

Erling Sivertsen

# Den fjerde skjermen

Journalistikk om og med kameramobiler



**HØGSKULEN I VOLDA**



**MØREFORSKING  
VOLDA**

2005

<b>Forfattar</b>	Erling Sivertsen
<b>Ansvarleg utgjevar</b>	Høgskulen i Volda
<b>ISBN</b>	82-7661-233-4
<b>ISSN</b>	0805-6609
<b>Sats</b>	Erling Sivertsen
<b>Distribusjon</b>	<a href="http://www.hivolda.no/fou">http://www.hivolda.no/fou</a>

**Arbeidsrapportserien** er for faglege og vitskaplege arbeid som ikkje fullt ut stettar krava til forskingsrapportar. Det kan vere delrapportar innanfor større prosjekt, eller læremateriell knytt til undervisningsføremål.

Arbeidsrapportane skal vere godkjende av anten dekanus, gruppeleiar, prosjektleiar (for IAAI: instituttleiar) eller ein annan fagperson dei har utpeika og forskingskoordinator ved HVO. Kvalitetssikringa skal utførast av ein annan enn forfattar.

## Innhold

Forord.....	2
Innledning.....	3
Nokia 6600.....	6
Remediering, konvergens og endringer.....	18
Journalistikk om kameramobiler.....	34
Blogger og journalistikk med kameramobiler.....	44
Blogger som album.....	61
Knips og tips.....	68
Kameramobil-video i nyhetene.....	83
Remediering av TV for mobiltelefonen.....	87
MMS, tommel-tv og ITV.....	94
Oppsummering.....	111
Avrunding.....	115
Litteratur.....	117

## Forord

Denne arbeidsrapporten ble til for å forstå hvordan kameramobilen påvirker vanlige menneskers hverdag og journalistikken. Mobiltelefoner er ikke noe nytt blant journalister. De siste par årene har mobiltelefonen fått en fornyet plass i moderne journalistikk. Med lanseringen av kameramobiler i 2002 på det norske markedet, ble denne fort viet oppmerksomhet i journalistikken. Det ble skrevet flere og flere artikler om mobiltelefonen som var blitt mer enn kun en mobiltelefon. Da denne begivenheten hadde mistet nyhetens interesse, ble oppmerksomheten til journalistene og nyhetsmediene flyttet mot hvordan denne kunne bli brukt i journalistikken formidlet i og med mobiltelefonen. Arbeidsrapporten handler om erfaringer gjort med kameramobiler i journalistikken i bred forstand og om å utvikle teori som kan gripe dette forholdet og forklare prosessene.

Svein Brurås, Barbara Gentikow og Sverre Liestøl fortjener takk for gjennomlesing, tilbakemeldinger og innspill underveis. Det samme gjør Bente Gunn Lien og Reidun Høydal som koordinerer FOU ved HVO. Jeg vil også takke andre deltakere i KIM-prosjektet *Kulturteknikker* for innspill i arbeidet. En tidlig versjon av arbeidsrapporten er også blitt presentert og kommentert på Høstseminaret til Norsk medieforskerlag i Trondheim i 2004. Ikke minst går en takk til Avdeling for mediefag ved Høgskulen i Volda og medarbeiderne her som har stilt ressurser til rådighet under arbeidet med rapporten.

Volda, august 2005



## Innledning

*Words make division, pictures make connection*  
Otto Neurath (1936).

Fotografiet er vår tids viktigste og mektigste bildemedium. Vi er omgitt av fotografier. Hvor vi vender oss, møter vi dem. Fotografiet er en av de viktigste formene for diskurs som vi ser andre og oss selv gjennom. Det bringer oss i kontakt med virkeligheten. Fotografier er avtrykk av virkelighet, og de er sosialt, kulturelt og historisk bestemte representasjoner av virkelighet. Men fotografiet er ikke helt det samme som før. Teknikken bak fotografiet er blitt vesentlig endret de seinere årene. Den utfordrer etablerte oppfatninger av fotografiet. For drøyt 20 år siden kom digitale fotoapparater på markedet for de kjøpesterke, de siste ti årene for folk flest. Med disse kameraene blir det tatt store mengder fotografier til hverdag og fest i og utenfor de tusen hjem. Å ta fotografier er ikke helt hva det en gang var. I samme periode har mobiltelefonen blitt allemannseie. Den er nærværende over alt. Det har medført at telefonen heller ikke er hva den engang var. Etter at telefonen møtte kamera og ble en kameramobil, er fotografi blitt en del av diskursen i mobiltelefonkulturen. Det som før ikke var verdt å fotografere, blir også fotografert. Dagens album for fotografier er heller ikke det samme som før. I går var de private, i dag er de offentlige.

Til alles store overraskelse ble SMS meget populært blant ungdom, og en viktig del av mobiltelefonkulturen. Ungdom sendte SMS fra mobiltelefon til mobiltelefon i en stadig økende mengde. På ganske kort tid kom de eldre etter, gjorde de unges vaner til sine og sendte SMS seg i mellom. De siste par årene har *MMS* supplert SMS, og det er rom for mer enn fotografi. I denne multimediameldingen er det også skapt et rom for grafikk, animasjon, audioklipp, videoklipp hver for seg eller sammen. Om *MMS* vil bli like populært, er et spørsmål som nå henger i luften.

Mens analytikere og journalister har slaktet fremveksten av kameratelefoner etter tur, og beskrevet det som alt fra en unyttig trendbølge som snart vil dø ut, til en av de mest uegnete teknologiene i manns minne, har andre i voksende antall faktisk begynt å bruke den nye teknologien. Og at mobiltelefonen ikke er hva den engang var, at den er mer enn en mobiltelefon,

har nå fanget journalistenes oppmerksomhet. Likedan at kombinasjonen av mobiltelefon og fotografi påvirker og kan endre visuelle kulturer lokalt og globalt. For det underbygger bare at bilder er blitt den mest vanlige måten å spre informasjon på, til å gjøre inntrykk med, til å øve innflytelse på andre med, til å påvirke med, til å uttrykke seg med og til selvpresentasjon.

Oppmerksomheten mot kameramobiler går i to hovedretninger i journalistikken: En journalistikk handler *om* kameramobiler og fotografier fra disse, og en journalistikk *med* kameramobiler og med *bruk av* fotografier fra kameramobiler. Det fanget også oppmerksomheten min som forsker, og jeg anskaffet meg en kameramobil for å få innsikt og kunnskap om denne fjerde skjermen.



**Illustrasjon 1** I de fleste land er mobilen med over alt. Det reflekterer fotografiet av den skadete gutten med mobiltelefon som preget en rekke førstesider etter terroraksjonen i Madrid 11. mars 2004. Det gjaldt også VGs førsteside 12.3.2004.

Fokus for denne rapporten er hvordan kameramobiler er blitt introdusert i samfunnet og de konsekvenser dette har fått for journalistikken og journalister i løpet av de to siste årene. Den handler om hvordan mobiltelefonen med det integrerte kameraet har åpnet muligheten til å fotografere, og til å sende og motta MMS-meldinger der fotografi inngår som et viktig element. Dermed er muligheten til å dele visuelle og audiovisuelle opplevelser med andre, blitt en del av hverdagen for stadig

flere. Den handler videre om den kontinuerlige utforskningen og utprøvingen av mobilteknologien der flere etablerte grenser blir forstyrret. I kjølvannet av denne kommunikasjonskulturelle endringen blir det skapt nye former for sosial atferd i hverdagen for folk flest og for journalister. Knipsekulturen vi ser konturene av, blir oppfattet som en pest og en plage for noen. Andre ser knipsekulturen i et optimistisk lys, først og fremst fordi denne hverdagslige fotograferingen med kameramobiler gir offentlig adgang til fotografier

som før var vanskelig tilgjengelig. Dette danner bakgrunn for en endring av journalistikken vi i dag ikke kan se rekkevidden av. Rapporten beskriver og diskuterer disse spennende endringene som omfatter bruken, remedieringen og betydningen disse MMS-fotografiene på kort tid har fått for dagspresse, kringkasting og internett. Likedan blir den journalistiske praksis for bruk av MMS-fotografier, som er blitt etablert i løpet av mindre enn to år, et viktig anliggende i rapporten. Denne introduksjonen av ny teknologi og konvergensen mellom flere eksisterende teknologier kan skape friksjon og nye former for journalistikk. Derfor blir medieetiske avveininger, syn og diskusjoner en viktig del av det lerret rapporten skal slå opp. Alle disse forholdene må beskrives og diskuteres for å få en forståelse for og kunne forklare hva som skjer.

## Nokia 6600

*Vision becomes reality.* Nokia 2003

Da jeg skaffet meg en kameramobil mot slutten av 2003, kunne kameramobilen Nokia 6600, en såkalt smartphone, by på svært mange muligheter som jeg satte meg som mål å få førstehandserfaring med. Det integrerte fotografiapparatet var faktoren som utløste anskaffelsen av nettopp denne mobiltelefonen. Kameraet er lyssterkt med overraskende god oppløsning, skjermen er stor og med titusener av farger. Til å fotografere bruker jeg standardprogrammet, men jeg har også installert en del andre programmer som Photographer og Photoeditor for å kunne redigere fotografier i mobiltelefonen. Et innebyggt program lar en bruker som meg ta opp små videosnutter med lyd. Klippene kan sendes til venner, til redaksjoner eller bli avspilt med den medfølgende Real One videospilleren. Siden det medfølgende videoprogrammet har en innebygd begrensning, slik at videoene bare kan vare i ti sekunder, installerte jeg Tim PhotoMSG for å kunne lage videoer med ubegrenset varighet.



**Illustrasjon 2** Nokia 6600 tilbyr svært mange muligheter. Den har et lyssterkt kamera som kan ta stillbilder og video. Skjermen er stor og har god oppløsning med titusener av farger.

Sending og lesing av tekstmeldinger, MMS og vanlig e-post går som en drøm på den store skjermen. Telefonen har et velfungerende staveprogram av typen T9 som gjør det raskt å skrive inn tekst i normalprosa. Den innebygde nettleseren Opera er også noe positivt, fordi den lar brukeren lett lese vanlige websider på mobilen. Det tar fortsatt tid å laste ned, men fungerer bra. Enda bedre er den innebygde nyhetsagenten til Opera som raskt gir oversikt over nyhetsbildet. For nyhetsjunkies, som undertegnede, gir telefonen enda flere muligheter. Den hadde nyhetsprogrammer fra CNN Live og Reuters innebygd. Et eget program lot meg også følge med på Dagens Nyheters live-dekning av fotballkamper. Noen av disse må jeg betale for å bruke, men de viser likevel en helt ny måte å lese nyheter på. Nyhetene blir lastet ned via GPRS.

Etter en treg start i 1999 er Wireless Application Protocol (WAP) som er en åpen, internasjonal standard for trådløs overføring av data til mobiltelefoner som Nokia 6600 og Internett via en teleoperatør som Telenor, blitt brukt av stadig flere. Den ble utviklet av Ericsson, Nokia, Motorola og Phone.com. Med denne kan man lese nyheter som stadig flere medier tilbyr leserne som en alternativ kanal. Mediene har også lagt til rette nyhetene for formatet rss/xml, slik at man har kunnet lese nyhetene kjapt som tekst først og fremst med en såkalt RSSfeed-leser for pc. Etter at jeg fant ut at det var muligheter for å lese RSSfeeds med mobiltelefonen ved å kople til Bergens Tidende, VG, NRK eller Forskning.no via Blogstreets RSS 2 XML, har dette vært en glede for en nyhetsinteressert person som meg, og som jeg gjerne deler med andre med mobiltelefon.<sup>1</sup> Meg bekjent er det få som kjenner til og bruker denne muligheten.

Det som virkelig skiller Nokia 6600 fra mengden, er muligheten for å laste ned og installere programmer laget av uavhengige utviklere. Allerede nå finnes en rekke nettsteder som tilbyr mer eller mindre gratis programvare til disse kameramobilene. Photographer og Photoeditor er eksempler på slik programvare.



**Illustrasjon 3** Nokia 6600 har et kamera med en kvalitet få andre tilsvarende mobiltelefoner i Norge hadde i 2004.

Jeg har også lastet ned programmer som Agile Messenger. Dette er et program som lar deg koble til meldingstjenestene ICQ, MSN Messenger, Yahoo Messenger og AOL Instant Messenger.

Fungerte utmerket. Seinere overførte jeg Oplayer, som kan brukes for å streame korte filmer til mobilen, slik at man ikke trenger å laste den ned og dermed oppta plass på minnebrikken. Et program kalt IRemote samler alle mine fjernkontroller, slik at mine ulike fjernsyn, cd-spillere og så videre, kan bli betjent med samme fjernkontroll. Etter at jeg utvidet standardminne som var 32 MB til 128 MB, har jeg lastet ned og lagt inn en rekke

---

<sup>1</sup> <http://www.blogstreet.com/rssecsystem.html> (Sist besøkt 15.5.2005). Ifølge denne gjør du slik: Du legger til den RSS URL du ønsker etter denne adressen som et bokmerke i mobilen din: <http://blogstreet.com/wap/t/>. For eks. <http://blogstreet.com/wap/t/www.bt.no/rss>, og dermed kan du lese nyheter i rss format med mobilen din. Da slipper du å kjøpe et tilsvarende program fra Handango.

programmer. Dette fordi mobiltelefonens operativsystem er Symbian Series 60. Programmene ble først lastet ned til pc og så overførte jeg selve programmene fra pc-en ved hjelp av Bluetooth, men man kan også bruke infrarød overføring, sende dem til telefonen som e-post eller MMS eller laste de rett ned fra nettet. Imidlertid har savnet av innebygget WLAN meldt seg.<sup>2</sup> Det ville åpnet for å kunne sørfe på nettet via det trådløse nettet i hjemmet, arbeidsplassen, på cafeen eller på hotellet gjennom såkalte hotspots ute på reise. Dette er på plass i nyere mobiltelefoner, slik at nedlasting og opplasting til internett kan skje langt billigere enn gjennom teleoperatørens mobilnett.

Når det gjelder produktutviklingen knyttet til mobiltelefoner er vi på langt nær kommet til veis ende, her er vi kun i startgroppen når det gjelder nye modeller og funksjoner. Det er flere kommunikasjonsmåter i vente. Disse vil journalister kunne trekke veksler på for å bli først med det siste fotografiet fra en nyhetshendelse, men også til å komme i kontakt med publikum.

---

<sup>2</sup> Trådløst WLAN (*engelsk: Wireless LAN, WLAN, WIFI*) er en samlebetegnelse på lokale datanett som benytter radiobølger til kommunikasjon. Dette nettet har lengre rekkevidde enn bluetooth som også bygger radiobølger.

## Mobilkommunikasjon og MMS

*We are looking at something completely new, the delivery of the still image in real time. In the past, the time lag between taking a picture and showing it went from months, then to weeks, following that it went to days, and then to hours, and more recently to minutes, finally now we have for the first time all of this happening in real time. Pedro Meyer (2003)*

Mobiltelefonen er et resultat av utviklingen av generell radiokommunikasjon. Røttene til radiokommunikasjon strekker seg tilbake til slutten av 1800-tallet og til arbeidene til Maxwell, Hertz, Hughes og Marconi. Historien til mobiltelefonen og hvordan den moderne mobiltelefonkulturen blant unge er vokst fram, er beskrevet av flere, blant annet Rich Ling (2004:6-11) i *The Mobile Connection*. I denne beskrives utviklingen fra Nordic Mobile Telephone (NMT) i 1980-årene, via Global System for Mobile Communication (GSM) til General Packet Radio Service (GPRS), der den unyttige SMS-funksjonen til mobiltelefonen blir nyttig for stadig flere i løpet av 1990-årene. NMT var standardisert for Norden og det førte til at systemet ikke kommuniserte med for eksempel Total Access Communication System (TACS) i Storbritannia og system i andre land. Imidlertid ble GSM og GPRS utbredte standarder for mobilkommunikasjon over de europeiske landegrensene. I samme periode endret mobiltelefonen seg fra å være en heller tung og tungvint gjenstand, til å bli en lett og lett vint gjenstand folk har med overalt.

Mobiltelefonen endrer seg stadig og designes på stadig nye måter. Den blir designet for å kommunisere med, men også for å bli sett med. Mobiltelefonen får stadig nye nyttige og unyttige funksjoner. Ustanselig kommer nye modeller, og ustanselig blir nye tjenester utviklet og tilbydd.

Verdens første mobiltelefon med innebygd kamera, J-SH04, ble utviklet av japanske Sharp i 2000. Mens Nokias første modell, Nokia 7650 med kamera, kom på det norske markedet i midten av 2002 (Bjørkeng 2002). Siden har stadig flere begynt å bruke dem. I Asia og særlig i Japan ble kameramobiler tatt i bruk tidligere enn i Europa, og der har denne nye kamerakulturen med et teknososialt tilsnitt fått best fotefeste (Okabe & Ito 2003).



**Illustrasjon 4** Verdens første mobil med innebygd kamera ble utviklet av japanske Sharp i november 2000. En liknende ble levert av Nokia i 2002. Den ble kalt Nokia 7650. Avisene viet den stor oppmerksomhet i juli 2002, blant annet VG.<sup>3</sup>

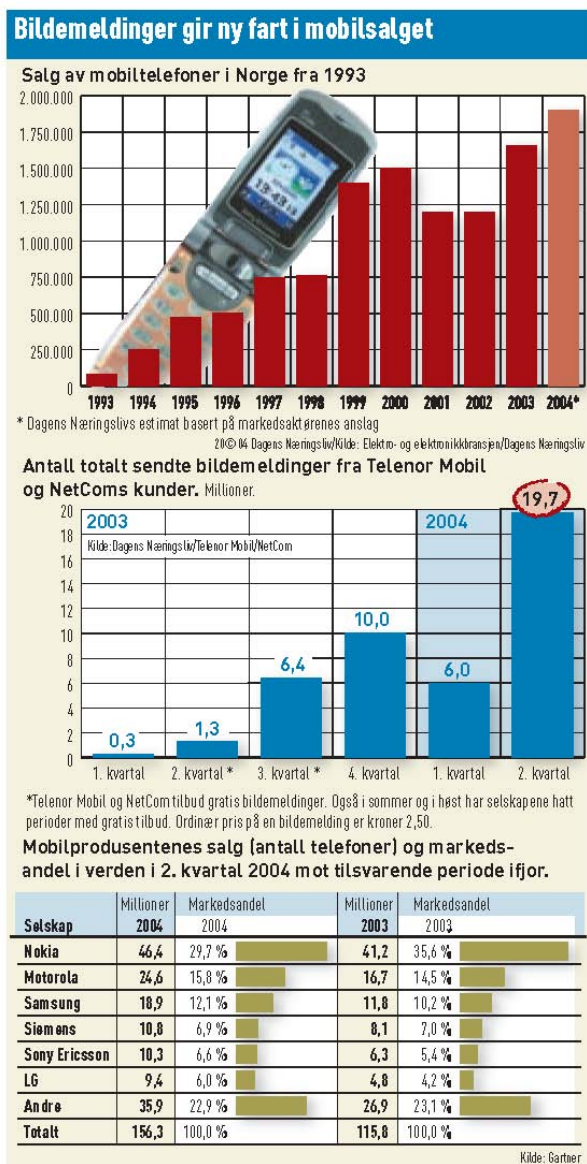
I løpet av 2003 oversteg salget av kameramobiler vanlige fotoapparater. Dermed kunne folk fotografere og sende fotografiene fra mobiltelefon til mobiltelefon som en *del* av en *MMS* (multimedia-message-service). Folk kan mye raskere enn før dele fotografier med noen andre. Dele minner. Si mer enn ord. Folk kan også dele fotografier med mange andre ved å sende dem som tips til mediene. Men MMS omfatter mer enn fotografi, den gir også rom for lengre tekster, grafikk og kart, audioklipp, videoklipp, animasjon eller en kombinasjon av disse elementene. Det er nå etablert en praksis i mediene der fotografier tatt med og sendt fra kameramobiler blir betegnet som *MMS-fotografier*. Men prinsipielt skiller ikke disse seg fra digitalt fotografi, slik det er blitt kjent de siste årene. Takket være prøveordninger fra de norske leverandørene av MMS-tjenester med gratis MMS, deretter med gratis MMS i helger, økte salget av MMS/kameratelefoner i løpet av 2003. I oktober 2003 ble det sendt nesten 6 millioner MMS-meldinger. Veksten startet for alvor i juni, da både Telenor Mobil og Netcom gjorde det gratis å sende bildemeldinger fra mobiltelefon. Da Telenor begynte å ta betalt for MMS-meldinger ble bruken halvert, og ved utgangen av 2003 sendte Telenor-kundene daglig 40-50000 meldinger (Veseth 2004).<sup>4</sup> Mens mobiltelefoner med kamera bare utgjorde 12 prosent av mobilsalget 2003, forventer bransjen at 70 prosent av mobiltelefonene som blir

<sup>3</sup> <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=3239834>





MMS-brukere mer enn doblet. Ved utgangen av fjoråret benyttet over 500.000 av Telenor Mobils kunder aktivt MMS-meldinger som kommunikasjonsmetode. Men tenåringsjentene er flittigere i bruken av MMS-meldinger enn gutter i samme alder. I en undersøkelse utført av Telenor Mobil, fremgår det at de sender mer enn 10 ganger så mange meldinger som sine jevnaldrende med motsatt kjønn.<sup>7</sup>



**Illustrasjon 6** Faksimilen av den grafiske framstillingen fra Dagens Næringsliv 15.9.2004 som viser antall solgte mobiltelefoner, antall sendte MMS-meldinger og mobilprodusentenes salg av mobiltelefoner.

På verdensbasis er salget av kameratelefoner i ferd med å bli den hurtigst voksende forbrukerteknologien noensinne. Det ble solgt 84 millioner kameramobiler i 2003, langt mer enn digitale fotoapparater som endte på 49 millioner (It-avisen 30.3.2004).<sup>8</sup> Det er omkring 1.2 milliarder mobiltelefoniere i verden. Det sendes flere SMS enn e-post. En oppsummering av MMS-året 2003 utført av Textually.org gir flere detaljer.<sup>9</sup> I Norge er det forventet et salg på omkring 800.000 kameramobiler i 2004. Det vil knapt bli solgt en ny mobiltelefon i 2005 uten kamera.

<sup>6</sup> <http://www.theinquirer.net/?article=18573> (Sist besøkt 20.9.2004).

<sup>7</sup> <http://minmobil.telenormobil.no/default.asp?page=17&article=721> (Sist besøkt 10.3.2005).

<sup>8</sup> <http://www.itavisen.no/art/1303209.html> (Sist besøkt 1.4.2004)

<sup>9</sup> Textually.org: 2003 Figures that counted: <http://www.textually.org/textually/archives/002566.htm>

Det skjer en bevegelse fra ører til øyne. Mobiltelefonen vil ikke bare være en telefon, den vil også være fotoapparat. Denne sammensmeltingen er blitt kalt en foto- eller en kamerabil. Med dette er instamatic-kameraet<sup>10</sup> kommet i en ny forklledning. Introduksjonen av disse små, enkle fotoapparatene førte til at det ble tatt fotografier som aldri før, og det oppstod det som i ettertid er blitt kalt en Kodak-kultur i USA og verden ellers (Chalfen 1987). I Frankrike foranlediget dette Bourdieus, Boltanskis & Chamboredons [1965] (1990) undersøkelse av fotografiets sosiale bruk. Undersøkelsen påviste klasseforskjeller. Fotografiene til den øvre middelklasse hadde fokus på det estetiske og kunstneriske, og skilte seg klart fra den lavere middelklasse med fokus på tekniske aspekter. Folk velger sine objekter for fotografering ut fra kulturelle skjema.



**Illustrasjon 7** Kodak lanserte det første Kodak Instamatic 50 i 1963, og kom etter hvert med en rekke modeller. Det gjorde også konkurrentene. Resultatet ble en knipsekultur.

I et seinere arbeid som fulgte opp

fotografiundersøkelsen, innførte Bourdieu (1995) skillet

mellom ren og barbarisk smak. Så kom digitalkameraene, og den ene harddisken etter den andre er blitt fylt med fotografier fra folk i de tusen hjem. Det kostet så å si ingenting å ta et fotografi. Mye fotorelatert angst forsvant. Nå er tiden inne for mobilfoto. Forbruket av fotografier bare øker. Det er grunn til å anta at klasseforskjellene Bourdieu identifiserte, gjør seg gjeldende med hensyn til fotografier tatt med digitalkameraer og kameramobiler. Og at kameramobiler er mer utbredt og tilfredsstillende den barbariske smak snarere enn en ren smak. I tråd med Bourdieu er man på trygg grunn når man påstår at fotografi handler om mer enn å fotografere, det handler vel så mye om identitet og sosial samhandling på flere felt.

Instamatic-fotografenes mulighet til å påvirke fotografiene var begrenset. Men instamatic-kameraet hadde gjort det enkelt å fotografere. Dagens kamerabilfotografers utsikt til å påvirke fotografiene er også mer begrenset enn for fotografer med mer avanserte kameraer. Like fullt påvirker han fotografiet *før fotograferingen*: Fortsatt velger fotografen motiv fra

---

<sup>10</sup> Kodak lanserte det første Instamatic 50 i 1963 med med 126 film, og kom etter hvert med en rekke modeller. Mer enn 50 millioner ble instamatic-kamera ble produsert av Kodak mellom 1963 og 1970.

den uoverskuelig verden av motiv han retter sitt kamera mot. Dette valget kan være personlig bestemt og bestemt av den institusjon han er knyttet til. Det er ikke frie valg, men valg bestemt av den kontekst fotografiet skal brukes i. Ofte iscenesetter fotografen sitt motiv. Og han forsøker å forandre på virkeligheten for å få til et overbevisende fotografi. Det gjør kameramobilfotografen i mindre grad, han røper knapt at han vil fotografere. Hvis motivet er i bevegelse, får han problemer han ikke kan håndtere. Da blir fotografiet for uskarpt.

Kameramobilfotografen påvirker også fotografiet *under fotograferingen*: Fotografen velger synsvinkel, beskjæring av fotografiet i LCD-søkeren, og i plasseringen i forhold til motivet. Vanlige valg av objektiv, tid og blender er viktige valg med betydning for resultatet for en enhver fotograf, men ikke for kameramobilfotografen. Fotografen kan gjøre mye mer, for eksempel dobbelteksponere, fotografere med lang eksponeringstid. Det er utelukket for dagens kameramobiler. Alle disse tekniske beslutningene en fotograf må ta høyde for, er påvirkninger av fotografiet som skjer umiddelbart i forbindelse med fotograferingen. Disse er kameramobilfotografen avlastet fra å ta, i stedet er de innebygget de enkle kameraene dagens mobiltelefoner er utrustet med. Og han gjør det *etter fotograferingen*: Fotografiet kan påvirkes på en uskyldig måte etter at det er tatt ved at fotografen under kopieringen kan gjøre deler av fotografiet litt mørkere eller litt lysere, framkalle det i farger eller svart hvitt. Kameramobilfotografer flest er i dag avgrenset fra å påvirke fotografiet etter at det er tatt. De må leve med fotografiet, slette det, eller eventuelt bearbeide det i en pc. Om ikke kameramobilen har satt den avanserte kamerateknologi utviklet gjennom århundrer helt ut av spill, så er den forenklet og demokratisert, slik at flere skal kunne fotografere, dokumentere opplevelser og delta i noe vanlige folk ellers ikke ville ha kunnet ta del i.

Fotografier tatt med de mest utbredte kameramobilene, er foreløpig ikke noe særlig gode med hensyn til kvalitet. De duger likevel til å bli vist og forbrukt på dagens mobiltelefonskjermer, og kan bli forbrukt på tradisjonelle nettsider, weblogger - også kalt blogger og fotoblogger. Fotobloggene har medvirket til å omforme mobiltelefonen fra å være først og fremst en en-til-en kommunikasjon til å bli en-til-mange kommunikasjon.





**Illustrasjon 8** I 2004 var Sony Ericsson T900 og T910 i skuddet. Modellene inneholder alle de viktigste lomme-PC-funksjonene, men ikke større enn en stor mobiltelefon. TV2s e Midt Østen-fotografer er utstyrt med slike.

Tidligere gikk ungdommer med fotografier i lommeboka, nå ligger de i mobilen. En stund i alle fall. For jo mindre minne mobilen har, dess kortere liv får fotografiene i mobilen. Da må fotoene sendes andre som en MMS eller sendes med såkalt bluetooth<sup>11</sup> til en venn i de nære omgivelser eller slettes. Tidligere spurte ungdommer om autografen til en artist, fotballspiller eller lignende, nå tar de fram kameramobilen. Før kunne artister se hevete lightere på konserter, nå ser de mer og mer rekker av hevete kameramobiler. Fotografier fra kameramobilene bidrar til å forsterke den medierte selvrefererende livsstilen der ingenting er virkelig hvis det ikke er blitt fotografert.



**Illustrasjon 9** Samsung har utviklet mobiltelefoner som er like mye et digitalt fotoapparat som en mobil. SPH-S2300 til venstre har 3.2 megapiksel som betyr bilder på opptil 2048 x 1536 punkter. Mobilen har også blits og autofokus. SCH-S250 i midten har et stillbilde- og videokamera med 5 megapiksler. Mens nyvinningen, med navnet SCH-V770, skal også være utstyrt med et relativt godt videokamera, og skal kunne kobles direkte på tv-en for avspilling av video og stillbilder.

<sup>11</sup> Bluetooth er en trådløs teknologi som gjør at data kan overføres mellom ulike elektroniske maskiner. Gjerne i et kontor, i bilen eller for eksempel på toget. Overføringen kan skje mellom to mobiltelefoner, eller mellom mobiltelefon og f. eks en pc. Radius er begrenset til om lag 10 meter. Se ellers:

<http://www.hardware.no/guider/bluetooth/index.html>

Mens forbrukerne tidligere var opptatt av oppløsningen på bildefilene i PC-en, av kvalitet på skjerm og lagringsminne, er nå deres oppmerksomhet flyttet til mobilen, og de venter på høyere oppløsning på fotografiene med flere piksler. En megapiksel er et mål på oppløsningen -- skarpheten -- digitale kameraer leverer. En megapiksel blir lik en million bildepunkter. En megapiksel egner seg bra for papirkopier i størrelse 10 x 13 cm og mindre. Men fotografiet blir fort uklart ved større forstørrelser. Ved 3 megapiksler og over begynner kvaliteten å bli så høy at den blir til forveksling lik film. Digitalkameraer til hjemmebruk har nå 3-8 megapiksler. Men de venter også på bedre kamera, bedre skjermer og et større lagringsminne. De årlige CEBIT-messene er vanligvis arena for presentasjon av kameramobiler med stadig flere piksler og større minne.<sup>12</sup>

Når det gjelder minnets størrelse, kan det være motstridende interesser mellom forbrukere og teleoperatører. Folk vil ikke nødvendigvis sende alle fotografiene som MMS til andre, de ønsker også å kunne lagre dem eller bruke bluetooth for å overføre fotografiene til en harddisk. Mens teleoperatørene ønsker at forbrukerne skal sende flest mulig MMS, fordi de tjener på dette. Derfor blir det tenkt tanker om hvordan man kan forhindre eller gjøre det umulig å lagre fotografiene på mobilens minnekort, slik at man blir nødt til å sende fotografiene som en MMS. Alan Reiter argumenterer for at dette ikke tjener forbrukernes interesser.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Panasonic er på markedet i Japan med 900iv med 2 megapiksel kamera: <http://900i.nttdocomo.co.jp/main.html>. Sharp lanserte i mai 2004 mobiltelefonen V602SH, den første som tilbyr et digitalt kamera med optisk zoom (2X). Kameraet er også utstyrt med en 2,02 megapiksel CCD bildesensor (Digi.no 14.5.04). <http://www.digi.no/php/art.php?id=104172> Men omtrent samtidig kunngjorde Casio at en kameramobil med oppløsning på 3,2 megapiksel ble sluppet i Japan. Foruten et avansert stillbildekamera har den nye modellen stereolyd og kan spille inn opp til 60 minutter video (Idg.se 20.5.04). Og i juli lanserte Samsung SPH-S2300 med 3.2 megapiksel og har blits og autofokus: 3x optisk zoom (38~114mm), en ISO rekkevidde fra 100 til 400, lukker hastighet fra 1/1000 til 4 sek. Og lagrer bildene på et SD card. I slutten av oktober viste Samsung fram enda en forbedring av kamera i modellen SCH-S250. Det har hele 5 megapiksler (Aftenbladet 20.10.04). <http://www.aftenbladet.se/vss/mobil/story/0,5476,549877,00.html>. Og i mars 2005 fikk pressen se Samsung SCH-V770 med 7 megapiksler kamera <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=269650> (VG 9.3.05) og <http://www.dagbladet.no/dinside/2005/03/09/425687.html> (Dagbladet 9.3.05). Dette betyr at de små og digitale kameraene får en hard konkurranse fra kameramobilene. Her er et aber med hensyn til kameramobiler utstyrt med 2-3 megapiksler, fordi fotografiene blir så store at ingen av dagens teleoperatører tillater overføring av filer med denne størrelsen.

<sup>13</sup> [http://www.wirelessmoment.com/2004/02/cellular\\_operat.html](http://www.wirelessmoment.com/2004/02/cellular_operat.html) (24.2.04)

Fagbladenes nettutgaver informerer ukritisk om den løpende utviklingen fra dag til dag. På Internett har Alan Reiter fulgt med og har hyppige oppdateringer om kameramobilens gang verden over i sin blogg.<sup>14</sup> Det samme har Emily Turettini og Cyril Fievet gjort.<sup>15</sup> Der Reiters blogg overvåker med et kritisk blikk, er Turettini og Fievets blogg først og fremst registrerende.

I løpet av de siste to årene er kameramobilene og de fotografiene vi fotograferer med disse, blitt bedre og bedre. Antall megapiksler i kameraene øker, lagringskapasiteten øker, og skjermene blir bedre og bedre. Kameramobilene er blitt en reell trussel mot digitalkameraene. Det har ført til redusert salg av digitalkamera verden over. Folk deler fotografier med hverandre som aldri før. Det russiske ordtaket som sier det er bedre å se noe en gang, enn å høre om det samme hundre ganger, har fått en ny betydning.

---

<sup>14</sup> [Reiter's Camera Phone Report](http://www.cameraphonereport.com/) (http://www.cameraphonereport.com/)

<sup>15</sup> [Picturephoning](http://textually.org/picturephoning/) (http://textually.org/picturephoning/)

## Remediering, konvergens og endringer

*- Mobilteknologi kan endre sosial atferd, og sosial atferd fører til ny mobilteknologi. Det er en toveis gate. Daisuke Okabe.<sup>16</sup>*

Foruten å være et fotoapparat vil mobiltelefonen også være en radio, et fjernsyn, en avis, en jukeboks eller walkman for nedlastet musikk og radioprogram, en spillmaskin, og smått om senn en datamaskin. Endringene skjer fort. Det handlet i 2004 om mobilen som kamera, i 2005 om mobilen som walkman, MP3-mobil og mobcasting der lydfiler blir kringkastet til mobiltelefonen.<sup>17</sup> Og 2006 skal dreie seg om mobilen som tv, heter det fra informert hold.



**Illustrasjon 10** På den ene siden lanserte Sony Ericsson W800c våren 2005 under CEBIT 2005. Denne modellen er ikke bare en kameramobil med et to megapiksel kamera, men også en MP3-mobil med innebygd FM-radio og memorestick for lagring av foto og musikk. Men på den andre siden kunne Samsung vise Samsung i300 3GB MusicPhone som skal konkurrere med Ipod. Den har et godt kamera og 3 GB minne for musikkfiler og andre lydfiler som til dømes ”Hallo i uken” eller ”Verden i dag” gjennom mobcasting. Brukerne skal bestemme når og hvor lyttingen skal skje.

Mobiltelefonen forstyrrer grensene mellom tidligere atskilte medier. Dermed smelter stadig flere funksjoner sammen i en enhet – i mobilen.<sup>18</sup> Det betyr at vi ikke trenger å gå rundt med

---

<sup>16</sup> Daisuke Okabe er professor i utdanning ved Yokohama National University. SiliconValley.com News 9.7.2003

[http://www.siliconvalley.com/mld/siliconvalley/business/technology/personal\\_technology/6266547.htm](http://www.siliconvalley.com/mld/siliconvalley/business/technology/personal_technology/6266547.htm)

<sup>17</sup> Satses på nedlasting av radio. Dagens Næringsliv 4.juli 2005 side 30.

<sup>18</sup> Undersøkelser viser at nøkkelpersoner i teleindustrien forventer at en alt-i-ett mobil som bygger på 3G, vil komme i nær framtid i følge ITWeb 29.10.2004 (Sist besøkt 29.10.2004).

