpersonen har gjerne et mål, og gjennomgår en utvikling i løpet av fortellingen. Persongalleriet er ofte preget av roller som helt, skurk, hjelpere og motstandere. Den tredje fortellermåten er ikke avhengig av en fortelling, og veksler mellom scene og saksinfo. Den omtales ofte som scene-BBI-scene-modellen som betyr *boring but important*. Noen ganger har journalisten valgt en sjanger som ikke passer med beskrivelsene over, og da vil jeg registrere den under verdien *annet*.

Ofte bruker journalisten en oppbygging med deler fra flere fortellermåter, og jeg vil derfor kode den ”modellen” som dominerer reportasjen i størst grad.

### **Variabel: Dominerende metode**

#### *Verdier*

- 1 Intervju
- 2 Observasjon
- 3 Direkte forfatterrefleksjon
- 4 Referat
- 5 Rekonstruksjon
- 6 Annet

Her vil jeg registrere hvilken metode som dominerer i den journalistiske teksten, i og med at det er høyst vanlig å kombinere både intervju, observasjon og referat i dagens reportasjer. Med direkte forfatterrefleksjon mener jeg at journalistens egne tanker og refleksjoner kommer synlig fram i teksten. Med referat mener jeg når journalisten gjenforteller noe som har funnet sted, ved for eksempel å referere til kilder.

### **Variabel: Grad av observasjon**

Metoden observasjon kommer til syne i teksten gjennom journalistens egne skildringer etter å ha vært ”på stedet”. Jeg vil her telle **antall linjer** i teksten som tydelig viser at journalisten har brukt observasjon som metode.

### **Variabel: Grad av rekonstruksjon**

Ofte skildrer forfatteren hendelser som han eller hun selv ikke har vært vitne til. Skildringene er da basert på for eksempel intervju, **ikke** egne observasjoner på stedet. Journalisten er ikke lenger førstehåndskilde, men annenhånds. Disse skildringene, som jeg oppfatter som rekonstruksjon av hendelser, vil jeg registrere gjennom å telle **antall linjer** med dette i teksten.

**Variabel: Forfatterens tilstedeværelse i teksten***Verdier*

1 Vi

2 Jeg

3 Man

4 A-magasinet

5 Ladde uttrykk

6 Ikke til stede

Verdien ”vi” omfatter her både journalist og publikum, journalist og kilde, journalist og fotograf og ”vi” som i Aftenposten generelt. Med ladde uttrykk mener jeg når det tydelig kommer subjektive meninger frem fra journalisten sin side, for eksempel gjennom miljøskildringer.

**Variabel: Hovedperson***Verdier*

1 Mann

2 Kvinne

3 Skriftlig kilde

4 Forfatteren selv

5 Annet

**Variabel: Antall muntlige kilder**

Muntlige kilder i reportasjen er de kildene som journalisten helt tydelig har vært i direkte kontakt med, og stort sett brukes det sitater ved bruk av muntlige kilder.

**Variabel: Antall skriftlige kilder**

Skriftlige kilder kan være bøker, artikler, offentlige dokumenter og register.

**Variabel: Antall private kilder**

Privatpersoner som ikke er i jobbsammenheng. Det kan for eksempel være en pårørende etter en ulykke.

**Antall offentlige kilder**

Forskere, politikere og politi er eksempler på offentlige kilder som kan brukes i reportasjer.

**Variabel: Tema***Verdier*

Tema	Forklaring
1 Mote og interiør	Motetrender, interiør, design og arkitektur.



2 Mat og drikke	Reportasjer som i hovedsak dreier seg om mat og/eller drikke. For eksempel om en restaurant.
3 Hverdagsliv og familie	Reportasjer om private og/eller hverdagslige ting.
4 Kjendis	Reportasjer om kjente personer, om deres liv og karriere.
5 Teknologi, industri og forskning	Reportasjer som omhandler for eksempel ny teknologi, industriområder som olje eller forskning som forteller noe om mennesker eller dyr.
6 Natur og friluftsliv	Reportasje om fenomener i naturen, eller om personer som har tilknytning til natur og friluft.
7 Kunst og kultur	Reportasjer om spesielle kunstnere, om kulturen i et samfunn osv.
8 Helse og livsstil	Reportasjer som har med menneskets helse å gjøre, og livsstil dersom teksten gjør et poeng ut av det.
9 Ulykke	Reportasjer som tar for seg ulykker som har skjedd i fortid.
10 Krig	Krig, i fortid og nåtid.
11 Politikk og samfunn	Temaer om mellommenneskelige relasjoner, sosiale grupper, institusjoner og sosiale problemer. Fordeling av goder i samfunnet, politiske partier og aktører faller inn her.
12 Kriminalitet	Ulike former for kriminalitet. Saker som omhandler både forbryter og offer.
13 Kjærlighet	Kjærlighet mellom mennesker, eller en sterk kjærlighet mennesker har til for eksempel dyr.
14 Diverse	Reportasjer som ikke passer inn under de andre verdiene.

