

Erling Sivertsen

# **Terror, kameramobil og nyheter**



**HØGSKULEN I VOLDA**



**MØREFORSKING  
VOLDA**

2005

<b>Forfattar</b>	Erling Sivertsen
<b>Ansvarleg utgjevar</b>	Høgskulen i Volda
<b>ISSN</b>	0805-8075
<b>Sats</b>	Erling Sivertsen
<b>Distribusjon</b>	<a href="http://www.hivolda.no/fou">http://www.hivolda.no/fou</a>

**Notatserien** er for ulike slag publikasjonar av mindre omfang, t.d. forprosjektnotat, foredrag, artikkelutkast o.a. Eit hovudføremål med serien er å stimulere til publisering og fagleg debatt i miljøet. Spreiinga går i hovudsak til fagmiljøet i Volda, til eksterne fagmiljø og personar som forfattar(ar) ønskjer kommentarar frå. Kvar forfattar er ansvarleg for sitt arbeid.

*- We had 50 images within an hour. Now there are thousands. We had a gallery of still photographs from the public online, and they were incredibly powerful.* Helen Boaden, BBC i The Guardian 11.7.05

Terrorbombene i London 7/7 fikk folk til å gripe sine mobiltelefoner. Dels for å ringe hjem og dels for å fotografere omfanget av ødeleggelsene og sende fotos til mediene. Kameramobilen er med overalt i stadig flere folks lommer, den er både et kommunikasjons- og opptaksredskap, og er i ferd med å påvirke den visuelle kulturen på en gjennomgripende måte. Den preger folks hverdag og den preger nyhetsbildet. I forbindelse med terrorbombene i London ble kameramobilen viet vesentlig oppmerksomhet fra nyhetsmediene verden over. For første gang bidro vanlige folk med uvanlige fotos til nyhetsproduksjonen knyttet til en stor hendelse med internasjonal interesse og konsekvenser. I tillegg til de profesjonelle fotojournalistenes fotos og videoer, ble MMS-fotoene og –videoene til folk som ble rammet av terrorbombene, gitt en dominerende plass i nyhetsbildet.



**Illustrasjon 1** MMS-fotoet fra Alexander Chadwick slik det kan bli hentet fra Flickr. Det viser evakueringen fra undergrunnen i London.

Det kan stilles spørsmål om dette er en demokratisering av nyhetsproduksjonen, om det er en popularisering av nyhetsproduksjonen eller om det først og fremst er en

tabloidisering av nyhetene. Men at kameramobilens utbredelse og nærvær i store og små situasjoner har endret måten store hendelser vil bli dekket på i framtiden, er et inntrykk som har festet seg. Den er med på å gi et tydeligere fokus fra folk flest. Den fremmer amatørernes uttrykk, når dramatiske nyheter blir rapportert.



**Illustrasjon 2** MMS-fotoet tatt av Toby Mason som ble sendt til BBC, ble brukt av *Guardian* på førstesiden 8.7.2005.<sup>1</sup>

Kommentarene til *BBC*, *The Guardian*, *National Geographic*, *CNN* har vært opptatt av kameramobilens plass i nyhetsbildet i ukene etter selvmordsbombene eksploderte. Det har også bloggene vært, avisenes blogger likedan. *The Guardian's* blogg er et eksempel på dette.<sup>2</sup> De norske avisene er mindre opptatt av dette. *VG* (27.6.05) er mer opptatt av om noen kjendiser blir terrorisert av folk med kameramobiler, mens *Dagbladet* (12.7.05) er 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. En annen forklaring på fraværet av fokus på bruk av kameramobilen i nyhetene fra norske mediers side, er at dette fenomenet ble belyst og kommentert flere ganger i løpet av 2004 i Norge (Sivertsen 2005a).

<sup>1</sup> [http://news.bbc.co.uk/2/hi/in\\_pictures/4660563.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_pictures/4660563.stm)

<sup>2</sup> <http://media.guardian.co.uk/site/story/0,14173,1524154,00.html>



**Illustrasjon 3** Faksimile av Daily Mirror 8.juli 2005. Den viser hvordan MMS-fotoene til Alexander Chadwick og Adam Stacey ble brukt.

### *Midt i hendelsen*

*- Camera phone technology is not new, but it was the main source of the first images from inside the London subway system after the bombings. Passengers with camera phones helped provide the media with pictures for a major story. Voice of America, juli 2005*

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 4

Faksimile av førstesiden til den estiske avisen *Slohtuleth* 8.7.2005 som blir utgitt i Tallin. Her dominerte MMS-fotoet til Alexander Chadwick.

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*. Dette er dokumentert av det Washington-baserte nettstedet *Newseum* som hver dag i flere år har presentert førstesidene fra hundrevis verdens aviser.<sup>3</sup> Når store begivenheter inntreffer blir alle førstesidene arkivert for ettertida. Av en eller annen

<sup>3</sup> <http://www.newseum.org/todaysfrontpages/>

grunn er ingen norske aviser representert i dette arkivet. Norske aviser nøyde seg med å bruke MMS-fotoene på andre sider.



Illustrasjon 5 Faksimiler av *New York Times* og *Washington Post* 8.7.2005 der MMS-fotoet til Alexander Chadwick dominerte.