<http://www.itweb.co.za/sections/quickprint/print.asp?StoryID=147421>



*mange "dingser" – vi kan nøye oss med en.* Dette er en prosess som er kommentert av blant andre McLuhan & McLuhan (1988), Bolter & Grusin (1999), Kittler (1999), Manovich (2001), og et norsk forskningsprosjekt er i gang med å nøste opp disse prosessene.<sup>19</sup> Den grunnleggende norm for alle nye medier, er at gamle medier og kjente sjangere og formater, blir sjangere og formater i nye medier. Marshall og Eric McLuhan (1988:102-106) har betegnet dette som "law of retrieval", Jay D. Bolter og Richard Grusin kaller dette "remediation" (1999:2-15), mens Lev Manovich (2001:71) trekker veksler på de førstnevnte og skriver: *the language of cultural interfaces is largely made up from elements of other, already familiar cultural forms.* Friedrich Kittler (1999:1) kaller dette for *overflateeffekter* der lyd, bilde, stemme og tekst er blitt redusert til tall, med den følgen at skillet mellom mediene blir visket ut. Internett har remedierte alle media som er kommet før det, og nå gjentas denne remedieringen for mobiltelefonen - den fjerde skjermen. Kommunikasjonen mellom mennesker endrer seg kontinuerlig. Kameramobilen bidrar i høyeste grad til å stadfeste James Careys (1992:23) definisjon av kommunikasjon: *a symbolic process whereby reality is produced, maintained, repaired and transformed.*

Konvergens-utvalget (NOU 1999:26) nyanserte mellom fire former for konvergens: *tjenestekonvergens, nettverkskonvergens, terminalkonvergens og markedskonvergens* da det utredet sammensmelting av tele-, data- og mediesektorene på tampen av det forrige århundret.

Tjenestekonvergens kan ses på forskjellige vis. Det skjer dels ved at både innhold, redigering og tjenestelevering blir preget av en tiltakende tendens til at ulike tjenester trekker veksler på hverandres forrelementer. Det kommer til syne ved at teleselskap tilbyr telefoni i kombinasjon med tekstbaserte tjenester, og en Internett-aktør som utvikler tilbud som kombinerer både tekst, lyd, bilde og video. På den måten oppstår hybridtjenester som kan presse ut eller supplere tradisjonelle tjenester. Dels skjer det ved at et innholdstilbud blir publisert i ulike formater som når aviser blir utgitt både på nett og papir, og at tv-kanaler publiserer sitt stoff over både tradisjonelle kanaler og Internett. Og det skjer ved at det vokser fram flere interaktive tjenester som bygger på at det er opprettet en returkanal som muliggjør

---

<sup>19</sup> [Participation and Play in Converging Media](#) er et forskningsprosjekt ved Institutt for Medier og Kommunikasjon, Universitetet i Oslo, og er finansiert av [KIM-programmet](#) i Norges Forskningsråd i perioden

toveis kommunikasjon mellom tjenesteleverandør og bruker. En forbruker får dermed gjennom interaktivitet en større innflytelse over eget forbruk av denne type tjenester. Sett fra tjenesteleverandørens side, skaper interaktivitet muligheter for å skreddersy tjenester for den enkelte forbruker. I slutten av 1990-årene var innslaget av interaktivitet mest utbredt for teletjenester som mobiltelefoni, og for internett-tjenester. De siste årene har innslaget av interaktivitet økt innen kringkasting.

Nettverkskonvergens er kjennetegnet ved at tidligere spesialiserte distribusjonsnett som tele-, data- og kringkastingsnettene kan formidle alle typer IK-tjenester. Dette er et resultat av at lyd, bilde og tekst blir transportert som likeartede digitale bits. De ulike distribusjonsnettene blir dermed substitutter for hverandre, og følgelig også konkurrenter.

Digitaliseringsteknologien og ulike former for kompresjonsteknikker gir bedre utnyttning av kapasiteten i overføringsnett. Videre har nye typer av fysisk infrastruktur, særlig optiske fibrer, betydelig større kapasitet enn de tradisjonelle kobberledningene som hittil har vært mest vanlige. I tillegg har liberalisering av etablerings- og investeringsregler, utbredelsen av PC og fremveksten av nye tjenester som Internett og betal-TV medført en generell vekst i investeringene i ny infrastruktur. Et annet aspekt ved nettverkskonvergens er at distribusjonsnettene får interaktive egenskaper. Telenettene har alltid vært interaktive. Kringkastingsnettene har på sin side tradisjonelt vært envegs og ikke interaktive. Tendensen nå er at også kringkastingsnettene får interaktive egenskaper, dels ved at de bygges ut med en egen returkanal, dels ved at de samspiller med det ordinære telenettet. En konsekvens av de utviklingstrekk som utvalget beskriver, er at tele- og kringkastingsnettene i funksjonell forstand nærmer seg hverandre. Telenettene har vært preget av interaktivitet og lav båndbredde, mens kringkastingsnettene har vært preget en høy båndbredde og lite interaktivitet. Nå er tendensen at begge former for nett blir kjennetegnet av både interaktivitet og høy båndbredde.

Begrepet terminalkonvergens fanger opp en prosess der tjenesteleveransene forutsetter at brukerne har tilgang til elektronisk utstyr (PC, TV, telefon etc.) for mottak og utsending av

digitale signaler. Slikt utstyr inneholder grensesnitt som etter hvert vil øke funksjonaliteten i forhold til hvilke tjenester de ulike apparater kan håndtere. Det er en klar tendens til at terminalene blir stadig mer fleksible i forhold til hvilke typer tjenester de kan motta ved at fjernsynsapparater kan ta inn Internett. PC-ene kan fungere som tv-skjermer, og mobiltelefoner kan håndtere e-post, internett-tjenester, fjernsyn og radio.

Og endelig er markedskonvergens et resultat av at de tidligere konvergensprosessene spiller sammen. Det betyr at økonomiske tidligere klart skilte sektorer vokser helt eller delvis sammen. Tidligere markedsgrenser forsvinner. Dermed blir aktører i ulike verdener konkurrenter. Konkurranserelasjonene blir endret og markedsaktørene må posisjonere seg på nytt. Dette har ført til at markedsaktørene har utvidet tilbudene sine, strategiske allianser har oppstått, det skjer oppkjøp og fusjoner. Disse prosessene er viktige for å kunne forstå det som har skjedd med mobiltelefoner de siste årene.

Mobiltelefonen endrer forholdet mellom det private og det offentlige, og forstyrrer grensen mellom disse sfærene (Rasmussen 2003, Geser 2004). Den forstyrrer grenser mellom samfunnsområder, som mellom det nære og det fjerne, mellom arbeid og fritid, og fører til en oppsplitting mellom sted og rom. Dette fordi stedet kan skifte samtidig som man har romlig kontakt. Mobiltelefoner underminerer tidligere definisjoner av situasjoner samtidig som de definerer nye teknososialt situasjoner og definerer nye grenser for identitet (Ito & Okabe 2004). Med mobil kommunikasjon reiser folk og kommunikasjon sammen overalt ifølge Mark Poster (2004), og vår stedsfølelse er i fundamental endring:

*This complex mixture of mobility and communications among people and information causes havoc with, as Joshua Meyrowitz (1986) wrote some time ago, our "sense of place." If television, as he presciently wrote, disrupts the cultural categories of private and public, formal and informal, foreground and background, then how much more discombobulated we must have become with the developments in communications media since the mid-1980s when Meyrowitz published his findings! So deeply shuffled about has the perception of space by individuals become that many suffer from what might be called "space anxiety." (Poster 2004:2)*

Forskning har vist at fotografiet er i ferd med å endres på grunnleggende måte teknologisk, perseptuelt, genremessig og praktisk (Mitchell 1992, Lister 1995, Ingemann 1996, Hausken 1998, Bertelsen 2000, Lister 2004). Arild Fetveit (1999), liksom John Taylor (2000) og Sivertsen (2004) argumenterer for at dets autentisitet som dokument i større og større grad er avhengig av en utenforliggende autoritet. Derfor vil Arild Fetveit i et prosjekt revurdere fototeori som konsekvens av digital bildekultur og stadig flere fotografiske praksiser. Dette inngår i et større prosjekt i regi av KIM som skal undersøke mediets rolle i visuell kultur der ulike kulturuttrykk blir mediert og remediert på tvers av flere skjermer og på en rekke arenaer.<sup>20</sup> Prosjektet reiser spørsmål i slekt med spørsmål kunsthistorikeren Lars Kiel Bertelsens (2000) har reist om hva som skjer når vi ser fotohistorien, i lys av digitaliseringen snarere enn digitaliseringen i lys av fotohistorien og om digitaliseringen av fotografiske bilder representerer et brudd eller kontinuitet i fotohistorien. Bertelsen (2000:69ff) skiller mellom en hvit og en svart mytologi i en diskusjon av konsekvensene av at det digitale, fotografiske bildet visker ut grensene mellom fotografi, tegning og maleri. Han hevder med rette at digitaliseringen av det fotografiske bilde har rystet den etablerte oppfatningen av hva et fotografisk bilde er, og hvordan det forholder seg til virkeligheten.

Den hvite mytologien beskriver det konvensjonelle fotografi, mens den svarte mytologien beskriver det digitale fotografi.<sup>21</sup> Med det digitale fotografiet blir det klart at dette bildet er en kodet konstruksjon i og med at oppbyggingen består av valg eller koding. Det fører til at den fotografiske bildetype som alle andre bildetyper er en visuell konstruksjon. Den er skapt med et formål. Den svarte mytologien understreker med andre ord det fotografiske bildets kodete trekk med vekt på det opakte – det ugjennomsiktige, der den hvite mytologien understreker fotografiets preg av å være et avtrykk og dets umiddelbare – transparent – tilgang til referenten. Endelig framhever den hvite mytologi forestillingen om et passivt dokumenterende medium, mens den svarte mytologi framhever den aktivt skapende

---

<sup>20</sup> Prosjektet *Medieestetikk; materialitet, praksis og erfaring* er knyttet til UiO, og er i regi av NFRs Kulturforskningsprogram og KIM-programmet. <http://www.media.uio.no/prosjekter/medieestetikk/>

<sup>21</sup> Bertelsen har hentet begrepet fra Michael Charlesworth (1995) som henviser til Jacques Derrida som opphavsmann til begrepet "hvit mytologi". Derrida brukte begrepet i sin dekonstruktive filosofi til å beskrive forestillingen om en verdinøytral retorikk. Charlesworth overfører dette normative verdibegrepet til fotografi. Selve mytologibegrepet henter Derrida – og dermed Charlesworth og Bertelsen – hos Roland Barthes mytologibegrep slik det ble utformet i hans hovedverk *Mytologier* fra 1957.

konstruksjon. Langt på veg er den svarte mytologi også en refleksjon av de siste tiårenes kritikk av det konvensjonelle fotografiet. Denne spenningen mellom de to mytologiene blir gjenkjent som spenningen mellom mimesis og poesis, og ble oppsummert slik av Bertelsen (2000:82):

*Konvensjonelt fotografi:*

Hvit mytologi  
Avtrykk  
Referent  
Transparens  
Realisme  
(Passiv) dokumentasjon  
Mimesis

*Digitalt fotografi:*

Svart mytologi  
Kode  
Tegn  
Opasitet  
Konstruktivisme  
(Aktiv) konstruksjon  
Poesis

Dette skillet setter rammer for det digitale, fotografiske bilde generelt, på samme måte som det setter rammer for det digitale fotografi fra kameramobilen. Det inngår som regel i en kontekst. At fotografiet betyr ikke noe i seg selv, er Viktor Burgins (1982:153) tese, det oppnår først en betydning i konteksten som dannes av bruks- og fortolknings situasjoner. Slik er det også for det digitale, fotografiske bildet fra kameramobilen: de mange kontekster bestemmer dets betydning og verdsettingen.

Blir fotografiet mindre og mindre verdt? Er det et bilde som blir forbrukt umiddelbart, og glemt? At mer og mer blir et fotografi verdt, påvirker vår visuelle kultur. Flere og flere fotografier krever vår oppmerksomhet. Blir et MMS-bilde en ytring på linje med en SMS-melding og har et liv med samme lengde? Hvilke fotografiske praksiser vil kameramobilen skape i hverdagen og i regi av institusjoner i samfunnet?

Det som før gikk fra munn til munn, går nå fra SMS til SMS eller fra MMS til MMS. I løpet av ganske få år utviklet det seg et eget karakteristisk SMS-språk. SMS-språket er enkelt, simpelt og effektivt vil de "smesser" med andre. Mens hverdagspråk blir brukt til to formål, enten sosiale morosamtaler eller utveksling av informasjon, er SMS-språket derimot en blanding av begge to. Språkforskere forventer at bildekommunikasjon blir det neste skrittet i utviklingen, slik at det blir sendt et foto av et kålhode når vi mener noen er idiot, eller en

robåt når noen prøver seg på en bortforklaring.<sup>22</sup> Undersøkelser har vist at SMS er for jentene, mens MMS er for guttene. Jenter liker tekst, gutter liker bilder når de vil kommunisere på denne måten med andre. Og når det gjelder selve mobiltelefonen, er jentene mest opptatt av design, mens guttene vil ha det nyeste og beste. Jenter er opptatt av å kunne bruke kameraet, gutter er mer opptatt av hvor mange piksler det har. Men om en stund kan dette bildet av kjønnsrelatert bruk være endret.



**Illustrasjon 11** Sommeren 2004 skjedde det en bildeeksplosjon i Norge utløst av kameramobiler. De ble en yndet befordrer av postkort fra folks ferier og opplevelser.

Forskning har påvist kommunikasjonskulturelle endringer, identitetsendringer og innovativ bruk (Johnsen 2000, Skog og Jamtøy 2001, Sti 2002, Grjøtheim Hareide 2001, 2002, Fortunati 2002, Kasesniemi 2003, Skog 2003, Nysveen, Pedersen & Torbjørnsen 2003, Prøitz 2003, Julsrud et. al 2004, Geser 2004, Ling 2004). Vil MMS-språket utvikle seg i de samme baner? Sier et bilde mer enn tusen ord? I hvilke situasjoner vil en visuell MMS bli foretrukket framfor en SMS? Hvordan vil samspillet mellom fotografi og tekst bli? Vil det komme ikke-tekstlige føringer på tolkningen, slik vi har sett i SMS med tegn som ;- ) og (^.^). Og hvordan blir tilkoplingen til lyd? Vil tradisjonell SMS-tekst i framtiden bli omformet til lyd for mobiltelefonen og formidlet som en del av en MMS? Vil bruk av fotografi ta nye uante veier på samme vis som SMS? Hva så med video-MMS og lyd-MMS? Med andre ord er det i dag mange spørsmål og få svar.

Med en bevegelse fra tekstlig til ikonisk/fotografisk kommunikasjon som åpner for samspill mellom tekst og bilder, vil det oppstå en ny uttrykksform og en ny verden av tolkningsmuligheter og misforståelser (Noth 2001, Koskinen, Kurvinen & Lehtonen 2002, Kurvinen 2003, Ling & Julsrud 2004). For begrepet mening er glatt som et såpestykke,

---

<sup>22</sup> Ingrid Spilde: Vil bilder erstatte SMS? Forskning.no 17.2.2003  
[http://www.forskning.no/Artikler/2003/februar/1045223130.95/artikkel\\_print](http://www.forskning.no/Artikler/2003/februar/1045223130.95/artikkel_print)

spesielt når det blir brukt om bilder, skrev kunsthistorikeren Ernst Gombrich (1972:2). Vanlige folks fotografier og folks MMS-fotografier bidrar i hverdagen til å fortolke livet til folk som dokumenterer det, og blir en *aide de memoire*, som Koskinen (2004) uttrykker det. Det er grunn til å starte med noe kjent. For kameramobilen er snapshotfotografiet i ny ramme. Følgelig blir disse fra tid til annen kalt *mobile snaps* i engelskspråklige nettsteder. Richard Chalfen (1987) hevdet at dette fotografiet ikke først og fremst ga en dokumentarisk informasjon om hvordan verden så ut, eller er et magisk speil som viser hvordan fortiden så ut, snarere definerte han det slik: *It is more the case that snapshooters and family album makers selectively expose parts of their world to their cameras; or said differently, snapshooters selectively use their cameras at specific times, in specific places, during specific events and for specific reasons* (Chalfen 1987:98). Langt på veg er *snapshots collections* *manifest a pride-filled movement toward adult life*, og utgjør en versjon av virkeligheten. Chalfen hevder at disse fotografiene utgjør en del av et symbolsk miljø eller omgivelser. Det symbolske miljøet er et støttesystem som utfyller de fysiske, biologiske og sosiale støttesystemene.

Gjennom store deler av 1900-tallet blir det uttrykt et *ubehag* ved kulturen, og et *ubehag* ved å bli *fotografert*. Roland Barthes ([1980] 1987:24) har skrevet en rekke artikler og bøker om fotografi, likevel er han en representant for ubehaget ved å bli fotografert, slik han beskrev i boka *Det lyse kammer*: ”...når jeg oppdager meg selv som et produkt av denne operasjon, ser jeg dette: at jeg er blitt et Allbilde, det vil si Døden selv; de andre – Den Andre – tar min egenart fra meg og gjør meg grusomt til objekt, som på nåde og unåde står til deres disposisjon, ordnet i kartotek og parat til alle mulige subtile triks”. Det er ikke til å komme fra at når man blir fotografert, taper man kontroll. Det kan bli offentlig og det kan bli brukt og tolket på mange vis. Med det myldret av fotografer og fotografier som preger hverdagen føler mennesker det samme *ubehaget*, og som derfor ikke smiler til fotografen. På den annen side er det stadig flere i den private og offentlige sfære som nyheter *behaget* i alle åndedrag ved å bli fotografert og seinere sett av andre. De har alltid et smil til fotografen.



**Illustrasjon 12** MMS-fotografiene fra en messe i Sevilla i 2005 og folk som knipser med kameramobil mens de passerer båren til paven i april 2005, illustrerer bedre enn tusen ord at kameramobilen har entret arenaen tradisjonelle småkameraer tidligere dominerte.<sup>23</sup>

Snapshotfotografiene som blir tatt med kameramobiler, kan være private, men blir i langt større grad enn tidligere tiders snapshots delt med andre i nye situasjoner og sammenhenger. Det blir gjerne knipset et fotografi med kameramobilen, og sendt til venner for å kunne fortelle at man har vært der og der. På Island ble det en sport blant mange å kjøre til et hus der en kvinne var blitt myrdet sommeren 2004 og så be en kamerat eller ei venninne om å knipse et snapshot med kameramobilen. Det er dristigere å sende et fotografi i noen *situasjoner* enn å beskrive den samme med tekst. Denne omforente og utvidete formen for kommunikasjon med fotografier blir presentert og drøftet av David Frohlich (2004) i boka *Audiophotography*. I boka med et

grunnleggende fokus på lyd, blir bruksstudier av fotografi kombinert med brukernes kritikk av det innholdet nye medier har skapt, og den fokuserer på hvordan digital teknologi kan endre amatørfotografiet og andre former for fotografi, slik vi har blitt kjent med dem.

Snapshotfotografiet spilte en viktig rolle i 1990-årenes fotokunst med sin vekt på dets antiestetiske, banale og virkelighetsrelaterende karakter. Det syntes å ta et oppgjør med den manglende referensialitet i 1980-årene ved at det bevisst og formelt utnyttet snapshotets estetiske muligheter (Sandbye 2000). Lomografiets estetikk er en del av dette bildet, og kameramobilfotoene kan forstås i lys av dette. Denne estetikken har sitt opphav i kameraet Lomo Kompakt Automat. Lomo står for *Leningradskoye Optiko-Mekhanicheskoye*

<sup>23</sup> [http://www.elmundo.es/elmundo/fotosdeldia/2005/03/25/index\\_4.html](http://www.elmundo.es/elmundo/fotosdeldia/2005/03/25/index_4.html) (Sist besøkt 28.3.2005) og BBC [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/magazine/4415947.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/4415947.stm) (Sist besøkt 7.4.2005)



*Obedinyeniye*. Det billige kameraet ble opprinnelig produsert i Sovjet fra 1970-årene, og bruker professor Radionovs spesielle lyssterke linse som bygger på optikken i militære nattekikkerter. Det har fått sine tilhengere.<sup>24</sup> De knipser lekelystent og slentrende fra hoften og peker på alt mulig interessant uten å bekymre seg for lys, fokus eller komposisjon. Derfor blir gjerne lomografier spontane, uklare, skakke, tilfeldig lyssatte og har en lav kvalitet, men noen kan ha en stil med personlighet.<sup>25</sup> Langt på veg er målet å knipse fotografier av hverdagslige hendelser og på det viset dokumentere disse som i det ultimate reality-programmet. Sånn er det med fotografiene fra kameramobilen også. Begge bidrar på sitt vis til en knipsekultur. Det er ikke oppsiktsvekkende at kameramobilens inntog er blitt notert av lomografer over hele verden. Derfor oppfordrer The Lomographic Society folk til å bruke kameramobilen i tråd med reglene til lomografene, og da særlig den sjette regel: Ikke tenk.<sup>26</sup> For på den måten å oppsøke og utforske ”optiske eventyr”, og dele såkalte ”lomofi” med andre på samme vis som MMS. At den hverdagslige fotograferingen gjør seg gjeldende på kunstutstillinger, og at noen knipser seg til for eksempel Høstutstillingen 2004, er ikke så oppsiktsvekkende som TV2 vil ha det til.<sup>27</sup> For dette har nok juryen vurdert som ”litt lomo”...

Mobiltelfoni har bidratt til å fremme en form for *mikrokoordinering* (Ling og Yttri 2002). Det betyr at særlig unge ikke lenger trenger å lage bindende avtaler med venner om møtesteder om de vil pleie hverandres selskap. Tid og sted kan endres i siste øyeblikk. Hverdagslivet blir for stadig flere preget av just-in-time-løsninger (Misuko 2003). Dagens møter, antall deltakere, spisetider og transport, samvær med venner – ”skal jeg være med deg” – blir avklart etter behov og om det har oppstått hindringer. Med kameramobiler åpner det seg

---

<sup>24</sup> Lomografi-bevegelsen har laget nettsider i en rekke land, inklusive Norge. Det er fotografiets dogmebevegelse. Her er reglene for en lomo: Ta med din LOMO overalt. Bruk den når som helst – dag og natt. Lomografiet forstyrrer ikke ditt liv, men er en del av det. Ikke tenk. Vær rask. Du trenger ikke å vite på forhånd hva som havner på filmen din. Du trenger ikke å vite det etterpå heller. Skyt fra hoften. Ikke bry deg om regler. <http://www.lomo.no/regler.html>. Se også: Dagbladet 17.6.2000 *Bli Lomo du også!*

<sup>25</sup> [http://120seconds.com/features/021025\\_lomo/website/lomography.swf](http://120seconds.com/features/021025_lomo/website/lomography.swf) Denne flashen demonstrerer og kommenterer hva lomografiet handler om, og at lomografer har sin stil og temperament. (Sist besøkt 1.10.2004).

<sup>26</sup> <http://www.lomography.com/ppp/> Sjekk menypost Lomofi. <http://www.lomofi.com/start.html> (Sist besøkt 2.2.05)

<sup>27</sup> For på Høstutstillingen 2004 ble det antatt fire MMS-fotografier fra, Jørund Sollid, som holder på med en dr.grad i biologi. Han hadde knipset fire hverdagsfotografier, satte disse i passe partout og sendte dem til juryen for Høstutstillingen. Fotografiene ble antatt, Sollid ble debutant, og det ble første gang MMS-fotografier ble vist på Høstutstillingen. TV2 mente å ha påvist en Sokal-effekt, og brukte med all rett hendelsen til å stille spørsmål om hva som er kunst på TV2 Nyhetene 9.9.2004. Se også Romsdals Budstikke 8.9.2004 som TV2 hadde hentet

muligheter for en *løpende visuell kontakt* (Katz & Aakhus 2002) og *en interaktiv, sosial kontekst* der folk svarer umiddelbart på MMS-meldinger (Koskinen, Kurvinen & Lehtonen 2002).

**10 DUPPEDITTER** Dagens Næringsliv, Tirsdag 24. april 2004

**11 DUPPEDITTER** Dagens Næringsliv, Tirsdag 24. april 2004

**KULTIETT** Mobiltelefoner som er populære blant ungdommen. Foto: NTB

**POP-OG-FUNK** Mobiltelefoner som er populære blant ungdommen. Foto: NTB

**SETT FARGE PÅ SVARET** Mobiltelefoner som er populære blant ungdommen. Foto: NTB

**MÅLER TRYKKEKRAFT** Mobiltelefoner som er populære blant ungdommen. Foto: NTB

**BLEDNORIS PÅ ARBEID** Mobiltelefoner som er populære blant ungdommen. Foto: NTB

**NIKS SURE SØKKER** Mobiltelefoner som er populære blant ungdommen. Foto: NTB

**SUPERDUPPET** Mobiltelefoner som er populære blant ungdommen. Foto: NTB

**MPO-BLEKKE** Mobiltelefoner som er populære blant ungdommen. Foto: NTB

**Ungdommens nye kroppsdel**

**Del av kroppen** Mobiltelefonen er blitt en forlenget del av kroppen hos norske ungdommer. Det er den viktigste materielle gjenstanden i deres liv.

**85 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**87 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**82 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**81 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**80 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**79 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**78 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**77 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**76 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**75 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**74 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**73 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**72 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**71 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**70 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**69 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**68 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**67 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**66 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**65 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**64 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**63 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**62 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**61 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**60 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**59 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**58 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**57 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**56 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**55 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**54 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**53 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**52 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**51 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**50 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**49 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**48 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**47 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**46 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**45 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**44 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**43 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**42 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**41 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**40 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**39 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**38 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**37 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**36 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**35 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**34 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**33 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**32 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**31 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**30 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**29 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**28 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**27 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**26 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**25 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**24 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**23 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**22 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**21 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**20 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**19 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**18 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**17 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**16 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**15 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**14 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**13 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**12 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**11 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**10 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**9 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**8 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**7 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**6 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**5 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**4 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**3 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**2 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**1 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**0 prosent av ungdommer har mobiltelefon**

**Illustrasjon 13** Mobiltelefonen er blitt ungdommens nye kroppsdel forteller faksimilen av *Dagens Næringsliv* 24.4.2004, og den er den viktigste materielle gjenstanden i livet deres.

MMS er ofte forbundet med fritid og lek for de fleste, men det er også i ferd med å bli en del av arbeidet for noen. Telenor har gjennom en undersøkelse av MMS-brukere identifisert MMS-sjangerer gjennom gruppeintervjuer i ulike jobbmiljøer (Julsrud et. al 2004). Bruken av MMS er kreativ og innovativ (Julsrud et. al (2004:27). De skiller mellom *instrumentelle* MMS: visuell dokumentasjon, forklaringer og illustrasjoner på den ene side og *ekspressive* MMS: snapshots, kjedemeldinger, feriebilder og hilsener. Mens de instrumentelle MMS-sjangerne inviterer til samarbeid, bygger de ekspressive MMS-sjangerne sosiale nettverk, er forskernes tese. Forskergruppen overser i sin identifisering genren som er oppstått i skjæringsflaten mellom nyhetsmedier og publikum, der personer blir fotografer ved et uhell,

saken fra: <http://www.romsdals-budstikke.no/apps/pbcs.dll/artikkel?AID=/20040909/KULTUR/109090006/0/LOKFOTLINK>

eller blir vitner til en hendelse og tipser presse og fjernsyn. Noen sender fotografier av seg og sine til tv-kanalenes ITV-produksjoner og deltar i konkurranser i regi av nyhetsmediene. Dette skyldes nok undersøkelsens fokus, som var rettet mot yrker som selgere, boligmeglere og håndverkere og ikke mot de jobbmiljøene der journalister dominerer. Journalistene vil nok få mer oppmerksomhet framover, og får det i denne rapporten.

På den annen side har en engelsk forskergruppe undersøkt konkret hvordan folk bruker kameramobiler ved hjelp av en metode som kombinerte intervjuer og fokusgrupper samlet rundt et utvalg MMS-fotografier for å undersøke folks intensjoner da de tok fotografiene og hvordan de brukte disse (Kindberg et. al 2004, 2005). Her arbeidet denne forskergruppen med distinksjoner i slekt med forskerne fra Telenor.

Medier er i bred forstand midler til å skape sosial kontakt, og de er like mye selskapelige teknologier som informasjonsteknologier. Stig Hjarvard (2003) spør om et samfunn preget av internett og andre nye medier egentlig skaper et informasjons- og kunnskapssamfunn. Skaper ikke medieutviklingen snarere mer underholdning, samvær, lek og snakk? Han beskriver det han kaller et selskapelig samfunn, der mobiltelefoner er et element som presser seg inn i stadig flere sosiale sammenhenger. De gjør det mulig å være i selskap med andre uavhengig av tid og sted. Det forstyrrer grenser. Med SMS pleier og deler unge oppmerksomhet og deltar i flere selskap samtidig. For kontakt med venner er det desidert viktigste med mobiltelefonen, og SMS og MMS er limet i vennegjengen (Prøitz 2003). Tekstmeldinger fungerer som gaver, og det å gi gaver er det viktige for å knytte sosiale bånd innad i ungdomsgrupper. Innholdet i meldingene er uvesentlig (Harper 2002, Johnsen 2003). Å styrke nettverk og tilhørighet er målet for tekstmeldinger (Dolmen 2004). De unges hverdag gjennomgår en medialisering der små og store opplevelser blir løpende delt med venner – og ukjente – ved hjelp av MMS-meldinger med fotografier. Ofte deles disse med andre i fotoblogger som en ”flow of perceptions” ifølge Rheingold (2002): *They're like visual streams of consciousness, which is both their appeal and limitations.*

For å forstå denne formen for kommunikasjon i lys av eldre innsikter, kan Granovetters (1973) tese om *sterke* og *svake* bånd bidra. Kommunikasjonen med dem man har sterke bånd til, har

foregått på andre premisser og med et annet innhold enn kommunikasjonen med dem man har svake bånd til. Begge former for kommunikasjon spiller en koordinerende rolle i samfunnet. Men kameramobilen er i ferd med å endre dette, fordi mye taler for at skillet forstyrres av den utstrakte delingen av MMS-fotografier. Denne delingen foregår også med personer man verken har sterke eller svake bånd til. Tesen kunne være aktuell for KIM-Prosjektet *Personlige digitale medier* som blant annet Terje Rasmussen og Lin Prøitz er knyttet til.<sup>28</sup> Dette prosjektet skal undersøke den digitale sjangerutviklingen og fokusere på fleksible personlige medier som er tatt i bruk i stort omfang, dels ut fra individuelle interesser for personlig interaksjon og dels ut fra behovet for å ytre seg. De personlige mediene mobiltelefon, SMS, Web-chat, e-post, peer-to-peer kommunikasjon, blogger, elektroniske dagbøker blir forstått i lys av individualisering av samfunnet og den historiske fleksibiliseringen mediene har gjennomgått. Målet for prosjektet er i tråd med prosjektbeskrivelsen å utvikle begrepet sjanger mot en flerfaglig forståelse av tekstformer, kommunikasjonsformer og kommunikasjonsmønstre generelt. Med andre ord har forskere fått opp øynene for mobiltelefonkulturen som er i støpeskjeen, og filosofer har plassert og tolket denne teknologien og kulturen i lys av eldre filosofer (Nyiri 2003, 2004, Hansen 2004). Her har den ungarske filosofen Krisof Nyiri utmerket seg og kommet med en rekke bidrag, og går i bresjen for internasjonale konferanser om emnet.<sup>29</sup>

Ingen hadde forventet at mobiltelefonene skulle bli så populære, og bane vegen for en industri av leverandører av underholdning, av spill, og av muligheter til kontakt med radio- og fjernsynskanaler gjennom interaktivt tv (ITV). Etter kinolerretet, fjernsynsskjermen og dataskjermen, er den fjerde skjerm – mobiltelefonen – blitt et format for underholdning til massene. Disse formatene fyller ikke bare hverdagen, de fyller også medieselskapenes og teleoperatørens kontoer.

---

<sup>28</sup> KIM-prosjektet *Personlige digitale medier*: Digital genreutvikling – smalbåndskommunikasjon mot en bredbåndsverden har også noen beskjedne nettsider:

<http://www.media.uio.no/prosjekter/internettiendring/omprosjekt.html>

<sup>29</sup> Se internett-tilgjengelige publikasjoner fra Kristof Nyiri: <http://www.phil-inst.hu/nyiri/>



**Illustrasjon 14** To fotografier hentet fra t-six-ten internettmagasin, og de er sendt av "angmoh": glowstick og "dmm": sad & happy clown. Dette dokumenterer det globale landskapet MMS er en del av.

Sony Ericsson etablerte magasinet *t-six-ten* der det "beste" fra hele verden innen denne knipsesjangeren ble sortert, vist og remedierte fra mai til desember i 2003. Mer enn ti tusen bildespeidere deltok i fem forskjellige fotoutfordringer. De mange MMS-fotografiene kan fortsatt ses i nett-magasinet. VG har alt laget et album der leserne kan sende inn sine MMS-foto, og dele disse med andre gjennom en remedieringsform for fotografi som er blitt etablert de siste årene (Se [VG nett](#)).<sup>30</sup> Dermed deltar de i en konkurranse og kan vinne premier. Dette er en måte å skape kontakt med leserne som andre aviser også følger opp. Og selvfølgelig blir det skrevet artikler om kameramobiler for å hjelpe leserne til å ta bedre fotografier.<sup>31</sup> En rekke andre aviser kom etter hvert i gang med varianter av løsningen til VG. Danske TV2 har opprettet en såkalt moblog for seerne sine. En moblog består av innhold som er postet til internett fra en mobil eller annet bærbart utstyr.<sup>32</sup> Dermed kan de sende inn fotografier og vise dem til andre.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> <http://foto.vg.no/MMSgalleri.php>

<sup>31</sup> Slik tar du gode MMS-bilder: VG Nett 1.7.2004 <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=233082> (Sist besøkt 1.7.04).

<sup>32</sup> Se Wikipedia om moblogs: <http://en.wikipedia.org/wiki/Moblog>

<sup>33</sup> <http://mobil.tv2.dk/moblog/min.php> (Sist besøkt 15.5.2005)





**Illustrasjon 15** En visjonær nyskaping i mobilpakken til Nokia 7610 var PC-programmet Lifeblog (Aftenposten 24.6.2004).

Nokia har fanget opp signalene om at blogging er i ferd med å bli tett integrert med bruk av kameramobiler og leverte PC-programmet Lifeblog sammen med Nokia 7610. Dette er en automatisk dagbok som samler

alle bildene, SMS og videoer gjennom en tidslinje. Dermed forsvinner de ikke. For fotografiene trenger steder og kanaler. Slik blir de tradisjonelle fotoalbum remediert. De samme signalene fra brukerne er blitt oppfattet av det Schibsted-eide Inpoc. Sommeren 2004 lanserte Inpoc hjemmesider for mobiltelefoner som den første i Skandinavia (VG 4.8.2004).<sup>34</sup> Inpoc er leverandør av mobile tjenester og underholdning, og hovedformålet er å utvikle innhold og tjenester rettet mot mennesker i mobile situasjoner. Tjenestene markedsføres av alle Schibsted-eide nyhetsmedier. Her kan brukerne ha en kort selvpresentasjon, sende SMS gratis, bli med i SMS-grupper, og ikke minst lagre fotografier i arkiver. Arkivet som de vil dele med alle andre, arkivet som de deler med de som blir gitt adgang og det helt private arkivet med fotografier som ikke deles med noen.

Therese Dahn Næss (2005) har beskrevet mobiltjenestene fra Inpoc og tjenestene som blir tilbydd av NRK Aktivium og TV2 Interaktiv. En av de populære tjenestene er den såkalte Trynevrengeren. Publikum tar et fotografi av andre eller seg selv med kameramobilen og sender det til Inpoc som MMS og får det manipulert og vrent tilbake som en MMS. Imidlertid er denne tjenesten etter hvert blitt tilbydd av en rekke aviser og nettsteder i Norge og i verden ellers etter at den ble skrevet av QuanCex i 2000.<sup>35</sup>

<sup>34</sup> <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=237543>

<sup>35</sup> <http://www.management.free.fr/formation/nbmorphing/readme.txt>



**Illustrasjon 16** Trynevrengeren blir beskrevet som verdens kuleste mobiltjeneste av Inpoc og andre leverandører av mobiltjenester til underholdningsmarkedet i Norge.

Næss beskriver det mobile tjenestemarkedet som svært uoversiktlig med en rekke

ulike aktører med rotete og ustrukturerte nettsider. Derfor er det umulig å få en fullstendig oversikt over alle aktører og tjenester som beveger seg i hovedgatene underholdning og informasjon.

Mens Hewlett Packard Laboratorier har registrert at det fins behov for å kunne dele fotohistorier med andre som et supplement til MMS med kun et fotografi og en tekst. Derfor har team utviklet StoryCast<sup>36</sup> og Plog<sup>37</sup> for å fremme folks bruk av kameramobiler til å fortelle enkle fotohistorier ledsaget av fortellerens stemme, slik at disse skal kunne deles med andre som en MMS, http eller epost. På sikt er målet å stimulere og utvikle en mer avansert bruk av kameramobilen og den teknologi den bygger på blant folk flest.