**Variabel: Tekstaktualitet***Verdier*

1 Dag

2 Uke

3 Måned

4 År

Her vil jeg legge vekt på når hendelsen skjedde. Samtidig kan en hendelse som skjedde for flere år siden være aktuell dersom den knyttes opp mot en "aktualitetsknagg" i nåtid. Dersom det finnes en "aktualitetsknagg" vil jeg ta utgangspunkt i denne. En slik knagg kan for eksempel være en bok som utgis denne uken, men som handler om noe som skjedde under andre verdenskrig.

**Variabel: Antall foto**

Et fotografi som er tatt av en fotograf.

**Variabel: Antall illustrasjoner**

Under illustrasjoner vil jeg registrere både tegninger og in-scannede dokumenter.

**Variabel: Illustrasjonens funksjon***Verdier*

1 Historisk

2 Illustrasjon

3 Gjenskapt situasjon

4 Portrett

5 Dokumentarisk

6 Annet

Ettersom dagens reportasjer gjerne er kledd med flere bilder med ulik funksjon vil jeg her registrere det bildet eller de bildene som preger reportasjen mest.

Med historisk funksjon mener jeg et bilde som er tatt i fortid, på samme tid som hendelsen skjedde. Med illustrasjon mener jeg tegninger og in-scannede dokumenter. Mens med gjenskapt situasjon, som jeg velger å skille fra illustrasjon, mener jeg et bilde som er tatt i nåtid for å belyse det som står i teksten, og dermed gjenskaper situasjonen. Med dokumentarisk mener jeg bilder som dokumenterer situasjonen i nåtid, der som oftest fotografen i A-magasinet selv har tatt bildene.

**Variabel: Illustrasjonens situasjon***Verdier*

1 Offentlig

2 Privat

3 Annet

Ofte er det både private og offentlige bilder i dagens reportasjer. Jeg vil registrere om det er private eller offentlige bilder som preger reportasjen mest. Med offentlig mener jeg en person som er i jobbsammenheng. Dersom personen er i en privat setting, hjemme for eksempel, vil jeg kalle det privat. Med verdien annet mener jeg for eksempel bilder av landskap eller dyr.

**Variabel: Fotograf/tegner**

*Verdier*

1 Mann

2 Kvinne

3 Begge

4 Byrå

5 Ikke oppgitt

6 Annet

**Variabel: Reportasjens lengde**

Her vil jeg telle det totale antallet av linjer som den løpende teksten består av. Dette er blant annet for å kunne forstå omfanget når jeg senere sammenligner med observasjon og rekonstruksjon.

**7.2 Vedlegg 2**

Artikkeloversikt over de 29 reportasjene i den kvantitative innholdsanalysen.

<b>Tittel</b>	<b>Journalist</b>	<b>Publiseringsdato</b>
”Skal ikke åpnes før etter min død”	Anne Hafstad	21. oktober 2005
Endelig	Tonje Egedius	3. mars 2006
Det nye India	Inger Anne Olsen	7. juli 2006
Trusler fra fortiden	Karine Østtveit	1. september 2006
På ubestemt tid	Ola Henmo	2. mars 2007
Åpenbaringen Federer	Ola Henmo	6. juli 2007
Bedratt av kvinnen	Tonje Egedius og Kjetil Østli	7. september 2007
Hællæwood	Karine Østtveit	7. mars 2008
Ekstremt uforandret	Kristin Stoltenberg	4. juli 2008

Reise i makt og ære	Tonje Egedius	5. september 2008
Amal Adens utrolige reise	Kjetil Østli	6. mars 2009
Er dette den nye bananen?	Ingrid Synnøve Torp	3. juli 2009
Et ikon formes	Lars Kluge	4. september 2009
Blek is beautiful	Siri R. Svendsen og Vibeke Knoop Rachline	5. mars 2010
Alder ingen hindring?	Kristin Stoltenberg	2. juli 2010
Spionen som aldri kom ut av kulden	Lars Kluge	3. september 2010
Skriv ditt liv!	Lars Kluge	4. mars 2011
Ingen vits i pappaperm?	Tonje Egedius	1. juli 2011
Bolighaiene	Pål Vegard Hagesæther	2. september 2011
Dyrekjøpt helse	Solveig Ruud og Frank Lynum	2. mars 2012
Ringenes herrer	Frank Lynum og Bjørn Egil Halvorsen	6. juli 2012
Navnet fremmer ingen	Per Magnus Riseng	7. september 2012
Anjas sorg	Mette Bugge	1. mars 2013
Jakten på bikinikroppen	Per Magnus Riseng	5. juli 2013
”Jeg var naboen til Hitler”	Tonje Egedius	6. september 2013
Katastrofen og kjærligheten	Per Magnus Riseng	7. mars 2014
Den nye Robin Hood	Magnus Falkehed	4. juli 2014
Veien videre	Helle Aarnes	5. september 2014
Hva skjedde, Medelsvensson?	Bjørn Egil Halvorsen og Kjersti Nipen	6. mars 2015