Det tok heller ikke mange minutter før *BBC*, *NRK* og *TV2* kunne sende MMS-videoer filmet av ofre for terrorbombene.<sup>4</sup> Disse dokumenterte i all sin gru hva som hadde skjedd i togene og hvordan evakueringen fra undergrunnen foregikk. For det gikk bare et drøyt kvarter etter nyheten om bombingene i London traff norsk jord torsdag 7. juli, før den for eksempel var publisert av *NRK*. *NRK* hentet det første materialet ned fra internasjonale TV-feeds der amatørøptak innsendt via MMS, ble lagt ut på *NRK TV* og

<sup>4</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>

nett, slik at publikum fikk se. - *Det var bare snakk om minutter før vi kunne publisere nyheten ferdig med bilder fra åstedet*, sa stedfortredende redaktør for NRK.no, Bjarne Andre Myklebust, til *Propaganda* (8.7.04).<sup>5</sup> Myklebust bekrefter at dette er den første nyhetshendelsen av et så stort omfang som er blitt publisert på denne måten.



**Illustrasjon 6** Matt Dunn sendte et MMS-foto til BBC 7. juli og bidro til å dokumentere hendelsene, selv om det ikke nådde fram på førstesidene.

Det 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. Det er grunn til å tro at en rekke fotografier fotografert med kameramobiler, ble liggende i dens minne, fordi mange folk ennå ikke behersker kunsten å sende fotografier av gårde til andre. Det skyldes at teleoperatørene har tatt for lett på opplæringen av brukerne.

Matt Dunn sendte et MMS-foto til BBC, og det viste hvordan toget han var passasjer i ble fylt med røyk etter eksplosjonen.<sup>6</sup> Det samme gjorde Toby Mason. Hans 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 til Chadwick ble også spredd som en rikosjett verden rundt etter at det ble lastet opp til

---

<sup>5</sup> <http://www.propaganda-as.no/php/art.php?id=219156> (Sist besøkt 10.7.05)

<sup>6</sup> Se MMS-fotos lagt ut av BBC: [http://news.bbc.co.uk/1/hi/in\\_pictures/4660563.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/in_pictures/4660563.stm)



fotodelingsnettstedet Flickr. Dette viser at kameramobilen bidrar til å skru opp tempoet. Vegen fra et fotografi blir tatt til det er mottatt og vurdert i redaksjonene blir stadig kortere.



**Illustrasjon 7** Faksimile av *The Sun* 30.7.05. Den viste arrestasjonen av en terrormistenkt, og fotografiet ble tatt av amatøren Nick Sophocleous. Han solgte fotoet til ITN, men skjermfotoet dukket opp i *The Sun*.

Det må også føyes til at det også ble formidlet øyenvitneskildringer med tekst i anonyme blogger og i bloggene til store aviser som *Guardian*. Øyenvitnet Matina Zoulia skrev dette i *Guardian's* blogg: - *As I was going towards the [King's Cross station] exit there was this smell. Like burning hair. And then the people starting walking out, soot and blood on*

*their faces. And then this woman's face. Half of it covered in blood.*<sup>7</sup>

Den 21. juli da fire bomber på nytt ble forsøkt sprengt i London, og da mistenkte ble arrestert en drøy uke etter, var en rutine i ferd med å bli etablert. For nå kjente langt flere med en kameramobil eller et DV-kamera til hvilken kraft fotografier har når de blir levert av øyenvitner. De visste også hva de skulle gjøre med bildene. *BBC* mottok 67 MMS-fotos og 13 videoopptak den 21. juli, og 20 MMS-fotos fra arrestasjonen av mistenkte i slutten av juli (*BBC Nett* 4.8.05). Nick Sophocleous var observant, han

<sup>7</sup> <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2005/07/08/AR2005070800584.html>

skjønte noe var i ferd med å skje da politiet omringet Peabody Estate i North Kensington, og tok derfor fram sitt DV-kamera og filmet arrestasjonen av de terrormistenkte Muktar Said-Ibrahim og Ramzi Muhammad. Sophocleous tilbød så filmen i en epost til fjernsynsselskapene BBC Sky News og ITN. For tre minutter arbeid fikk han 700 000 kroner av fjernsynsselskapet ITN og avisen Daily Mail. De delte på utgiftene, og fikk de eksklusive rettighetene fordi ga best tilbud (Guardian 8.8.05).<sup>8</sup>

Men for de fleste MMS-fotoene som blir brukt av *BBC*, blir det ikke betalt honorar for. *Sky News* og *CNN* betaler for å bruke dem hvis de har en god nok kvalitet. Det flere tegn som viser at kringkasting og aviser legger mindre vekt på kvaliteten til fotografiene de bruker sammenlignet med tidligere (BBC Nett 4.8.05).

### *Etikk og ansvar*

- Dette er en del av fremtiden. På mange måter gir dette publikum mer aktuelle bilder, og blir dermed en viktig del av den direkte nyhetsformidlingen, uttalte Per Edgar Kokkvold, generalsekretær i Norsk Presseforbund, til Propaganda (8.7.05). Men disse fotoene er underlagt de samme presseetiske kravene slik andre fotografier også er det. Det handler i tilknytning til denne hendelsen i London, som i andre sammenhenger, å formidle et riktig bilde av hendelser. Noen vil helst formidle hendelser med ord, og gi bildene en mer underordnet plass i nyhetene. Når bilder blir viktigst er det et uttrykk for en tabloidisering. Dette synes å være en kritikk som fortsatt har sine tilhengere.