Mens pilgrimmer i tidligere tider prøvde å få med et tøyestykke eller liknende fra en helgen som en relikvie, prøver de nå å sikre seg en digital relikvie, gjerne i form av kameramobilfotografi. I forbindelse med pavens død i 2005 ble vi minnet om hvor populær og utbredt kameramobilen er blitt over hele verden. Fotoalbumene er blitt endret. I går var de private, i dag er de offentlige og delt med andre ukjente i en blogg eller liknende. Mobiltelefonen er med overalt og blir brukt overalt. Den blir brukt og vil bli brukt i stadig nye og uventa situasjoner. For det er mer å hente og mer kommunikasjon i vente. En del situasjoner blir fanget opp av journalister, men mye går journalistene hus forbi.

<sup>36</sup> Se video: [http://www.hpl.hp.com/research/storycast/StoryCast%20demo%20\(medium%20quality\).wmv](http://www.hpl.hp.com/research/storycast/StoryCast%20demo%20(medium%20quality).wmv) (Sist besøkt 19.5.2005)

<sup>37</sup> <http://www.hpl.hp.com/research/idl/projects/plog/index.html> (Sist besøkt 19.5.2005).

## Journalistikk om kameramobiler

*- A camera phone is just another digital camera - or is it? The evidence says no. There's something different about camera phones that are generating a whole new way of doing and looking at photography.* Peter G. Aitken (2004)

Fagbladene fokuserer entusiastisk på alle de fine, tekniske kvalitetene kameramobilene har og vil få for den vanlige forbruker, mens det knapt går en dag uten at avisene forteller om hva slags uforskammetheter som sendes som SMS eller MMS eller alle problemene kameramobilene kan skape (Sivertsen 2003). Norske og utenlandske aviser har brakt og bringer artikler som viser hvor skremmende dette er, og at teknologien utvikler seg raskere enn lover og reguleringer.<sup>38</sup> Ikke overraskende har pornoindustrien utnyttet MMS og java, slik at hvem som helst kan laste ned porno ved å rette seg etter rådene annonsert i Dagbladet.<sup>39</sup>

Det viser seg videre at noen fristes til å bruke mobilkamera til å jukse på eksamen. En student ved en High School i California ble tatt for å jukse på eksamen med sin kameramobil. Ikke overraskende medførte dette at mobiltelefoner ble bannlyst ved skolen, skrev The Register i følge It-avisen (14.5.2004).<sup>40</sup> Avisene forteller om skoler som for lengst har lagt ned forbud mot kameramobiler, at Utdanningsforbundet tilrår et forbud i alle skoler, at treningsentre vil forby slike, at det er blitt sendt avslørende fotografier fra nachspiel rundt omkring, og at de blir brukt for å mobbe.<sup>41</sup>

Forskere knyttet til Senter for atferdsforskning ved Universitetet i Stavanger har gjennom flere år forsket på mobbing for å oppnå et faglig grunnlag for forståelse av hva mobbing er, omfanget problemet har og årsaksmønstre. Dette perspektivet blir også lagt til grunn for en

---

<sup>38</sup> NPR journalisten Alex Chadwick intervjuet den amerikanske journalisten Dahlia Lithwick fra Slate (18.5.2004) om at lovgivere og regulerende instanser har problemer med å følge med den teknologiske utviklingen i samfunnet generelt og kameramobiler spesielt. Forbud mot kameramobiler? Den kan bli hørt her: <http://www.npr.org/features/feature.php?wflid=1901055>

<sup>39</sup> <http://www.journalisten.no/artikkel.asp?GUID={6747FD76-2D8E-4827-81EA-DFC0E10331B9}&kategoriID=3&temaID=242>

<sup>40</sup> <http://www.itavisen.no/art/1303515.html>

<sup>41</sup> Se også Nettavisens (8.9.2004) intervju med Therese Næss som har skrevet en hovedfagsoppgave i medievitenskap ved Universitetet i Oslo om mobbing på SMS. Hun har intervjuet ungdommer i Oslo om deres forhold til denne formen for mobbing. <http://pub.tv2.no/nettavisen/spray/samfunn/article276053.ece>



landsomfattende spørreundersøkelse blant 1650 elever der målet var å finne ut om mobiltelefonen er blitt brukt av elever i skolen til mobbing. En artikkel publisert i Tidsskrift for spesialpedagogikk slår fast at mobbing via mobil er blitt redusert fra 2001 til 2004, og følger samme trend som vanlig mobbing, i følge forfatterne Erling Roland og Gaute Auestad (2005) som står bak artikkelen.<sup>42</sup> Den viste at gutter er mer utsatt for mobbing med mobil enn jenter, at 96 prosent guttene og 98 prosent av jentene i 9. og 10. klasse aldri er blitt fotografert med mobiltelefon i skoledusjen eller garderoben, og at vel 27 prosent svarer at de er engstelig for å bli fotografert med kameramobil i den nevnte situasjonen.



**Illustrasjon 17** Et tilfeldig oppslag fra Dagbladet 15.2.2004 som påstår at MMS er mobbernes nye våpen. Dette er oppslag som utvilsomt kan nøre opp under mediepanikken. Liknende oppslag har det vært flere av i VG, Rogaland Avis og NRK i april 2005.

Likevel ble Dagsavisens vinkling slik: *Dusjbilder havner på internett.* ”Nesten 6.000 norske skoleelever er blitt fotografert med mobil av medelever i garderoben eller dusjen på skolen. Hundrevis av bildene har havnet på internett” (Dagsavisen nett 21.5.2005, BA 22.5.2005).<sup>43</sup> Her overdriver Dagsavisen betydelig fordi dette tallet fins ikke i artikkelen. Pressemeldingen fra Senter for atferdsforskning om samme sak førte til oppslag i VG og NRK en måned tidligere om at kameramobil er mobbeverktøy.<sup>44</sup> Dagsavisen fortsetter oppslaget med å fortelle at kameramobiler er i ferd med å terrorisere og skape uante problemer for mange av

<sup>42</sup> Se Rogaland avis 26.4.05 <http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article1559243.ece>

<sup>43</sup> <http://www.dagsavisen.no/innenriks/article1593791.ece> (Sist besøkt 22.5.2005)

landets 9.- og 10.-klassinger. De blir brukt av elever til å fotografere medelever i private situasjoner i skolegarderoben og dusjen. Så blir bildene spredt i stort omfang på internett. Avisen framhever at undersøkelsen viste at: "5 prosent av landets 9.- og 10.-klassinger er blitt fotografert på denne måten en eller flere ganger". Det at bildene havnet på internett i 26,5 prosent av tilfellene hvor jenter ble tatt bilde av, og i 6,5 prosent av tilfellene hvor gutter ble fotografert ble understreket. Fagfolk frykter nå at bildene kan komme på avveie og skape problemer for elevene langt inn i voksenlivet. Langt på veg bidrar forskerne til den mediepaniske vinklingen Dagsavisens journalist anlegger om at fotografiene blir spredt på nettet: " Vi spurte ikke om bildene ble tatt med eller uten samtykke, men vi mener det er sannsynlig at den som blir fotografert ikke har kontroll over bruken av bildene etterpå. I det øyeblikket de sendes videre fra en mobiltelefon, kan de havne absolutt overalt", sier Roland og fortsetter: "Vi har undersøkt de øverste klassetrinnene i grunnskolen, men jeg tror problemet kan være det samme også blant yngre elever, som tross alt har ganske god teknologisk kunnskap. Mobiltelefoner med kamera er jo nesten allemannseie" (Dagsavisen 21.5.2005). Fagfolk knyttet til Nye Kripos, Redd Barna og Barneombudet uttrykte sin bekymring for kameramobiler til avisen. Dette til tross for at artikkelen til grunn for oppslaget egentlig slo fast at mobbing med mobil er blitt redusert siden 2001, at fem prosent er blitt fotografert med kameramobil i skoledusj eller garderobe, og at denne formen for mobbing ikke er særlig utbredt, men alvorlig.

Datatilsynet har også et skeptisk syn på kameramobiler og støtter iverksetting av restriksjoner, men støtter ikke forbudet Utdanningsforbundet har etterlyst.<sup>45</sup> Andre norske undersøkelser har dokumentert at en av fire elever har jukset med SMS.<sup>46</sup> Dette skjer selv om de fleste skoler har et generelt forbud mot å ta med mobiltelefoner i skoletida. Lærere opplever at mobilen skaper uro i undervisningen, at den ødelegger elevenes norsk og vil forby mobilen snarere enn å ta den utfordring det er å bruke den i undervisningen.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> VG 25.4.05 <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=275190> (Sist besøkt 22.5.2005). NRK 25.4.05 <http://www.nrk.no/programmer/tv/puls/4687064.html> (Sist besøkt 22.5.2005)

<sup>45</sup> <http://www.digi.no/php/art.php?id=102263> Datatilsynet vil ikke forby kameramobiler (Sist besøkt 31.5.2004).

<sup>46</sup> <http://www.bt.no/lokalt/bergen/article313282> Taster seg gjennom skoledagen (BT 27.11.2004)

<sup>47</sup> To av tre bruker SMS i skoletimen. Aftenposten Aften 10.1.2005:6

I en rekke bedrifter sitter ledere som vurderer å begrense bruken av kameramobiler blant ansatte fordi de utgjør en sikkerhetsrisiko ved at tyver kan kartlegge kameraovervåking før innbrudd, utro ansatte kan fotografere nye produkter og sende dem til konkurrenter og fotografier av interiør kan komme på avveie skrev [TechNewsWorld](#)<sup>48</sup> (19.7.2004).

Kameramobilene er blitt et problem i norske fengsler fordi innsatte bruker slike til å kartlegge fluktmuligheter sammen med hjelpere utenfor. Flere partier går nå inn for å endre loven for å få slutt på ulovlig bruk (NRK tekst-tv 22.7.2004). De første rapportene om et forsøk på "digital shoplifting" er kommet fra Japan, der butikkeiere er blitt lei av kunder som fotografierer kule frisyrer eller klær i magasiner og sender snapshots til venner i stedet for å kjøpe magasiner (The Feature 13.10.2003). Fra Korea kommer det meldinger om at unge kopierer sider fra bøker hos bokhandlere med kameramobiler ([JoongAng Daily](#) 17.8.2004). Akkurat dette viser at MMS blir utforsket og brukt på alternative måter blant ungdom, og flere bruksmåter vil komme. Svenske Aftonbladet har fortalt at kameramobiler er et problem for helsepersonell ved akuttmottaket ved et sykehus i Stockholm. For helsepersonell er her blitt fotografert med kameramobiler mot sin vilje, og så kommer det trusler i etterkant fra kriminelle (Aftonbladet 20.9.2004).<sup>49</sup> Endelig er det blitt rapportert om flere tilfeller der menn blottet seg via MMS. Kvinner har meldt til politiet i Bergen at de har fått tilsendt fotografier av kjønnsorgan.<sup>50</sup> Kort sagt er det ikke alle som finner grunn til å smile til kameramobilen, og mange knytter et ubehag til å bli fotografert.

Foreldre synes kameramobiler er blitt en plage fordi vanlige norske jenter og gutter nå sender en mengde MMS-foto til nettsiden deiligst.no, på samme måte som svenske ungdommer sender MMS-foto til snyggast.se. Ungdommer kan selvsagt surfe inn på nettstedene med mobiltelefon til nettsidenes wap-adresser. Disse MMS-fotografiene er diskutabile av den grunn at mange personlige fotografier knipset i det private rom blir publisert og offentliggjort på denne nettsiden. De blir en del av det offentlige rom på godt og vondt. I juli 2004 kom det for en dag at en mor hadde funnet et halvpornografisk fotografi av sin datter på nettstedet

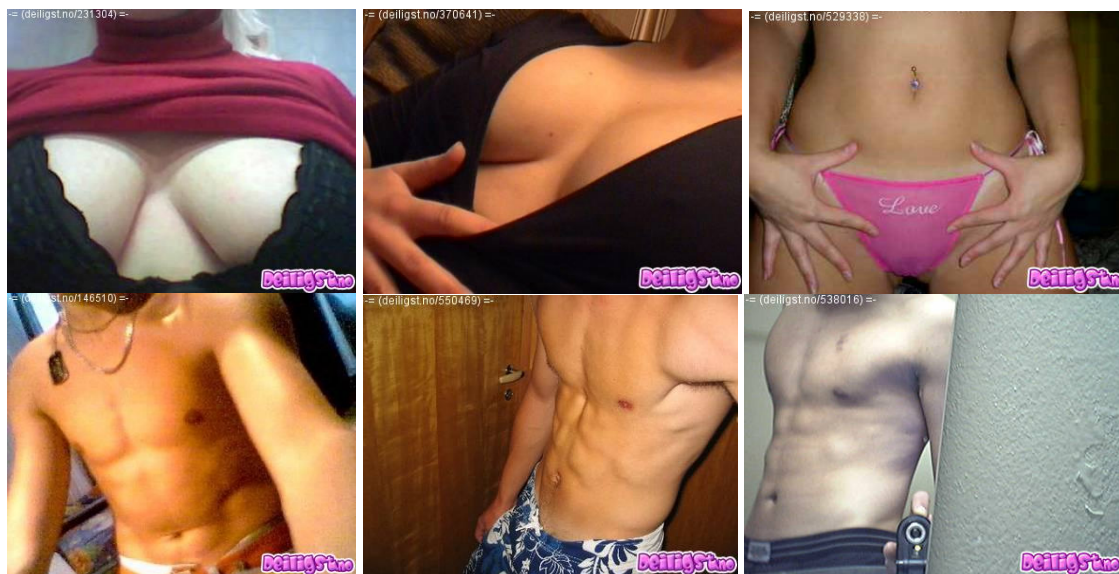
---

<sup>48</sup> <http://www.technewsworld.com/story/35169.html>

<sup>49</sup> <http://www.aftonbladet.se/vss/nyheter/story/0,2789,533512,00.html> (sist besøkt 20.9.2004)

<sup>50</sup> <http://www.stavangeravisen.no/art.asp?art=20875> (sist besøkt 2.1.2005)

Deiligst.no ifølge VG (18.7.2004).<sup>51</sup> Moren advarte foreldre om det som skjer. Avisen fortalte at Barne- og familieminister Laila Dávøy var kjent med deiligst.no, og at hun ønsker å sette en stopper for nettsiden som legger ut bilder av halvnakne tenåringsjenter.<sup>52</sup> At guttene gjør det samme, ble ikke nevnt av Dávøy. Hun har ikke midler til å stoppe nettsiden, derfor advarte enda en mor mot nettsiden i slutten av september i BT (27.9.2004) fordi hun hadde funnet fotografier av jenten sin.<sup>53</sup>



**Illustrasjon 18** MMS-fotografiene fra nettsiden deiligst.no er sendt inn av jenter og gutter som søker det offentlige rommet med fotografier av kropper tatt i det private rommet. Mange av fotografiene er refleksive, de viser gutter og jenter fotograferende med kameramobilen i hånden.

Andre foreldre synes det er en plage at barn helt ned i 2-årsalderen blir tilbudt porno via en operatør som Telenor påskeaften i 2005. Telenor toer sine hender og viser til at det ikke er mulig å gardere seg mot at slike SMS-meldinger blir spredd via SMS-nettet til selskapet. Men Telenor vil undersøke om nettstedet opererer i lovlige former (Tromsø 30.3.2005).

Datatilsynets oppdrag er å være skeptisk, og ser kameramobilene som en utfordring for personvernet. Når mange har kameramobiler og raskt kan sende fotografier og videosnutter videre, vil det kunne føre til uvetting bruk og overtramp. Plutselig kan dagligdagse handlinger

<sup>51</sup> VG nett 18.7.2004 <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=235235>

<sup>52</sup> VG nett 18.7.2004 <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=235237>

<sup>53</sup> <http://bt.no/innenriks/article293552>



bli straffbare, fordi de krenker privatlivets fred ([It-pro 29.3.2004](#), [Dagbladet 29.3.2004](#), [Datatilsynet<sup>54</sup> 2004a:49](#), [Datatilsynet<sup>55</sup> 2004b](#)).



**Illustrasjon 19** Bladet Tromsø (30.3.2005) kunne fortelle om en gutt på to år som fikk tilbud om porno via Telenor på mobiltelefonen han disponerte som en hjelpetelefon.

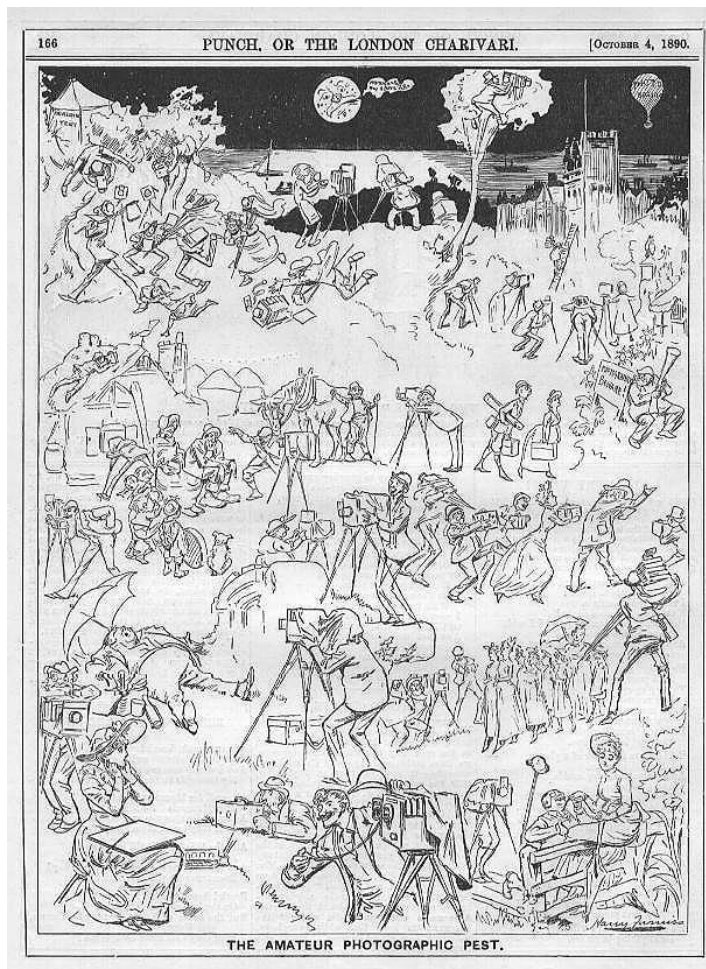
Men Datatilsynet har heller ikke grepet inn overfor nettsiden [deiligst.no](#) til tross for at NRK rettet søkelys mot nettstedet høsten 2003, da en EU-dom slo fast at bilder av lett-kledde personer ikke er lov å publisere dersom foto-objektet ikke har godkjent det.<sup>56</sup> Dette fordi det er vanskelig å dokumentere om jentene selv ønsket å presentere seg slik, om de ønsket å formidle et slikt inntrykk av seg selv til andre, eller om fotografiene som presenterer dem, er formidlet av andre til nettstedet [deiligst.no](#) uten samtykke fra jentene

og guttene. Rapporter i samme gate fra en rekke land har ført til at mobilprodusenten Samsung har utformet en etikette for bruk av kameramobiler som kundene blir oppfordret til å følge. Dermed kan privatlivets fred bli beskyttet om folk retter seg etter reglene.<sup>57</sup>

Etter at de avslørende fotografiene fra amerikanske soldaters mishandling av irakiske fanger ble publisert i mediene i mai 2004, nedla den amerikanske forsvarministeren Donald Rumsfeld angivelig forbud mot kameramobiler, digitale kamera og videokamera ved amerikanske militære installasjoner i Irak ([The Business 23.5.04](#), [Dagsavisen 24.5.04<sup>58</sup>](#)) ved å

<sup>54</sup> Det mangler ikke på oppslag verden over om hvordan kameramobiler truer privatlivets fred. Se for eks: [http://www.usatoday.com/news/nation/2003-10-19-cell-phones\\_x.htm](http://www.usatoday.com/news/nation/2003-10-19-cell-phones_x.htm), <http://news.bbc.co.uk/1/hi/magazine/3793501.stm>, <http://www.detnews.com/2003/technology/0311/30/a01-337955.htm> og [http://www.textually.org/picturephoning/archives/cat\\_privacy\\_concerns.htm](http://www.textually.org/picturephoning/archives/cat_privacy_concerns.htm)  
<sup>55</sup> <http://www.datatilsynet.no/arkiv/andreforsideoppslag/v2004/pvrapp04.pdf>  
<sup>56</sup> NRK nett 26.11.2003: MMS-bilder ulovlig på nett <http://www.nrk.no/nyheter/innenriks/3296884.html>  
<sup>57</sup> <http://www.samsung.com/in/products/cdma/guidelines/index.htm> (Sist besøkt 10.5.2005)  
<sup>58</sup> Dagsavisen 24.5.04 <http://www.dagsavisen.no/utenriks/article1124105.ece>

wise til et militært direktiv.<sup>59</sup> En stund seinere ble bloggingen til soldatene problematisk.<sup>60</sup> Likefullt fortsatte amerikanske soldater å legge ut fotografier fra fronten i Irak i blogger som Yafro<sup>61</sup>, og publiseringen syntes å fungere som et tidsfordriv og pusterom for soldatene (Haukeland 2004). Men en forbudslinje i forhold til kameramobilene er ikke vegen å gå. Alt nytt er ikke farlig. Mobiltelefonen er for tiden et offer for denne holdningen. ifølge etnolog Truls Erik Johnsen som forsker på kameramobiler.<sup>62</sup>



**Illustrasjon 20** Alt i 1890 ble de allestedsnærværende amatørfotografene kommentert med en karikaturtegning i det engelske bladet Punch noe denne siden viser.

Det minner om medie- eller moralsk panikk (Cricher 2003).

Mediepanikk oppstår ofte når nye populærkulturelle sjangrer gjør seg gjeldende. Slik var det da filmen kom, og både jazz, rock, tegneserier, TV, video, videospill og Internett ble eksempelvis rammet av den samme panikken. Det offisielle og religiøst sanksjonerte forbudet mot kameramobiler i Saudi-Arabia er det heller ingen grunn til å kopiere.<sup>63</sup> Kameramobiler er blant annet brukt til å fotografere kvinner i skjul.

Aviser kan fortelle om en mann som fikk 10.000 kroner i bot for å ha fotografert noen kvinner mens de spiste sin lunsj, og at de blir konfiskert på flyplasser ved ankomst til landet. Forbudet blir

<sup>59</sup> [http://www.dtic.mil/whs/directives/corres/pdf/d81002\\_041404/d81002p.pdf](http://www.dtic.mil/whs/directives/corres/pdf/d81002_041404/d81002p.pdf)

<sup>60</sup> Soldiers' Iraq Blogs Face Military Scrutiny: <http://www.npr.org/features/feature.php?wfid=3867981> (Sist besøkt 30.8.2004).

<sup>61</sup> Blogg for fotografier fra amerikanske soldater i Irak, sist besøkt 15.8.2004 <http://www.yafro.com/frontline.php>

<sup>62</sup> *Alt nytt er sikkert farlig* var tittelen på et intervju med Truls Erik Johnsen i NRK 23.4.2004.

trosset av ungdom. Det er ikke til å komme forbi at i storbyer verden over kan kameramobiler føles som en pest og en plage fordi de er så utbredt. Men det er ikke nytt. Allerede i 1890 spurte det britiske bladet *Punch* med en karikaturtegning om ikke amatørfotografene var mer til plage enn til glede.

Derfor vurderte New York Metropolitan Transport Authority (NYMTA) høsten 2004 å forby fotografering og videofilming på busser og undergrunnsbaner og Staten Island jernbane, og kun tillate dette for journalister med gyldig pressekort utstedt av New York Police Department (NYPD).<sup>64</sup> Imidlertid ble dette avvist på forsommeren 2005 av New York Civil Liberties Union fordi det å ta fotografier er beskyttet av The First Amendment, og dette førte til at forslaget ble trukket tilbake av NYMTA.<sup>65</sup> Av samme grunn overveier amerikanske myndigheter å forby at fotomobiler brukes av militære, fordi fotografier har lekket ut og avdekket mishandling i Irak. - *Der er kun én måte at undgå bilder af mishandlinger på: ved at undgå mishandlingerne selv*, kommenterte Helene Nissen Kruuse (2004) i Ejour. Mens redaktør Clarence Page fra Chicago Tribune, formulerte det slik i en lederartikkel: - *I like those little cameras because certain power elites don't*.<sup>66</sup>

Samme reaksjon kom fra amerikanske myndigheter da fotografier fra en kameramobil av Saddam Hussein i underbukser ble trykket i engelske tabloidavisen The Sun 20. mai 2005. Fotografiene ble publisert med enerett i Norge av Dagbladet. Steve Outing kommenterte i bloggen *E-Media Tidbits* som drives i regi av Poynter Institute, at de amerikanske myndigheter ikke har lært noe av tidligere erfaringer med fotografiet. Det er like fåfengt i år som i fjor å prøve å kontrollere publisering av kontroversielle fotografier.<sup>67</sup>

---

<sup>63</sup> [http://www.chron.com/cs/CDA/ssistory\\_mpl/world/2822375](http://www.chron.com/cs/CDA/ssistory_mpl/world/2822375) (Houston Chronicle 29.9.2004)

<sup>64</sup> [http://www.wirelessmoment.com/2004/09/new\\_york\\_city\\_c.html](http://www.wirelessmoment.com/2004/09/new_york_city_c.html) (Sist besøkt 29.9.2004)

<sup>65</sup> The Empire Journal 25.5.2005 [http://www.theempirejournal.com/525051\\_taking\\_photographs\\_consti.htm](http://www.theempirejournal.com/525051_taking_photographs_consti.htm)

<sup>66</sup> Først trykt i Chicago Tribune 22.5.2004, gjengitt i Southern Illinoisan:

<http://www.southernillinoisian.com/rednews/2004/05/23/build/opinions/OPI002.html>

<sup>67</sup> *Attempts to Control Controversial Photos Are Futile*. "...military leaders' [have a] naivety about the media world we now live in. They don't have to like it, of course, but in a world of small digital cameras, photo cell phones, e-mail, "citizen journalists," and several million blogs, for any organization to think that they can control photos like this is absurd. The Pentagon should have learned that lesson when it tried and failed to prevent publication of [photos of flag-draped caskets](#) of dead American soldiers coming home from Iraq and Afghanistan". <http://www.poynter.org/column.asp?id=31&aid=82745> *E-media Tidbits* 20.5.2005





Illustrasjon 21 Faksimile av *Dagbladet* 21.5.05 som med enerett for Norge publiserte fotografiene Saddam Hussein i underbuksa. De var tatt med kameramobil i skjul og ble først publisert i *The Sun* 20.5.05.

Først blir det skapt en mulighet til å kunne fotografere når som helst, hvor som helst og hvem som helst med kameramobilen. Dette er ikke i alles interesse, derfor blir det arbeidet for å utvikle teknikker som kan slå av kameraet, eller forhindre dette ved å scramble fotografiene slik at de blir uskarpe og ubrukelige.<sup>68</sup> På den måten kan det defineres kameramobilfrie soner. Det tjener interessene til så vel Donald Rumsfeld som Donald Trump.

Til forskjell fra norske aviser og fagblader er de utenlandske fagbladene i sin journalistikk mer opptatt av de spennende mulighetene disse kameramobilene åpner for amatører, amatørjournalister og profesjonelle journalister og de avisene de arbeider for. For her ses det muligheter for å få i stand et nytt samspill med leserne.<sup>69</sup> Og mobiltelefoner blir betraktet som journalistikkens sjette bølge etter avisene, radio, tv, opptaksutstyr og internett. Alle disse bølgene har formet journalistikken på sin måte.<sup>70</sup> Gjennom tips kan nyhetsmedier av forskjellig slag få tilgang til fotografier som dokumenterer hendelser med ulik karakter og betydning. Utenlandske aviser, magasiner og nettsteder fokuserer i sin journalistikk på

<sup>68</sup> HP arbeider nettopp med å utvikle slike teknikker ifølge Picturephoning 29.1.2005.

<http://www.textually.org/picturephoning/archives/006861.htm>

<sup>69</sup> Se Bård Michaelsens omtale av Wan-rapporten: *Shaping the Future of the Newspaper: New Resource for the Newspaper Industry* i Dagens Medier nr 7 2004.

<sup>70</sup> Mobile evolution; <http://www.lavanguardia.es/public/series/51156663356.html>



*hvordan* disse kan endre journalistikken og fotojournalistikken.<sup>71</sup> Dette ses i sammenheng med framveksten av blogger. De siste årene er en egen bloggejournalistikk – instant journalism – i ferd med å bli formet på nettet, og disse bloggene og bloggerne publiserer fotografier fra egne og andres kameramobiler i et økende tempo. Og det blir sett i sammenheng med *civic journalism* og *citizen journalism*. Denne formen for journalistikk er blitt styrket med en tilgang til digital teknologi som internett, epost, blogger, digitale kamera og kameramobiler i stadig større deler av befolkningen (Outing 2005).

Journalistikken om kameramobilen har først og fremst handlet om de uheldige sidene knyttet til folks bruk av kameramobiler i gamle og nye situasjoner. Det er særlig de unges bruk av den som blir kritisert. Det har preget både det internasjonale og nasjonale mediebildet de siste årene. De lengre oppslagene har hatt et negativt fokus og er preget av ulike interesser, konflikter og mediepanikk i forskjellig grad, mens de kortere innslagene og notiser framhever den spennende og nye kommunikasjonen kameramobilen er en del av.

---

<sup>71</sup> Digital Cameras & Photo Phones Indeed Might Revolutionize Photojournalism. *E-media tidbits*  
<http://www.poynter.org/column.asp?id=31&aid=65375>

## Blogger og journalistikk med kameramobiler

*- Bloggerne vil ikke erstatte tradisjonelle journalister. Dersom bloggerne gjør jobben sin riktig, vil de gi sitt bidrag til miksen av nyheter. Der «Big Journalism» som regel er en leksjon, er blogging en konversasjon. Dan Gillmor*

Når det skal tegnes et bilde som skildrer hvordan journalistikk *med* kameramobiler er blitt etablert, har bloggene vært en viktig informasjonskilde. Derfor er det på sin plass å først kort presentere bloggfenomenet. Bloggene presenterer et uoversiktlig bilde av denne utviklingen, derfor er det gjort plass for egne observasjoner av journalistikk med kameramobilen, samt mine egne, beskjedne journalistiske erfaringer med kameramobilen.

Fra 1998 da det kun fantes en håndfull nettsteder som i dag ville blitt betegnet som en blogg har det skjedd en eksplosiv utvikling av blogger (Blood 2000). Det blir startet nye blogger hver dag, men innen et år er en fjerdedel forsvunnet (Terdiman 2004). Bloggene er en form for meningsytring i grenselandet mellom journalistikk og personlige meningsytringer (Mortensen og Walker 2002, Shachtman 2002, Hitz 2003, Okabe & Ito 2003, Gillmor 2004). Jill Walkers definisjon av en weblog er slik:

*A weblog, or \*blog, is a frequently updated website consisting of dated entries arranged in reverse chronological order so the most recent post appears first (see temporal ordering). Typically, weblogs are published by individuals and their style is personal and informal. Weblogs first appeared in the mid-1990s, becoming popular as simple and free publishing tools became available towards the turn of the century. Since anybody with a net connection can publish their own weblog, there is great variety in the quality, content, and ambition of weblogs, and a weblog may have anywhere from a handful to tens of thousands of daily readers (Walker 2003).*

Fenomenet blogging får meg til å tenke på pamflettene og flygebladene som ble utgitt her til lands og i utlandet på 1700- og 1800-tallet. Pamflettene var også personlige ytringer som ble spredt lokalt til abonnerende lesere i det tempo som den gang kunne besørges (Myre 1944). Liksom pamflettene holdt på å revne i spennet mellom det saklige, kulturradikale budskap og det overflatiske, idiotiske og det ekshibisjonistiske, trues blogger av det samme. Men på

samme vis som pamflettene en gang bidro til dialog i den framvoksende borgerlige offentlighet, kan bloggene bidra til å revitalisere dialogen i dagens sammensatte offentlighet.

Howard Rheingold (2003) ser bloggene som en demokratisering: *-the most important remaining ingredient of a truly democratised electronic newsgathering is neither a kind of hardware nor a variety of software, but a species of literacy*. I USA har mediene for lengst fått øynene opp for bloggerne (Henning 2004). Debatter om grensene mellom blogging og journalistikk er ført intenst på en rekke nettsteder og blogger. - *Bloggerne vil ikke erstatte tradisjonelle journalister. Dersom bloggerne gjør jobben sin riktig, vil de gi sitt bidrag til miksen av nyheter. Der «Big Journalism» som regel er en leksjon, er blogging en konversasjon*, skrev Dan Gillmor, kommentator i San Jose Mercury News og nettstedet Silicon Valley, i sine blogger.<sup>72</sup> Dette synet deler Gillmor med Boczkowski (2004), som har gjort en etnografisk undersøkelse av aktørene og prosessene i redaksjonene til noen amerikanske dagsaviser med satsing online. Internettutgavenes redaksjoner er kvalitativt forskjellig fra papiravisene, og redaksjonene søker en konversasjon med publikum snarere enn en monolog.

Da det demokratiske partiets landsmøte i Boston i august 2004 ga presseadgang til bloggere, var det en viktig anerkjennelse. Tradisjonelle medier kunne ikke forstå at meningsytterne kunne sidestilles med journalister til tross for at bloggerne var i et forsvinnende mindretall, 37 mot 15.000 mediefolk (Olsen 2004). Demokratene har sett hvor viktig bloggene er blitt for opinionsdanningen. I de nevnte debattene blir det også drøftet hvordan amatørjournalister og profesjonelle journalister skal kunne nytte fotografier levert fra en kamerabil. Riktignok er blogger flest bare basert på tekst, men blogger som kombinerer tekst og foto, og rene fotoblogger øker i antall (Badger 2005).

Avisa Dagbladet offentliggjorde den 25. april 2003 en blogg for nyheter og kommentarer på sitt nettsted. Det var avisen ganske alene om. Første posten var av Jan Thoresen og handlet om designtelefoner. Redaktør Rune Røsten karakteriserer bloggen slik: - *Min raskt skrevne og upretensiøse blogg gir leserne tilgang til primærkilden, er åpen om skriveprosessen, gir litt*

---

<sup>72</sup> Dan Gillmors blogger: eJournal og We the Media:  
[http://wethemedia.oreilly.com/archives/2004/07/boston\\_bloggers.html](http://wethemedia.oreilly.com/archives/2004/07/boston_bloggers.html).

*bakgrunn og kontekst samt inviterer til kommentarer.*<sup>73</sup> For Dagbladet var dette en form for formidling som skulle bedre kontakten med leserne. De er ikke lenger lesere av Dagbladet, men brukere. Blogger er gjerne kritiske røster. De stiller spørsmål ved etablerte nyhets- og informasjonskanaler. Derfor virket det selvmotsigende da Dagbladet startet sine egne blogger. Det ble ikke annonsert som en ny, redaksjonell linje, skrev Torill Mortensen, men som en ny, organisatorisk linje: - *De knyttes opp mot demokratiseringen av nettet, og peker framover, mot en avis folk selv skal kunne skrive* (Mortensen 2003). Drøyt to år etter kom VG etter med en kommentarblogg.<sup>74</sup>

Blogger kan levere journalistikk. Blogger kan være et korrektiv til dårlig journalistikk. Men bare de færreste blogger leverer original journalistikk. Bare et mindretall av bloggene formidler verifiserbare fakta til et allment publikum, og bare de færreste blogger hegner om idealet om å etterstrebe en balansert framstilling. Begge idealer danner en sentral grunnvoll i journalistikken (Blood 2003, Andrews 2003). Likevel er blogger blitt en kilde for journalister i stadig flere medier over hele verden, Norden medregnet. Den danske frilanseren Børge Kristensen har foreslått at journalister følger med på webloggen en stund, slik at man kan danne seg et bilde av dens troverdighet, mens redaktør Helle Nissen Kruuse også ønsker å lære kommende journalister å skrive blogger (Kristensen 2004).



**Illustrasjon 22** En japansk forretningsmannen tok dette fotoet fra et annet fly da et Concorde tok fyr under avgang fra Roissy, Paris i 2000.

I denne rapporten fungerer imidlertid blogger som nevnt i første rekke som research-kilder for journalistikk *med* kameramobiler. Utgangspunktet er at kameramobilene er med overalt. Det vil være bildespeidere og kamera der det før ikke var kamera. Hvilke fotografier ville blitt publisert hvis slike kameramobiler hadde vært tilgjengelig 11. september 2001 blant passasjerene i de

<sup>73</sup> <http://www.dagbladet.no/weblogg/?show=blogg&id=4002000000045>

<sup>74</sup> VG startet 31.5.05 og skrev: "Hvordan vil det påvirke blogging som et individuelt grasrotmedium når de store mediene inntar «bloggosfæren», vites ikke. Men fra i dag blogger VGs kommentatorer både her i avisen, og på nettet — hvor vi er åpne for kommentarer og dialog med og fra dere. Hva var det Mao sa i kulturrevolusjonen?"

kaprete flyene, blant ofrene i Twin Tower eller i liknende terroraksjoner rundt om i verden? Da ville vi ventelig få fotografier som den japanske forretningsmannen tok fra et annet fly da et Concorde tok fyr under avgang fra Roissy, Paris, i juli 2000 (Ward 2002). Fotografiet kom først for en dag da japaneren var kommet hjem igjen.<sup>75</sup> Informasjonen stammer fra en blogg. Likedan at BBC i utlandet blir regnet som det første større nyhetsmedium som publiserte fotografier tatt med kameramobiler i en fotoblogg under antikrigsdemonstrasjonene i London i februar 2003.<sup>76</sup> Men i samband med fotball-VM i 2002 leverte Tidningarnas Telegrambyrå, sammen med blant andre Sony Ericsson og Pressens Bild, verdens første kommersielle MMS-tjeneste. Etter hver kamp i VM fikk kundene tilsendt et MMS med tre fargebilder og en nyhetstekst.<sup>77</sup>



**Illustrasjon 23** En forbipasserende tok dette MMS-fotoet under et væpnet bankran i Turku i Finland og fikk det publisert både på av YLE og *Turun Sanomat* 6.augst 2002.

På seinsommeren 2002, nærmere bestemt i august, brukte en forbipasserende sin nye kameramobil til å fotografere et væpnet bankran i den finske byen

Turku i Finland. Det var ganske dramatiske bilder, bilder som YLE normalt ikke ville fått tilgang til. Vedkommende sendte MMS-fotografiene over til YLE med det samme via telefonen. Selv om kvaliteten ikke var av den beste, valgte YLE likevel å bruke bildene fra ranet i sine nyhetssendinger, ifølge Erkki Vihtonen i finske YLE i et intervju med Aftenposten (Henriksen 2002). Det dramatiske MMS-fotografiet av flere væpnete ranere ble også publisert av *Turun Sanomat* 6. august 2002 (Isomursu et al. 2004, Büren 2005:14). Så på dette området som på andre, er det mange som gjerne vil være først ute.

---

La hundre bloggere blogge” <http://blog.vg.no/index.php?op=ViewArticle&articleId=558&blogId=6> (Sist besøkt 1.6.05)

<sup>75</sup> [http://a1112.g.akamai.net/7/1112/492/2002091464/www.wired.com/news/images/full/flames\\_f.jpg](http://a1112.g.akamai.net/7/1112/492/2002091464/www.wired.com/news/images/full/flames_f.jpg)

<sup>76</sup> [http://news.bbc.co.uk/2/hi/talking\\_point/2763101.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/talking_point/2763101.stm)

<sup>77</sup> <http://www.tt.se/utbud/nyammMMS.asp>

Under kvalifiseringen til Euro 2004 benektet den nederlandske fotballspilleren Patrick Kluivert festing til langt på natt før en kamp sommeren 2003 i pressen, men dette ble trukket i tvil av fans som sendte MMS-fotografier til en lokal radiostasjon som avdekket hans festing. På den måten spilte bildespeidere og vaktende øyner en rolle som spioner. De er også blitt kalt *snapperazzi* i engelskspråklige land, og disse gjorde situasjonen vanskelig for Kluivert. Han fikk et forklaringsproblem overfor nyhetsmediene (McClelland 2004).



**Illustrasjon 24** *Nöjesguiden* i Stockholm utstyrte lokale kjendiser og gjennomsnittlesere med Nokia 3650 i mai 2003, og de fikk i oppdrag å lage 24-timers dokumentar om hvordan den forestående sommeren best kunne bli opplevd.

Og fra høsten 2003 tilbød det engelske sportsfotobyrået Empics fotografier fra profesjonelle fotografer umiddelbart levert til fansens mobiltelefoner. Bare 20 sekunder etter at fotografiet var sendt til Empics desk, ble de sendt til fans, slik at de slapp å vente til dagen etter før de kunne oppleve fotografier fra fotballkampen

de var vitne til.<sup>78</sup>

Blogger har fortalt at redaksjonen i *Nöjesguiden* i Stockholm utstyrte en del lokale kjendiser og gjennomsnittlesere med Nokia 3650 i mai 2003 og ga dem i oppdrag å lage 24-timers dokumentaren *Min dag*. Bilaget på åtte sider satte med dette et fokus på ulike måter å oppleve sommeren i Stockholm, og stoffet ble fotografert, skrevet og levert til redaksjonen med hjelp av kameramobiler.<sup>79</sup>

Blogger har fortalt at *Göteborgsposten* publiserte et slikt MMS-fotografi for første gang den 4. september 2003, og det ble sendt til redaksjonen med mobilen av en journalist ved kollisjonsstedet.<sup>80</sup> Redaktør Jonas Boström uttalte: - *Det beste bilde vant* (Pakter 2003). Mens VG og Dagbladet publiserte fotografier tatt med en kameramobil på nettutgavene sine levert

<sup>78</sup> <http://www.holdthefrontpage.co.uk/photo/2003/08aug/030806spo.shtml> (Sist besøkt 24.8.2003)

<sup>79</sup> <http://www.nieminen.com/weblog/archives/000100.shtml> og <http://www.poynter.org/column.asp?id=31&aid=35777> (Poynter.org 30.5.2003)

av en av de innblandede i den store kjedekollisjonen på E6 på vei fra Gardermoen 17.oktober. 2003. Studerer man fotografiene fra kollisjonene, ser man at Andreas Eriksons fotografier ble publisert i begge aviser. Med andre ord ble ikke fotografiene gitt eksklusivt til en avis. Med dette var bruk av MMS-fotografier fra nyhetshendelser levert av journalister og publikum i gang i norske aviser.

- Det får man aldri vite. Men sannsynligvis hadde jeg truffet kvinnen, hevder han.

**Rundt 50 biler**

Ingvaldsen var etter den dramatiske hendelsen vitne til en rekke kollisjoner på E6 mellom Jessheim og Kløfta.

**SE DE DRAMATISKE BILDENE HER.**

Rundt 50 biler kolliderte i seks-sju ulike ulykker på det såpeglatte føret fredag morgen. Politiet regner det som sannsynlig at flere av bilene hadde stor fart da de smalt i hverandre, og tre personer skal være alvorlig skadet. En person ble skåret løs fra bilvraket, opplyser Per Hugdal ved Ullensaker brann- og redningskorps.

- Ingen ble livstruende skadd, sier

**DRAMATISK:** Disse bildene tok Andreas Karlson, som var passasjer i bilen til Hakon Ingvaldsen. Foto: Andreas Erikson

**Illustrasjon 25** Göteborgspostens nettutgave publiserte et fotografi fotografert fra en kamerabil for første gang den 4. september i 2003. Det ble sendt til redaksjonen med mobilen av en journalist ved kollisjonsstedet. Faksimilen til høyre er fra VG nett som publiserte liknende med MMS-fotografier 17. oktober 2003 etter en omfattende kjedekollisjon på E6.

Søndag 7. mars 2004 passerte jeg en fullastet pizza-trailer fra Stranda som lå smadret i Jølstra-vatnet. Jeg stoppet bilen, forhørte meg hvordan det hadde gått med sjåføren som allerede var på veg til sykehus med mindre skader, og tok flere fotografier med min kamerabil. Deretter gikk jeg til bilen og sendte to fotografier, samt en tekst som MMS til VG 2200. Et fotografiet ble publisert på VG Nett drøye tre kvarter etter at de ble sendt fra Jølster. Lenge før lokalavisa Firda i Førde kunne publisere fotografier av hendelsen, og lenge før BT brakte nyheten på BT Nett. Dagen etter fylte fotografiet fra kamerabilen en halvside i VG, slik det framgår av faksimilene.

<sup>80</sup> <http://www.gp.se/gp/jsp/Crosslink.jsp?d=113&a=137214> (Sist besøkt 24.10.2003)







fotografer ved et uhell eller annen hendelse. Det er grunn til å anta at nyhetsoppdrag om ulykker, branner, ran osv. i atskillig større grad enn før blir dokumentert med et MMS-fotografi i det ordnære nyhetstilbudet, fordi de er blitt sendt nyhetsredaksjonen av personer som er blitt fotografer ved et uhell.



**Illustrasjon 28** Et vitne tok med sin kameramobil dette fotoet av tyvene minutter før ranet, mens de ventet på at bankpersonalet i Nordea Bank skulle åpne døgnboksen. Gjerningsmennene hadde selv tatt med en taske til byttet, skrev Aarhus Stiftstidende 17.8.2004.

Det er imidlertid ulik praksis i nyhetsmediene med hensyn til å

informere om at dette er et MMS-fotografi. Aviser som VG, Dagbladet, Bergens Tidende, Bergensavisen og Adresseavisen og andre, har valgt å betegne disse fotografiene med byline *MMS-foto* samt fotografens navn.<sup>81</sup> I løpet av 2004 er det blitt publisert omkring to hundre MMS-foto i norske nyhetsmedier.<sup>82</sup>

I mars måned bestemte Vårt Land seg for å sende en journalist til verdens største teknomesse, CeBIT2004 i Hannover. CeBIT 2004 byr på nesten 500.000 kvadratmeter fremtidsland. Publikum, fag- og pressefolk fra hele verden strømmet til på samme vis som journalist Øyvind Woie (2004) fra Vårt Land. Han representerte avisa som hadde bestemt at all fotografering og rapportering kun skulle foregå med en kameramobil.

Dette resulterte i en serie kommenterte [fotografier](#) fra messa som ble lagt ut på nettsidene til Vårt Land. Med en Nokia 6600 ble det levert 32 reportasje-MMS'er som hver bestod av et bilde og en tekst på 160 tegn. Vårt Lands grep viser en måte å bruke kameramobiler i journalistikken som utfyller andre måter, og det ble fanget opp, dokumentert og kommentert av [Poynteronline](#). Dette fordi Institutt for Journalistikk har løpende kontakt med den

---

<sup>81</sup> Se <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=259584>  
<http://www.bt.no/lokalt/sf/article.jhtml?articleID=308665>,  
<http://www.adressa.no/nyheter/article367731.ece?service=print>  
<http://www.ba.no/meninger/nettmote/article1382253.ece>

<sup>82</sup> Det viser et søk utført 23.12.2004 med *Nytt.net* <http://nytt.net>

amerikanske etterutdanningsinstitusjonen Poynter institute. Det sørget også for at Woie ble tilskrevet en internasjonal pionerstatus (Dominguez 2004). Flere er kommet etter med samme metodegrep, blant annet BBC.<sup>83</sup> Blogger har informert om at enkelte amerikanske fotojournalister bruker først kameramobilen når de drøfter utsnitt og vinkler med redaksjonen, og sender dernest inn ”MMS-prøver” før fotografiene som skal på trykk, blir tatt.



**Illustrasjon 29** ”1.3 megapixel i mobilkameraet: - Motorola MPx har et mobilt kontor med et meget godt digital kamera med svært god oppløsning. En drøm for en MMS reporter, fullt tastatur og mulighet for håndskrift”, var teksten til denne MMS. (Vårt Land 19.3.2004). MMS foto: Øyvind Woie



**Illustrasjon 30** ”Det nye mobilsystemet Umts smelter tekst, lyd og bilde sammen. Sanyo V801SA byr på toveis bildetelefon, tv, video, m.m. Telefonen er i Europa ved nyttår”, var Woies tekst til denne MMS. (Vårt Land 19.3.2004). MMS foto: Øyvind Woie

Blogger kan fortelle at den første *MMS-avisen* ble lansert i Sveits 1. april 2004. Den blir publisert to ganger hver dag av mobiltelefonleverandøren [468/BEX Media](#) og blir redigert av BEX Media newsroom, og alle sveitsiske eiere av mobiltelefoner kan abonnere utavhengig av operatør. Abonnementene får mye informasjon: Hver utgave inneholder et dusin filer, bilder og seks tekstfiler med 12 til 15 tekster i hver.<sup>84</sup> Men *MMS avisen* fra Sveits likner mistenkelig på NRKs MMS-nyheter som ble klar i august 2003, og tilbydd gratis til abonnenter.<sup>85</sup> Disse blir

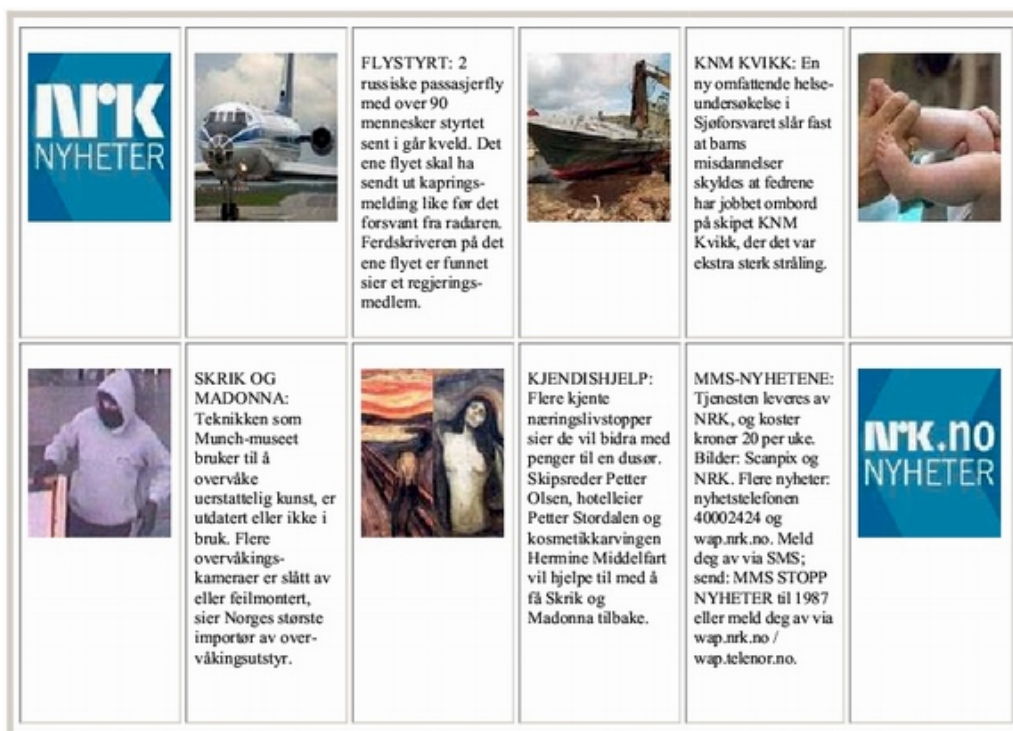
---

<sup>83</sup> Journalister fra BBC dekket Glastonbury Festival 2004 med fotomobiler, og har lagt ut fotografiene her: <http://www.bbc.co.uk/6music/out/festivals2004/glastonbury/pics/six/MMS1.shtml>

<sup>84</sup> <http://www.poynter.org/column.asp?id=31&aid=64586>

<sup>85</sup> <http://nrk.no/nyheter/nyhetstilbudet/3003044.html> publisert 23.8.2003

sendt ut hver dag om morgenen til abonnentene. Det demonstrerer at blogger kan være gode kilder, men de er ikke alltid like etterrettelig med hensyn til begivenheter i et lite land som Norge. Den daglige MMS-meldingen fra NRK består vanligvis av fire til fem saker, samt fotografier som illustrerer sakene. Det framgår av illustrasjonen nedenfor. Når den mottatte MMS-en er lastet, tar det fra ett til halvannet minutt å lese den. Det er NRK som kontrollerer varigheten og lesetempo.



**Illustrasjon 31** Denne nyhets-MMS kommer fra NRK, 1987, sendt ut 25.8.2004, og sekvensen som varer fra ett til halvannet minutt, er framstilt i tabellen slik den ankommer til abonnentenes mobiltelefoner hver morgen fem dager i uken.

Her må det forventes mer fra NRK. For denne tjenesten fra NRK må videreutvikles. En vei å gå kan være å trekke veksler på Hewlett Packards StoryCast<sup>86</sup> eller Plog. Dette er kort presentert i et tidligere kapittel. Dermed kan den daglige MMS-meldingene med nyhetene bli fortalt med lyd og fotografier og ikke kun fotografier og tekst slik som det er gjort de siste årene.

Det finske selskapet [Sendandsee.com](http://www.sendandsee.com) hevder å være først med de første MMS-ukebladene. Det er et stort selskap som opererer i over førti land og forsyner markedet med forskjellig visuelt innhold. MMS-ukebladene er miniatyr-ukeblad for mobiltelefoner.<sup>87</sup> *Whopla!*, *ROCsport.mob* og *Riento* kommer ut ukentlig. *Whopla!* handler om internasjonale kjendiser, mens de to siste handler om sport. Alle MMS-utgavene består av 16 tekster med ditto fotografier.



**Illustrasjon 32** Kjendisblad for mobiltelefoner ble lansert av Sendandsee.com sommeren 2004.

På samme måte som SendandSee hevder [Three O'clock](http://www.threeoclock.com) å være først ute med sin løsning. Three O'clock tilbyr java-ukebladene *Xtrm Elements*, *The Music Urban*, *All Cars Magazine*, *Fashion Essentials* og *EA Insider* gratis til europeiske ungdommer.<sup>88</sup> Ukebladene til Sendandsee.com har bare finsk leverandør, noe som gjorde abonneringen vanskelig for meg, mens ukebladene til Three O'clock var lettere å etablere et å abonnement på. De blir regelmessig tilsendt som epost til mobilpostkassen, lastes ned som en java-installasjon, og leses og oppleves på mobiltelefonen. Utenlandske mannfolkblad som britiske Maxim,<sup>89</sup> er også klar med tilbud til lesere med mobiltelefoner av siste modell for å tilby sine modeller mer eller mindre påkledd.



**Illustrasjon 33** Mannfolkblad for mobiltelefoner ble i løpet av 2004 klar for mobiltelefoner.

Sommeren 2005 så det første bildebyrået *Scoopt* for kameramobiler dagens lys i England. Det vil basere seg på folks årvåkenhet og at de bærer med seg kameramobilen overalt. Byrået vil kjøpe fotografier fra folk med kameramobiler som kan befinne seg i nærheten av en nyhetsbegivenhet og ved å ta et fotografi eller gjøre et video-opptak

<sup>86</sup> <http://www.hpl.hp.com/research/storycast/> (Sist besøkt 19.5.2005).

<sup>87</sup> <http://www.sendandsee.com/default.php>

<sup>88</sup> <http://www.threeoclock.com/>

<sup>89</sup> *Maxim mobil mag* blir levert av Vodafone [http://www.maximweb2/maxim\\_voda.htm](http://www.maximweb2/maxim_voda.htm)



kan gjøre et scoop.<sup>90</sup> Bildebyrået vil deretter selge fotografiene eller videoene videre til mediene. I forbindelse med lanseringen ble honnørord som *instant journalism*, *citizen journalism* og *citizen reporter* brukt. Scoopt skriver: *Scoopt was funded on the basis that everyone has the potential to be a 'citizen reporter'. All you need is a) a camera and b) to be in the right place at the right time. So next time something newsworthy happens in front of you, snap it, send it to Scoopt, and we'll do our very best to sell it to the media.*<sup>91</sup> Some ideas:

- An act of stunning corporate, local authority or governmental stupidity
- An act of stunning corporate, local authority or governmental ingenuity!
- Shocking health and safety standards in the workplace
- The inside story on a local action campaign
- Wildlife being destroyed by illicit fly-tipping
- An on-the-spot report of a scientific or medical breakthrough
- Lousy (or brilliant) disabled access
- A Darwin Awards contender caught in the act
- The impact of the closure of a local factory or village post office
- A train or tube journey from hell
- Criminal behaviour going unreported or tolerated<sup>92</sup>

**Scoopt** BETA v0.1

EMAIL:  LOGIN

PASSWORD:

HOME • NEWS & FEATURES • HOW IT WORKS • JOIN NOW • FAQ • CONTACT US

Monday, July 04, 2005

## SELL YOUR PHOTOS TO THE PRESS

**Who will take tomorrow's front page photograph - a professional press photographer or a passer-by armed with a cameraphone?**

Virtually everybody now has a mobile phone, and virtually every mobile phone now comes with a camera. This means that somebody, somewhere is in a position to photograph just about anything that happens on the planet.

If you photograph a newsworthy event, you could have a valuable scoop on your hands. Scoopt represents you, making sure the right people see your photo and ensuring that you get a good deal. Scoopt is simple. Scoopt works. Above all, Scoopt works for you. Join Scoopt today. Snap... Send... Sell...

**SCOOPT FRONT PAGE EXCLUSIVE**

**Britain on Britain**  
OUR SUPPLEMENT  
WHERE THE REAL  
PEOPLE OF BRITAIN  
TELL STORIES THAT  
AFFECT YOU  
SCOOPT SUPPLEMENT

Picture editors | Terms and conditions | Site by inPreparation.com BETA v0.1

**Illustrasjon 34** Sommeren 2005 ble bildebyrået Scoopt etablert i England, og målet var å fange opp alle de uvanlige MMS-fotografiene av nyhetshendelser som vanlige folk med kameramobiler kan komme over i hverdagen.

<sup>90</sup> <http://www.textually.org/picturephoning/archives/2005/07/008943.htm> (Sist besøkt 4.7.05)

<sup>91</sup> [http://www.scoopt.com/cms/templates/news\\_template.aspx?articleid=20&zoneid=6](http://www.scoopt.com/cms/templates/news_template.aspx?articleid=20&zoneid=6) (Sist besøkt 4.7.05).

<sup>92</sup> <http://www.scoopt.com/britainonbritain.asp> (Sist besøkt 4.7.05).

Terrorbombene i London 7.juli 2005 ble et vannskille der vanlige folk bidro til nyhetsproduksjonen knyttet til en stor, internasjonal hendelse med uvanlige fotos. For bombene i London fikk folk til å gripe sine mobiltelefoner. Det gjorde de dels for å ringe hjem og dels for å fotografere omfanget av ødeleggelsene og sende fotos til mediene. Kameramobilene har endret måten disse blir dekket på. For i tillegg til de profesjonelle fotojournalistenes fotos og videoer, ble MMS-fotoene til folk som ble rammet terrorbombene, gitt en dominerende plass i nyhetsbildet.



**Illustrasjon 35** MMS-fotoet fra Alexander Chadwick slik det kan bli hentet fra Flickr.

Kommentarene til *BBC*, *The Guardian*, *National Geographic* har vært opptatt av kameramobilens plass i nyhetsbildet i ukene etter bombene eksploderte. De norske avisene var

mindre opptatt av dette. *VG* (27.6.2005) var mer opptatt av om noen kjendiser blir terrorisert av folk med kameramobiler, mens *Dagbladet* (12.7.2005) var opptatt av at kjendiser i regi av *TV2* har fått egne fotoblogger der de kan legge ut egne MMS-fotos. Der det handler om de store linjene for fotojournalistikken i mange utenlandske kommentarer, handler det om de store linjene i kjendisene liv foran og bak kameramobilen i norske medier.

I timene etter bombeeksplosjonen 7/7 kom det inn hundrevis av MMS-fotos til de store nyhetsmediene i London. De tok ikke mange timer før de første MMS-fotoene med flyktende og redde medpassasjerer fra undergrunnen, fra passasjerer og øyenvitnet Alexander Chadwick, ble vist på tv-skjermene, ble vist på en rekke blogger og ble trykket i London-

avisenes ekstrautgaver etter at han sendte det til *BBC* og *AP* distribuerte fotoet. *The Sun*, *Daily Mirror*, *Evening Standard* og *Daily Express* slo dette og andre MMS-fotos opp over flere sider.



**Illustrasjon 36** MMS-fotoet tatt av Toby Mason som ble sendt til *BBC*, ble brukt av *Guardian* på førstesiden 8.7.2005.<sup>93</sup>

Chadwicks foto ble også brukt på førstesiden til *New York Times*, *Washington Post*, *Virginian Pilot* dagen etter. Det dominerte også hele førstesiden til den estiske avisen *Slohtuleth*. Det er dokumentert av den Washington-baserte nettstedet *Newseum* som i flere år har presentert førstesidene fra hundrevis verdens aviser. Av en eller annen grunn er ingen norske aviser representert her. Norske aviser nøyde seg med å bruke MMS-fotoene på andre sider.

Det tok heller ikke mange timer før *BBC*, *NRK* og *TV2* kunne sende MMS-videoer filmet av ofre for terrorbombene.<sup>94</sup> Disse dokumenterte i all sin gru hva som hadde skjedd i togene og hvordan evakueringen fra undergrunnen foregikk.

<sup>93</sup> [http://news.bbc.co.uk/2/hi/in\\_pictures/4660563.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_pictures/4660563.stm) (Sist besøkt 10.juli 2005).

<sup>94</sup> Denne BBC-siden viser MMS-videoer fra terrorbombene 7. juli 2005 i London som er filmet av ofre med kameramobiler <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4746633.stm>





**Illustrasjon 37** Faksimile av Daily Mirror 8.juli 2005. Den viser hvordan MMS-fotoene til Alexander Chadwick og Adam Stacey ble brukt.

Dette er nytt og utrolig at Adam Stacy og Eliot Ward midt i dramaet hentet fram kameramobilene fra lomma og tok fotos av hverandre og andre. Fotoet Stacy knipset ble sendt til Alfie Dennens weblogg 'Alfie's Discotastic Moblog'.

Herfra ble fotoet spredd til de tradisjonelle mediene *Sky News*, *AP*, *BBC* og *The Guardian*. Mer enn 300 MMS/eposter med i snitt tre fotos og omkring 30 videoklipp ble sendt til adressen [yourpics@bbc.co.uk](mailto:yourpics@bbc.co.uk) torsdag 7/7. Toby Masons MMS-foto av den ødelagte bussen på Tavistock Square ble sendt til nettstedet 45 minutter etter bombene var sprengt, og ble brukt på førstesiden til blant annet *The Guardian* og *Daily Mirror* fredag. En del av videoklippene ble sendt på lufta bare tjue minutter etter de ble mottatt av en rekke tv-stasjoner ifølge *The Guardian* (11.7.05). MMS-fotografiet ble også spredd som en rikosjett verden rundt etter at det ble lastet opp til fotodelingsnettstedet Flickr.

# Bombers Strike London at Rush Hour

**The Assaults Attacks Bear Earmarks Of Evolving Al Qaeda Targets, Timing Both Familiar**



Passengers were evacuated from a crowded tube car after a bomb blast in a London subway station. The blast, which occurred at 5:30 p.m. on July 7, killed at least 52 people and injured more than 700 others.

## At Least 37 Killed on Trains, Bus

LONDON (AP) — Bombing attacks on London subway trains and a bus on Friday killed at least 37 people and injured more than 700 others, officials said. The attacks, which occurred at 5:30 p.m. on July 7, were the deadliest in the city's history. The attacks were carried out by four men who were later identified as British citizens. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda.

By MICHAEL COLLIER  
 The Washington Post Staff Writer

Scenes of carnage  
 In My Mind Was: Am I Dreaming? It Was Surreal  
 Survivors and Rescuers Recall Day of Dread

LONDON, July 7 — The twisted wreckage of a subway train, the charred remains of a bus, and the bodies of those who died in the bombings on Friday were a grim reminder of the scale of the attacks. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda.

By MICHAEL COLLIER  
 The Washington Post Staff Writer

D.C. Commentaries  
 Patrols on Mass Transit Intensified but Scattered

WASHINGTON (AP) — Security forces in Washington, D.C., stepped up patrols on public transit systems on Friday, but the measures were scattered and focused on specific areas. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda.

By MICHAEL COLLIER  
 The Washington Post Staff Writer

Abducted Egyptian Envoy Killed in Iraq  
 Defense Minister Assures Pact With Iran for Military Training

WASHINGTON (AP) — The United States on Friday said it had learned that an Egyptian diplomat who had been abducted in Iraq was killed. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda.

By MICHAEL COLLIER  
 The Washington Post Staff Writer

# Subway and Bus Blasts in London Kill at Least 37

**700 ARE WOUNDED**

**4 Terrorist Bombs in 56 Minutes on Rail at Scotland Meeting**



Passengers were evacuated from a crowded tube car after a bomb blast in a London subway station. The blast, which occurred at 5:30 p.m. on July 7, killed at least 52 people and injured more than 700 others.

## Rebels Kill Egyptian Diplomat, Adding Pressure on Others in Iraq

WASHINGTON (AP) — Rebel forces in Iraq on Friday killed an Egyptian diplomat and added pressure on other diplomats. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda.

By MICHAEL COLLIER  
 The Washington Post Staff Writer

In Americans, Lurking Fears Rise to Surface

WASHINGTON (AP) — The bombings in London on Friday have raised fears in the United States about the possibility of similar attacks. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda.

By MICHAEL COLLIER  
 The Washington Post Staff Writer

Out of Practice, Senate Craves For Battle Over Court Nominee

WASHINGTON (AP) — The Senate on Friday showed signs of being out of practice as it prepared for a potential battle over a court nominee. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda.

By MICHAEL COLLIER  
 The Washington Post Staff Writer

Harder to See  
 Bush's Role in Iraq

WASHINGTON (AP) — The role of President George W. Bush in the Iraq war is becoming harder to see as the war continues. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda. The attacks were part of a series of bombings that were carried out by Al Qaeda.

By MICHAEL COLLIER  
 The Washington Post Staff Writer

Illustrasjon 38 Faksimiler av New York Times og Washington Post 8.7.2005 der MMS-fotoet til Alexander Chadwick dominerer.

Den økende samhandlingen mellom publikum og nyhetsmediene vi har sett i London og som vi har sett i Norge med utgangspunkt i kameramobilen, vil gjøre nyhetsmediene bedre. Nyhetsmediene har styrket denne samhandlingen med å oppfordre til tipsing med SMS eller MMS. Med moderne høyteknologiske kameramobiler høyt og lavt og overalt, ligger det vel til rette for at vanlige folk kan ta et uvanlig foto ved et uhell. Men vi skal ikke glemme at det er ikke, og har aldri vært kamera som tar fotografiet. Det er og blir fotografen som gjør. Kameramobilen er ikke noe unntak. Folkereporteren er snart på høyde med profesjonelles utstyr. Men fortsatt vil fotojournalisten råde grunnen i kraft av sin profesjonelle ballast i form av teknikk, blikk og etikk.

I dette kapitlet har fokus vært på når og hvordan MMS-fotografiet ble etablert som et digitalt, fotografisk uttrykk i avisene og nettutgavene av disse, samt gamle og nye ukeblad de siste årene. Nye aktører har startet nye MMS-ukeblad. På dette området er det noen som med rette og noen som med urette hevder å være først ute. Blogger, egne observasjoner og egen erfaring har dannet grunnlaget for det bildet som er blitt tegnet. Målet har vært å gjøre det uoversiktlige bildet mer oversiktlig gjennom en presentasjon og diskusjon av MMS-fotografiets inntog i nyhets- og underholdningsjournalistikken.

## Blogger som album

- *Hopp til sengs og knips et fredsbilde! Send til 1989, kodeord FRED (kr 5,-)*. Are & Odin, april 2005.

Bloggene forteller ikke bare om journalistikk *med* kameramobiler, de forteller også om hvordan hverdagsfotografier tatt med kameramobilen blir tatt vare på og vist fram for et internasjonalt publikum gjennom såkalte moblogger som har grodd fram i stor fart de seinere årene. De dokumenterer også hvordan kameramobiler blir brukt av kunstnere til å utforske denne sjangeren som ennå befinner seg i sin spede barndom.

Blogger forteller om at i Danmark har fotografen Sten Brogaard lagt ut store mengder fotografier fra sin egen kameramobil på siden [The Nokia files](#).<sup>95</sup> Noen av fotografiene har først og fremst privat interesse, andre kan ha en allmenn verdi. Den vanlige dansken legger ut slike fotografier på mobilfoto.sonofon.dk. Andre prosjekter med kortere varighet er levert av fotografene Alice Hawkins med *The Female Gaze*<sup>96</sup>, Mark Lebon<sup>97</sup> og ikke minst Robert Clarks *ImageAmerica*. Det var basert på Clarks reise over hele USA og Canada med sin kameramobil.<sup>98</sup> Dermed føyer han seg inn i en Jacob Riis tradisjon. Internasjonale fotoblogger eller moblogger som Textamerica, [Fotopages](#), [Snap](#), [Flickr](#) og [Phlog.net](#) publiserer løpende MMS-fotografier som medlemmer fra hele verden har sendt inn. Mange ligger i USA. En viktig forklaring på hvorfor fotoblogger ble så populære i USA, er at telefonoperatørene AT&T Wireless, Cingular, Sprint, T-Mobile, Verizon bruker forskjellige standarder og protokoller.<sup>99</sup> Dermed var det umulig å sende MMS til en venn eller bekjent med en annen operatør, slik som i Europa, følgelig ble fotobloggene et viktig alternativ.<sup>100</sup> Først i 2005 er det kommet avtaler på

---

<sup>95</sup> <http://www.steenbrogaard.dk/nokia/index.htm?1>

<sup>96</sup> The Female Gaze: photographer Hawkins asks her sitters how they would like to be represented to their lovers for her two-week residency, using picture phones. <http://www.showstudio.com/projects/pm3/archive.html> (Sist besøkt 12.7.2004)

<sup>97</sup> Photographer Mark Lebon uses his month-long residency to conduct a personal portraiture project, using a picture phone as his camera. (Sist besøkt 12.7.2004)

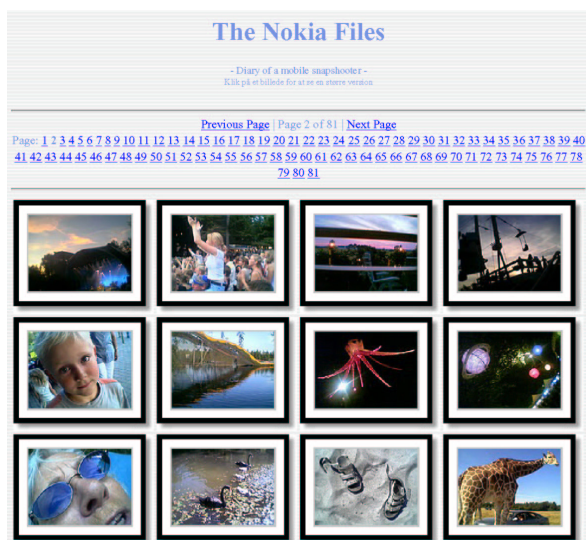
<http://www.showstudio.com/projects/mlb/archive.html>

<sup>98</sup> <http://robertclark.americanphotomag.com/flash/> (Sist besøkt 7.4.2005)

<sup>99</sup> <http://www.phonecontent.com/bm/news/gnews/472.shtml>

<sup>100</sup> Et annet alternativ som nå er utviklet så abonnenter fra forskjellige selskaper i USA skal kunne sende MMS-bilder til hverandre er pixtopix.com. Med et abonnement her, kan man sende og motta fotografier mobiltelefoner i mellom også i USA (<http://www.textually.org/picturephoning/archives/004723.htm>).

plass, og disse endringene vil gjøre livet lettere for amerikanerne som vil dele MMS selv om de søker til forskjellige telefonoperatører.<sup>101</sup>



**Illustrasjon 39** I Danmark har fotografen Sten Brogaard lagt ut mange fotografier han har fotografert med sin kameramobil på siden [The Nokia files](#).

Slike fotoblogger likner fotobasene til Scanpix og andre bildebyråer som journalistene tråler hver dag for å finne aktuelle fotografier til dagens nyheter. Når en lar blikket fare over fotoblogger, kan vi danne oss et førsteinntrykk av hvilke typer fotografier folk verden over knipser, og hvilke bilder som

farer mellom mobiltelefoner. Bloggene minner om fremmedes fotoalbum.<sup>102</sup> De minner også om lomografenes nettsted.

Forbausende mange fotografier er refleksive. Fotografiene handler om det å fotografere med kameramobil, fordi fotografiene *peker på* unge mennesker med sin kameramobil i bruk i ulike situasjoner. I Tyskland tok reklamefotografen Alexander Gnädinger, som har fotografert for Wallpaper, Elle, Adidas, Levi's, Sony og Vouge, utfordringen da han fikk sjansen til å gjøre et prosjekt der kravet var at han bare skulle ta bilder med mobilkamera. - *Jeg har aldri prøvd mobilkamera tidligere, men ble overrasket over de krispe fargene. Dette er litt lomo*, uttalte han til [Dagbladet](#) (23.6.2004).

Den første norske utstillingen som demonstrerte at fotografier tatt med mobiltelefonkameraer kan brukes til mer enn MMS ble åpnet i Det norske Teateret i september 2003. Utstillingen omfattet om lag 80 bilder basert på et mangfold av ulike teknikker og innfallsvinkler i forhold til det ferdige bildet. Kameraenes begrensing er en utfordring, og bildene er uforutsigbare.