Stig Hadenius fant uttrykk for en skepsis til bildebruken allerede dagen etter i et innlegg i *Dagens Nyheter* (8.7.2005): - *Bilderna från London var större och texterna fick mindre plats än vid liknande händelser tidigare. Kanske är detta rätt metod för tidningarna i konkurrenzen med teve. Men bilderna får inte bli viktigare än de skrivna orden. Risken är att tidningarna avhänder sig sitt viktigaste konkurrensvapen: förmåan*

---

<sup>8</sup> <http://media.guardian.co.uk/mediaguardian/story/0,,1544429,00.html>

*att fördjupa och problematisera. Den söndersprängda dubbeltdäckaren är effektiv som signalbild, men den tillför ingen ny information.*<sup>9</sup> Og med dette målbar Hadenius en mistillit til avisenes bruk av fotos, enten de nå stammer fra kameramobil eller andre kamera. For resultatet bidrar først og fremst til å forsterke tabloidiseringen av avisene. Bildene skaper effekter og opplevelse, og bidrar mindre til informasjon. Ergo bør bildebruken reduseres.

Jonathan Steels (11.7.05) blogg, knyttet til Silicon.com, stilte tidlig spørsmål om man kan stole på fotoene fra folk med kameramobiler: - *Like blogs, who will attest to the accuracy and veracity of the pictures? Will such blanket coverage help or hinder our understanding of events such as the bombings last week? Will it afford us an unequalled opportunity to get closer to what it was actually like? And do we really want to? Will it give us more information or is it just voyeurism?*<sup>10</sup> Britiske og amerikanske nettsteder har drøftet om folk blir presset av mediene til å ta fotos med kameramobiler i farlige situasjoner. Det blir lokket med belønning for tips. Å oppfordre folk til å bruke kameramobilen i situasjoner, der mediene er bedt om å holde seg borte av myndighetene, er på kanten av det ansvarlige hevdet *Press Gazette* (4.8.05). Sven Egil Omdal fra Stavanger Aftenblad delte denne skepsisen i en artikkel i BT (28.8.05) der han spurte: - *Men hvem har ansvaret når snaparazzien løper mot en farlig situasjon, i stedet for å løpe bort fra den? Hvem skal involverte og pårørende klage til hvis mannen i gata med digitalkamera grovt krenker sårede eller døde etter en ulykke? Hvem har skylden hvis kjente personer ikke kan bevege seg noe sted uten å bli snikfotografert av hvem som helst med Nokias nye 2-megapiksler telefon? Er det ikke vi som lokker med tipshonorar og enorme beløp for den som gir oss det store scoopet?*

I denne og liknende hendelser vil alltid redaksjoner bli fristet til å bruke tilsendte fotos som ikke holder presseetisk mål. Det vil komme MMS-fotografier til redaksjonene som ikke fortjener å bli formidlet videre. Antallet vil øke. Og det vil bli publisert MMS-fotografier, selv om de er etisk problematiske, fordi de selger mediet, og mediet tjener

---

<sup>9</sup> <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=572&a=436852&previousRenderType=6>

<sup>10</sup> <http://networks.silicon.com/mobile/0,39024665,39150228,00.htm> (Sist besøkt 20.7.05).

penger. Resultatet blir da et tilskudd til tabloidiseringen, slik den er blitt definert i en rekke artikler og bøker.

### *Raskt og autentisk*

Forklaringen på dette folkets fokus i nyhetene, er åpenbar. Vi ser folk med kameramobil i aksjon daglig. I løpet av de to siste årene er det blitt svært utbredt over hele den vestlige verden. Selv om fotoene fra mange av kameramobilene fortsatt er grove med lav oppløsning, duger de til å dokumentere nyhetshendelser. Dette bidrar til autentisiteten. Med kameramobilen kan fotoene bli delt med andre mennesker og med nyhetsmediene kort tid etterpå. Nettopp dette gjør fotograferingen så spennende og revolusjonerende. MMS-fotoet er først og fremst kommuniserende. Om det er noe som skiller det fra andre fotos, er det nettopp det. Men i likhet med skepsisen som kan mobiliseres mot alle former fotografi, er det viktig at nyhetsmediene har rutiner for å kvalitetssikre MMS-fotografiene de bruker. Dermed vil opplevelsen leserne får av en nyhetshendelse bli bedre snarere enn dårligere. Leserens forståelse er det tekstens oppgave å formidle. Men ikke den alene.



**Illustrasjon 8** MMS-fotografiet fra Alexander Chadwicks kameramobil som viste evakueringen i London. Montasjen er utført av forfatteren.

Mens fotojournalister fra tv og aviser er avhengig av en link for å sende video og fotos, kan folk med kameramobiler sende av gårde fotoene straks etter de er tatt. Dette er med på å *demokratisere* nyhetsproduksjonen på en måte verden tidligere bare har ant konturene av. Eller er det snarere en form for *popularisering* av nyhetsproduksjonen som kameramobilen er med på å forsterke. Det skyldes at de tekniske sidene ved nyhetsproduksjonen er blitt enkel. Mange flere enn før



har muligheter til å beherske viktige sider ved den. Kameramobiler, digitalkameraer og DV-kameraer er i ferd med å slå ut tv-kamera når det skjer en stor nyhetshendelse. De vil med sin tilstedeværelse alltid ha et forsprang. Folk er der når noe skjer, tv-teamene kommer alltid etter noe er skjedd.

## *Demokratisering og deltakelse*

*- There's been a lot of talk in terms of the increased democratization of the news media relating to blogs and the like. This is another example of the citizen journalist. Jonathan Klein, CNN juli 2005.*

Demokratisering i forhold til mediene blir gjerne knyttet til tilgangen publikum har på kunnskap, informasjon og bruken av denne kunnskapen. For det demokratiske system bygger på at borgerne gjør rasjonelle valg der kunnskapen er forutsetninger for dette. Demokratisering forutsetter også deltakelse. I forbindelse med lokalmediereformen på 1980-tallet ble to sider ved *demokratiseringsbegrepet* viktig og kan kaste lys over dagens situasjon:

- 1) De nye lokalmedier, nærradio og lokalfjernsyn, åpnet for deltakelse i programproduksjonen for, og ga ytringsmuligheter til nye grupper i befolkningen. Med andre ord, nærkringkasting ses som en reell utvidelse av ytringsfriheten for grupper og enkeltpersoner som tidligere har manglet kanaler...*
- 2) Det andre aspektet ved demokratiseringsbegrepet finner en når lokalmediereformene begrunnes med at de representerer en utvidelse og kvalitativ forbedring av "samfunnsdebatten". I og med at flere grupper, flere synspunkt og argumenter trekkes inn i offentligheten, legges grunnlaget for bedre politiske beslutninger... (Skogerbø 1988a:110).*

Eli Skogerbø argumenterer også for at de to begrepene kan bli knyttet til ulike demokratiske teorier. Her understreker den liberale demokratiteoretiske tradisjonen deltakelse, og at borgerne blir sikret innflytelse i flest mulig sfærer i samfunnet (Skogerbø 1988b, Dahl 1973, 1985, 1986). I den oppfatning av demokratisering som er blitt ført til torgs i denne diskusjonen er det *deltakelsesaspektet* i nyhetsproduksjonen som blir betonet, at de kommer til orde, mens spørsmålet om det styrker samfunnsdebatten blir nedtonet.

Det hører også med til bildet at massemediene de seinere årene blitt preget av først og fremst å være business. Denne utviklingen har ført til at mediene er blitt mindre opptatt av borgerne, og mindre opptatt av å stille til rådighet en offentlig arena for dialog og debatt blant borgerne. Slik er ikke mediene en redskap for frihet og demokrati for folk flest som de en gang var. Mange kritikere hevder globaliseringen og liberaliseringen av mediene har medført at mediene hegner om andre interesser enn de som hegner om sosialt ansvar. En sentral tese i Jürgen Habermas (1971) bok *Borgerlig offentlighet* er at det har skjedd en overgang der det argumentproduserende og resonnerende publikum er blitt til et nyhetsforbrukende publikum. Likevel er mediene fortsatt en viktig del av det kulturelle miljø vi lever og beveger oss i som borgere. Likevel er offentlighetens kritiske potensial ikke helt forsvunnet. De politiske myndighetene er fortsatt oppmerksom på den offentlige mening.

Mange velger å innrette seg etter mediene slik de fungerer og opererer i dagens samfunn, og sender MMS-fotografier. Og bidrar slik til eksisterende mediers nyheter på de eksisterende medienes premisser. Folk sender effektfulle signalbilder til mediene. Men det kan også registreres at det ligger en misnøye og opposisjon mot medienes prioriteringer i den vestlige verden, som blir kanalisert ved hjelp av internett, der folk gjerne vil forsøke å påvirke og bestemme dagsorden selv. Deler av publikum er i ferd med å bli nyhetsproduserende mer enn et ensidig nyhetsforbrukende publikum. Det skyldes i første rekke at teknologien har en lavere bruksterskel og inviterer til større deltakelse og nærvær i nyhetsproduksjonen.

## *Dette er skjedd siden 9.11*

Allerede i 2001 fanget mange amatørfotografer inn New York terroren med videokameraer. Men disse videoene måtte bli fraktet til en TV-stasjons folk før det kunne bli sendt videre til nyhetstjenestene. Det gikk fort, men kunne gått enda fortere. Filmene kom utenfra bygningen, ikke innenfra. I London ble det mobilkameraer som sørget for de første fotoene og videoene innenfra som nådde de store globale mediene. Folk med mobilkameraer tok fotos nede i undergrunnstunnelene, der nyhetsmediene ikke hadde kunne nå, og det ble filmet videoer fra vognene der folk utålmodig ventet på å slippe ut. Mye tyder på at denne teknologien vil få enda mer innflytelse på hvordan plutselige store nyhetshendelser blir rapportert av mediene i framtida. Uvanlige fotos fra vanlige folk blir mer og mer vanlig. De vil bli befordret av det raske 3G-mobilnettet (Sivertsen 2005a).