<sup>101</sup> Picturephoning.com, 20.4.2005 <http://www.textually.org/picturephoning/archives/008003.htm> (Sist besøkt 21.4.05)

<sup>102</sup> "Moblogs: the map of time" av Julian Gallo [http://www.zonezero.com/magazine/articles/jgallo/moblogs\\_time.html](http://www.zonezero.com/magazine/articles/jgallo/moblogs_time.html)



-Det er jo så dårlig at det er kjempespennende, uttalte Rune Jensen fra Bromkameratene, som sto bak utstillingen.<sup>103</sup> Bromkameratene formidler nå regelmessig MMS-fotografier fra tilsluttede fotografer.<sup>104</sup>



**Illustrasjon 40** I Norge åpnet den første MMS-fotoutstillingen i regi av Bromkameratene allerede den 13. september 2003 på Det Norske Teatret i Oslo.

Blogger kan berette om at drøyt et år etter at den første utstillingen var vist i Norge, ble den første utstillingen med kameramobil-bilder, SENT, åpnet i USA i juli 2004. Prosjektet var delt i to deler: en del med bilder fra folk flest og en del med en rekke inviterte fotografer, filmmakere og andre, som bidrar med bilder som inngår i en snapshottradisjon, og fotografiene blir fortløpende vist i en fotoblogg.<sup>105</sup>

Mens filmfotografen Ed Lachman har tatt fem filmer for å dokumentere hva folk bruker sine kameramobiler til, og at de ikke bare tar stillfotografier, på oppdrag for Motorola. Lachman brukte selvsagt en Motorola V710, og forteller historiene: ”*Hot asian girls can be shallow, bears hate your ringtone, as well, dogs are awful at voicemail, some people like cake, socially unstable people usually marry within one week of writing a sad song*”.<sup>106</sup> Endelig har Nokia et forum der folk kan sende inn kortfilmer, [Nokia Shorts](#) og få disse vist for et større publikum. To konsept i samme gate er Mobile Media Entertainments bloggliknende kanaler, der folk som er opptatt av videomobiler og av å lage egne kortfilmer, får et aktivitetsrom. Det ene heter [The 10 Sec Film Fest](#), og tilbyr kortfilmer til mobiltelefoner. Kortfilmene kan selvsagt også oppleves ved å bruke

<sup>103</sup> <http://home.powertech.no/pervo/bromweb/bromkam.htm>

<sup>104</sup> <http://home.powertech.no/pervo/bromweb/nokia2.htm> (Sist besøkt 30.10.2004)

<sup>105</sup> <http://www.sentonline.com> og <http://www.sentonline.com/images.html>

<sup>106</sup> Sist besøkt 31.7.04

<http://www.motorola.com/mdirect/hellomoto/experience/streetstories/flash/streetstories.shtml>

vanlig internett. Det andre heter The Worlds Smallest Filmfestival, og er laget av [BigDIGIT](#), som tar i mot kortfilmer og animasjonsfilmer og arrangerer festivaler rettet mot mobiltelefoniere i Storbritannia og USA.

Blogger har informert om at de fire første frimerkene i verden er laget på grunnlag av MMS-fotografier som har sett dagens lys i Sveits. Vinnerne ble kåret i april 2005 etter en konkurranse i regi av Postverket i Sveits, Swisscom Mobile og Museum für Kommunikation. Om lag 3000 MMS-fotografier ble vurdert før vinnerne kunne få se sine MMS-fotografier på frimerker høsten 2005.<sup>107</sup>

**Die vier Hauptgewinner**

Aus über 3'000 eingesandten MMS hat die Jury am 5. April die folgenden vier Gewinner gewählt. Ihr MMS wird als Sonderbriefmarke herausgegeben und die Teilnehmer erhalten je CHF 1'000.- sowie ein Vodafone live! Handy.

			
"Hoch zu Ross" <b>Brigit Rohrbach</b> Metzerlen	"Bergwanderung" <b>Peter Schumacher</b> Kirchlindach	"Weitblick" <b>Rémy Sager</b> Zürich	"Spuren im Schnee" <b>Debora Ronchi</b> Andwil

**Illustrasjon 41** Nettfaksimilen viser at de fire første frimerkene i verden som laget på grunnlag av MMS-fotografier som så dagens lys i 2005, og blir en del av frimerkesamlingen til postverket i Sveits.

Under filmfestivalen [Kosmorama](#), som ble arrangert i Trondheim i april 2005, kunne deltakerne se på filmtrailere og fotografier, lese programmet og holde seg oppdatert med den fjerde skjerm så sant brukeren hadde mobiltelefonen Sony Ericsson K700i – en såkalt ”kosmobil”. Trondheimselskapet [Adactus](#) har utviklet en løsning som gjør at mobilen kan brukes som et oppslagsverk under filmfestivalen. De som hadde egne telefoner, lastet ned programvaren fra en Bluetooth-stasjon under festivalen. Adactus var først ute med Mpeg-21, som er et multimedierammeverk eller en standard som tilpasser innhold individuelt til hver

<sup>107</sup> <http://www.mms-stamp.ch/index.html> (Sist besøkt 20.5.05)



enkelt mobiltelefon. Teknologien genererer en beskrivelse av telefonen før nedlasting finner sted, sender beskrivelsen til en server som tolker denne, og leverer tilbake et tilpasset nedlastingsverktøy eller multimedieressurs til telefonen. Prosessen tar noen få sekunder, før telefonen laster ned en optimal versjon av filmen. I prosessen screenes mobiltelefonens skjermopløsning, lyd kvalitet (stereo eller mono), antall piksler, bilder per sekund og antall farger. Denne informasjonen går til serveren, som tilpasser sendingen til telefonens spesifikasjoner. For å kunne demonstrere dette under Kosmorama delte Sony Ericsson 250 mobiler ut til VIP-gjester under festivalen.<sup>108</sup> Det ble under festivalen arrangert seminar som drøftet hva digitaliseringen gjør med produksjon, distribusjon og konsumering av film.

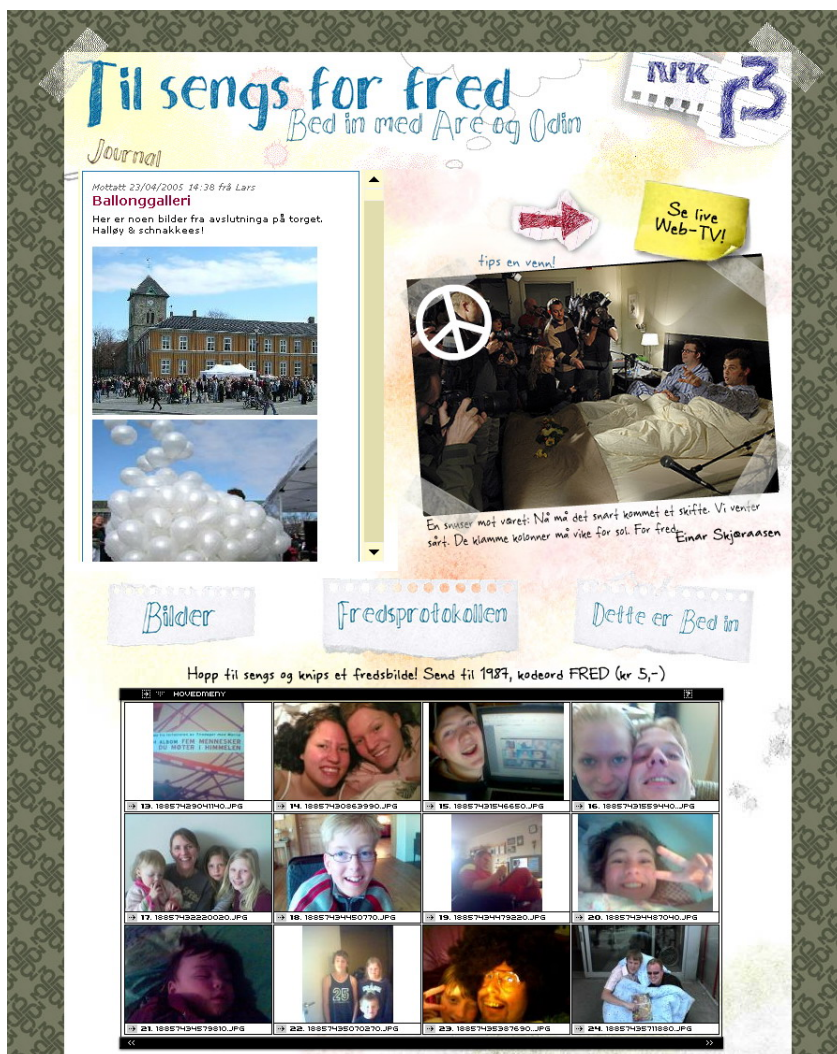


**Illustrasjon 42** Festivalen Kosmorama i Trondheim ble i april 2005 den første festivalen i verden hvor du kunne se film, bilder, lese programmet og der du kunne holde deg oppdatert via din egen mobiltelefon.

Noen dager seinere sto Trondheim igjen i fokus for ny bruk av mobiltelefoner. Fredag 22. april 2005 klokken 1305 gikk Are & Odin til sengs på Hotell Augustin i Trondheim. Der ble de liggende til klokken 14 dagen etter *med et barnlig håp om å så et frø som vokser til fred. Hvis flere sår, står vi sterkere. Bli med du også. Legg deg i senga og gå gjennom et døgn med refleksjon og ettertanke: Kanskje vil vi forandre verden - sammen?*<sup>109</sup> På egne nettsider oppfordret de lytterne til å delta på følgende måte: Lytterne kunne legge seg i

senga knipse et fotografi og sende en MMS-melding med kodeordet FRED til 1987. Alle bildene havnet i det fine bildegalleriet. Dette prosjektet tok utgangspunkt i [John Lennon](#) og [Yoko Onos](#) prosjekt i henholdsvis Amsterdam og Montreal våren 1969. Deres BED IN FOR PEACE var like enkel som genialt: De la seg til sengs for å få fokus på fredsbudskapet. Sendinga gjentok dette prosjektet, og det flommet inn med MMS-fotos til nettsidene i løpet av døgnet radio-prosjektet *Til sengs for fred* varte.

<sup>108</sup> <http://www.digi.no/php/art.php?id=211531> (Sist besøkt 12.4.05) Adresseavisen skrev om Adactus videoløsninger i denne artikkelen: [http://www.adactus.no/news\\_docs/adressa\\_fredag\\_10\\_des\\_04.pdf](http://www.adactus.no/news_docs/adressa_fredag_10_des_04.pdf)



**Illustrasjon 43** Begivenheten *Til sengers for fred* til radioparet Are & Odin ble behørig presentert av NRK med 25 timer direktesending på web-tv, fire timer på P3 og fem timer sending på NRK2, slik faksimilen av nettsiden (23.4.05) viser.

Radio-prosjektet demonstrerte hvordan et populært radiopar på NRK P3 kan få folk til å kommunisere ved å sende MMS-fotos til nettsider organisert som en fotoblogg og dele disse med andre. Da sendingen var avsluttet, var det sendt omkring femten hundre MMS-fotos til fotobloggen. Langt på

veg er det en form for regissert appropriasjon i en ny mediekontekst og ny journalistisk setting med de muligheter dagens integrerte teknologi skaper. Den kombinerte radio med internett og lytterne med kameramobiler over hele landet. Slik ble det skapt nye rom for kommunikasjon og nye rom for underholdningsjournalistikk.

Der journalistikken søker å innarbeide kameramobilen og fotografiene i en konvensjonell og rutinepreget nyhetsproduksjon, søker kunstnere til det ukjente, ukonvensjonelle og grenseoverskridende. Journalistenes representanter slår ned på avvik fra det konvensjonelle og kjente, kunstnere oppmuntrer og dyrker avviket. Et eksempel på dette er det såkalte

<sup>109</sup> <http://rita.nrk.no/community/bedin/> (Sist besøkt 23.4.2005)

*kontekstfotografiet* som blir utprøvd med modifiserte kameramobiler, der kontekstuelle elementer som lyd skal kunne prege og farge fotografiet (Ljungblad et. al 2004). Dette er underveis ved Future Applications Lab ved Viktoria institutt i Göteborg, men om dette noen gang får en innflytelse på journalistisk bruk av fotografier fra kameramobiler, er tvilsomt. Disse kontekstfotografiene vil utvilsomt bli en del av det bloggogene formidler.

Dette kapitlet har tegnet et bilde av hvordan de tradisjonelle fotoalbumene er blitt fornyet gjennom fotoblogger. Her kjemper de så private fotografiene uten allmenn interesse om plassen med andre fotografier med en allmenn interesse. Disse albumene inneholder også fotografier i bevegelse – kortfilmer som dokumenterer at vi står overfor et felt der vi kan forvente en rivende utvikling i årene framover. Den kan gå i uventede retninger. I det neste kapitlet blir blikket igjen rettet mot den journalistiske praksis knyttet til kameramobilen i avisene slik den er blitt formet de siste årene, før oppmerksomheten blir dreid i retning av fjernsynsmediets bruk av kameramobilen og den interaktivitet den har bidratt til å framskynde og stimulere.

## Knips og tips

*- Er det noe vi fotografer hater, er det at noen kaller det vi driver med for knipsing. Tom Martinsen<sup>110</sup>*

Øyvind Woies MMS-reportasje med kameramobil i Vårt Land er et eksempel på at det er en god ide å utstyre journalister med avanserte mobiltelefoner. Fotografiene har ikke fotografisk toppkvalitet, men duger som en dokumentasjon. De er bærere av en autentisitet og et nærvær mange andre fotografer kan misunne. Men her er ikke bare lutter glede. Noen hilser et økt tilbud av fotografier velkommen i pressen, mens andre er skeptisk til den kommende flommen. Det er snarere et skrikende behov for færre og bedre fotografier i dagspressen, hevder fotojournalister. Og det er snarere behov å styrke den tekniske kvaliteten på fotografier, hevder representanter fra Nasjonalbiblioteket i Rana og Statens senter for arkiv, bibliotek og museer. De er fortvilet over at stadig større deler av den private og profesjonelt fotograferte bildearven har en for lav teknisk kvalitet.

Den journalistiske kompetansen er i endring på flere vis, slik Heinonen (1999), Bardoel & Deuze (2001), Deuze (2002, 2003), Northrup (2004) og Boczkowski (2004) har redegjort for. Kompetansen knyttet til å fotografere er et aspekt. Internasjonal bruk av kameramobiler i journalistisk øyemed blir løpende rapportert av bloggene [picturephoning.com](http://picturephoning.com),<sup>111</sup> og E-media Tidbits fra Poynter online.<sup>112</sup> Fotografier fra kameramobiler representerer en utfordring for fotosjefene. De trenger en plan for hvordan en mengde fotografier fra lesere og andre skal håndteres hvis det oppstår en terrorsituasjon eller liknende. Fotografier levert av den menige mann og kvinne må vurderes nøye, fordi de er tatt av folk uten samme institusjonelle forankring som fotojournalistene har, og har dermed andre etiske verdier enn fotojournalistene. Det selvsagt grunn til å mobilisere journalistisk kildekritikk også på dette feltet, og stille spørsmål om personen bak fotografiet er den hun gir seg ut for å være, om personen bare ønsker oppmerksomhet eller kynisk utnytter fotografiet for å søke hevn. Den vanlige mannen og kvinne som står overfor en ulykke, mangler kunnskapen journalister har om ulykker og ulykkesituasjoner. Derfor er det en fare for at de kan forstyrre redningsmannskaper og bli for pågående og nærgående. Terje Bringedal, representant for

---

<sup>110</sup> Dagbladet 28.9.2002

<sup>111</sup> [http://www.textually.org/picturephoning/archives/cat\\_reporters\\_and\\_picture\\_phones.htm](http://www.textually.org/picturephoning/archives/cat_reporters_and_picture_phones.htm)

Pressefotografenes klubb, er bekymret på grunn av dette (Aftenposten 5.3.2004). Mens NRK Mediemenene frykter amatørernes inntogmarsj (NRK 11.2.2004), og Institutt for Journalistikk etterlyser folkeskikk og yrkesetikk (Fjærvik & Nyhuus 2004).



**Dagbladet**  
10 000 kroner for månedens beste tips. 1000 kroner for ukens beste tips. Ring eller send e-post til Kjerstin Berg Kydland eller Stian Haraldsen.

Ring 22 20 00 00  
1000tipset@dagbladet.no

# KNIPS OG TIPS

Send oss ditt MMS-bilde

Hver uke i 30 uker deler vi ut en flott kameramobil til den som sender oss **DET BESTE NYHETSTIPSET**. I tillegg venter det som vanlig 10 000 kroner for månedens beste nyhetsbilde/nyhetstips.

**MMS 1937**  
Bruk kameraet på mobilen, send ditt nyhetsbilde til Dagbladet.  
● Ta bildet. Merk sendingen med TIPS og skriv en kort forklaring før du sender den til 1937.

**SMS 1937**  
Send ditt nyhetstips til Dagbladet.  
● Skriv TIPS (ditt tips) og send til 1937. Eksempel: TIPS Klokk 18:15 ble DnBNOR i Larvik ranet.

**DIGITALFOTO 1000tipset@dagbladet.no**  
Bruk også e-post for å sende oss dine digitale nyhetsbilder.  
1) Ta bildet og skriv en kort forklaring til motivet.

**1000-TIPSET**  
Du kan fortsatt ringe inn på vanlig måte og tipse oss om store og små, hyggelige og dramatiske hendelser.  
Nummeret er 22 20 00 00

© Dagbladet oppfordrer våre tipsere på det sterkeste til å oppføre seg ansvarlig. Vi respekt for privatlivets fred og har respekt for spøringer på ulovkastbar a.l. Misandri bilder, horeness med tips honore og ferdigoppagte bilder i papir og eller nettavis. Dagbladet forbeholder seg dersetter vedleggshitt publisering med mindre annet er særlig avtalt.

**Illustrasjon 44** I februar 2004 gikk Dagbladet ut med egenannonsen Knips og tips for å oppfordre leserne til å tipse avisa med blant annet kameramobiler.

Med andre ord trengs en profesjonell årvåkenhet og rutiner i redaksjonene som kan sortere og verifisere flommen av fotografier. Kravene til fotografiets koherens, sannsynlighet og proveniens må sikres ved at det blir undersøkt om det er blitt gjort inngrep i fotografiet, om forholdet mellom referent og fotografi er sannsynlig, og om dets herkomst er autentisk (Mitchell 1992:23-57). Nå er dette i ferd med å komme på plass. Redaksjonene oppfordrer leserne til å sende inn MMS-fotografier.

Bildespeiderne har registrert at teknikken fungerer. Tilgangen øker til redaksjonene. Det skyldes i stor grad særlig at løsslagsavisene systematisk har oppmuntret leserne sine til dette.

Etter en tid med diskusjoner og planlegging, kom konkurrentene *Dagbladet* og *VG* på banen i februar 2004 med en *knips-og-tips*-strategi for å fange opp fotografier fra lesere med kameramobiler og digitale kameraer. Begge avisene ønsket tips av dette slaget, og ønsket at leserne skal sende spontane fotos med nyhetsverdi til redaksjonen. Kort sagt oppfordrer avisene til det som nå blir kalt *instant journalism* og *citizen journalism* i den engelskspråklige

verdenen. Et alternativt perspektiv på dette er å se det som en ”trening” av leserne til å samhandle aktivt med avisene.

*Dagbladet* lovet 10.000 kroner til personen som sendte den beste SMS-en eller den beste MMS-en, den beste telefonen eller e-posten, i løpet av måneden. Alle kanaler er åpne

<sup>112</sup> <http://www.poynter.org/column.asp?id=31>



(Dagbladet 2.2.2004). Ukens beste tips ble honorert med en kameramobil. Kampanjen ”Det beste nyhetstipset” var berammet til 30 uker. I begynnelsen av 2005 styrket Dagbladet sin satsing på samhandling med lesere med mobiltelefon. Avisa ansatte en mobilansvarlig. Stillingsannonsen opplyste at den mobilansvarlige skal ivareta Dagbladet.no posisjon i mobile kanaler, ha kjennskap til mobilbransjen og tekniske muligheter, forstå hva mobil kommunikasjon er i dag og hva den vil være i morgen, samt ha kommersiell teft og journalistisk forståelse. Denne stillingsannonsen viste at mobilkommunikasjon har en kommersiell og en journalistisk side, men at det kommersielle aspektet veier tyngst.



**Illustrasjon 45** Fra februar 2004 har VG brakt en rekke egenannonser der leserne blir oppfordret til å tipse avisa med blant annet kameramobiler.

En liknende kampanje ble lansert av VG, og tipsomtalen fikk betydelig mer plass i avisen i ukene som fulgte. Det kan være lesere som observerer ulykker, kjendiser og andre hendelser som kan være interessant for avisene å bringe videre i papiravisene eller i nettutgavene. Men det viser, som det er blitt observert og kommentert tidligere, hvor avhengige avisene er av tips. Det fins ingen oversikt over utbetalinger til tipsere i avisenes regnskaper, og det er ingen form for innsyn i hvem som har blitt betalt for tips i eksklusive saker.

VG viste til ”overveldende” respons på den nye tjenesten.

Dermed blir MMS-fotografier brukt og ivaretatt i to sentrale aviser på en mer gjennomtenkt og systematisk måte enn tidligere. I april kunne VG fortelle at tips og bilder har veltet inn i redaksjonen etter at tipsportalen 2200 på SMS og MMS ble åpnet. Fra starten i februar til starten av april fikk VG 3320 tips på denne måten (VG 4.4.2004).

Gjennom en årrekke har det vært VGs linje å påskjønne tips fra siste måned. Leserne med de beste tipsene har siden 2200 ble opprettet, fått en Nokia 6600 tilsendt. I slutten av april ble MMS-fotografiet av pizza-lastebilen i Jølstra-vatnet jeg sendte VG, plukket ut sammen med

fire andre tipsere, og jeg fikk tilsendt en kameramobil for tipset. Dermed kunne jeg innkassere en førstehandserfaring med hvordan dette fungerer i praksis fra et fotografi ble tatt, sendt og vurdert av landets største redaksjon.



**Illustrasjon 46** Hver uke er det kommet saker som dette fra leserne til VG, og disse får spesiell oppmerksomhet fra VG når månedens tips blir presentert og honorert. 2200-tipsene ble en suksess for VG blir det hevdet i faksimilen fra 4.4.2004. De beste tipsene ble under kampanjen belønnet med en kameramobil.

De to største fjernsynskanalenene i Norge etterlyser selvsagt også tips. NRK åpnet i mars 2004 for bruk av MMS-fotos på nettet, og inviterte publikum til å sende tips. Det er redaksjonssjef i NRKs nyhetsdivisjon, Rune Nøstvik, som har laget retningslinjer og tekniske løsninger for å ta imot MMS-bilder fra brukerne. Han mente det var viktig å tenke etikk før innsendte bilder tas i bruk, og uttalte til NRK: - *Vi kommer ikke til å overfokusere på at folk skal bringe bilder fra ulykker*, sa Nøstvik til NRK (12.3.2004). Den samme oppfordringen kommer selvsagt fra TV2. Denne kanalen vil at bildespeiderne skal sende inn tips med MMS hvis de opplever noe de vil dele med andre.

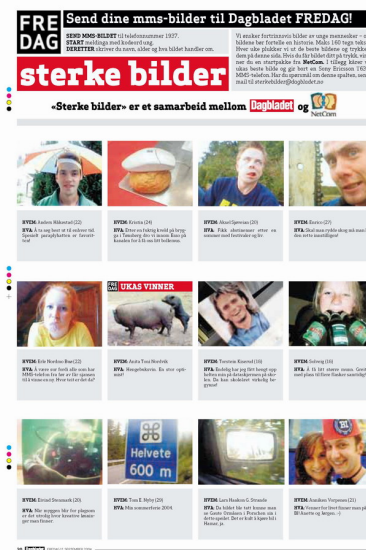


**Illustrasjon 47** NRK har siden mars 2004 invitert publikum til å sende nyhetsbilder som tips til 1987.

MMS og kameramobiler fornyet sommeren 2004 de typiske sommersidene i de norske avisene med snapshots. Langt på veg blir disse sidene bygget opp omkring mobiltelefoner og



den kontakt disse kan skape med sommerredaksjonene. Daglig oppfordret Dagbladet leserne til å sende inn sine ferieminner som MMS, en feriehilsen som SMS, og arrangerte en fiskekonkurranse der leserne skulle sende inn et bilde av en idealfisk avbildet oppå en dagbladside med linjal. Disse bildene fins øverst på faksimilen av siden nedenfor. Men det må også legges til at sommeren var preget av sider som sa: Ta et bilde og vinn en mobil! Alle aviser hadde som mål å få leserne i tale ved å oppfordre dem til å sende inn MMS-fotografier.



**Illustrasjon 48** Denne illustrasjonen viser faksimiler av sider i Dagbladet. Den første er av *SommerDagboka* i Dagbladet. Den presenterte daglig MMS-fotos fra leserne hele sommeren 2004. Den andre er av siden *Sterke bilder* fra *Dagbladet Fredag* (17.9.2004) der ungdom hver uke kunne sende inn sine MMS-fotografier sommeren og høsten 2004. Den som fotograferte ukens beste fotografi med kameramobil, får tilsendt en ny.

Den vedvarende annonsekampanjen til løssalgsavisene har gitt resultater som nedfeller seg i nyhetsbildet. Bildespeideren og det voktende øye i gatene begynner nå å handle strategisk overfor avisene når de sitter med fotografier fra nyhetsbegivenheter. Mange har fått med seg at avisene gjerne vil ha tips og er villig til å betale for fotografier med høy nyhetsverdi. De har også notert seg at det nødvendigvis ikke er alltid er slik at det er fotografier med høy teknisk kvalitet som vinner fram og blir brukt. Den redaksjonelle praksis avisene har lagt seg på i 2004, underbygger dette.

En del av dette bildet, som viser hvor avhengig avisene er av tips generelt og tips i ny tapning som MMS-tips, er teleoperatørens avhengighet av at kundene gjør seg kjent med MMS og sender MMS-meldinger seg imellom. Derfor har både Netcom og Telenor i perioder latt kundene få sende MMS gratis i helgene og under spesielle begivenheter som for eksempel en fotball-landskamp. Så her er det minst to aktører med klare økonomiske interesser i framveksten av en knipsekultur. Men det fins nok flere.



Bildemeldinger kr 0,- alle landskampdager og hver lørdag og søndag i september og oktober

Ta et bilde. Send et bilde. Så enkelt er det. Dessuten koster det ingenting å sende bildemeldinger landskampdager og hver lørdag og søndag i september og oktober – enten du elsker fotball eller ikke.

Italia - Norge 4. september

telenor mobil

**Illustrasjon 49** Faksimilen viser en annonse fra Telenor Mobil med fokus på det å knipse med kameramobilen skulle stimulere forbrukerne til bruke MMS mer i helger og under begivenheter som landskampen mot Italia. Det var også et svar på en tilsvarende ordning fra Netcom.

En kameramobilfotograf tok bilder av arrestasjonen av mannen som hadde gått løs med en rambo-kniv på en trikk i Oslo i begynnelsen av august 2004. Han visste han var alene om fotoet, fordi han ikke så andre fotografer da han tok fotoet. Ganske sikkert kjente han til at illustrasjoner er alfa og omega for dagens aviser. Selv om fotografiet ikke har en høy, teknisk kvalitet, er fotografiets journalistiske verdi uomtvistelig. Derfor kunne han sende MMS-

fotografiet både til Dagbladet og VG, og så følge henvendelsen opp med spørsmål om hvilken av avisene som ville gi høyeste bud. Siden dette fotografiet var det eneste fra hendelsen, ble det en kamp mellom avisene om hvem som ville betale mest. VG gikk av med seieren fordi avisen var villig til å betale mest for fotografiet og fikk det eksklusivt. MMS-fotografiet av pågripelsen av den 40-årige, mistenkte somalieren ble brukt på førstesida både den 5. og 6. august 2004. Selvfølgelig ledsaget det oppslaget inne i avisa begge dagene.



**Illustrasjon 50** Førstesiden av VG til venstre fra 5. august 2004 er trolig første gang et MMS-fotografi blir brukt som en bærende illustrasjon i landets største avis. Fotografiet viser arrestasjonen av den 40-årige somalieren som er mistenkt for knivdrap på Bislett i Oslo.

Dessuten ble det i de følgende dagene brukt gjentatte ganger både i papir- og nettutgaven av VG. Ifølge Dagens Næringsliv (6.8.2004) endte forhandlingene med en pris et sted mellom 10.000 og 20.000 kroner. Studerer man krediteringen av fotografen ser man at bildespeideren som forlangte høy pris for et fotografi av en situasjon han sannsynligvis aldri vil komme opp i igjen, er anonym. VG mottok en rekke MMS-fotografier fra forbipasserende i forbindelse



med denne saken, og noen av disse er blitt brukt på VG nett i oppfølgingssaker.<sup>113</sup> Men da MMS-fotografiet ble brukt på nytt av VG (25.4.2005) i forbindelse med rettsaken mot somalieren, var Konte Lig kreditert som kameramobilfotografen.



**Illustrasjon 51** MMS-fotografiet av pågripelsen ble også et bærende element i nyhetsoppslaget i VG den 5. august 2004. Fotografen med kameramobil valgte å forbli anonym.

Liknende hendelser blir fotografert av forbigående i økende grad i Europa. Da den hollandske filmskaperen Theo van Gogh ble drept av en islamsk ekstremist i begynnelsen av november 2004 da han syklet gjennom nabolaget, publiserte *De Telegraaf* MMS-fotografier fra hendelsen på førstesiden. Van Gogh ble fotografert av en forbigående før fotojournalistene ankom.<sup>114</sup> Da de ankom, var liket tildekket. Dermed ble MMS-fotografiet det eneste som viste kniven med et brev i kroppen til filmprodusenten. Det var andre gang på kort tid at *De Telegraaf* brukte MMS-fotografier på førstesiden. Det hollandske nyhetsbyrået ANP mottar nå regelmessig MMS-fotografier fra nyhetsbyrået [NU](http://www.nu.nl). Dette byrået honorerer nå

<sup>113</sup> <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=240397>

tilsendte MMS-fotografier fra amatører. Nyhetsbyrået ANP tilbyr disse amatør fotografiene til avisene hvis nyhetsbyrået ikke selv av fotografier, og det handler om store saker, ifølge redaktør Leo Blom.<sup>115</sup>



**Illustrasjon 52** Førstesider fra hollandske aviser dagen etter at filmprodusenten Theo van Gogh ble myrdet på åpen gate 2.11.2004. I forbindelse med denne saken publiserte *De Telegraaf* et MMS-fotografi tatt av en forbigående før offeret ble tildekket. Det nederste MMS-fotografiet viser van Gogh liggende på gaten med en kniv i brystet slik også *De Telegraaf*-førstesiden øverst i bildet dokumenterte.<sup>116</sup>

I den konkrete saken der et MMS-fotografi preget førstesiden og i andre saker, er det blitt *VG Netts* strategi å være tidlig ute med en nyhet på nettet. Tempo er viktig. Et oppslag trenger bilder. Det er snakk om minutter før en sak under utvikling blir publisert. MMS-fotografier er nå en del av denne strategien. For journalistene eller fotojournalistene er utstyrt med Nokia

6600, og skal så fort de kan, kunne sende en MMS til nettutgaven slik at denne kan legges ut som en illustrasjon allerede når første versjon av nyheten er klar. Deretter blir denne byttet ut med bedre fotografier når og hvis slike foreligger.

<sup>114</sup> MMS-fotoet av den drepte filmskaperen Theo van Gogh er hentet fra [frontpage.fok.nl](http://frontpage.fok.nl/nieuws/47919) (<http://frontpage.fok.nl/nieuws/47919>) (Sist besøkt 6.11.2004).

<sup>115</sup> Reuter skrev 3.11.2004 i artikkelen: "Cell Phones Increasingly Used to Snap the News" om hvordan MMS-fotografier preger nyhetsbildet over Europa. <http://www.reuters.com/newsArticle.jhtml?type=technologyNews&storyID=6702434&src=rss/technologyNews&section=news>

<sup>116</sup> <http://www.nos.nl/nieuws/artikelen/2004/11/3/telegraaflaatdodevangoghzien.html>

Konkurransen er hard mellom avisene i de byene der det fortsatt er flere aviser, for eksempel Bergen, der BT og BA konkurrerer om å være først ute med fotografier fra ulykker. Da en lastebil og en buss kolliderte i Nattlandsveien i april 2005, var fotojournalistene Arne Risterud, BA og Rune Nilsen, BT på plass, og de sendte begge MMS-fotografier av ulykken til sin redaksjon for å bli først. Begge to var på stedet omtrent samtidig, de tok MMS-fotografiene fra samme vinkel, og de gjorde det med sekunders mellom. For de spesielt interesserte hadde BA saken ute på nett kl 0907, og den ble oppdatert med MMS-foto kl 0935. Mens BT la ut saken kl 1005 og fikk den oppdatert med MMS-foto kl 1016.<sup>117</sup> Denne dagligdagse hendelsen fra Bergen illustrerer at det er konkurranse om bli først med det siste i små og store saker. Dagen etter var MMS-fotografiene byttet ut med langt bedre fotografier i papirutgavene.



**Illustrasjon 53** Fotojournalistene Arne Risterud, BA og Rune Nilsen, BT var på plass samtidig på ulykkesstedet, de tok MMS-fotografiene fra samme vinkel. Fotoet fra BA til venstre og BT til høyre. De gjorde det med sekunders mellomrom. Men BA ble den avisen som kunne legge ut MMS-fotoet på nettsidene en drøy halvtime før BT 7. april 2005.

VG utnytter på en rutinert måte samspillet med leserne når ulykker rammer. Avisen får tilsendt MMS-fotografier og digitale fotografier fra leserne som står midt i for eksempel et forrykende uvær med regn, snø, storm, en flom eller i andre situasjoner. Dernest bruker VG disse fotografiene aktivt i kombinasjon med fotografier fra egen fotograf. Målet er selvsagt å fortelle på dramatisk vis om hva som har skjedd og hvilke skader som er oppstått i neste dags

<sup>117</sup> <http://www.bt.no/lokalt/bergen/article356374>



avis. Dette beskrevne samspillet med leserne utstyrt med kameramobiler har resultert i både større og mindre oppslag (VG 28.9.2004, VG 13.1.2005).

**Påstått Toska-hjelper dømt**  
 En 34-årig mann er dømt for å ha hjulpet en 20-årig kvinne å flykte fra et asylsenter i Oslo. Mannen er dømt til fengsel i tre år og betinget fengsel i tre år. Dommen ble uttalt av Oslo tingrett.

**LATTERLIG BRÅ**  
 Håre Elie, sjefen for FNs sivilisasjonsråd, var i Oslo for å motta prisen for fred og samarbeid. Han ble møtt av en gruppe ungdommer som skrikte ut mot ham.

**Fikk «ekonomi-rabatt»**  
 En gruppe av arbeidere fikk en rabatt på lønnsbetalingen for å motvirke økonomiske problemer i et selskap.

**BLANDT-PR**  
 En gruppe av arbeidere fikk en rabatt på lønnsbetalingen for å motvirke økonomiske problemer i et selskap.

**Datafeil rammet 3000**  
 En datafeil rammet 3000 kunder i Norge. Feilen ble oppdaget og rettet opp, men noen kunder har fortsatt problemer.

**ORSTA/VANYLVEN (VG) Flere boliger måtte evakueres da enorme vannmengder flommet over Sydde i Vanylven kommune.**

**Flere måtte evakuere**  
 Flere boliger måtte evakueres da enorme vannmengder flommet over Sydde i Vanylven kommune. Evakueringen gikk for seg bra, og alle er nå trygge.

**Mega-vann**  
 Store deler av Eilandsneset er nå vann. Mange boliger er under vann, og det er fare for at flere boliger vil bli ødelagt.

**Måtte evakuere**  
 Flere boliger måtte evakueres da enorme vannmengder flommet over Sydde i Vanylven kommune. Evakueringen gikk for seg bra, og alle er nå trygge.

**TIPS: MMS på 2200**  
 Send bilder og tekster til 2200. Det er ikke nødvendig å sende inn bilder og tekster.

**FONTENE-LOKK**  
 Dette lokket er satt under vann i et vannverk. Det er viktig å holde det rent.

**VIT KVINN**  
 Det er viktig å vite om kvinners rettigheter. Det er viktig å vite om kvinners rettigheter.

**HØY-VANN**  
 Flere steder er det høyt vann. Det er viktig å være oppmerksomme på vannstanden.

**FOSSET FROST**  
 Flere steder er det frost. Det er viktig å være oppmerksomme på været.

**VETERANER I FLOMM**  
 Veteraner har vært aktive i flomarbeidet. Det er viktig å anerkjenne deres innsats.

**Illustrasjon 54** Denne faksimilen av VG (28.9.2004) viser hvordan redaksjonen nå komponerer et oppslag ved hjelp av et bærende fotografi levert av egen fotograf, digitale fotografier, og en rekke MMS-fotografier innsendt av leserne på Søre Sunnmøre i samband med en flomm som rammet Ørsta og Vanylven sterkt.