Etter 2001 er digitalkameraer bare blitt mindre i størrelse, og mer utbredt og kraftigere. Videofunksjonen på små digitale kompaktkameraer er nå så bra at det gir full tv-oppløsning, mange i 15 bilder i sekundet, men en del også med 30 bilder i sekundet. I riktig lys gir det langt mer enn de kornete bildene mediene tidligere har vist. Dette fører til at langt flere hendelser vil bli dokumentert bedre, mens de pågår. Den viktigste endringen vil med stor sannsynlighet bli resultatet med bedre mobiltelefoner og utbredelse av 3G-telefoner. Tidligere kunne bare de store tv-stasjonene sende "live" med tungt og dyrt utstyr. Nå vil flere snart ha en 3G-telefon i lomma, og bli direkteporter med videotelefoni. Fotos og videoer kan bli sendt til nyhetsmediene tipstelefoner i løpet av sekunder eller minutter, for så å nå verdens TV-skjermer lenge før TV-teamene kommer fram. Hadde katastrofene skjedd på steder med mobildekning, og villige TV-stasjoner, kunne de avviklet direkteendinger fra åstedet minutter etter eksplosjonene, hevder kommentatorer.

Tsunamien i Sørøst-Asia på tampen 2004, førte til at nyhetsmediene også ble preget av MMS-fotos og MMS-videoer fra rammede turister. De dokumenterte hvordan den ødeleggende bølgen drepte mennesker og smadret hus og hoteller til pinneved i Sørøst

Asia. Disse bidragene ble en del av mediebildet i Norge og internasjonalt den siste uken i 2004, og de første ukene av 2005.<sup>11</sup> For slike øyevitneobservasjoner blir det alltid ryddet plass for i nyhetsmediene.



**Illustrasjon 9** MMS-fotoene til Graham Francis viste følgene av tsunamien som slo innover Phuket 27.12.04 og knuste husene på ferieøya til pinneved, og de gikk verden over da de ble delt med andre.

### *Amatørene utfordrer journalistikken*

Men her er grunn til å dempe denne entusiasmen over mulighetene kameramobilen i lomma på folkereportereren skaper. Det er grunn til å minne om at mulighetene til desk top publishing fra enhver PC ikke har gjort alle til grafiske designere. Kameramobilen vil heller ikke gjøre alle til fotojournalister. Alle kan ikke beherske alt. Fotojournalisten tilhører journalistikkens arenaer. Denne utfordres av amatører på nettet og amatører med kameraer for hånden. Forestillingene er utbredt om at vi i dag kan være vår egen

---

<sup>11</sup> Se tsunami-videoer formidlet av nettstedet til Dagbladet nett (28.12.04):  
<http://www.dagbladet.no/nyheter/2004/12/28/418730.html> Eller her:  
[http://www.blogtelevision.net/p/Watch-Video-Tsunami-Special\\_\\_1,2,,6168.html](http://www.blogtelevision.net/p/Watch-Video-Tsunami-Special__1,2,,6168.html)



journalist og vår egen redaktør, fri fra de tradisjonelle mediens og den profesjonelle journalistikkens grep. Ustanselig demonstrerer de lynraske bloggene hvordan de kan bringe øyenvitneskildringer og refleksjoner. Ustanselig eksperimenteres det med nye medier der brukerne leverer innholdet, der leserne er journalistene. Det er blendende tider med nye ytringsmuligheter og nye arenaer for anvendt demokrati enten det skjer med en kameramobil eller med tastatur.

Den etablerte fotojournalistikken utfordres, men den blir ikke overflødig. Det er behov for en profesjonell journalistikk, et behov for en fotojournalistikk som kan levere kvalitetssikret informasjon. Det er fortsatt behov for informasjon håndtert i tråd med den ordentlige journalistikkens krav til kildekritikk og etiske standarder, til informasjon forpliktet til kvalitetsjournalistikkens normer og idealer. For merkelappene *citizen journalist*, *participatory journalist*, *camera phone journalist* eller det mer ukjente norske begrepet ”*folkereporter*”, blir i dag brukt for fort og for uoverveid. De løper lett over i en annen, og er kanskje ikke den beste fortolkningsrammen. I boka *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information* blir *citizen journalism* brukt for å beskrive det folk gjør når de aktivt inntar en rolle som går ut på å samle inn, analysere og spre nyheter og informasjon (Bowman & Willis 2003). Målet med denne deltakelsen er å skaffe til veie pålitelig, etterrettelig, bred og relevant informasjon demokratiet trenger for å kunne fungere. Public journalism kan referere til det journalistiske arbeidet som blir utført av vanlige folk, men kan også vise til deler av journalistikken til vanlige journalister.

*Citizen journalism* beskriver fenomenet der vanlige folk, også de marginaliserte i samfunnet, kan engasjere seg i aktiviteter som tidligere stort sett var forbeholdt de profesjonelle journalistene. Flere har hørt om den koreanske internettavisen *OhmyNews*, færre har hørt om den danske pendanten *Flix*.<sup>12</sup> Begge blir ønsket å endre måten å tenke og produsere journalistikk på. Nyhetsformidlingen skal bringes tilbake til borgerne ved

---

<sup>12</sup> *OhmyNews* har en halv million besøkende om dagen, 54 ansatte journalister og 40000 folkereportere: <http://english.ohmynews.com/> Mens danske *Flix* har 100 tilknyttete journalister som alle er vanlige folk: <http://www.flix.dk/>

å knytte til seg alminnelige folk (Journalisten.dk 19.10.05).

*Citizen journalism* er en form for journalistikk som også kan være et resultat av en hendelse eller aksjon der vanlige folk har bidratt med fotografier og annet materiale fordi de er aktivister innenfor områder i samfunnet. Ikke minst er *citizen journalists* i mange tilfeller bare tilfeldige tilskuere som har et kamera eller kameramobil tilgjengelig når de har vært vitner til en nyhetshendelse. Mens kritikere som Vincent Maher (2005) har lite til overs for begrepet, fordi det kan skorte etterretteligheten i blogger *citizen journalist* redigerer, fordi den kan være økonomisk motivert og fordi de er uryddig fra epistemologisk synspunkt, sammenlignet med tradisjonell journalistikk. Den *citizen journalist* Maher kritiserer er av det mer bevisste slaget. For andre er det begrenset til å være en merkelapp. *Citizen journalist* er ikke først og fremst en journalist, men er en borger som har fått denne betegnelsen av andre. Få med denne betegnelsen har ambisjoner om å være en journalist. Derfor presenterer de seg neppe som en *citizen journalist* overfor andre. Til det er de i for kort tid i denne rollen, til å kunne utvikle en bevissthet knyttet til rollen før de forsvinner ut av den igjen. Den potensielle *Citizen journalist* er kanskje snart på høyde med profesjonelle med hensyn til utstyr. Men fortsatt vil journalisten og fotojournalisten råde grunnen i kraft av sin sjørefleksjon, profesjonalitet og etiske ballast.

For den etablerte journalistikken handler det om å skape kontakt med publikum, og det handler om å fornye etablert kontakt. Et alternativt perspektiv på dette er å se det som en "trening" av leserne til å samhandle aktivt med avisene. Det dreier seg om å forme framtidens publikum. Redaksjonene søker en konversasjon med publikum snarere enn en monolog, fordi de ser for seg et langt mer interaktivt publikum i fremtiden (Gillmor 2004). Det *interaktive publikum* sender ikke bare inn tips som redaksjonen kan reagere på og sette journalister på saken. Publikum blir leverandører av råmateriale og de er aktive hjelpere for profesjonelle redaksjoner. Her er det en utvikling på gang. En amerikansk rapport laget av *Pew Internet & American Life Project*, har undersøkt i hvor stor grad publikum har bidratt til internett. Den viste at 44 prosent av amerikanske

brukere bidrar med stoff.<sup>13</sup> Det er fotos som utgjør den største gruppen. 21 prosent har lagt ut fotos på nettstedet. 17 prosent har bidratt med tekst på nettstedet. Mens en forsvinnende liten del, to prosent har egne blogger eller nettbaserte dagbøker. 11 prosent har lest andres blogger eller dagbøker, og en tredjedel av disse har lagt inn kommentarer. Bildet som trer fram viser det som er blitt definert som *prosumenten*. Begrepet stammer fra Alvin Toffler (1991) som satte det sammen av produsent og konsument. En undersøkelse presentert av *Media Guardian* trekker i samme retning: *Millions of young people who have grown up with the internet and mobile phones are no longer content with the one-way traffic of traditional media and are publishing and aggregating their own content, according to the exclusive survey of those aged between 14 and 21.*<sup>14</sup> De unge vil selv være aktive og er i ferd med å skape et annet forhold til mediene enn tidligere generasjoner har hatt. Slik er de med på å utfordre den etablerte journalistikken ved å stille spørsmål og ved å handle på egen hånd, men de avskaffer ikke behovet for den profesjonelle journalistikken.<sup>15</sup>



**Illustrasjon 10** Det kan ikke underslås at også fotos fra profesjonelle fotojournalister fra bildebyråene AP og Reuters dominerte førstesidene verden over fredagen etter bombene i London. Tre fotos hentet fra tilfeldige aviser pekte seg ut. VG skilte seg ut med et eget utvalg av fotografier.

<sup>13</sup> [http://www.pewtrusts.com/pdf/pew\\_internet\\_content\\_022904.pdf](http://www.pewtrusts.com/pdf/pew_internet_content_022904.pdf) (Sist besøkt 29.9.2005)

<sup>14</sup> Media Guardian (7.10.2005) : Young blog their way to a publishing revolution  
<http://media.guardian.co.uk/newmedia/story/0,7496,1586890,00.html>

<sup>15</sup> I Norge har i dag minst 30 000 nordmenn sin egen blogg ifølge en undersøkelse meningsmålingsinstituttet Zepera har gjort for ukebrevet *Mandag Morgen* (17.10.2005). Hver tredje nordmann publiserer egen tekst eller foto på nettet minst en gang i uka.

## Fotografier blir ikoner

Det kan ikke underslås at også fotos fra profesjonelle fotojournalister fra bildebyråene AP og Reuters dominerte førstesidene verden over fredagen etter bombene i London. Tre fotos pekte seg ut. Det første fotografiet viste en kvinne med brannmaske som blir holdt rundt av en redningsmann. Neste fotoet som preget førstesidene, viste følgene av bomben i bussen ved Tavistock Square. Det tredje viste en skadet forretningsmann med et blikk som viser han er blitt preget av bombene både utenpå og innvendig. I dagene etter terrorbombene rettet verdens aviser oppmerksomheten mot hvem maskekvinnen var og hvordan det gikk med henne, slik at gjenbruken av fotoet ble omfattende.

I forbindelse med slike terroraksjoner peker det seg alltid ut et par fotos, og som får ikonstatus. Etter terrorbombene i Madrid i 2004 var det fotoet av en blodig gutt som sitter og ser på mobiltelefonen sin som preget mange førstesider, og kanskje tompler en beskjed om at han er relativt uskadd. Fotoet av skadede mennesker på jernbanelinjen ble også brukt av mange aviser, deriblant *Washington Post*. Dette fotografiet førte også til etisk debatt i pressekreterer fordi fotografiet viste en avrevet fot i noen aviser (Irby 2004). Andre aviser valgte å retusjere bort den avrevne foten før fotografiet ble trykt.