Dagbladet er alltid foran. Det er blitt hevdet i tide og utide fra avisa. Dens journalister har helst stått *foran* en person fra underholdningsarenaen de seinere årene. Hvis de ikke kan være foran kjendiser og mennesker fra underholdningsarenaen, kan en løsning være at kjendisene selv tar MMS-fotografier og sender dem til avisen. Disse kan så brukes i kombinasjon med bærende fotografier fra egne fotografer, slik det ble demonstrert da Aksel Hennie begynte sin turné til verdens filmfestivaler med filmen "Uno". Første festival var San Sebastian i Spania, og derfra har Hennie delt noen av sine *egne* MMS-fotografier med Dagbladet (24.9.04:42-43). Dermed fikk Hennie oppmerksomhet, Dagbladet et oppslag over to sider med snapshots i tidens ånd, og leserne bilder å se på og en historie å lese.

# Kultur

REPORTASJE  
KULTURBEREIKER: Hilde Duckert  
E-POST: hildeduckert@dagbladet.no  
TEL: 22 81 07 25, FAKS: 22 81 09 66



### Forbannet

Elinor Johansen uttrykker sin frustrasjon over å være en ubehagelig, motsetningsfylt person. Hun ble fullestandig omringlet av innvandringspresser på en lansering på Ch...



### Fredriksson tilbake

Maria Fredriksson er tilbake med nytt album. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil.



### Keys i Kina

Alicia Keys skal holde en videoforedrag i Beijing. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil.



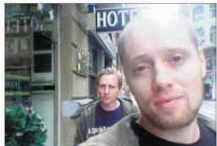
### Downey jr. med plate

Robert Downey jr. debuterer som plateartist med egen popplate. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil.

# Leilig å være spansk for Aksel



**NYTILSPANNING:** Aksel Hennie debuterer som regissør med «Uno», mens Jørgen Storm Rosenberg debuterer som produsent. Sommeren er da for seg på de spanske gjestene. - Verdens beste tapas! Jabbar Aksel på telefonen, og sender oss over noen gjeste- og bilde- og lydopptak.



**PÅ TUR:** I går ble «Uno» for første gang vist for det spanske publikummet. - Spedig! Se dem med spanske bokstaver, og artig å høre hvordan folk snakker. Næste regissør: spise Aksel, laget han film og produsent Jørgen Rosenberg nikket å vinne 750 000 kroner.

**Aksel Hennie (28) og «Uno» har begynt sin turné til verdens filmfestivaler, og nå er de på plass i San Sebastian i Spania. Der er Hennie nominert i klassen for beste regidokumentar.**

**Takk!** Sissel Farnholt

Mens han styrer utrolig, sommet-temperert og film fra hele verden på filmfestivalen i San Sebastian, kan Aksel Hennie også glede seg over at «Uno» er blitt en stor publikumsuksess her hjemme. I dag passer den enda allsmestret-ker 120 000 husekøp.

Hig er et utrolig godt om degen, går rundt med et utrolig godt humør. Det er en helt i sin film har en hunder mullgrupper som jeg hadde trodd, og som jeg hadde trodd på mullgrupper mens jeg lagde den, det vil jeg ha meg et lite i se selv. Jeg er veldig glad og fornøyd med at mange ser den, det er jo derfor vi driver med den, sier Hennie på video fra San Sebastian.

**Filmfestivalen i San Sebastian arrangeres i år for 52. gang, og**

**«Vi har ikke sett så mye film ennå, prøvde oss på en koreansk film med spanske undertekster i dag, men måtte resignere etter en halvtime.»**

**Aksel Hennie, regidokumentar**



## Folk

**1500 mennesker** var invitert til gallerepresentasjonen på Erik Poppes kontor i «Hawaii». Oslo på Colosseum kino i Oslo i går «Hawaii». Oslo har allerede inkludert hele 18 innspillinger, og enda flere kan det bli når de siste knikkene kommer i morgen.

**- Utrolig**

«Ja, det var veldig fint å være der. Denne representasjonen er helt utrolig. Men det er veldig fint å være der. Denne representasjonen er helt utrolig. Men det er veldig fint å være der. Denne representasjonen er helt utrolig. Men det er veldig fint å være der.



**Glamoros**  
Robert Skjærstad spiller en rolle i en av de nye glamourserier som er på vei ut i verden. Han er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil.



**Gledet seg**  
Marte Kragh spiller en rolle i en av de nye glamourserier som er på vei ut i verden. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil.



**Med mamma**  
Liv Mari Hestenes spiller en rolle i en av de nye glamourserier som er på vei ut i verden. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil. Hun er tilbake med et av de beste albumene hun har gjort hittil.

**Illustrasjon 55** Aksel Hennie bak filmen "Uno" sendte MMS-fotografier fra San Sebastian i Spania til Dagbladet (24.9.04). Faksimilen viser at et av de to MMS-fotografiene til venstre, var et selvportrett.

Norske fjernsynskanaler har inntil nå sidd på gjerdet når det gjelder bruk av MMS-bilder i nyhetssendinger. Det bunner dels i kvaliteten på MMS-fotografier og i tilgangen. For bildespeiderne tipser nok helst løssalgsavisene først. Men nå har det også skjedd her i Norge. TV2 Nyhetene meldte tirsdag 7.9.2004, med BT som kilde, at tre personer var sendt til sykehus etter en kollisjon i Fana ved Bergen. Hardest skadet ble en kvinne i femtiårene, mens to gutter ble lettere skadet. Politiet hadde mistanke om kappkjøring, og etterlyste en tredje bil som forsvant i stor fart. TV2 brukte her tre godt merkete MMS-fotografier fra en bildespeider for å dokumentere hendelsen. Det er første gang jeg har merket meg at TV2 har vist så mange som tre slike litt utflytende fotografier i sine nyhetssendinger, og der TV2 Nyhetene baserte seg fullt og helt på fotografier fra en kameramobil.<sup>118</sup> Mens NRK Dagsrevyen fortsatt vegrer

<sup>118</sup> Det er mulig å se innslaget her hvis man betaler for tjenesten fra TV2 <http://dyn.tv2.no/webtv/showContent.do?treeId=1&progId=49540&showArchive=false>



seg for å bruke MMS-fotografier ut fra begrunnelsen at de har for dårlig kvalitet for fjernsynsskjermen.



**Illustrasjon 56** Det er ikke ofte et nyhetsinnslag på tv er basert bare på MMS-fotografier. TV2 brakte tre stykker fra en kollisjon i Fana i Bergen der politiet har mistanke om kappkjøring (TV2 Nyhetene 7.9.2004).

Fjernsynsstasjonene konkurrerer ikke bare med hverandre. VG er også en viktig konkurrent til NRK, TV2 og TVNorge både når det gjelder

papir- og nettutgaven. VG strekker seg lagt med hensyn til kvaliteten så lenge de kan dokumentere en nyhet som ellers ikke ville hatt bilder. Det går fram av oppslaget der en mann hadde filmet et overfall på en kvinne, og sendt denne filmen til VG (VG 6.5.2005), som brukte stillfotografier fra mobiltelefonvideoen i et oppslag som fylte førstesiden.

**Illustrasjon 57** Iført parykk tok en mann seg inn i leiligheten til en kvinne på 29, overfalt, bandt og mishandlet henne. Dette ble mobilfilmet og dokumentert av en nabo og sendt VG, og leserne fikk et oppslag med fotos de ellers ikke ville ha fått sett, slik faksimilene viser (VG 6.5.2005).

Fra tid til annen gir avisene seg tid til å reflektere over egne oppgaver og funksjoner i mediesamfunnet. Det kan komme til uttrykk i metareportasjer eller refleksive fotografier. Oppslaget i forbindelse med forsvarsminister Donald Rumsfeldts besøk i Norge i juni 2005, viste også til fotojournalisten Alf Ove Hansens tanker om fotografiet og det å fotografere. Han skapte en distanse både til det å fotografere og til andre ut i samme ærend ved å inkludere journalist Yngve Kvistad, VG, med kamerabil i oppslagsfotografiet (VG 9.6.2005). Dermed ble det et selvrefererende fotografi; all den stund fotografen gjorde seg tanker om sin egen rolle, om sine oppgaver og om kamerabilen. Dette er et iøynefallende trekk ved slike fotografier, og det er noe fotojournalistene deler med journalistene som i reportasjer kan vise til noe utenfor begivenheten. Slike refleksive pressefotografier er gjerne en del av valgkamper, større rettssaker og andre store begivenheter (Sivertsen 1996).

**VG MENNER**  
Torsdag 9. juni 2005

**Hvorfor holde Carl I. utenfor?**

Ap-leder Jens Stoltenberg utalte til Dagbladet i går at det er helt uaktuelt med FpV-formann Carl I. Hagen som statsregjering. Tullgren har Hagen klerd Erna Solberg og det samme. Han har også vært sett seg ut av FpV-formannen skal bli med i en fremtidig regjering dersom regjeringen og FpV får flere valg i høst. I FpV-tiltalsen er det ingen som har sagt noe om Hagen skal bli statsminister eller ikke.

**PRESEDENTKANDIDAT?**  
Carl Hagen er den eneste av de som har sagt ja til å bli statsminister. Hagen er den eneste som har sagt ja til å bli statsminister. Hagen er den eneste som har sagt ja til å bli statsminister.

**JA**  
53,67%

**NEI**  
46,33%

**AVANST TEKNOLOGI**  
Donald Rumsfeldts uttalelser om at det er ingen som har sagt ja til å bli statsminister. Hagen er den eneste som har sagt ja til å bli statsminister.

**SPØRSMÅL & SVAR**

**Østres Boligene som Forsvaret først solgte til Smiths**  
Vinner er nå blitt offentlig for første gang. VG i går.

**Hvor er Boligene?**  
De er solgt til Smiths Bolig AS.

**Åtte år gamle Forsvaret**  
Dette er en gammel historie som har vært i VG i mange år.

**Åtte år gamle Forsvaret**  
Dette er en gammel historie som har vært i VG i mange år.

# På skuddhold av Rumsfeld

**NATIONAL JOINT HEADQUARTERS, JÄTTA (VG) Jeg har skuddet skudd Donald Rumsfeld. Med mitt nye mobilkamera.**

**Gjøting i flokk**  
Fire timer tidligere ble Hagen uttalt i Dagbladet at det er helt uaktuelt med FpV-formann Carl I. Hagen som statsregjering. Tullgren har Hagen klerd Erna Solberg og det samme. Han har også vært sett seg ut av FpV-formannen skal bli med i en fremtidig regjering dersom regjeringen og FpV får flere valg i høst. I FpV-tiltalsen er det ingen som har sagt noe om Hagen skal bli statsminister eller ikke.

**Avansert teknologi**  
Donald Rumsfeldts uttalelser om at det er ingen som har sagt ja til å bli statsminister. Hagen er den eneste som har sagt ja til å bli statsminister.

**National Joint Headquarters, det strategiske hovedkvarteret for de allierte styrkene i Afghanistan, ble besøkt av Forsvaret, IV og med seg på turen til den amerikanske hovedkvarteret i Jättå. Men vi skal høre av det med et, for vi har der det som er den største teknologiske utrustningen som har vært brukt i Afghanistan. Det er en stor teknologisk utrustning som har vært brukt i Afghanistan.**

**Yngve og øksten**  
— Hvorfor det andre i Afghanistan.

**Som Føljetomt**  
Føljetomt er Rumsfeldts hardt mot de som har sagt ja til å bli statsminister. Hagen er den eneste som har sagt ja til å bli statsminister.

**VG BLOGGEN**

**Foss stryker**

Når Finansdepartementets grøntemåler Kai-Martin Gjovik en glidende gang har bladet fra munnen, går han sannsynligvis på tærne eller i sømme.

**STRYKED**  
Foss stryker, det er det som har sagt ja til å bli statsminister. Hagen er den eneste som har sagt ja til å bli statsminister.

**SNAPHØ**  
Op på en annen måte er det som har sagt ja til å bli statsminister. Hagen er den eneste som har sagt ja til å bli statsminister.

**KONTROLLREAR**  
Donald Rumsfeldts uttalelser om at det er ingen som har sagt ja til å bli statsminister. Hagen er den eneste som har sagt ja til å bli statsminister.

**Fakta**  
Donald Rumsfeldt (R) ble født i 1927. Han ble utdannet ved Princeton University og har en mastergrad i økonomi fra Harvard University. Han har vært medlem av USAs presidentvalgkomité og har vært medlem av USAs kongress.

**GLAD GUTT**  
— Jeg er ikke skuddet skudd Donald Rumsfeldt.

**Yngve og øksten**  
— Hvorfor det andre i Afghanistan.

**Som Føljetomt**  
Føljetomt er Rumsfeldts hardt mot de som har sagt ja til å bli statsminister. Hagen er den eneste som har sagt ja til å bli statsminister.

**Illustrasjon 58** Et typisk refleksivt fotografi der ettertanken knyttet til det å knipse med mobil er fokusert i fotojournalistens fotografi da USAs forsvarsminister besøkte i Norge i 2005 (VG 9.6.05).

Fremdeles dominerer fotografiene fra kameramobilene i nyhetene og i journalistikken. Bruk av mobilfilmte videoopptak direkte i tv-nyhetene hører fortsatt med til sjeldenhetene i Norge, men noen innslag er allerede blitt brukt. Konturene av hvordan video av dette slaget vil arte seg er i ferd med å tre fram. Derfor er dette tema for neste kapittel.

## Kameramobil-video i nyhetene

*- Thanks to the new camera phones, the BBC has been able to broadcast the first images on several stories, Adrian Van Klaveren, BBC.<sup>119</sup>*

Moderne kameramobiler av typen Nokia 3650 eller 6600 har også en videoopptaker. Det fører til at det befinner seg videokameraer på steder det vanligvis ikke har vært noe videokamera. Videoopptakere som dette kan revolusjonere fjernsynsnyhetene på samme vis som de bærbare videokameraene utkonkurrerte 16 mm filmkameraene i 1970-årene, og billige DV-kamera ble nøkkelutstyr for fjernsynsjournalister i 1990-årene. I dag er slike DV kamera også utbredt blant folk flest, og fra tid til annen tipser de fjernsynsstasjoner.<sup>120</sup> Videomobiltelefonen er en teknologi som åpner for at hvem som helst kan bli en ”instant journalist”. En video kan være tilgjengelig for verden i løpet av minutter. Med andre ord bærer teknologien med seg kimen til en demokratisering av nyhetsprosessen.

Alle med et digitalt kamera og internettadgang kan nå kreve global oppmerksomhet, slik videoen av halshoggingen av amerikaneren Nick Berg i Irak fikk. For denne videoen ble ”kringkastet” til verdenssamfunnet via et Al Qaida-nettsted. Dermed ble nettstedet en global tv-kanal med høye seertall. Denne formen for kringkasting kan kalles for skyggekringkasting.



**Illustrasjon 59** Nokia 3650 og 6600 har kamera som kan ta stillfotografier og gjøre videoopptak. BBC utstyrte tidlig i 2004 mange reportere med Nokia 3650 slik at de kan gjøre videoopptak.

BBC har sett potensialet i den nye videomobilten. Tidlig i 2004 ble førti journalister utstyrt med Nokia videomobiler

som gjorde det mulig å sende videoer og fotografier tilbake til redaksjonen med GPRS. Nokia 3650 til BBC-reporterne er utstyrt med software fra Philips, ifølge Frank Beacham (2004), som gjør at de kan ta opp til 15 minutters opptak og ikke bare ett minutt som i

<sup>119</sup> [http://www.forbes.com/2004/02/05/cx\\_pp\\_ij\\_0204cameraphone.html](http://www.forbes.com/2004/02/05/cx_pp_ij_0204cameraphone.html)



standardmodellene.<sup>121</sup> Når opptaket er ferdig, blir det sendt til BBC i London. Dette gir BBC et konkurransefortrinn som man kunne se under Bush-besøket i Storbritannia i 2004 da bilkolonnene ble fulgt og filmet av videomobiler av journalister. Så langt er det kun BBC som har offentliggjort at reporterne bruker dette utstyret.

## Gården rasert da bredemningen brast

FJÆRLAND/BERGEN (VG) Hjelpeløs sto gårdbruker Eirik Øygard (46) og så kaskader med vann, gjørme steinblokker og trær rasere hele gården hans.

Av HARALD VIKØYR



DRAMATISK: Her kommer massene med brevann, gjørme, stein og trær nedover Supphelledalen, fanget inn av kameraet til Eirik Øygard. Foto: Eirik Øygard

**Illustrasjon 60** Faksimile fra *VG Nett* 8.5.2004 som viser fotografiet Eirik Øygard tok med sin kameramobil da raset gikk. Faksimilen gir også et inntrykk av hva videoen vist på TV2 handlet om.

I Norge har jeg observert potensialet til slike videomobiltelefoner i det norske nyhetsbildet både for aviser og for tv. Da ferga «Strandebarm», som går i trafikk mellom

Langevåg og Buavåg i Bømlafjorden, fikk motorstopp med 31 passasjerer om bord i slutten av april 2004, ble redningsaksjonen filmet med en mobilvideo av øyenvitnet Tore Skogøy. Dagbladet fikk tilsendt tipset og [filmen](#) ble publisert av Dagbladet (30.4.2004).<sup>122</sup> Og da en større flom satte flere gårder i Fjærland under vann knapt en uke seinere da store mengder brevann raste ut gjennom en morene ved foten av Supphelledalen våren 2004, gjorde gårdbruker Eirik Øygard opptak av hendelsen med en videomobil. Opptaket ble sendt til TV2, mens VG fikk fotografier. TV2 konverterte opptaket og sendte det på *TV2 Nyhetene* samme kveld den 9. mai. Det samme skjedde da flere ras sperret inne en rekke biler langs Kjosnesfjorden i Jølstervatnet i november 2004.<sup>123</sup> En av de innesperrete bilførerne sendte en MMS-video som viste rasene til TV2. Den ble vist i nyhetsendingen samme kveld. Kvaliteten kunne vært bedre på opptakene, men de viste dramaene slik de utspant seg og slik lokalkjente

<sup>120</sup> Et eksempel på at privatpersoner tipser med videoer er "Bjørner på veien" som Dagsrevyen viste 21.5.2004 <http://www.nrk.no/nyheter/innenriks/3801273.html>

<sup>121</sup> Se også [http://www.forbes.com/2004/02/05/cx\\_pp\\_ji\\_0204cameraphone.html](http://www.forbes.com/2004/02/05/cx_pp_ji_0204cameraphone.html)

<sup>122</sup> Se filmen her: <http://www.dagbladet.no/download/fergevideo.3gp> (Sist besøkt 15.juni 2004)

så og opplevde dem: Nært, autentisk og ekte. Når ikke andre videoer foreligger som dokumenterer dramatiske hendelser, er det blitt en rutine for redaksjonen i TV2 å gi plass til MMS-videoer i *TV2 Nyhetene*.

Naturligvis ble nyhetssendingene til TV2 og NRK preget av MMS-videoene fra publikum i forbindelse med terrorbombene mot London 7. juli 2005. Disse opptakene løp verden rundt, og viser at nyhetshendelser blir dekket på en annen måte enn før kameramobilen gjorde sitt inntog.



**Illustrasjon 61** Chosun.com rapporterte i februar 2005 at Pantech & Curitel vil introdusere denne mobiltelefonen. Den har et 2.1 megapiksel kamera, blits og optisk zoom, slik at det kan bli gjort opptak med DV-kvalitet.

Like rundt hjørnet befinner det seg nå DV-kamera integrert i mobiltelefon, eller er det egentlig omvendt: mobiltelefon integrert i DV-kamera. Chosun.com rapporterte i februar 2005 at Pantech & Curitel vil introdusere denne mobiltelefonen.<sup>124</sup> Den har et 2.1 megapiksel kamera, blits og optisk zoom, slik at det kan bli gjort opptak med DV-kvalitet. Slike videomobiler blir neppe med det første så utbredt som

dagens kameramobiler er blitt på kort tid. Men de understreker og peker på hvilken retning utviklingen er i ferd med å gå om ikke for den vanlige forbruker, så i alle fall for den profesjonelle flermediale journalist.

Om ikke publikum ennå sender så mange videoopptak tatt opp med kameramobiler til fjernsynsstasjonene, er MMS med videoklipp fra kameramobiler under lansering på NRK2 *Svisj*. Muligheten til dele videoklipp med andre blir også vurdert for nyhetsformatet. Dette er

---

<sup>123</sup> Se TV2 Nyhetene 14.11.2004 kl 2100.

<sup>124</sup> Chosun.com 2.2.2005 <http://english.chosun.com/w21data/html/news/200502/200502020020.html>

en del av kapitlet om interaktivt TV som følger etter neste kapitlet om remediering av fjernsyn for mobiltelefoner.

## Remediering av TV for mobiltelefonen

- *Du store verden så liten den er blitt!* TV2 reklamefilm 2004

Fjernsyn er ikke hva det engang var. Fjernsyn kan ses på mange måter, og ikke bare på fjernsynsskjermer og pc-er. Fra juni 2004 kan man se NRK1 direkte på den fjerde skjermen. Dette er en ren remediering av fjernsynsprogrammer, og åpner for å kunne se programmer 24 timer i døgnet med mobiltelefoner og håndholdte PDAer.



**Illustrasjon 62** Illustrasjonen viser det kjente prøvebilde til NRK. Det er nå mulig å se også med mobiltelefoner.

NRK ble med dette blant de aller første kringkasterne i Europa som lanserte et tilbud som fungerer over det vanlige mobilnettet. Overføringen foregår gjennom punkt-til-punkt forbindelse. Skjønt italienske Tim har sendt tv til mobiltelefoner siden oktober 2003, og har i dag totalt tolv tv-kanaler. Tjenesten fungerer både i GPRS- og 3G-mobiler. Mobil-tv er først og fremst beregnet på en elite som ikke trenger å tenke på regningen, fordi det koster omkring 3 kroner pr minutt å se for eksempel Dagsrevyen, Sporten eller Sopranos. De første åtte timene etter at tilbudet ble tilgjengelig, ble omkring to tusen klipp hentet fra NRK.<sup>125</sup> Også den kommersielle delen av BBC, BBC Worldwide, tilbyr deler av sitt store arkiv til mobiltelefoner (BBC 24.6.2004).<sup>126</sup> Følgelig vil folk flest laste ned fjernsyn på internett der trafikken ikke er så dyr, og der kvaliteten minner om kvaliteten på fjernsyn på internett før bredbandet overtok. Dette gjør at opplevelsen av fjernsyn for mobiltelefoner ikke er den aller største en som seer kan få ta del i. Med dette har fenomenet ”titting” fått en ny betydning, siden den fjerde skjerm er liten. Løsningen på utfordringen med den fjerde lille skjermen er like rundt hjørnet. Telebriller er løsningen. Med

<sup>125</sup> <http://www.textually.org/picturephoning/archives/004284.htm> (Sist besøkt 1.7.2004)

<sup>126</sup> <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/3829343.stm> (Sist besøkt 24.6.2004)

japanske telebriller fra optikkelektroniske Scalar, får man en virtuell 28 tommer skjerm foran det ene øyet. Da blir opplevelsen sammenlignbar med den vanlige fjernsynsskjermen.<sup>127</sup>



**Illustrasjon 63** Med telebriller fra japanske Scalar går det mot en løsning på problemene den lille skjermen kan skape for film- og fjernsynsopplevelse med og på mobiltelefonen.

I tillegg til NRK1 tilbys TV-klipp med den siste nyhetssendingen og utvalgte smakebiter fra arkivet. NRKs løsning støtter 3GP, som er standarden for mobil-TV. Det gjør at alle nyere mobiltelefoner,

med støtte for video kan se NRK1 og de siste TV-nyhetene uten en installasjon av noen avspiller.<sup>128</sup> Dette er en del av det Nokias ledelse beskriver som framtida.

Innholdsleverandørene vil remediere alt innhold fra radio, tv og ordinært internett, slik at det blir tilgjengelig for mobiltelefoner. Mobiltelefonen vil i stigende grad bli sett på som et kringkastingsmedium. Gjennom Open Mobile Alliance (OMA) samarbeider Motorola, Nec, Nokia, Siemens og Sony Ericsson om hva som må på plass av software og standarder for å kunne tilby fjernsynsendinger i stor skala til mobiltelefoner. Det langsiktige målet for samarbeidet er å øke forbruket av medieinnhold på mobiltelefoner (Newsfactory 11.9.2004).<sup>129</sup> Det er i dette perspektivet man også må forstå TV2s egenreklame for mobiltjenester: - *Du store verden så liten den er blitt!*

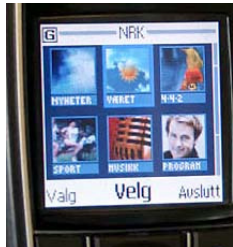
<sup>127</sup> <http://www.cellular-news.com/story/13300.php> (Sist besøkt 4.7.2005)

<sup>128</sup> Løsningen er bærueavhengig og fungerer via alle nett, inkludert GPRS, UMTS og EDGE. NRK mobil-TV er en pilotjeneste som blir vurdert fortløpende. NRK tar ikke betalt for mobil-TV i pilotfasen av prosjektet, men brukerne må betale trafikkostnader til operatørene som tar en gjennomsnittspris på 3-5 kroner per minutt. Dette avhenger imidlertid av abonnement og bruk. NRKs TV-tilbud er tilgjengelig på wap.nrk.no og fungerer i nettene til både NetCom og Telenor. NRK har samarbeidet med Nokia på den ene siden og Norwegian Rubberduck Media Lab (RDML) & Nextreaming fra Korea på den andre siden i utviklingen av mobil-tv (NRK nett 17.6.2004). <http://www.nrk.no/nyheter/nyhetstilbudet/3871031.html>

<sup>129</sup> [http://www.newsfactor.com/story\\_xhtml?story\\_title=Firms-join-for-Mobile-Phone-TV&story\\_id=26882](http://www.newsfactor.com/story_xhtml?story_title=Firms-join-for-Mobile-Phone-TV&story_id=26882) og <http://www.openmobilealliance.org/>



**Illustrasjon 64** Fra 17. juni 2004 kunne man blant annet se remediert den siste nyhetssendingen fra NRK1 direkte og i opptak på NRK mobil-TV. Bilde som blir vist, er imidlertid noe hakkete og dårlig.



Verden vil være mobil. Den nye mobilteknologien heter **3G ("Third Generation")** og åpner for en rekke muligheter som videooverføring i bredbåndskvalitet direkte ut til mobiltelefoner og håndholdte PDA-er. Denne teknologien vil sette fart på remedieringen av fjernsyn til mobiltelefoner. Utbyggingen av 3G er ikke kommet i gang i Norge, noe den er i Sverige. Her kunne Telias kunder se direktesendingene til SVT fra de olympiske leker i Aten 2004 på mobiltelefoner med

tjenesten **Telia Go**, og de får tilgang til nyhetsarkivet med tekst, bilder og videoer, samt en rekke andre tjenester.<sup>130</sup>

Under OL var det et gratis PR-utspill for 3G, men tjenesten vil koste langt mer enn NRK tv til mobilen over GPRS.<sup>131</sup> Samsung SGH-P705 har allerede tv-tuner, mens Nokia, Sony Ericsson, Nec og Sanyo har mobiltelefoner med innebygde digital-tv-mottakere og HDTV på gang.<sup>132</sup> Mens LG-SB120 er første mobiltelefon fra LG som støtter Digital Multimedia Broadcasting (DMB) og kan dermed motta bakkesendt TV.<sup>133</sup> Å se på tv i mobilen blir da i prinsippet gratis, og markedet for denne dyre tjenesten vil forsvinne.

Det digitale bakkenettet som Norsk Televisjon ønsker å bygge, vil også sette fart i remediering av fjernsyn for mobiltelefoner: Det gir landsdekning, bygger bro over den digitale kløfta i samfunnet, gir grønt lys til allmennkringkasterne for interaktiv innholdsproduksjon, tilbyr full mobilitet, slik at folk kan se fjernsyn med mobiltelefon enten de er på veg til jobb eller i andre sammenhenger.<sup>134</sup>

<sup>130</sup> <http://www.nyteknik.se/art/35510> (Sist besøkt 30.6.2004). Se også flash:

<http://www.telia.se/pw/privat/redirect.do>

<sup>131</sup> <http://www.nyteknik.se/art/35706> (Sist besøkt 30.6.2004).

<sup>132</sup> New York Times 21.10.2004

<http://www.nytimes.com/2004/10/21/technology/21phone.html?adxnml=1&oref=login&adxnmlx=1098905822-wGHKBp1kDAEA229hF583Kw> (Sist besøkt 25.10.2004).

<sup>133</sup> [http://www.textually.org/picturephoning/archives/cat\\_dmb.htm](http://www.textually.org/picturephoning/archives/cat_dmb.htm) (Sist besøkt 5.6.2005).

<sup>134</sup> Se Norsk Televisjons (NTV) [presentasjonsfilm](http://www.nrk.no/Egenreklame_for_NRK/2003-11-17/NTV_300k.wmv) av mulighetene digitalt bakkenett vil gi. Den ble laget i 2003: [MMS://straum.nrk.no/Egenreklame\\_for\\_NRK/2003-11-17/NTV\\_300k.wmv](http://www.nrk.no/Egenreklame_for_NRK/2003-11-17/NTV_300k.wmv)





**Illustrasjon 65** Vegen mot 3G (UTMS) teknologi for mobilnettverkene kan illustreres med et stadig større bilde. Det viser hvor stor datamengde de ulike mobilnettverkene klarer å overføre på to sekunder. Mobiltelefonen på bildet er en Nokia 6230, en av ni modeller på markedet som i dag støtter EDGE. Illustrasjonen er hentet fra VG.<sup>135</sup>

Men før Norge fikk et UMTS-nett, gikk vegen om EDGE, slik det framgår av illustrasjonen som viser vegen fra GSM mot UMTS eller 3G. EDGE står for Enhanced Data for GSM Evolution. Med EDGE kunne mobiltelefonioperatørene tilby hastigheter opptil 384 kbps, mens faktisk hastighet var noe lavere. UMTS står for Universal Mobile Telecommunications System, og er betegnelsen på 3. generasjons 3G-teknologi for mobilkommunikasjon. Dette er

etterfølgeren til dagens mobilnett og EDGE, og blir gjerne kalt mobilkommunikasjonens svar på bredbånd. Telenor åpnet sitt UMTS-nett for mobiltelefoni 1. desember 2004, og det dekket da omkring to millioner mennesker i 70 byer og tettsteder.<sup>136</sup> For å kunne bruke dette nettet må forbrukerne skaffe seg en ny 3G mobiltelefon av typen Nokia 6630 eller Samsung Z107.

I slutten av november 2004 relanserte NRK derfor sin mobiltv-tjeneste. På siden wap.nrk.no kunne man finne en skreddersydd løsning for det etterlengtede 3G-mobilnettet. NRK tyvstartet riktig nok dette 3G-tilbudet i juni, slik at man kunne bruke den TV-tjenesten også med en ”gammeldags” telefon med tregere dataoverføring. TV på mobilen har i prøveperioden vært med et hakkete og dårlig bilde. VG (30.11.04) prøvde den relanserte TV-tjenesten i både gammelt og nytt nett, og konklusjonen var: 3G var overlegent best.

<sup>135</sup> <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=248333> (VG 5.10.2004).

<sup>136</sup> <http://pub.tv2.no/nettavisen/it/article309282.ece> (Nettavisen 1.12.2004)



#### **Illustrasjon 66**

Fremdeles er kanskje ikke TV på mobil helt som i stua. Men TV på mobil, slik NRK og TV2 leverer tjenesten, har endelig blitt bra nok til at det går an å se på for betalingsvillige høystatusgrupper.

For å prøve teknologien supplerte NRK under Vasaloppet i 2005 ordinær tv-dekning med å gå inn direkte fra sporet hvor Christian Grotnes rapporterte fra en videotelefon. Det er første gang kringkasteren har benyttet denne muligheten i 3G-telefoner på fjernsyn. NRKs reporter Christian Grotnes deltok selv i løpet.<sup>137</sup>

På den annen side har TV2 sittet på gjerdet og observert NRK, og kom inn på arenaen i begynnelsen av desember 2004. Da ble alle sendinger tilgjengelige på Telenors 3G-nett. Forbrukerne kan også laste ned indekserte sendinger, skåringer i Premier League og mer Hotell Cæsar enn mange har godt av. Skåringer i Premier League blir å se på norske mobiler etter at TV2 Interaktiv kjøpte mobilrettighetene for den engelske toppligaen. Dette fordi liknende tjenester er blitt populære i det britiske 3G-nettet.<sup>138</sup> Imidlertid blir dette tilbudet også tilgjengelig i både GPRS og EDGE framover. Førstnevnte kan nå omkring to millioner mobiltelefoner, sistnevnte noen titusener. Hvis man har abonnement på en tjeneste som dette fra TV2, vil det koste omkring en tier for et klipp til mobiltelefonen.

---

<sup>137</sup> Sendte direkte tv fra mobil. *Computerworld* 10.3.2005

<http://computerworld.no/index.cfm/prioritert/artikkel/id/49793> (Sist besøkt 15.4.2005)

<sup>138</sup> <http://www.teleavisen.no/default.asp?page=25&article=14352> (*Teleavisen* 1.12.2004)

<http://www.teleavisen.no/default.asp?page=25&article=14261> (*Teleavisen* 17.11.2004)



**Illustrasjon 67** Politikere er overalt i en valgkamp, de kysser babyer, bruker helikopter for å komme seg rundt, og de gjorde mobiltelefonen til en del av valgkampen med video, slik Charles Kennedy fra Liberal Democrats gjorde under valgkampen i Storbritannia i 2005.

Under valgkampen i Storbritannia våren 2005 invaderte den moderne mobiltelefonen den politiske arenaen. Selskapet 3 inviterte partilederne fra de tre største partiene til å spille inn valgvideoer for mobiltelefoner. Charles Kennedy fra Liberal Democrats, Liam Fox fra Conservative Party og Alan Milburn fra Labour Party. Han sa følgende i videoen: *Hi I'm Alan Milburn from the Labour Party. We want to keep*

*the country moving forward with a rise in minimum wage, more people in work, investment in our hospitals and schools and more childcare facilities. Lets keep Britain moving forward and don't let it go back to the Tories, when people were out of work, interest rates were out of control and they were kept in public services. That's the choice on May the 5th, if you value it, vote for it.*<sup>139</sup>

Situasjonen er ikke bare preget av lutter glede og optimisme. Det er betydelig skepsis til tv for mobil. Analyseselskapet Gartner framhevet seks problemer for mobil TV i Europa (Digi.no 15.2.2005).<sup>140</sup> Disse skjærene i sjøen vil også vise seg for 3G-aktørene:

1. Små skjermer er et stort hinder, bruken av streamet video over nettet er liten, trolig på grunn av de små bildene.
2. Personal video recorders og video-on-demand-tjenester har vent mange brukere til en kontroll over TV-bruken de ikke vil få på mobilen.
3. TV-selskapene sliter med at deres seere spres stadig mer og mobil-TV vil gjøre ting enda verre.
4. Hvem som skal investere i mastene og innholdet og hvem som skal få inntektene er uklart påpeker Gartner.
5. Det er uklart hvor mye kundene vil se og betale.
6. Mobilene som støtter DVB-H

<sup>139</sup> Tech Digest: "3's election video nasty" 4.5.05. [http://www.techdigest.tv/2005/05/3s\\_election\\_vid.html](http://www.techdigest.tv/2005/05/3s_election_vid.html)

<sup>140</sup> Spår langt frem for tv på mobil. *Digi.no* 15.2.05 <http://www.digi.no/php/art.php?id=116878> (Sist besøkt 1.3.2005)

er ikke på plass, og flere teknologier sammen med et usikkert marked vil få mange til å vente til markedet er etablert. Dette kan føre til høye priser på de første telefonene.

Bruken av TV på mobil har ikke tatt av hos abonnentene i Norge, derfor valgte Telenor sommeren 2005 å kopiere strategien som er blitt brukt for å stimulere forbrukerne til å bruke MMS. For abonnentene kunne da for 29 kroner i uken se mobil-tv uten å tenke på den dyre minuttprisen (Nettavisen 5.6.2005).

Hvis remedieringen av fjernsyn for mobiltelefoner kan ses som fjernsyn for høystatus-grupper, kan såkalt SMS-TV ses som fjernsyn for lavstatus-grupper som søker fellesskap, tilhørighet, tidtrøyte og eksponering. Det er denne formen for fjernsyn neste kapittel handler om.

## MMS, tommel-tv og ITV

*In the future everyone will be world-famous for fifteen minutes.* Andy Warhol (1968).<sup>141</sup>

Få ting har slått bedre an enn kombinasjonen av å tomle på mobilen og å se sine egne SMS meldinger på TV og radio remediert for TV. Begrepet tommel-tv beskriver tv-programmer der seerne selv er med på å bestemme innholdet ved hjelp av tastene på mobiltelefonen. For når de fleste ikke ser på tv, sender tv-kanalene tommel-tv. Døgnets minst attraktive sendetidspunkter blir brukt til å eksperimentere med nye programledere, nye programformer og lavkostproduksjoner helt uten kamera- og lydfolk i de store tv-kanalene. Ved Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda, der kommende fjernsynsmedarbeidere blir utdannet, er dette under utprøving og utforskning. Et av målene er å utforske produksjonsmåter med et demokratiseringspotensial. Et annet er å arbeide for å heve statusen til dette programformatet som gjerne er blitt betraktet som lavstatus-tv. Et tredje er å prøve om produksjonsmåten er egnet for nyheter.