**Illustrasjon 11** Fotoet av skadede mennesker på jernbanelinjen ble også brukt av mange aviser, deriblant *Washington Posts* førsteside 12.mars 2004.

Etter terroren i New York i 2001 var at fotoet av flyktende mennesker som hadde innsett at et andre fly ville krasje inn i Twin Towers. At

redaksjoner rundt omkring i verden langt på vei valgte å bruke de samme fotoene viser at nyhetsproduksjon er standardisert, at de samme kildene eller bildebyråene blir brukt,



og at de samme normene definerer valget av et representativt og talende fotografi.

Om 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, er det delte meninger om. Nyhetsmediene har styrket denne samhandlingen med å oppfordre til tipsing med SMS eller MMS. Internettutgavens redaksjoner er kvalitativt forskjellig fra papiravisene, og redaksjonene søker en konversasjon med publikum snarere enn en monolog. Følgelig vil en bedre tilgang på fotos gjennom økt samhandling med publikum skape bedre aviser. På den annen side er det andre som argumenterer for at enda flere bilder i avisene er noe negativt, og vil gå på bekostning av de resonnementer ordet formidler.



**Illustrasjon 12** Sommeren 2005 ble bildebyrået *Scoopt* etablert i Storbritannia, og målet var å fange opp alle de uvanlige MMS-fotografiene av nyhetshendelser som vanlige folk med kameramobiler kan komme over i hverdagen.

Noen uker før terroren rammet London ble bildebyrået *Scoopt* lansert i Storbritannia. Ideen med *Scoopt* er å kile seg inn mellom folkereportereren med kameramobil og

nyhetsmediene. Byrået vil hjelpe folk med å formidle nyhetsfotos til aviser og tv. Begge parter skal tjene penger, hevder nettsidene til *Scoopt.com*. Byrået vil ha 50 % av det Nick Sophocleous fikk for scoopet han gjorde, da han tok bilder av arrestasjonen av terrorismisten i London, og det blir store beløp når det handler om nærmere en million kroner. Og i USA er liknende byråer under planlegging. Det ene fått det treffende navnet *SpyMedia*.<sup>16</sup> Mens det andre byrået har fått navnet *Cell Journalist*.<sup>17</sup> - *These camera phones have transformed ordinary citizens into celljournalists, the images from Cell Journalist will be able to provide depth, detail and color to a news story that may otherwise remain just black and white*, uttalte Parker Polidor, grunnleggeren av *Cell Journalist*.

Et foto krever kanskje mer enn tusen ord, men personene bak disse bildebyråene håper de skal få hånd om fotos som kan være verdt langt mer enn tusen av kroner. På sikt er målet å tjene penger på at folk med et digitalkamera eller en kamerabil på rett plass til rett tid vil forsyne byråene med fotografier nyhetsmediene vil betale for. På den annen side har det kommet reaksjoner i blogger på at bildebyrået *Scoopt* har brukt Chadwicks MMS-fotografi fra terrorbombene i London i markedsføringen av sine tjenester.

I ukene etter terroren i London har vi sett folkereporterne i sving over hele verden. Folk tok fram kamerabilen da tornadoen kom innover Birmingham i juli 2005 med ødeleggende kraft, og en av passasjerene, Eddie Ho, som flyktet fra flyet som kjørte av rullebanen og tok fyr i Toronto begynnelsen av august, knipset i vei mot utgangen, og etter han var kommet ut, ifølge *USA Today* (4.8.05) og *Toronto Star* (7.8.05).<sup>18</sup> *Toronto Stars* fotograf Jim Rankin fikk kjøpt rettighetene av Ho til fotoene i Canada, mens det internasjonale nyhets- og bildebyrået *Splash* fikk kjøpt rettighetene til å formidle de videre internasjonalt. Begge rettighetsspørsmål ble avklart før Ho forlot flyplassen. *Toronto Star* ryddet naturligvis førstesiden på grunn av fotoene. Fotoene *Splash* formidlet ble brukt av mange nyhetsmedier, inkludert norske. De inngår også som

---

<sup>16</sup> <http://www.spymedia.com/>

<sup>17</sup> <http://www.celljournalist.com/>

dokumentasjon i en artikkel i Wikipedia.<sup>19</sup>



**Illustrasjon 13** Passasjeren Eddie Ho, som flyktet fra flyet som kjørte av rullebanen og tok fyr på Pearson flyplass i Toronto 2. august 2005, knipset i vei mot utgangen, og etter han var kommet ut. Fotoene ble formidlet videre av nyhetsmediene.

Det som nevnt tidligere i artikkelen ikke bare øyenvitners fotografier som blir delt med andre. I kjølvannet etter orkanen Katrina som ødela New Orleans i september 2005, kan man se øyenvitners egne videoklipp på videobloggen *YouTube*.<sup>20</sup> Denne bloggen eller også *vloggen* er organisert på samme måte som fotobloggen *Flickr*, og ble lansert sommeren 2005. Denne bloggen brakte en rekke MMS-fotografier etter terrorbombene ble sprengt i London. Men snart vil noen dø under en katastrofe fordi de stoppet for å fotografere, hevdet Mark Glaser knyttet til *Online Journalism Review* til *USA Today* (4.8.05). Det gjelder også for folk med videoutstyr, også disse kan utsette seg for fare. Dermed helte han malurt i entusiastenes beger.

---

<sup>18</sup> [Toronto Star](#): Picture and 1000 words (7.8.05).

<sup>19</sup> En Wikipedia artikkel redegjør for flykrasjet i Toronto, og har linker til amatør fotografier og -video. [http://en.wikipedia.org/wiki/Air\\_France\\_Flight\\_358](http://en.wikipedia.org/wiki/Air_France_Flight_358)

<sup>20</sup> <http://www.youtube.com/>

## *Bedre nyhetsmedier?*

*- Like any new technology, a camphone can be as smart as the person using it. When clicked at the right place at the right time, it may save a life, document history, or simply add an extra bit of surprise, humor, or warmth to someone's otherwise ordinary day. Robert Sullivan, Life 28.januar 2005.*

Norske aviser har brukt hundrevis av MMS-fotos som observante folk har sendt til avisene det siste to årene, eller de MMS-fotoene som fotojournalister utstyrt med kameramobil har tatt. Et søk på termen "MMS-foto" med søkemotoren *Nytt.net* 6. september 2005 viste at i løpet av de to siste årene har de aviser og kringkasting publisert 442 MMS-fotos. Folk sender MMS-fotos til tipsadressene for mottak av MMS-meldinger når folk har sett en ulykke av et eller annet slag. Det er ikke noen forskjell mellom populæraviser og kvalitetsaviser verken når det gjelder bruk av invitasjoner til leserne om å sende inn MMS-fotos eller når det gjelder bruk av disse (Sivertsen 2005a). MMS-fotoene blir oftest brukt i nettutgavene og stundom i papirutgavene (Sivertsen 2005b). Det er blitt en rutine å bruke MMS-fotos i samband med hendelsesnyheter i norske medier. Norske aviser betaler for MMS-fotoene i motsetning til utenlandske aviser og kringkastere. Derfor er det ikke behov for et bildebyrå å la *Scoop* til å ivareta folk med kameramobil sine økonomiske interesser i Norge. I alle fall ikke enda. Den raske utviklingen av kameramobilene de siste tre årene med hensyn til pikselantall og kvalitet, medfører at nyhetsmediene snart finner det unødvendig å informere om at fotografiet er blitt fotografert med en kameramobil. Forskjellen mellom kameramobil og digitalfotoapparat er inne i en nivelleringsprosess.

Når nyhetsmediene fokuserer på konversasjon med publikum snarere enn en monolog, fordi de ser konturene av et mer interaktivt publikum i framtiden, endrer nyhetsmediene

karakter. For interaksjon mellom mediene og publikum er et gode. Mobilkommunikasjonen er en viktig del av dette bildet, både den individuelt baserte og den kollektivt baserte kommunikasjonen, der det trekkes veksler på tekst og bilder snarere enn tale, framstår mobiltelefonen som vår tids viktigste *hybridmedium*.

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. Når tusenvis av mennesker tar tusenvis av fotografier, vil det føre til et og annet blinkskudd. Det vil bli stadig flere som handler på en måte, fotograferer og dokumenterer, og som fører til at de blir betegnet som en folkereporter av andre. 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. Folkereportereren 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. Og generelt vil fortsatt journalister med evne til å sette hendelser i kontekst være etterspurt i nyhetsmediene og av publikum de skal handskes med informasjonsoverfloden.



## Litteratur

Bowman, Shayne & Willis, Chris (2003): *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. Reston, VA: The Media Center. The American Press Institute. [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf)

Dahl, Robert A. (1973): *Etter revolusjonen? Makt og medbestemmelse i et godt samfunn*. Oslo. Dreyer.

Dahl, Robert A. (1985): *A Preface to Economic Democracy*. Berkeley: University of California Press.

Dahl, Robert A. (1986): *Democracy, Liberty and Equality*. Oslo. Norwegian University Press.

Gillmor, Dan (2004): *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Habermas, Jürgen (1971): *Borgerlig offentlighet*. Oslo: Gyldendal forlag.

Irby, Kenneth (2004): Beyond Taste: Editing Truth. *Poynter institute* 30.4. [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=63131](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=63131)

Maher, Vincent (2005): Citizen Journalism is dead. *Menthol: The blog* <http://nml.ru.ac.za/menthol/?p=32> (Sist besøkt 10.10.2005)

Skogerbø, Eli (1988a): Demokratisering eller legitimering: om lokal-tv, deltakelse og offentlighet. København: *Pressens Årbog*. 108-118.

Skogerbø, Eli (1988b): *Demokratiperspektiv på lokalfjernsyn*. Rapport nr 2, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.

Sivertsen, Erling (2005a): *Den fjerde skjermen. Journalistikk om og med kameramobiler*. Arbeidsrapport nr 182. Volda: Høgskulen i Volda.

Sivertsen, Erling (2005b): *Vi, VG og kameramobilen. En diskusjon av MMS-fotografier fra VG*. Notat 2. Volda. Høgskulen i Volda.

Sullivan, Robert (2005): "Cameraphone Revolution: How click-happy moms, kids, even rescue workers are using cam-phone-and changing the world." *LIFE*, January 28, s. 4-8.

Toffler, Alvin (1991): *Maktskifte*. Oslo: Cappelen.