NRK2, TVNorge og TV2 har med dette ITV-formatet fylt massevis av ellers død sendetid med seeres SMS-chat og avstemninger foretatt med tommelen. Det er skapt en såkalt ”digital lekegri(n)d”, i de fleste kanaler. Kunnskap om dette markedet er kortvarig og kostbar.<sup>142</sup> Denne mediekonvergensen mellom fjernsyn, telefon og internett legger forholdene til rette for interaktive fjernsynsløsninger der seeren har styrket kontrollen over hva som skal sendes på skjermen. Fra SMS til MMS har vegen vært kort. Kontakten mellom sender og publikum pleies med begge former for meldinger. Men SMS dominerer fortsatt.

Veien er heller ikke lang til en *visuell* radio der lyttere kan motta MMS med lyd på mobiltelefonen. Disse er synkronisert med spillelistene på radiostasjoner som engelske Virgin

---

<sup>141</sup> Sitatet stammer fra åpningen av en Warhol utstilling i februar 1968 på Moderna Museet i Stockholm.

<sup>142</sup> Rapporten “*SMS to MMS TV-Messaging*” fra 2003 utført av MarketResearch.com beskriver nye former for interaktivitet: SMS til tv, MMS til tv, ringetoner, logoer og grafikk, og plattformer og markedsmuligheter. Den har også case studier av NRKs og Fremantle Medias bruk av TV-meldinger, samt hva som er gjort rett og feil. Studien forklarer hvordan NRK ble første kringkaster med MMS på TV. Den selges av Amazon for 508 dollars.



og finske Kiss FM. Lytterne som bruker mobiltelefonene til å ta inn denne stasjonen, kan stemme fram plater på spillelister, rangere sanger og delta i konkurranser.<sup>143</sup>

Interaktiviteten fører til at kommunikasjonsmønsteret mellom medium og bruker endres, og nye måter å være seer på oppstår.<sup>144</sup> Dagens ITV er først og fremst opplæring for både seere og sendere. Sendersiden ønsker å gjøre erfaringer som kan bli nyttige etter hvert som mer kommer på plass, og den ønsker å lære publikum å samhandle med tv. Mobiltelefonen er i ferd med å bli en fjernkontroll.<sup>145</sup> Men den gir også rom for videoopptak, og seernes videoopptak vil bli vist på tv i framtiden. Når bilder og videoopptaksmuligheter blir enda bedre, ser Lars Lønne i NRK Aktivum for seg over en million kamerapunkter i landet (Dagens Næringsliv 28.9.04:46). Dette kan gi en dekning av ting som skjer på en rekke felt på en helt annen måte enn før. Følgelig er en konseptualisering og undersøkelser av konvergens mellom fjernsyn og radio på den ene siden og nye medier som internett, e-post, SMS og dataspill på den andre siden, etterlyst og underveis i UiO-prosjektet *Participation and Play in Converging Media*.<sup>146</sup>



**Illustrasjon 68** Faksimile av et oppslag i Aftenposten fra 5.februar 2004. Det fortalte at TVNorge blir berget av SMS-TV.

De seinere årene har det skjedd en utprøving av interaktivt fjernsyn og nye former er skapt: avstemning, chat og konversasjon, humor, konkurranse, konsultasjon, musikk, programlederen, tema og fotografier (Nylund Hagen 2004). I den siste tiden er det blitt vanligere for ungdom å sende fotografier fra kameramobiler til fjernsynskanaler med såkalt Off Broadcast Time (OBT) eller Interactive Television (ITV). Fotografier fra kameramobiler er en del av dette interaktive fjensynsbildet.

<sup>143</sup> <http://www.textually.org/picturephoning/archives/006738.htm>

<sup>144</sup> De nye formene for interaktivitet er beskrevet i [Timecodes](#). Dette er et prosjekt i regi av studenter ved Institut for Film & Medievidenskab ved Københavns Universitet.

<sup>145</sup> Min Nokia 6600 med operativsystemet Symbian 60 er for lengst blitt en fjernkontroll for tv, men også for dvd-spilleren, cd-spilleren i stua og i bilen, og for teknikk til hjelp for undervisningen i auditoriene.

<sup>146</sup> Se nettsiden til KIM-prosjektet PaP: <http://www.media.uio.no/prosjekter/pap/ompap.html>

**Illustrasjon 69** *Svisj* på NRK2 ble en helg midt i juli 2003 Europas første tv-kanal som lot seerne sende inn bilder fra kameramobil. Responsen var overveldende. Rundt to tusen bilder ble vist på skjermen denne helgen.



På NRK2 har det allerede vært utprøvd mange forskjellige konsepter. I dag produseres *Svisj* [[Svisj](#)], *Autofil Jukeboks*, samt *Nattønsket*. *Svisj* ble en helg midt i juli 2003 Europas første tv-kanal som lot seerne sende inn bilder fra mobiltelefon.<sup>147</sup> Responsen kom. Rundt to tusen bilder ble vist på skjermen denne i helgen. Mens TVNorge produserer *Mess-TV*, og her går dette tilbudet ofte ni timer hver dag. Ifølge produksjonsselskapet Rubicon er det laget 6000 timer med *Mess-TV* siden oppstarten i 2002.<sup>148</sup> Likedan har TV2 hatt *Soddler* [[Soddler](#)] og *Sone2*. Programmet ble først nedlagt våren 2004, men om sommeren oppstod det igjen under navnet *Sommersone*. Det fortsatte så som *Høstsonen*. Spørreundersøkelser i regi av Berit Skog (2002, 2003:39pp) viste at blant ungdom er *Svisj* og *Sone 2* de mest populære programmene å sende SMS til. Ungdom oppfatter programmer som dette som en ny *sosial arena* der de kan henvende seg til andre ungdommer og får respons fra programlederne.



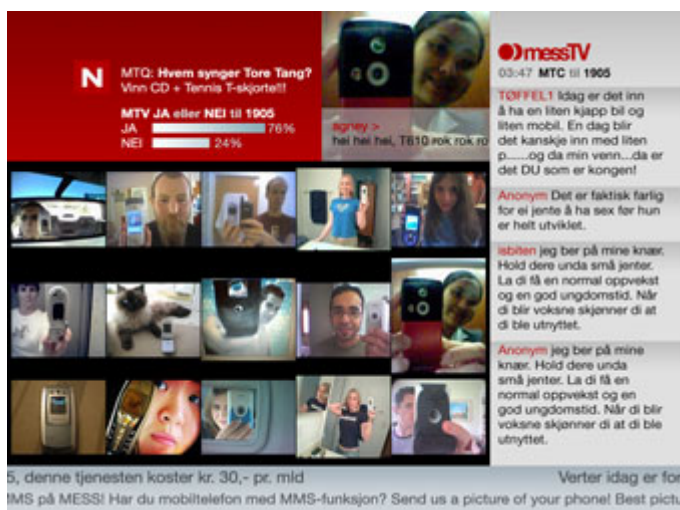
**Illustrasjon 70** Bandet Savoy var gjest i *Svisj* i september 2004, der de ble intervjuet om sin siste video *Whalebone*.

Felles for tommel-tv-konseptene er at tv-ruten er delt inn i en rekke felter eller soner (Beyer et al. 2004). Den framstår som det noen har kalt en ”digital lekegrind”, men som også kan betegnes som en ”lekegrid” i og

med at tv-ruten blir delt i det som likner en grid. Konseptene åpner for nye måter å

<sup>147</sup> <http://www.digi.no/php/art.php?id=90994> (Sist besøkt 31.10.2003)

kommunisere med seerne og lokke penger fra seerne. På *Mess-TV* dominerer programlederen i en stor rute øverst til venstre på skjermen. Hun snakker direkte til seerne, mens makkeren styrer sendingen og modererer det innkomne. Ingen andre enn de to bemanner studio. Kamera står fast og makkeren sørger for at lyden går ut til seerne. Billigere kan det ikke gjøres fra sendersiden. Like under programlederen løper en stripe der seernes meldinger ruller over skjermen med store bokstaver. For dette er prisen tretti kroner. Under denne stripen med ”supermeldinger” skjer det hele tida en form for avstemninger. Her betaler seerne ti kroner for å delta. Til høyre for avstemningen løper seernes mobilfotos kontinuerlig. Prisen for å få fotoet sitt vist på skjermen er femten kroner. I en stolpe til høyre i skjermen pågår chatten. Alle som vil, kan sende inn meldinger. Prisen for å delta er ti kroner pr melding. De ivrige seerne får tak i et nickname, et såkalt kallenavn for ti kroner, og de aller ivrigste har knyttet et lite ikon til sitt nick. Det koster også ti kroner. Og seerne tommer mye, for det kommer inn mellom 3000 og 5000 meldinger i døgnet. Inntektene blir delt mellom TVNorge, Rubicon og teleoperatøren Telitas (Dagens Næringsliv 28.9.2004:46).



**Illustrasjon 71** En faksimile av *MessTV* i regi av TVNorge. Tilbudet kom først på skjermen i 2002 og er blitt stadig endret og utviklet.

Alle tv-kanalene oppfordrer seerne til å sende inn fotografier. Det er blitt drøftet hvordan fotografiene seerne sender inn, skal vurderes, hvilke skal slippe gjennom og ut på skjermen, og hvilke skal stoppes. For her står kanalene overfor en etisk utfordring.

Og Statens medieforvaltning vurderer sendingene løpende fordi deler av sendingene kan være ulovlige, fordi det koster mye penger å delta på ITV, og Statens medieforvaltning har kommet med forslag om maksimalpriser og aldersgrenser (Bjørkeng i Aftenposten 9.2.2004).

<sup>148</sup> Dagens Næringsliv 28.9.2004:46

For mange mennesker er det blitt kveldens eller formiddagens høydepunkt å ligge med et fotografi i ”loopen” på ti bilder for ett minutt eller to på en av de norske tv-kanalene ITV-tilbud til ungdom. Og får mange er det en veg ut av ensomhet, fordi det er en mulighet for kontakt og samhørighet. ITV er en videreutvikling av kringkastingens selskapsfunksjon i hverdagen for mange, og det er en uttrykksform i det sosialt samfunnet Stig Hjarvard (2003) har beskrevet.



**Illustrasjon 72** Nederlandske Media Republic har distribuerer såpeserien Jong Zuid, som er utviklet for mobiltelefoner og MSN Messenger.

Den beskrevne utviklingen er ikke unik for Norge, en liknende utvikling har funnet sted i utenlandske tv-stasjoner, og denne blir fortløpende rapportert av [Picturephoning.com](http://www.picturephoning.com).<sup>149</sup> Til forskjell fra Norge er såpeserier og reality-tv nå en del av det interaktive fjernsyn. For *Media Republic* var allerede i 2003 ute med såpeserien [Jong Zuid](#) i Nederland for mobiltelefoner. Den er først og fremst skapt for MMS, men trekker også veksler på internett og MSN Messenger.<sup>150</sup> Etter at abonnentene har registrert seg og betalt for tjenesten, mottar de nye episoder, dag etter dag, uke etter uke og måned etter måned. Såpeserien fikk prisen *Ericsson Best Mobile Application Award Europe 2003* for å ha utviklet et innhold som vil gagne aktøren Sony Ericsson.

Likedan har det spanske selskapet Telefónica Móviles lansert såpeserien FanTESStic. Dette er en interaktiv serie med virkelige skuespillere beregnet først og fremst for MMS. Hver uke får abonnentene tre kapitler fra serien. Hvert kapittel har med en MMS med fem bilder, en tekst om plottet og musikk.<sup>151</sup> Internett-såpen Spot blir relansert og streamet til mobiltelefoner av

<sup>149</sup> [Picturephoning.com](http://www.picturephoning.com) rapporterer løpende om bruk av fotomobiler i tv-sammenheng: [MMS on Television](#)

<sup>150</sup> [http://www.springwise.com/newbusinessideas/2003/10/jong\\_zuid.html](http://www.springwise.com/newbusinessideas/2003/10/jong_zuid.html)

<sup>151</sup> <http://www.textually.org/picturephoning/archives/004788.htm>



Sprint i USA.<sup>152</sup> Game Network på Sky sine seere kan sende inn MMS-meldinger mens programmet er på luften og få disse vist på skjermen.<sup>153</sup>



**Illustrasjon 73** En scene fra Hotell Franklin – et såkalt mobilt reality show, og Todd TV med ”Todds every move”. Begge blir vist på Fox TV.

Tidligere er ”Hotel Franklin” laget spesielt for mobiltelefoner av Rupert Murdoch's Fox

TV, og er verdens første TV-serie laget for mobiltelefonen. Hver episode eller ”mobisode” er på ett minutt. På TV-messen i Cannes 2004 viste Fox frem de to første episodene av ”Hotel Franklin”. Serien ble lansert som virkelighets-TV med røff kameraføring, men er en studioproduksjon (Propaganda 2.4.2004).<sup>154</sup> I samme gate finnes Todd TV fra Fox TV. Den går ut på at seerne kan se alt Todd gjør i syv uker, dernest kan seerne bestemme hva han skal gjøre gjennom denne formen for interaktivt tv på og for mobilen. Disse to konseptene ble presentert på konferansen CTIA Wireless 2004.

The Twentieth Century Fox studio, en veteran både på store skjermer og på fjernsynsskjermer, har gjort seg klar for den fjerde skjermen som fins på mobiltelefoner. Det er nå blitt produsert ”mobisodes” på ett minutt basert på dramaserien ”24”. Disse skal distribueres i land med utbygd 3G-nett.<sup>155</sup> I Sverige blir Paradise Hotell, den amerikanske versjonen av Robinson, tilgjengelig for leverandøren 3 sine mobilkunder fra januar 2005. Leverandøren 3 markedsfører seg med slagordet: *Den levende mobilen* i landene den opererer i.<sup>156</sup> Foruten daglige videosammenfatninger så får 3s kunder tilgang til ikke tidligere sendt

<sup>152</sup> <http://www.textually.org/picturephoning/archives/003830.htm>

<sup>153</sup> <http://www.requestec.com/PressRelease5.html>

<sup>154</sup> Første mobil-tv: <http://www.propaganda-as.no/php/art.php?id=102405> (Sist besøkt 23.6.2004)

<sup>155</sup> <http://www.msnbc.msn.com/id/6456372> (Sist besøkt 10.11.2004)

<sup>156</sup> 3 tilbyr mobilvideo og andre mobiltjenester i et flere land. I Sverige eies 3 av Hutchison Whampoa och Investor. 3 er først i Europa til å lansere en mobil videoportal. Multimediatjenestene er tilgjengelig i mobiler fra NEC Motorola, Nokia, Sony Ericsson og blir solgt under varemerket 3 i Sverige, Danmark og sju andra land.



materiale fra de 5 kamerateamene og de 35 faste kameraene i Paradise Hotel.<sup>157</sup> Samtidig kunne en lese i *The Feature* om kappløpet blant flere aktører for å forme framtidens såpeopera for mobiltelefoner.<sup>158</sup> Dette er en form for interaktivt fjernsyn som kommer til å bre seg fra land til land som innfører 3G (umts), og serien blir nå å finne på det britiske markedet. Potensialet interaktivt fjernsyn i kombinasjon med en remediert radio kan ha for nyhetsformatet, ligger foreløpig i det blå.

I Norge har Nils Gaup i samarbeid med NRK klippet ned tv-serien ”Deadline Torp” fra to timer til en 15 minutters mobil-tv-versjon, slik at den kan distribueres til seerne i et format skreddersydd for den fjerde skjerm. Serien består av 11 ”mobisodes”, hver på 80 sekunder. Dermed blir Gaup først ute i Norge og blant de første i Europa til å produsere underholdning der seerne kan sitte på kafé, på hytta, på bussen eller toget å bli underholdt.<sup>159</sup>



**Illustrasjon 74** Norske fjernsynsseere kan i 2005 sende inn MMS med videoklipp fra kameramobiler med videoopptaker, og få i første omgang vist på NRK2 *Svisj*. Muligheten blir vurdert også for nyhetsformatet.

En litt annen variant i samme gate er video- og multimedia-underholdning til mobiltelefonen. Den er kommet, den fungerer og den er klar for forbrukerne ifølge CinemaElectric, som har satt opp nettstedet PocketCinema.com.<sup>160</sup> På nettstedet blir det hevdet at PocketCinema har verdens største arkiv med video og filmer formatert for mobiltelefonen format 3GP. Målet er

å få stadig flere forbrukere med avanserte mobiltelefoner på verdensbasis til å trosse maksimen om at film er best på kino, og laste ned filmer. Likedan tilbyr Mobile

---

For eksempel kan man få finansiell informasjon via Dagens Industri eller fordrive tiden med å laste ned musikk og filmsnutter eller ta egne bilder med den innebygde videokameraet.

<sup>157</sup> <http://tre.se/templates/Page.aspx?id=2009> (Sist besøkt 21.1.2005)

<sup>158</sup> Soaps Moving From the Living Room To the Pocket

<http://www.thefeature.com/article?articleid=100510&ref=2341398> (Sist besøkt 18.6.2004) Soap on mobiles as TV goes tiny <http://www.abc.net.au/news/newsitems/s1080806.htm> (Sist besøkt 18.6.2004)

<sup>159</sup> Kamera går for mobil-tv. Dagens Næringsliv 20.04.05 s 52-53

<sup>160</sup> Se <http://www.pocketcinema.com/> (Sist besøkt 12.9.2004)

Entertainment Group i London live sendinger innenfor sport, musikk, film, tv til mobilen, samt at folk kan sette opp live kamera for personlig bruk og nytte.<sup>161</sup>

Interaktiviteten som er blitt beskrevet i dette kapitlet er nå på veg over i andre programformater. Ved årsskiftet 2005 ble det klart at norske fjernsynsseere nå kan sende inn MMS med videoklipp fra kameramobiler med videoopptaker og få disse vist på *NRK2 Svisj*. NRK ble dermed den første kringkaster i Europa med denne muligheten. Det som er enda mer interessant, er at NRK planlegger å bruke denne teknologien i andre programformater med fokus på nyheter, sport og underholdning.

Når det skjer en begivenhet med nyhetens interesse betyr dette at NRK har om lag 350.000 latente videoreportere over hele verden. De kan forsyne NRK med videodekning etter at en teknisk løsning er blitt utviklet sammen med Teletopia, slik det framgår av en pressemelding fra prosjektleder for mobile tjenester i NRKs utviklingsavdeling Gunnar Garfors, til DMEurope.com, og andre teknologiske nyhetsmedier.<sup>162</sup>



**Illustrasjon 75** Nokia 7710 er en kraftig telefon med full internettleser, integrert musikkspiller med stereolyd, et omfattende utvalg videofunksjoner som for eksempel avspilling, streaming og opptak, et megapiksel kamera med 2x digital zoom og FM radio med Visual Radio-klient. Nokia 7710 gjør også weblogging mobilt. Med ”moblog client” kan bloggere laste opp bilder og tekst til sin personlige blogg.

Opplevelsen av fjernsyn blir noe fattigere på den fjerde skjermen. Det har Nokia notert seg. Nokia lanserte en pennbasert multimedia- og smarttelefon med widescreen – Nokia 7710 – på den årlige Nokia Mobility Conference i Monaco og på Destination Nokia som ble arrangert i Bangkok, Thailand i februar 2005.<sup>163</sup> Med bredformat og høykvalitets touch-screen med 65 536 farger kan den løse en rekke oppgaver. Nokia 7710 er en kraftig telefon med full internettleser, integrert musikkspiller med

<sup>161</sup> Se tilbud her: <http://www.mobilechannels.com/> (Sist besøkt 12.9.2004)

<sup>162</sup> DMEurope.com (Digital media news for Europe) <http://www.dmeurope.com/default.asp?ArticleID=5373> (Sist besøkt 13.1.2005) It-avisen <http://www.itavisen.no/showArticle.php?articleId=1305258> og Kampanje <http://www.kampanje.com/00/48/71/0.html> (Sist besøkt 13.1.2005)

<sup>163</sup> [http://www.abc.no/mobiltelefoner/nokia\\_7710\\_ny.htm](http://www.abc.no/mobiltelefoner/nokia_7710_ny.htm) (Sist besøkt 14.2.2005)

stereolyd, et omfattende utvalg videofunksjoner som for eksempel avspilling, streaming og opptak, et megapiksel kamera med 2x digital zoom og FM radio med Visual Radio-klient.

Det vi har sett i dette kapitlet er at store mobiloperatører, telefonfabrikanter og innholdsleverandører allierer seg med et nytt format for øyet. Det handler til sjuende og sist om å skape forretningsmodeller som skal kapre markedsandeler i et nytt marked der den fjerde skjerm spiller en stadig viktigere rolle. Utsiktene til at tv, internett og spill samles på mobiltelefonen, skaper en grobunn for ny innholdsutvikling. I Norge er NRK, TV2 og TVNorge på banen slik at brukerne kan velge mellom nyheter, arkivinnslag og klipp fra populære program. Men de er helt i startgropen hva angår underholdningsserier for den fjerde skjermen.

## MMS og medieetikk

*- Jeg regner med at vi vil få noen få tilfeller der redaktører mener bildet er for godt og at det vil koste for mye å la være å trykke det. Per Edgar Kokkvold (Dagbladet 3.4.2004).*

I dagens situasjon med økende tilbud av fotografier til nyhetsmediene fra menigmanns kameramobiler, er vilkårene for publisering og bildebruk under diskusjon. Det er også tema for dette kapitlet, der synet til representanter for nyhetsmediene og medieorganisasjoner blir lagt fram.

Pressens hovedoppgave er å informere. Den skal informere om alt som kan ha offentlig interesse. Oppfordringer om tilbakeholdenhet og varsomhet blir definert som unntak fra dette hovedprinsippet. Det er budskapet i Svein Brurås (1999) sin bok om etikk for journalister. For journalistene skal berette om virkeligheten, om negative og positive saker uten å la seg stoppe av noe. Fra tid til annen kommer journalister opp i situasjoner der andre hensyn blir viktigere, og det er medieetikkenes oppgave å avveie disse hensynene opp mot kravet om å informere.

Nettopp dette ble understreket av Kronprins Haakon da han møtte representanter fra Norsk Presseforbund. Ifølge VG sa Haakon blant annet at han ”er bekymret over at stadig flere får mobiltelefoner og at avisene etterspør MMS-bilder. Han frykter at prinsesse Ingrid Alexandra kan måtte oppleve en oppvekst hvor noen stadig stikker frem en mobiltelefon med kamera får så å forsøke å sende det til pressen” (VG nett 2.4.2004). Han advarte avisene mot å kjøpe paparazzibilder tatt med mobiltelefoner eller håndholdt kamera. For dersom slike bilder blir betalt for, vil det motivere flere og flere til å ta slike bilder. Men Kronprins Haakon fikk ingen avtale med Norsk Presseforbund om en fredning av kongehuset (NRK Nett 2.4.2004). Denne henstillingen fra kongelig hold kan ses i lys av den europeiske menneskerettighetskonvensjonen.

De europeiske menneskerettighetsdommerne har nå erklært en tidligere kjennelse fra 1999 å være i strid med Den europeiske menneskerettighetskonvensjonen (Omdahl 2004). Den gjelder også som norsk lov. Dommerne har vurdert prinsesse Caroline av Monaco sitt gamle ønske om privatliv opp mot ytringsfriheten, og skriver at selv om også bilder er omfattet av

ytringsfriheten, dreier ikke disse bildene av Caroline med kjæresten, i badedrakt på Monte Carlo Beach Club og sammen med barna på ferie, seg om ”utbredelse av ideer”, men om personlige og intime opplysninger om et menneske. Dermed får kongelige bedre dager, mens paparazzier går dårligere dager i møte. Det er grunn til å forvente at sladderpressen i Europa vil tape på denne dommen, skrev Dagens Næringsliv (9.9.2004). For den norske pressen vil den få mindre betydning, ifølge Odd Raam og Per Edgar Kokkvold. ...*Pressen har en tendens til å argumentere med sin vaktbikkjefunksjon også når den ikke er relevant. Det blir litt vel pompøst når man prøver å gi alle underholdningselementer et skinn av samfunnsmessig betydning*, uttalte Odd Raam til Dagens Næringsliv (9.9.2004). Og Per Edgar Kokkvold la til: - *Man kan ikke sette likhetstegn mellom nysgjerrighet og offentlig interesse. Livet til 99 av 100 kjendiser avbildet i Se og Hør ville falle sammen hvis de ikke ble tatt bilde av.*



**Illustrasjon 76** Kronprins Haakon frykter MMS-bilder og MMS-fotografer. Det fortalte VG og andre aviser i 3. april 2004, slik det framgår av faksimilen.

Men det er grunn til å minne om at skjult kamera overfor representanter fra overklassen og kjendiser slett ikke er noe nytt. Allerede i 1930-årene brukte tyskeren Erich Salomon et skjult



lysstærkt kamera for å dokumentere datidens politikere og kjendiser i uoppmerksomme øyeblikk, og han ble kjent da han fotograferte ulovlig i en rettssak (Freund 1974:125, Sivertsen 1987:38-39). Fotografiene hans kom på trykk i et fotojournalistisk viktig blad med navnet *Berliner Illustrierte Zeitung*, samt i Salomons (1931) bok *Berühmte Zeitgenossen in unbewachten Augenblicken*.

De etiske sidene knyttet til kameramobilen er tidligere berørt i et kapittel med utgangspunkt i journalistikk om kameramobilen og med fokus på meningene til representanter utenfor nyhetsmediene. Hva er så representantene for de store nyhetsmediene og medieorganisasjonenes syn på kameramobiler og fotografiene de leverer fortere enn andre kameraer? NRK (11.12.2003) har grepet tak i utfordringer knyttet til den økende tilbudet av MMS-fotografier fra menigmann og laget [vilkår for bruk](#)<sup>164</sup>. NRK gjennomgår alle bilder, og frarår seere og bildespeidere å sende inn fotografier som er diskriminerende, rasistiske, eller på annen måte virker støtende, krenkende eller kompromitterende, voldelige eller pornografiske bilder, reklame- eller produktplassering, ulovlige aktiviteter, eller materiale vernet etter åndsverksloven, samt bilder som bryter de etiske normene vedtatt av Norsk presseforbund. Oppfordringer som - *Send oss bilder fra stormen* eller liknende går nå ut fra for eksempel NRK. *Har du bilder av oversvømte veier, kjellere eller ras? Send oss digitale foto av flommen på e-post eller MMS. Bilder som blir brukt honoreres med en t-skjorte fra NRK Trøndelag*, skrev NRK Trøndelag 18. desember 2003.

Etter hvert som kameramobilene blir utbredt, kan kongelige på handletur eller kjendiser i pinlige situasjoner dokumenteres når som helst og av hvem som helst. Så kjendisene går slitsomme tider i møte, ifølge NRK 9. februar 2004: - *Mennesker som er interessante for mediene vil etter hvert oppleve at det kan dukke opp en person med kamera hvor enn de går. Det blir litt storebror overvåker deg*, sa Gunnar Bodal Johansen til NRK (Moe & Vold 2004). Både representanter for VG og Dagbladet er oppmerksomme på denne presseetiske problematikken og har uttalt til NRK at de vil holde seg innenfor pressens etiske regelverk i sin offensiv for å sikre seg mer dokumentasjon fra samfunnssektorer og arenaer ved hjelp av sine lesere. Dagbladet oppfordrer i annonsene avisa kjører tipserne til å opptre aktsomt og til å

---

<sup>164</sup> <http://www.nrk.no/informasjon/hjelp/3346028.html>

wise respekt for privatlivets fred: - *Vi oppfordrer folk til å vise respekt for politisperringer, og opptre med vanlig folkeskikk. Vi er heller ikke interessert i kjendisbilder tatt på byen. Vi har et publisistisk ansvar for hva vi trykker. Her går det en klar grense. Samtidig er dette en ny kanal for oss, se bare på "Rocknes"-forliset. Jeg tror nitti prosent av bildene som både TV og aviser brukte der, var tatt av private*, sa nyhetsredaktør Eivind Ljøstad i Dagbladet til Aftenposten (Henriksen 2004).

Aftenposten har lovet å sjekke de mottatte bildene nøye: - *Når vi er litt forsiktig med å oppfordre til å sende inn MMS-bilder, så er det fordi vi ser et opplagt problem i at det store publikum skal begynne å opptre som nyhetsfotografer, uten å kjenne viktige presseetiske prinsipper. Det kan bli ganske ville tilstander på arenaer der heller diskresjon burde være utgangspunktet for fotografens fremferd*, uttalte nyhetsredaktør Ola Bernhus i Aftenposten (Henriksen 2004).

Gunnar Bodal Johansen er ikke overbevist om at løssalgsavisene tar dette alvorlig nok, og mener man kan få et veldig press mot det å publisere bilder som kanskje er etisk tvilsomme, og som dermed kan skape et veldig press mot de presseetiske reglene. Han forventer utglidninger på sikt, og derfor er han skeptisk til MMS-fotos. Trond Giske (AP) fra Stortingets kulturkomité, frykter ifølge NRK at løssalgsavisenes oppfordring til folk med kamera i mobiltelefonen til å sende bilder til nyhetsredaksjonene, vil skape et "Lillebror ser deg"-samfunn, der vi alle blir et folk av overvåkere.<sup>165</sup> Og generalsekretær Per Edgar Kokkvold i Norsk presseforbund venter spent på de første klagene til Pressens Faglige Utvalg, og han klør i fingrene etter å behandle en slik klage i et organ som har til oppgave å opptre skeptisk (Aftenposten 4.3.2004). Kokkvold uttalte til Dagbladet: - *Jeg regner med at vi vil få noen få tilfeller der redaktører mener bildet er for godt og at det vil koste for mye å la være å trykke det* (Dagbladet 3.4.2004).

Da alarmen gikk etter øksedramaet om bord i Kato Air-flyet 29. september 2004, startet også nyhetsmedienes jakt på bilder. En time etter at flyet landet, offentliggjorde VG Nett et MMS-fotografi tatt med kameramobil, fordi tips-systemet til VG fungerer bedre enn hos mange

---

<sup>165</sup> NRK 9.2.2004 <http://www.nrk.no/nyheter/kultur/medier/3506219.html>

andre. Det interessante med bildet er at det åpenbart er tatt fra en posisjon stengt for publikum, skrev Avisa Nordland (1.10.2004).<sup>166</sup> Det betyr at det ble er tatt av noen med adgang til Avinors lokaler i Bodø, og det er personer med adgangskort, sikkerhetsklarering og tilgang til det interne sambandet. Personen risikerer å miste jobben, ifølge lederen for Avinor i Bodø, Asgeir Hagen, fordi det er brudd på tillit og forskrifter.

## Angrep piloter med øks

BODØ (VG Nett) Midt under nedstigningen til Bodø, reiste den ene passasjereren seg og angrep pilotene med øks.

Av **BENGT NIELSEN, MORTEN ØVBERG, CHRISTIAN F. BRÆNDSHØI**

- Jeg kan bekrefte at en passasjer har gått løs på pilotene på vårt fly på innflyging fra Narvik til Bodø på rute 605, sier daglig leder Ørjan Nyborg i Kato Air til VG Nett.

- Overfalls mannen er en algerier i 30-årene, sier politadvokat Bjarte Walla til VG Nett.

De to pilotene og en passasjer er brakt til Nordlandsykehuset i Bodø. Situasjonen skal være stabil for begge. Sykehuset opplyser at det er snakk om lettere hodeskader.



DRAMA: Her står flyet på Bodø Lufthavn rett etter det blodige dramaet som utspant seg like før landing.

VG Nett følger:

**Luffart**

**Øksedramaet på Kato Air**

Les også:

Enthavnal nå mannlende

**Illustrasjon 77** Faksimile av VG Nett som viser MMS-fotografiet som nettstedet publisert en time etter Kato Air-flyet landet kl 1045 i Bodø.

VG Netts ansvarlige redaktør Torry Pedersen hadde en annen oppfatning av saken, og sa til Avisa Nordland at Avinor overreagerte da de truet fotografen med sparken. - *Når flytrafikken blir lammet og folk vandrer om bord med øks og kniv, så velger altså Avinor å jakte på en fotograf. Det sier vel det meste.* Her er med andre

ord et klassisk eksempel på en situasjon der en redaksjon vil beskytte sine kilder, og at denne typen fotografier ikke skiller seg fra andre typer fotografier. Organisasjonssekretær i Norsk Presseforbund, Kjell M. Børringbo, mente VG ikke har brutt noen regler eller etiske grenser i denne saken. – *Så lenge man i utgangspunktet ikke har grunn til å tro at bildet er tatt ved hjelp av ulovlige midler, så påligger ansvaret den som tar bildet og sender det fra seg,* uttalte Børringbo til Avisa Nordland (1.10.2004).<sup>167</sup> Dette ble en sak for Avinor, men denne saken havnet ikke i Kokkvolds og PFUs fang.

Endelig er det grunn til slutt å framheve at også *Se & Hør* har gledet seg til folkets kjendisfotografier, og sjefsredaktør i bladet, Odd J. Nelvik, trodde det ville strømme på med

<sup>166</sup> <http://www.an.no/nyheter/article1273593.ece>

<sup>167</sup> Se ellers andre nyhetsmediers omtale av saken: Aftenposten 2.10.04 <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article882744.ece>, Bergensavisen 2.10.04: <http://www.ba.no/nyheter/article1273899.ece>, Nettavisen 2.10.04: <http://pub.tv2.no/nettavisen/innenriks/article285910.ece>

MMS-fotografier framover da Aftenposten intervjuet ham. Han så få betenkeligheter i at bildepeidere tar fotografier med kameramobiler så lenge de er tatt i det offentlige rommet.

Fotografier fra det private rommet vil bli avvist av Se & Hør (Aftenposten 5.3.2004). Nelviks spådom kan slå til. Tendensen i utlandet er allerede slik han forventer den skal bli i Norge. Her har det strømmet på med MMS-fotografier av kjendiser fra bildepeidere og såkalte ”snapperazzis” til kjendisbladene. Britiske Heat betaler opp til 200 pund for et bilde.<sup>168</sup> Dessuten har Daily Mirror klar nettsiden 3am. Til denne kan kjendispeidere sende rapporter om observerte kjendisers liv og levnet døgnet rundt<sup>169</sup>. Men ikke alle finner grunn til å smile like bredt til kameramobilen, og de som knytter et ubehag til å bli fotografert. For Sting måtte avbryte ferien sammen med kona, barna og venner på luksushotellet Cristallo i den italienske alpebyen Cortina d'Ampezzo.<sup>170</sup> De dro allerede etter to dager fordi de ble plaget av ”snapperazzis” med kameramobiler (Dagbladet 11.1.2005).



**Illustrasjon 78** Faksimilen av en VG-forside (27.6.2005) hvor kjendisenes forhold til snikfotografering med kameramobiler blir slått opp. Og Theo Jordals oppgave i oppslaget inne i avisen var å hevde at ”snapperazzis” i verste fall risikerer fengsel.

Kjendiser lever først og fremst av å være kjent og av å vise seg fram. De har ikke nødvendigvis så mye mer å bidra med i det offentlige rommet. Dette blir ovetydlig når

<sup>168</sup> Les mer her: <http://www.textually.org/picturephoning/archives/005377.htm>

<sup>169</sup> <http://www.mirror.co.uk/3am/>

<sup>170</sup> Dagbladet 11.1.2005 <http://www.dagbladet.no/kultur/2005/01/11/419979.html>



ungdomskjendiser i et oppslag i VG (26.6.05) er skeptisk til den utbredte bruken av kameramobiler og reagerer på snikfotografering. Drøyt en uke seinere fortalte Dagbladet (12.7.05) i et oppslag at ungdomskjendiser har fått egne kameramobiler og at det er opprettet fotoblogger av Side2 i regi av TV2 Nettavisen. I VG ble det skrevet om straff og fengsel, mens det i Dagbladet ble skrevet om belønning og berømmelse. Oppslagene viser at "snapperazzi" og snikfotografering av kjendiser kan være et problem overalt i verden, men på den andre siden er det vanskelig å unngå når de ferdes i det offentlige rom.



Illustrasjon 79 Faksimilen av en Dagbladet (12.7.2005) om ungdomskjendiser med egen fotoblogg i regi av TV2 viser hvordan kjendiser en uken tidligere i en VG (26.6.2005) er skeptisk til kameramobilen nå dyrker den uhemmet. Evnen til prinsipiell refleksjon er lav hos mange kjendiser.

Når vi avslutningsvis flytter blikket til den internasjonale arenaen, kan vi se at dette ikke er en diskusjon begrenset til Norge. Til tross for at tusenvis av fotografier er levert fra profesjonelle fotojournalister under Irak-krigen, blir med all sannsynlighet amatør fotografiene med grusomhetene som amerikanske soldater hadde forvoldt mot fangene stående som ikoner fra denne krigen (Meyer 2004). Mange av disse fotografiene er fotografert med små digitale



fotoapparater og kameramobiler. Og straks de dukket opp i nyhetsmediene, ble nyhetsredaktører stilt på prøve. Var de ekte eller var de falske? Siden den USA-ledete okkupasjonen tok til, er krigsfotografiet og dets innhold dramatisk endret. Ettersom mange soldater sprer digitale fotografier, er det heller ikke de store nyhetsmediene nødvendigvis hovedkilden for bildeinformasjon fra krigen. De blir gjerne publisert i alternative blogger som Camera/Iraq.<sup>171</sup> Den amerikanske fotokritikeren Fred Ritchin (2004) har argumentert for at fotografiene fra Abu Ghraib fengslet og fotografier fra andre begivenheter bidro til at det i 2004 ble mange *photography's "amateur hour"*.

Forskjellen mellom digitale fotoapparater og kameramobiler blir mindre måned for måned med hensyn til oppløsning og antall piksler. Dette får konsekvenser for den vanlige forbruker på kort sikt og for journalistene på lengre sikt. Presset øker på nyhetsredaksjonene i form av fotografier som blir sendt fra nærområder og ikke minst fra krigsområder. Framfor alt er det billigere for nyhetsredaksjoner å kjøpe denne typen fotografier snarere enn å kjøpe fotografier fra profesjonelle fotojournalister. Et blikk på utviklingen er nok til at studentene som blir utdannet til fotojournalister, bør justere forventningene til yrket. Å være fotojournalist er ikke slik det en gang var.

---

<sup>171</sup> Camera/Iraq er en blogg ved Carleton College's Cinema & Media Studies Department som skal samle nyheter og kommentarer offentlige og private fotografier fra krigen i Midtøsten. Se blogg <http://ratchetup.typepad.com/iraq/>

## Oppsummering

Folk kommuniserer. For hundre år siden sendte folk postkort i store mengder til hverandre og var fornøyd med det. Da hadde postkortet en gullalder. Det besto av et bilde og en tekst, gjerne av privat karakter. Postkortet kom raskt fram til mottakeren etter datidens målestokk, for det var opptil sju postombæringer pr dag i en by som Bergen. Folk kunne sende et postkort til de nærmeste og få svar samme dag. De kunne gjøre avtaler og få dem bekreftet. Postkortet fungerte den gang som dagens SMS og MMS. I 2005 blir slike meldinger sendt i store mengder hver dag med mobiltelefoner, og de når mottakeren svært raskt. Det blir gjort avtaler, og avtaler blir endret. Folk med mobiltelefon er blitt mobile postkontorer.

I dag blir det knapt solgt en mobiltelefon uten et innebygd kamera. En del blir nok påtvunget en mulighet de ikke ønsker og ikke vil forholde seg til. Men for flertallet blir fotograferingen nå en hverdagslig opplevelse. Å ta et fotografi er heller ikke den høytidelige begivenhet det var for hundre år siden. I dag dukker det stadig opp en nye fotomuligheter. Det er så lekende lett å fotografere både med kamaramobiler og andre digitale fotoapparater. Kanskje for lett?

Netcom markedsførte i fjor kameramobilen først og fremst som et leketøy i reklamefilmer. Men kameramobilene er i ferd med å påvirke den visuelle kulturen på en gjennomgripende måte. Det går mange hus forbi. Selv om mange fortsatt ser på den som et *leketøy*, er den noe mer enn det. Kameramobilen vil få minst like store effekter som instamatic-kameraene fikk da de kom på 1960-tallet. De skapte en *knipsekultur* som nå forsterkes av kameramobilen, og den kan ta nye, uante retninger. Kameramobilen understreker at fotografi og bilder er den mest vanlige måten å spre informasjon på, til å gjøre inntrykk med, til å øve innflytelse på andre med, til å påvirke med, til å uttrykke seg med og til ren og skjær selvpresentasjon.

Det som gjør kameramobilen så spesiell og som skaper mulighetsrom med konsekvenser, er ikke det at en kan fotografere med den. For den leverer ikke annerledes fotografier enn de instamatic-kameraet leverte, og de forbedringene av dette som kom på veien mot 90-årenes digitalkamera, kunne levere. Det er blitt rettet for mye oppmerksomhet mot tekniske sider ved fotografiene, og for lite oppmerksomhet er blitt rettet mot hvordan fotoene blir *brukt*. Det

skyldes først og fremst at det er teknologi-entusiastenes fagblad og aviser som ukritisk har definert dagsorden for hva vi skal være opptatt av. Det er i kombinasjon med mobilteknologi fotografiene blir spesielle, at de skiller seg fra andre fotografi, og dermed brukes på nye måter. Hvordan fotografiene brukes, har vært uklart. Nå begynner vi å se et klarere og klarere bilde av hva som er i ferd med å skje, og hvilken betydning dette kan få.

Fotografiene kameramobilen leverer, er blitt kalt for MMS-fotografi eller MMS-bilder i mangel på bedre uttrykk. Dette er gjort for å kunne bruke et uttrykk som skiller disse fra andre fotografier, først og fremst digitale fotografi. At fotografiene som blir tatt med kamaramobil kan formidles og deles med noen ganske få på den ene siden, og med mange andre på den andre siden, gjør den unik. Det er mulig å sende fotografiet av gårde som en del av en MMS-melding, derav uttrykket MMS-foto. Denne kommunikative handlingen med slike fotografi er verdt oppmerksomhet. For å kunne fotografere hvem som helst, når som helst og hvor som helst, blir besørget bedre av kameramobilen og teknologien samlet i den enn tidligere tilgjengelig teknologi. Alt-i-ett mobilen er skapt for forbrukermarkedet, og det gjør den forskjellig fra det fotograferings- og opptaksutstyret folk ellers omgir seg med som forbrukere. Den er så enkel at å fotografere blir som en lek.

Påvirkningsmulighetene til kameramobilfotografen er imidlertid mer begrenset enn for andre fotografer med mer avanserte kamera. Like fullt påvirker han eller hun fotografiet før fotograferingen, under og etter fotograferingen.

Fotograferingen, formidlingen og delingen av MMS-foto i det private og det offentlige rom, skjer nå i et tempo vi sjeldent ser maken til. Kameramobilene er så tilgjengelige. Så mange flere bærer den med seg overalt. Så mange flere som aldri fotograferte før, fotograferer nå. Så mange flere hendelser, personer og ting blir verdt et fotografi. Og så mange flere tipser mediene om hva de har sett og fotografert, slik at vi blir tilskuere til og kan se og oppleve fotografi som dokumenterer hendelser, personer og ting vi ellers ikke fikk ta del i, eller kanskje ikke ville ta del i.

De fleste MMS-foto får et kort liv. Noen eksisterer bare i sekunder og minutter, andre i noen dager. Det er ikke plass til så mange i de mest utbredte kameramobilene, derfor slettes de omtrent like fort som SMS blir slettet. Brukt blir de i alle fall, til det de er ment til: Til å kommunisere. En del får et varigere liv på harddisker og på internett i bloggene. Bloggene som så dagens lys i 2004, ble tilpasset kameramobilene, og ble viktige fora for MMS-foto. De er blitt arenaer der de tidligere så private fotoalbum blir offentlige for alle og enhver som vil kikke på andres gjøren og laden.

I løpet av 2004 inviterte stadig flere aviser leserne til å sende fotografi tatt med kameramobiler, og de dukket opp på avisenes nyhetssider, på feriesider og på ungdomssidene. Ikke alle norske aviser fikk like fort på plass den rette løsningen for å kunne motta og håndtere MMS-foto. De to store løssalgavisene og allmennkringkasterne *NRK* og *TV2* la forholdene raskere til rette teknisk og redaksjonelt enn de andre store regionsavisene. De fleste avisene bruker nå MMS-foto, riktignok oftere i nettutgaven enn i papirutgaven.

Folk fotograferer for eksempel branner, ulykker, forrykende uvær med regn, snø, storm, eller en flom. Fjernsynet utnytter kameramobilens rastløse fotografer i programflater utenom sendetid, og gjør det mulig for alle og enhver å søke en smule eksponering i fem minutter på formiddager og i sene nattetimer. Mulighetsrommet for MMS-foto og MMS-video er ikke utforsket tilstrekkelig og lenge nok til å trekke bastante konklusjoner. Her det det mer å hente og mer kommunikasjon i vente.

Avislesere og nettsørfere får med MMS-fotoet og allestedsnærværende kameramobiler oppleve fotografier de ellers ikke ville fått oppleve. Takk og pris sier nok mange, andre er ikke like enig i dette. Det er heller ikke alle som smiler til mobilen med samme begeistring. De opplever kameramobilene som en pest og en plage. På samme vis som alle amatørfotografene ble utpekt som en plage av det engelske bladet *Punch* ved forrige århundreskifte. Kjendiser og andre offentlig eksponerte personer etterspør teknologi som kan skjerm dem fra alle som løper rundt med kameramobiler overalt. Det er derfor kun tale om kort tid før det blir like vanlig med teknologi som kan sette kameramobilene ut av spill, og man kan sikre seg at man beveger seg i kameramobilfrie soner. Dette er kanskje en teknologi

som vil bli en del av skolers og treningssentres utrustning, siden mange skoler har forbudt kameramobiler i skoletida, og folk i treningssentre ikke ønsker å bli fotografert.

For fotograferende folk er kameramobilen kommet for bli. Folk siterer virkeligheten, og det gjøres oftest med et fotografi. Med kameramobilenes inntog vil fotografiet forsterke sin stilling som en av de viktigste formene for diskurs i samfunnet som vi ser andre og oss selv gjennom. Den vil framstå som noe mer enn et leketøy. Fortsatt blir det sendt postkort. Det er uventete kommunikasjonsmåter i vente. Mobiltelefonen vil bli stadig mer raffinert, nye funksjoner vil bli samlet i den, andre vil forsvinne. Den vil bli et alt-i-ett apparat folk bærer med seg overalt, fordi den er en forlenget arm de bruker for å kommunisere, for å betale og for å gjøre ting som får samfunnet til å gå rundt enda fortere og med mindre høytidelige og oppstilte fotografier enn i 1905.



## Avrunding

Så en gang i framtida vil dagens foreldre sitte med sine barnebarn på fanget fortelle om at en gang gikk folk rundt med mobiltelefoner som bare kunne bli brukt til å ringe med og at dekningen kunne være dårlig. For mobiltelefonene som de nå har i lommen, er en uerstattelig multifunksjonell ting som er bygget for å underholde med musikk, video, spill og fjernsyn, til å fotografere, til å holde seg informert via internett og e-post, og til å organisere alt fra ferier, innkjøp og betaling av regninger. Noen vil til og med bruke den til å ringe med.

Ingen medier i historien har vokst så raskt som mobilen. På verdensbasis er det over en milliard mobiltelefonere. Rapporten har handlet om en mobiltelefon som ikke lenger er bare en mobiltelefon, og et fotoapparat som ikke lenger bare vil være et fotoapparat. Den har sett på kameramobilen og noen aspekter ved den sosiale atferd som er skapt etter at kameramobilen er blitt del av hverdagen til tusenvis i Norge og den vestlige verdenen. I denne hverdagen er mer og mer blitt et fotografi verdt, samtidig blir et fotografi mindre og mindre verdt. Situasjonen med en stadig større spredning av kameramobiler har ført til at folk kan fotografere når, hvor og hva som helst, og kan sende fotografiene til andre. I kjølvannet av den kommunikasjonskulturelle endringen rapporten har beskrevet og diskutert, blir det skapt nye former for sosial atferd.

Når telefoner møter kameraer, har det skapt endringer. Mobiltelefonen er mer enn en mobiltelefon. Mobiltelefonen er i den visuelle kulturen, og den visuelle kulturen er til stede i mobiltelefonen. Den fjerde skjerm har skapt og skaper kommunikasjonskulturelle endringer. Den har for det første skapt nye samhandlingsformer mellom brukere av kameramobiler gjennom utstrakt bruk av MMS. For det andre har den ført til en kontinuerlig utforskning og utprøving av mobilteknologien. Etablerte grenser blir forstyrret. En knipsekultur er i emning. Den har for det tredje skapt en ny underholdningsindustri for mobiltelefoner, og en rekke tilbud befinner seg i skjæringsflaten mellom mobilteknologi og Internett. Den har for det fjerde ført til at journalistikken er i endring. Nyhetsmediene får tilsendt fotografier de ikke fikk før fra bildespeidere og vaktende øyne. Tempoet er økt ved at journalistene kan forsyne nettutgavene med fotografier tidligere enn før. På kort tid er fotografier tatt med kameramobil

blitt en del av nyhetene, og en del av fjernsynskanalenes underholdningstilbud gjennom interaktivt fjernsyn. Situasjonen har for det femte satt etikken på dagsorden, og det blir diskutert hvor grensene går for bruk av kameramobil og hvilke bilder en kan ta i den private sfæren, og ikke minst hvilke bilder aviser og ukeblad kan videreformidle i den offentlige sfæren.

## Litteratur

Aitken, Peter (2004): *Camera phone obsession*. Phoenix, AR: Paraglyph Press (O'Reilly).

Andrew, Paul (2003): Is blogging journalism? *Nieman Reports* Vol 57;2:63-64  
<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>

Badger, Meredith(2005):. "Visual Blogs." Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs." Ed. Laura J. Gurak, Smiljana Antonijevic, Laurie Johnson, Clancy Ratliff, and Jessica Reyman. June 2004. 10 April 2005  
[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual\\_blogs.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual_blogs.html)

Bardoel, Jo & Deuze, Mark (2001): Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. *Australian Journalism Review* 23 (2), pp.91-103.

Barthes, Roland [1980] 1987: *Det lyse kammer*. 2 utgave: København. Politisk revy: Rævens sorte bibliotek

Beacham, Frank (2004): *Mobile phone meet TV News*. TV-Technology.com Sist besøkt 7. juli 2004 [http://www.tvtechnology.com/features/Net-soup/f\\_net\\_soup-07.07.04.shtml](http://www.tvtechnology.com/features/Net-soup/f_net_soup-07.07.04.shtml)

Bertelsen, Lars Kiel (2000): *Fotografiets grå mytologi: Historier på kanten av et medie*. Politisk Revy: Rævens Sorte Bibliotek

Beyer, Ingvil, Enli Gunn, Maasø Arnt, Ytreberg, Espen (2004): "Small Talk Makes Big Difference: Recent developments in SMS-based television". Til Vurdering: *Television and New Media*. Sage Publications

Bjørkeng, Per Kristian (2002): Knipsernes sommerdrøm – morsom, men dyr. *Aftenposten* 13.7.

Bjørkeng, Per Kristian (2004): Vil slå ned på tommel-TV. *Aftenposten* 9.2.

Blood, Rebecca (2000): *Weblogs: A history and perspective*. Nedlastet 1.august 2004 fra [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html).

Blood, Rebecca (2003): Weblogs and Journalism: Do they Connect? *Nieman Reports* Vol 57;2:61-63 <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>

Boczkowski, Pablo J. (2004): *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, Mass: MIT Press.

- Bolter, Jay David & Grusin, Richard (1999): *Remediation – understanding New Media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press. Sammendrag av boka på Internett: <http://www.lcc.gatech.edu/~bolter/remediation/book.html>
- Bourdieu, Pierre; Boltanski, Luc & Chamboredon, J.C. (1965): *Un art moyen: Essai sur les sociaux de la photographie*. Paris: Menuit.
- Bourdieu, Pierre; Boltanski, Luc & Chamboredon, J.C. (1990): *Photography: a middle-brow art*. Oxford: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (1995): *Distinksjonen: en sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax forlag
- Brurås, Svein (1999): *Etikk for journalister*. Bergen: Fagbokforlaget
- Büren, Kristin (2005): *Moblogg - en ny möjlighet för medieföretag?* Avdeling for numerisk analys og datologi. Kungliga tekniska högskolan. Stockholm.  
[http://www.nada.kth.se/utbildning/grukth/exjobb/rapportlister/2005/rapporter05/buren\\_kristin\\_a\\_05029.pdf](http://www.nada.kth.se/utbildning/grukth/exjobb/rapportlister/2005/rapporter05/buren_kristin_a_05029.pdf)
- Burgin, Viktor (1982): "Looking at Photographs" I Viktor Burgin (ed.): *Thinking Photography*. London: MacMillan.
- Carey, James (1992): *Communication as Culture*. London: Routledge
- Chalfen, Richard (1987): *Snapshot Versions of Life*. Bowling Green, OH: Bowling Green State University Press.
- Charlesworth, Michael (1995): "Fox Talbot and the 'white mythology' of photography". *Word & Image* Bind 11 nr. 3, 1995, s. 207-215.
- Critcher, Chas (2003): *Moral panics and the media*. Buckingham: Open University Press.
- Dahn Næss, Therese (2005): *Mobile tjenester. En oversikt over de vanligste mobile tjenester som tilbys i Norge pr 1.2.2005*. Prosjektet Internett i endring. Institutt for medier og kommunikasjon. Universitet i Oslo.  
<http://www.media.uio.no/prosjekter/internettiendring/downloads/mobil.pdf>
- Datatilsynet (2004a): *Datatilsynets årsmelding for 2003*. Oslo: Datatilsynet  
<http://www.datatilsynet.no/arkiv/andreforsideoppslag/v2004/aarsm03.pdf>
- Datatilsynet (2004b): *Stadig vanskeligere å verne om det private*. (Personvernrapporten) Oslo: Datatilsynet. <http://www.datatilsynet.no/arkiv/andreforsideoppslag/v2004/pvrapp04.pdf>
- Deuze, Mark (2002): "The Internet and its Journalisms [online]". *Online Journalism Review* July 11. Tilgjengelig: <http://www.ojr.org/ojr/future/1026407729.php>

- Deuze, Mark (2003): [What is Multimedia Journalism?](#) Presentation at the Newsplex “Expanding Convergence” Fall conference of 6-8 November 2003 at the University of South Carolina in Columbia, USA.
- Dolmen, Odd Arne (2004): *Mobil kommunikasjon og tenåringers tilhørighet i et sosialt nettverk. En sosiokulturell tilnærming til apparatgeist-perspektivet*. Hovedfagsoppgave i pedagogikk. Universitetet i Bergen.
- Dominguez, Eva (2004): Mobile evolution. *La Vanguardia* 8. juni <http://www.lavanguardia.es/public/series/51156663356.html>
- Enli, Gunn (2004): ”Er det noen der ute?: SMS-TV som arena for publikumsdeltakelse. Paper. *Norsk medieforskerlags 11. medieforskerkonferanse*. Trondheim 21-22.10
- Fetveit, Arild (1999): Reality TV in the digital era: a paradox in visual culture? *Media, Culture & Society*. Vol. 21: 787–804 London: SAGE Publications.
- Fjærvik, Steffen & Nyhuus, Kjell (2004): Folkeskikk, yrkesetikk og MMS. *Journalisten* 27.2. <http://www.journalisten.no/artikkel.asp?GUID={49D2CC38-98BF-436E-AB17-25BA3DA58BE0}&kategoriID=1&temaID=245>
- Fortunati, Leopoldina (2002): “The mobile phone: towards new categories and social relations” in *Information, Communication & Society*, 5(4):513-528.
- Freund, Gisele (1974): *Fotografi och samhälle*. Stockholm: Pan/Nordstedts.
- Frohlich, David F. (2004): *Audiophotography*. London: Springer Verlag.
- Geser, Hans (2004): *Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone*. University of Zurich. Release 3.0 [http://socio.ch/mobile/t\\_geser1.pdf](http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf)
- Gillmor, Dan (2004): *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Gombrich, Ernst (1972): *Symbolic Images: Studies in the Art of Renaissance*. Oxford : Phaidon.
- Granovetter, Mark (1973): The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* vol. 78, pp. 1360-1380.
- Grjotheim Hareide, Helene (2001): Venneløs uten mobil? *BT* 25.12. <http://www.bt.no/forbruker/article72361>
- Grjotheim Hareide, Helene (2002): *Txt back!/: en kvalitativ studie av ungdommers bruk av mobiltelefon*. Hovedoppgave i sosiologi. Universitetet i Oslo.



- Gunning, Tom (1995): "Tracing the Individual Body AKA Photography, Detectives, Early Cinema and the Body of Modernity" i Vanessa R. Schwartz and Leo Charney (red.): *Cinema and the Invention of Modern Life*. Los Angeles: University of California Press.
- Hansen, Mark B.N. (2004): *New philosophy for new media*. Cambridge, Mass. MIT press.
- Harper, R. (2002): The mobile interface: Old Technologies and New Arguments. I B. Brown, N. Green, Harper (red.), *Wireless world: social and interactional aspects of the mobile age* (s.207-223). London: Springer.
- Haukeland, Jan (2004): Okkupantenes fotoalbum. *Morgenbladet* 20.-26.8
- Hausken, Liv (1998): *Om det utidige: medieanalytiske undersøkelser av fotografi, fortelling og stillbildefilm*. Rapport / Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen; nr. 38
- Heinonen, Ari (1999): *Journalism in the age of the net: changing society, changing profession*. Acta Universitatis Tampereensis no 685. Tampere: University of Tampere
- Henning, Jeffrey (2004): "In Google We Trust" blogpost I Perseus Blog Survey på <http://www.perseus.com/blogsurvey/index.cgi/040131ingooglewetrust.post>, sist besøkt 5. februar 2004
- Henriksen, Arve (2002): Kameratelefonen revolusjonerer nyhetskanaler. *Aftenposten* 20.9.
- Henriksen, Arve (2004): Telefonfotografene er overalt. *Aftenposten* 4.mars Sist besøkt 5. mai <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article744946.ece>
- Hitz, Martin (2003): "Real-time Publishing: Camera phones as a new tool for journalists". *Neue Zürcher Zeitung* 21 November. [http://ejo.ch/analysis/newmedia/camphones\\_en.html](http://ejo.ch/analysis/newmedia/camphones_en.html) Sist besøkt 5. mai 2004
- Hjarvard, Stig (2003): *Det selskabelige samfund.: Essays om medier mellem mennesker*. Frederiksberg: Forlaget Samfunslitteratur Roskilde Universitetsforlag Biofolia.
- Ingemann, Bruno (1996): *Fotografiet under pres: mellom realisme og konstruksjon*. Roskilde: Roskilde universitetsforlag
- Ito, Misuko (2003): Mobiles and the Appropriation of Place. *Vodafone Receiver Magazine* nr 10 <http://www.receiver.vodafone.com/08/articles/index07.html> Sist besøkt 5. mai 2004
- Ito, Mizuko & Okabe, Daisuke (2004): Technosocial Situations: [Emergent Structurings of Mobile Email Use](#) I Ito, Mizuko., Matsuda, Misa & Okabe, Daisuke (eds.): *Personal, Intimate: Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge MA: MIT Press (<http://www.itofisher.com/PEOPLE/mito/mobileemail.pdf>)

Johnsen, Truls Erik (2000): *Ring meg!: en studie av ungdom og mobiltelefoni*. Hovedoppgave i etnologi. Universitetet i Oslo.

Johnsen, Truls Erik (2003): The Social Context of the Mobile Phone Use of Norwegian Teens. I J. E. Katz (red.), *Machines that become us: the social context of personal communication technology* (s.161-170). New Brunswick: Transaction Publishers.

Julsrud Tom, Helmersen Per Erik, Ling Richard, Sollund Alf, Yttri Birgitte (2004): *Et spørsmål om genre ... Resultater fra studier av tidlige MMS-brukere*. Telenor forskning og utvikling rapport nr 8.

Kasesniemi, Eija-Liisa (2003): *Mobile messages: Young People and a New Communication Culture*. Tampere: Tampere University Press

Katz, James E. and Mark Aakhus (eds.) (2002): *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kindberg, Tim, Spasojevic, Mirjana, Fleck, Rowanne & Sellen, Abigail (2004): *How and Why People Use Camera Phones*. HPL-2004-216. Bristol: HP Laboratories.  
<http://www.hpl.hp.com/techreports/2004/HPL-2004-216.pdf>

Kindberg, Tim, Spasojevic, Mirjana, Fleck, Rowanne & Sellen, Abigail (2005): *I Saw This and Thought of You: Some Social Uses of Camera Phones*. HPL-2005-37. Bristol: HP Laboratories. <http://hpl.hp.com/techreports/2005/HPL-2005-37.pdf>

Kittler, Friedrich A. (1999): *Gramophone, film, typewriter*. Stanford, California: Stanford University Press

Koskinen, Ilpo, Kurvinen, Esko & Lehtonen, Turo-Kimmo (2002): *Mobile Image*. Helsinki: IT-press.

Koskinen, Ilpo (2004): "Seeing with Mobile Images: Towards Perpetual Visual Contact" Paper *The Global and the Local in Mobile Communication: Places, Images, People, Connections*. Conference Budapest. Hungarian Academy of Sciences. June 10–12, 2004.  
<http://www.fil.hu/mobil/2004/>

Kristensen, Mette (2004): Weblogg, blogger og moblog. *Journalisten* nr. 12.  
<http://www.journalisten.dk/sw3795.asp>

Kurvinen, Esko (2003): Only when Miss Universe snatches me: Teasing in MMS messaging. Paper på *DDPPI 2003*, 23-26. juni Pittsburgh, PA, USA:ACM.

Lehtonen, Turo-Kimmo, Koskinen, Ilpo & Esko Kurvinen (2002): *Mobile Digital Pictures – the Future of the Postcard? Findings from an Experimental Field Study*. Department of Product and Strategic design. University of Art and Design. <http://smart.uiah.fi/home/mobile-digital-pictures.pdf>

- Ling, Rich (2004): *The Mobile Connection: the cell phone's impact on society*. The Morgan Kaufmann series in interactive technologies. Amsterdam: Elsevier
- Ling, Richard & Julsrud, Tom (2004): "The development of grounded genres in multimedia messaging systems (MMS) among mobile professionals" Paper *The Global and the Local in Mobile Communication: Places, Images, People, Connections*. Conference Budapest. Hungarian Academy of Sciences. June 10–12, 2004. <http://www.fil.hu/mobil/2004/>
- Ling, Richard og Yttri, Birgitte (2002): Hyper-coordination via mobilephones in Norway. I James E. Katz & Mark Aakhus (red.): *Perceptual Contact*. Cambridge: Cambridge University press.
- Lister, Martin (red) (1995): *The Photographic Image in Digital Culture*. London: Routledge.
- Lister, Martin (2004): Photography in the age of electronic imaging. I Liz Wells (ed.): *Photography: A Critical Introduction*. 3. Edition. London: Routledge.
- Ljungblad, Sara, Håkansson, Maria, Gaye, Lalya & Lars Erik Holmquist (2004): Context Photography: Modifying the Digital Camera Into a New Creative Tool. *CHI 2004*, April 24-29. Vienna, Austria. [http://www.viktoria.se/fal/projects/photo/chi2004\\_ljungblad.pdf](http://www.viktoria.se/fal/projects/photo/chi2004_ljungblad.pdf)
- Manovich, Lev (2001): *The language of new media*. Cambridge: MIT Press.
- McClellan, Jim (2004): A day in the life. *The Guardian* 8. januar <http://www.guardian.co.uk/mobile/article/0,2763,1117866,00.html> Sist besøkt 5. mai 2004
- McLuhan, Marshall & McLuhan, Eric. (1988): *Laws of media: The new science*. Toronto: University of Toronto Press.
- Meyer, Pedro (2003): "The still image in real time". *Zonezero* <http://www.zonezero.com/editorial/abril03/pdf/april03.pdf> Sist besøkt 15. mai 2004
- Meyer, Pedro (2004): "The icons of this war..." *Zonezero* <http://www.zonezero.com/editorial/mayo04/pdf/may04.pdf> Sist besøkt 15. mai 2004
- Meyrowitz, Joshua (1986): *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press
- Mitchell, William J. (1992): *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era*. Cambridge: MIT Press, 23-57: <http://www.stanford.edu/class/history34q/readings/Mitchell/MitchellIntention.html>
- Moe, Erlend og Vold, Kristin (2004): *Skeptisk til MMS-bruk*. NRK 9.2. <http://www.nrk.no/nyheter/kultur/medier/3503873.html> (Hør innslaget: MMS og tabloidene: [http://www7.nrk.no/nrkplayer/default.aspx?klipp\\_id=32418](http://www7.nrk.no/nrkplayer/default.aspx?klipp_id=32418))

- Mortensen, Torill og Walker, Jill (2002): "Blogging thoughts: personal publication as an online research tool", i: *Researching ICTs in Context* (red.): Andrew Morrison Oslo: InterMedia Report no 3
- Mortensen, Torill (2003): Blogg dine egne nyheter. *Dagbladet* 14.juni  
[http://www.hivolda.no/attachments/site/group23/tm\\_dagbladet140603-52.pdf](http://www.hivolda.no/attachments/site/group23/tm_dagbladet140603-52.pdf)
- Myre, Olav (1944): *Svunne tiders sensasjoner: streiftog gjennom norsk pressehistorie*. Oslo: Dybwad
- Neurath, Otto [1936] (1980): *International Picture Language*, London: University of Reading: Dept. of Typography & Graphic Communication
- Nissen Kruuse, Helle (2004): "Gruens bilder". *Ejour* nr 35 juni.  
<http://www.djh.dk/ejour/0504/35GruensFotos.html> Sist besøkt 5. juli 2004
- Northrup, Kerry J (2004): Mobile Publishing. *Newsplex Trends Report* – No. 5  
(<http://www.newsplex.org/knowledgebase/index.shtml>) Sist besøkt 5. mai 2004
- NOU 1999: 26 *Konvergens: Sammensmelting av tele-, data- og mediesektorene*. Oslo: Statens forvaltningstjeneste.
- Noth, Winfred (2001): *Word and Image: Intermedial aspects*. <http://www.mediepaed.com/00-2/noeth1.pdf>
- Nylund Hagen, Anja (2004): Interaktiv tv - mellom stasjon og seer. *Timecodes.dk* Sist besøkt 2.8.2004 <http://www.timecodes.dk/mediepolitikk/Konvergens/interaktiv1.htm>
- Nyiri, Kristof (2003): *Mobile Communication: Essays on Cognition and Community*. Wien: Passagen Verlag
- Nyiri, Kristof (2004): "Image of Home" Paper *The Global and the Local in Mobile Communication: Places, Images, People, Connections*. Conference Budapest. Hungarian Academy of Sciences. June 10–12, 2004. <http://www.fil.hu/mobil/2004/>
- Nysveen, Herbjørn., Pedersen, Per Egil og Torbjørnsen, Helge (2003): "Using SMS Channel Addition to Strengthen Brand Relationships and Main Channel Use". *SNF Bulletin* nr 4: 26-30
- Okabe, Daisuke & Ito, Misuko (2003): "Camera phones changing the definition of picture-worthy". *Japan Media Review* 29.8. <http://www.ojr.org/japan/wireless/1062208524.php> Sist besøkt 5. mai 2004
- Olsen, Claude R. (2004): Blogg business. *Dagens Næringsliv* 7.8. side 36-37
- Omdahl, Sven Egil (2004): Ikke flere smil til det skjulte kamera. *Stavanger Aftenblad* 21.8

Outing, Steve (2005): Taking Tsunami Coverage into Their Own Hands. *Tidbits* 6.1  
[http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=76520](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=76520) Sist besøkt 9. januar 2005

Pakter, Søren (2003): "Kamera-telefoner på pletten". *Ejour* 28.10  
<http://www.djh.dk/ejour/0903/28KameraTelefoner.html> Sist besøkt 5. mai 2004

Poster, Mark (2004): "Digitally Local Communications: Technologies and Space." Paper *The Global and the Local in Mobile Communication: Places, Images, People, Connections*. Conference Budapest. Hungarian Academy of Sciences. June 10–12, 2004.  
<http://www.fil.hu/mobil/2004/>

Prøitz, Lin (2003): *Tilgjengelighetens uutholdelige letthet: en studie av bruk, selvforståelse og iscenesettelse av kjønn i tekstmeldinger*. Hovedoppgave i medievitenskap - Universitetet i Oslo

Rasmussen, Terje (2003): *Uten en tråd i storbyens åndsliv. Om mobiltelefonens innebygde indiskresjon*. Tilgjengelig: <http://www.media.uio.no/personer/terjer/Indiskrete%20medier.pdf>

Rheingold, Howard (2002): *Smart mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge, Mass.: Perseus Books Group.

Rheingold, Howard (2003): "Moblogs Seen as a Crystal Ball for a New Era". *Online Journalism Review*. <http://www.ojr.org/ojr/technology/1057780670.php>

Ritchin, Fred (2004): Photography's "amateur hour". *Pixelpress*  
[http://www.pixelpress.org/amateur\\_text.html](http://www.pixelpress.org/amateur_text.html) (Sist besøkt 22.8.2004)

Roland, Erling og Auestad, Gaute (2005): *Mobbing og mobiltelefon*. *Spesialpedagogikk* 4, 4-11. Oslo: Utdanningsforbundet.

Salomon, Erich (1931): *Berühmte Zeitgenossen in unbewachten Augenblicken*. Stuttgart: Engelhorn Nachflg.

Sandbye, Mette (2000): "Snapshottets realisme: - skitse over en række fotografiske tendenser og paralleller fra 1960'erne til 90'erne". Foredrag på seminaret *Virkelighedshunger*, Københavns Universitet d. 27. april.  
[http://www.hum.au.dk/nordisk/realisme/docs/tekster/sandbye\\_snapshots.pdf](http://www.hum.au.dk/nordisk/realisme/docs/tekster/sandbye_snapshots.pdf)

Shachtman, Noah (2002): "Blogs Make the Headlines" i *Wired*,  
<http://www.wired.com/news/culture/0,1284,56978,00.html>, Sist besøkt onsdag, 29. januar 2003

Sivertsen, Erling (1987): *Det spissformulerte pressebildet*. Arbeidsrapport nr 3. Institutt for massekommunikasjon. Universitetet i Bergen.

Sivertsen, Erling (1996): The Reflexive Press Photography. *The Nordicom Review* No 1:229-235.



Sivertsen, Erling (2003): *Med fotobilen i journalistikken*. Notat nr. 20 Volda: Høgskulen i Volda og Møreforskning.

Sivertsen, Erling (2004): "Den iscenesatte indeks". *Norsk medietidsskrift*. Årgang 11: 2:146-164

Skog, Berit (2002): *SMS - send melding straks: om språk og stil på mobil*. ISS Rapport nr 62. NTNU: Trondheim. <http://www.svt.ntnu.no/iss/Berit.Skog/rapporter/SMS-rapport.2002.pdf>

Skog, Berit (2003): *MMS - mobil med smil :-)*. Rapport fra forskningsdagene ved NTNU, 25. september 2003. ISS-rapport nr 69 Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU. <http://www.svt.ntnu.no/iss/Berit.Skog/rapporter/MMS-rapport.2003.pdf>

Skog, Berit og Jamtøy, Ann Iren (2001): *Mobile trender i ungdomsmiljø og næringsliv: rapport fra forskningsdagene: 27-28 september-2001*. ISS rapport; nr 61 Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU.

Sti, Tonje (2002): *Nærhet på avstand: unge voksnes erfaringer med mobilkommunikasjon*. Hovedoppgave i sosiologi. Universitetet i Oslo

Taylor, John (2000): "Problems in Photojournalism: realism, the nature of news and the humanitarian narrative". *Journalism Studies*. Vol 1. No 1:129-143.

Terdiman, Daniel (2004): Bloggers Suffer Burnout. *Wired* <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,64088,00.html> (Sist besøkt 31.5.2004)

Textually.org (2003): *The Figures that counted*. 12. desember (Sist besøkt 31.12.2003) <http://www.textually.org/textually/archives/002566.htm>

Veseth, Bjørn (2004): MMS-suksess i desember. *Teleavisen* (sist besøkt 23.1.2004) <http://www.teleavisen.no/default.asp?page=1&article=12122>

Walker, Jill (2003): Final version of weblog definition. *Jill/txt* [http://huminf.uib.no/~jill/archives/blog\\_theorising/final\\_version\\_of\\_weblog\\_definition.html](http://huminf.uib.no/~jill/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html)

Ward, Mark (2002): Life through a thousand lenses. *BBC* 15. juli. [http://news.bbc.co.uk/1/hi/in\\_depth/sci\\_tech/2000/dot\\_life/2122880.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/in_depth/sci_tech/2000/dot_life/2122880.stm)

Warhol, Andy Kasper Konig, Pontus Hulthen & Olle Granath (red.) (1968): *Andy Warhol*. Utstillingskatalog. Sverige: Worldwide Books

Woie, Øyvind (2004): Følg MMS-journalisten! *Vårt land nettavis*; <http://www.vartland.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20040319/ARTIKLER/40319005/1095>

<http://www.vartland.no/apps/pbcs.dll/gallery?Avis=VL&Dato=20040318&Kategori=FOTOALBUM&Lopenr=318003&Ref=PH&Params=Itemnr=1>